

INFORME DE IMPACTOS EN MEDIOS Y RRSS

II JORNADA CAEA

“MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL DE GRAN CONSUMO”

(30 DE OCTUBRE DE 2024)



https://www.diariodesevilla.es/economia/empresas-gran-consumo-apoyan-rigor-informativo-encuentro-caea_0_2002691060.html

Jueves, 31 de oct, 2024

Diario de Sevilla

Regístrate

Iniciar sesión

Las empresas de gran consumo apoyan el rigor informativo frente al periodismo de 'clickbait' en un encuentro organizado por CAEA

Periodistas de reconocido prestigio, comunicadores y directores de Comunicación participan en esta cita celebrada en Sevilla con el objetivo de profundizar en las noticias que se ofrecen sobre economía y sobre este sector comercial

[Landaluz y CAEA reflexionan sobre el canal mayorista](#)



La mesa de debate 'Columnismo y libertad de prensa en tiempos de posverdad' ha contado con la participación de Juan Manuel Marqués, subdirector de Diario de Sevilla. / M. G.



Redacción Andalucía

30 de octubre 2024 - 19:02



SEVILLA/ La II Jornada 'Medios de Comunicación y Distribución Comercial de Gran Consumo', organizada por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), ha congregado este miércoles en Sevilla a periodistas y generadores de opinión de reconocido prestigio, comunicadores y directores de Comunicación de las empresas y organizaciones de la distribución comercial de gran consumo, con el objetivo de profundizar en la información que se ofrece sobre economía en general y sobre dicho sector comercial en particular.

https://www.diariodecadiz.es/economia/empresas-gran-consumo-apoyan-rigor-informativo-encuentro-caea_0_2002691058.html

Jueves, 31 de oct, 2024

DIARIO DE CADIZ

Regístrate

Iniciar sesión

Economía

Empresas al día

TEMPORAL DE LLUVIA

La DANA deja fuertes lluvias en Cádiz, en directo

Las empresas de gran consumo apoyan el rigor informativo frente al periodismo de 'clickbait' en un encuentro organizado por CAEA

Periodistas de reconocido prestigio, comunicadores y directores de Comunicación participan en esta cita celebrada en Sevilla con el objetivo de profundizar en las noticias que se ofrecen sobre economía y sobre este sector comercial

[Landaluz y CAEA reflexionan sobre el canal mayorista](#)



La mesa de debate 'Columnismo y libertad de prensa en tiempos de posverdad' ha contado con la participación de Juan Manuel Marqués, subdirector de Diario de Sevilla. / M. G.

Redacción Andalucía

30 de octubre 2024 - 19:02



SEVILLA/ La II Jornada '**Medios de Comunicación y Distribución Comercial de Gran Consumo**', organizada por la **Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA)**, ha congregado este miércoles en Sevilla a periodistas y generadores de opinión de reconocido prestigio, comunicadores y directores de Comunicación de las empresas y organizaciones de la distribución comercial de gran consumo, con el objetivo de profundizar en la información que se ofrece sobre economía en general y sobre dicho sector comercial en particular.

https://www.diariodealmeria.es/economia/empresas-gran-consumo-apoyan-rigor-informativo-encuentro-caea_0_2002691061.html

Economía

Economía • Empresas al día

Las empresas de gran consumo apoyan el rigor informativo frente al periodismo de 'clickbait' en un encuentro organizado por CAEA

Periodistas de reconocido prestigio, comunicadores y directores de Comunicación participan en esta cita celebrada en Sevilla con el objetivo de profundizar en las noticias que se ofrecen sobre economía y sobre este sector comercial

[Landaluz y CAEA reflexionan sobre el canal mayorista](#)



PUBLICIDAD

La mesa de debate 'Columnismo y libertad de prensa en tiempos de posverdad' ha contado con la participación de Juan Manuel Marqués, subdirector de Diario de Sevilla. / M. G.

Redacción Andalucía

30 de octubre 2024 - 15:02



SEVILLA/ La II Jornada 'Medios de Comunicación y Distribución Comercial de Gran Consumo', organizada por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), ha congregado este miércoles en Sevilla a periodistas y generadores de opinión de reconocido prestigio, comunicadores y directores de Comunicación de las empresas y organizaciones de la distribución comercial de gran consumo, con el objetivo de profundizar en la información que se ofrece sobre economía en general y sobre dicho sector comercial en particular.



CAEA

Confederación Andaluza Empresarios
Alimentación y Perfumería

TRIBUNA DE ANDALUCÍA

<https://www.tribunadeandalucia.es/>



Tribuna de Andalucía

Periódico regional de información Económica y Empresarial de Andalucía

NOVIEMBRE MMXXIV | 1,20€ | Andalucía

TRIBUNADEANDALUCIA.ES



Marca Andaluza de Excelencia en Igualdad dirigida a las empresas

P6

ENTREVISTA.
LOLES LÓPEZ.
CONSEJERA DE INCLUSIÓN SOCIAL,
JUVENTUD, FAMILIAS E IGUALDAD
DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

NUEVA ECONOMÍA

Gonzalo Juan Fernández-Sambruno, Abogado titular de Claver & Egido abogados y mediadores S.L.
La importancia del Compliance en el comercio exterior y exportaciones: el ejemplo de Talleres
Joaquín López P16

Rocio Tornay, CEO de Intequalia
La Marca como Palanca de Crecimiento Internacional: Clave para Exportar, Aumentar Márgenes y Atraer Clientes en un Mercado Globalizado P20

Vanessa Muñoz, Presidenta, Empresarios Sevillanos CEO de Hispanoia
La Mujer en la Exportación en Andalucía: Un Pilar Fundamental para el Desarrollo Económico P21

Alberto Fuentes, Economista y financiero
Black Friday, ¿caíste en la trampa? Preguntas a las empresas P22



Andalucía TRADE GLOBAL 2024 cierra con éxito una nueva edición en formato online

P28

ESPECIAL COMERCIO EXTERIOR

II Foro de Turismo. Presente y Futuro del Turismo en Málaga



El gran consumo apoya el rigor informativo frente al periodismo de algoritmo y al clickbait P8



CAEA

Confederación Andaluza Empresarios
Alimentación y Perfumería

8

Tribuna de Andalucía | ACTUALIDAD

Noviembre 2024



El gran consumo apoya el rigor informativo frente al periodismo de algoritmo y al clickbait



El espacio Metrópol de las Setas de Sevilla acogió la II Jornada "Medios de Comunicación y Distribución Comercial de Gran Consumo", organizada por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), que ha congregado a periodistas y generadores de opinión

de reconocido prestigio, comunicadores y DIRCOM de las empresas y organizaciones de la distribución comercial de gran consumo, con el objetivo de profundizar en la información que se ofrece sobre economía en general y sobre dicho sector comercial en particular.

Durante la jornada se puso de manifiesto que el tráfico de noticias en la red está íntimamente ligado

con las tendencias generales del consumo, y es aquí donde los supermercados y el sector de la distribución comercial de gran consumo se convierten en el foco de atención de los medios digitales. Sus horarios, nuevos productos, empleos, empaques, marcas conllevan un tráfico de usuarios elevadísimo y, consiguientemente, la multiplicación de los ingresos por publicidad para

los medios de comunicación. Ello provoca el denominado periodismo de algoritmo, basado en la elaboración de la noticia con la técnica del "clickbait", es decir, titulares y encabezados sensacionalistas y llamativos para que el lector cliquee en el enlace y, de esta forma, obtener mayores audiencias e ingresos publicitarios.

También se constató que este tipo de periodismo y técnicas pueden causar daño a la reputación y credibilidad periodística y, en un contexto generalizado de desinformación como el que se está viviendo en la actualidad, se hace necesario aunar esfuerzos entre todas las partes implicadas para luchar contra la confusión informativa: con mayor educación y alfabetización mediática para contrastar fuentes e informaciones antes de compartir por parte de los ciudadanos; con la máxima exhaustividad en el tratamiento de la información y formación especializada por parte de los medios de comunicación; y con el apoyo por parte del sector adaptándose a los formatos actuales y requerimientos de la nueva comunicación y aportando profesionalidad, datos objetivos y fuentes oficiales.

La presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, indicó que los medios de comunicación de prensa, radio y televisión "constituyen para el sector de la distribución comercial de gran consumo unos grandes aliados por la credibilidad, fiabilidad y rigurosidad que aportan en el tratamiento de la información". Asimismo, la presidenta de CAEA, aseguró que merece la pena "luchar por la verdad, por los valores, por la palabra, que nos alejamos del ruido, de la tensión, del enfrentamiento, de la polarización, del populismo, de los sesgos ideológicos extremos, de los bulos y de la máquina del fuego que interesa a algunos para poder manipular a las masas, pero que en nada ayudan al interés general y al bien común de la sociedad".

El acto de cierre, además de con la presidenta de CAEA, contó

con la participación del director del Centro de Empresas de CaixaBank en Sevilla - Nervión, Máximo Serrano, y la directora general de Comercio de la Junta de Andalucía, Cecilia Ortiz.

La directora general de Comercio, Cecilia Ortiz, expresó que los medios "juegan un papel fundamental no sólo en la difusión de noticias y datos económicos, sino también en la educación del consumidor, en la forma en que este percibe el mercado y en cómo valora los productos y servicios que consume diariamente, por lo que deben ser garantes de la veracidad y calidad de la información". Asimismo, Ortiz indicó que las empresas, por su parte, "deben asumir un compromiso claro con la transparencia en sus comunicaciones, dado que las fake news y la desinformación pueden perjudicar gravemente a la reputación de las empresas y también la confianza del consumidor en todo el sector comercial y en la cadena de valor".

El encuentro, conducido por el director general de CAEA y periodista, Álvaro González Zafra, contó con una primera mesa debate sobre "La comunicación empresarial e institucional", en la que han participado Nuria Cardoso, DIRCOM de ASEDAS, la patronal de la distribución comercial de gran consumo a nivel nacional; Andrés Mellado, periodista y consultor de Comunicación; y Sebastián Torres, director general de Comunicación de la Junta de Andalucía, bajo la moderación de Raquel Ruiz Galán, vocal de Comunicación de CAEA.

Asimismo, la segunda mesa debate "Columnismo y libertad de prensa en tiempos de posverdad" contó con la participación de los columnistas y generadores de opinión Javier Rubio, colaborador de ABC de Sevilla; Juan Manuel Marqués, subdirector de Diario de Sevilla; Silvia Moreno, redactora de El Mundo y colaboradora de Canal Sur; y Patricia Godino, subdirectora de El Correo de Andalucía, bajo la moderación de Francisco Torres, DIRCOM de Coviran.

<https://www.ami.info/informacion-veraz-frente-al-clickbait-la-defensa-de-los-empresarios-en-las-jornadas-medios-de-comunicacion-y-distribucion-comercial-de-gran-consumo-de-caea.html>

07/11/2024 / Eventos, Medios, Noticias, Periodismo, Periodistas, Sin categoría

**INFORMACIÓN VERAZ FRENTE AL
CLICKBAIT, LA DEFENSA DE LOS
EMPRESARIOS EN LAS JORNADAS
'MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL DE GRAN
CONSUMO' DE CAEA.**



El pasado miércoles 30 de octubre tuvo lugar la celebración de la II Jornada 'Medios de Comunicación y Distribución Comercial de Gran Consumo' en la capital andaluza Sevilla. Las jornadas, organizadas por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), acogieron periodistas de gran prestigio, líderes de opinión, comunicadores y editores de comunicación de las distintas empresas y organizaciones de distribución comercial de gran consumo. El objetivo del encuentro se centró en profundizar en la información especializada ofrecida por los medios de comunicación sobre el sector.

Los ponentes manifestaron la estrecha relación entre el tráfico de noticias web con las tendencias generales de consumo, siendo los supermercados y el sector de la distribución en general el foco de atención para los medios digitales. Las novedades del sector potencian el tráfico de los medios digitales; lo que multiplica los ingresos publicitarios de los medios. Este hecho ha derivado en algunos casos en el 'periodismo del algoritmo' con el clickbait como bandera.

LABORATORIO DE PERIODISMO

<https://laboratoriodeperiodismo.org/empresas-de-gran-consumo-defienden-el-periodismo-riguroso-frente-al-clickbait/>



Laboratorio de Periodismo

ACTUALIDAD OFERTAS DE EMPLEO PÓDCASTS CURSO DE PERIODISMO FORMACIÓN MÁS

Inicio > ACTUALIDAD > Empresas de gran consumo defienden el periodismo riguroso frente al 'clickbait'

Empresas de gran consumo defienden el periodismo riguroso frente al 'clickbait'

POR REDACCIÓN · 7 NOVIEMBRE, 2024



Una de las mesas de debate. Foto: CAEA



Periodistas, comunicadores y responsables de comunicación de empresas de gran consumo se reunieron recientemente en Sevilla en el marco de la II Jornada 'Medios de Comunicación y Distribución Comercial de Gran Consumo', para analizar la calidad y profundidad informativa en el sector económico y comercial, abordando los desafíos del periodismo en la era digital y la proliferación del 'clickbait'.



CAEA

Confederación Andaluza Empresarios
Alimentación y Perfumería

MEDIAHUB.CANALDIS

<https://mediahub.canaldis.com/mediahubs/confederacion-andaluza-de-empresarios-de-alimentacion-y-perfumeria/notas-de-prensa/el-gran-consumo-apoya-el-rigor-informativo-frente-al-periodismo-de-algoritmo-y-al-clickbait>

30-10-2024 14:42

Mercedes / Asociaciones-D.O.



Confederación Andaluza de Em...

El gran consumo apoya el rigor informativo frente al periodismo de algoritmo y al clickbait

- El sector de la distribución asegura que los medios de comunicación son sus grandes aliados por la credibilidad, fiabilidad y rigurosidad que aportan en el tratamiento de la información
- El Premio CAEA de Comunicación distingue a la periodista Celia Díaz por su monográfico sobre distribución comercial en el programa "Andalucía a debate" emitido en 7TV



El espacio Mercapal de las Ferias de Sevilla ha acogido en la mañana de hoy la II Jornada "Medios de Comunicación y Distribución Comercial de Gran Consumo", organizada por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), que ha congregado a periodistas y generadores de opinión de reconocido prestigio, comunicadores y DICOPI de las empresas y organizaciones de la distribución comercial de gran consumo, con el objetivo de profundizar en la información que se ofrece sobre economía en general y sobre dicho sector comercial en particular.

Durante la jornada se ha puesto de manifiesto que el tráfico de noticias en la red está íntimamente ligado con las tendencias generales del consumo, y es aquí donde los supermercados y el sector de la distribución comercial de gran consumo se convierten en el foco de atención de los medios digitales. Sus horarios, nuevos productos, empleos, enseñanzas, marcas conllevan un tráfico de usuarios elevadísimo y, consiguientemente, la multiplicación de los ingresos por publicidad para los medios de comunicación. Ello provoca el denominado periodismo de algoritmo, basado en la elaboración de la noticia con la técnica del "clickbait", es decir, titulares y encabezados sensacionalistas y llamativos para que el lector cliquee en el enlace y, de esta forma, obtener mayores audiencias e ingresos publicitarios.



Confederación Andaluza de
Empresarios de Alimentación y
Perfumería

Avenida de Hytasa, 38. 41006-Sevilla.
Sevilla, España.
954 869 107
comunicacion@caea.es
<http://www.caea.es/>



PERSONAS DE CONTACTO



Álvaro González Zafra
Director General
954 869 107
caea@caea.es

MAPA



ANDALUCÍA INFORMACIÓN

<https://andaluciainformacion.es/andalucia/1801885/celia-diaz-premiada-por-su-lucha-informativa-en-7tv-frente-al-clickbait/>

DESTACADOS: REPORTAJE DE HERBIA DANIA RELECCIONES COMPENSACIONES AFECTADOS INUNDACIONES REACCION CARRETERAS CORTADAS PRECIOS ALIMENTOS ESTUDIO ENVOLUCIMIENTO PIB-ANDALUCÍA

andalucía información

PORTADA ALMERÍA CÁDIZ CÓRDOBA GRANADA HUELVA JAÉN MÁLAGA SEVILLA OPINIÓN ESPAÑA SOCIEDAD MUNDO DEPORTES VIBAL GAME

ANDALUCÍA

Celia Díaz, premiada por su lucha informativa en 7TV frente al clickbait

El I Premio CAEA de Comunicación distingue a la periodista Celia Díaz por su monográfico sobre distribución comercial en el programa 'Andalucía a debate'





¿Cansado de leer? ¡Lee más y te lo hacemos rápido!

TEMAS

CELIA DÍAZ / PERIODISTA / 7TV / ANDALUCÍA A DEBATE / PREMIO

Redacción



Publicado: 02/11/2024 18:39
Actualizado: 02/11/2024 19:05



UGT Andalucía



Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA)

Avda. de Hytasa, 38, Edif. Toledo 1, 1ª planta, Módulo 13. 41006 – Sevilla. Teléfono: 954869107

caea@caea.es      www.caea.es

<https://www.extradigital.es/andalucia-jornadas-caea-medios-de-comunicacion/>



Celia Díaz se alza con el I Premio CAEA de Comunicación

Extradigital Andalucía
Ayer a las 4:22 pm

- El sector de la distribución asegura que los medios de comunicación son sus grandes aliados por la credibilidad, fiabilidad y rigurosidad que aportan en el tratamiento de la información.
- La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) ha organizado la II Jornada "Medios de Comunicación y Distribución Comercial de Gran Consumo".

El espacio Metrópol de las Setas de Sevilla ha acogido en la mañana de hoy la II Jornada "Medios de Comunicación y Distribución Comercial de Gran Consumo". Un encuentro organizado por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA). Hasta allí se han congregado a periodistas y generadores de opinión de reconocido prestigio, comunicadores y DIRCOM de las empresas de la distribución comercial de gran consumo. El objetivo: profundizar en la información que se ofrece sobre economía en general y sobre dicho sector comercial en particular.

“ Los medios de comunicación de prensa, radio y televisión constituyen para el sector de la distribución comercial de gran consumo unos grandes aliados por la credibilidad, fiabilidad y rigurosidad que aportan en el tratamiento de la información”.

Presidenta de CAEA, Virginia González Lucena

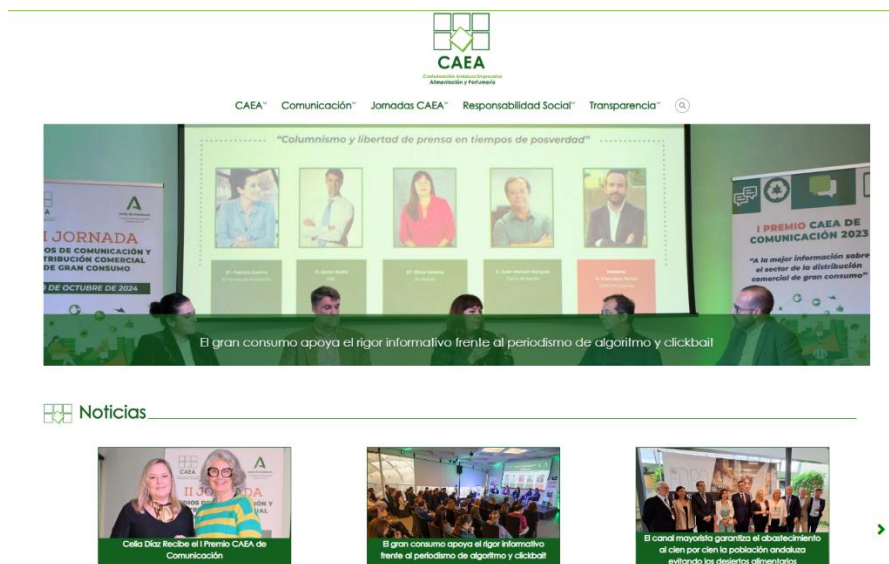
Síguenos en Twitter

Posts de @extradigital es



WEB DE CAEA

<https://www.caea.es/>



REDES SOCIAES CAEA



<https://www.linkedin.com/company/9422855/admin/>





<https://twitter.com/SomosCAEA>



<https://www.instagram.com/somoscaea?igsh=cmQwaXl4ZnZnaDc4>





CAEA

Confederación Andaluza Empresarios
Alimentación y Perfumería



<https://www.facebook.com/somoscaea/>



NOTA DE PRENSA

El gran consumo apoya el rigor informativo frente al periodismo de algoritmo y al clickbait

El sector de la distribución asegura que los medios de comunicación son sus grandes aliados por la credibilidad, fiabilidad y rigurosidad que aportan en el tratamiento de la información

El I Premio CAEA de Comunicación distingue a la periodista Celia Díaz por su monográfico sobre distribución comercial en el programa "Andalucía a debate" emitido en 7TV

Sevilla, miércoles 30 de octubre de 2024

El espacio Metropól de las Setas de Sevilla ha acogido en la mañana de hoy la II Jornada "Medios de Comunicación y Distribución Comercial de Gran Consumo", organizada por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), que ha congregado a periodistas y generadores de opinión de reconocido prestigio, comunicadores y DIRCOM de las empresas y organizaciones de la distribución comercial de gran consumo, con el objetivo de profundizar en la información que se ofrece sobre economía en general y sobre dicho sector comercial en particular.

Durante la jornada se ha puesto de manifiesto que el tráfico de noticias en la red está íntimamente ligado con las tendencias generales del consumo, y es aquí donde los supermercados y el sector de la distribución comercial de gran consumo se convierten en el foco de atención de los medios digitales. Sus horarios, nuevos productos, empleos, enseñas, marcas conllevan un tráfico de usuarios elevadísimo y, consiguientemente, la multiplicación de los ingresos por publicidad para los medios de comunicación. Ello provoca el denominado periodismo de algoritmo, basado en la elaboración de la noticia con la técnica del "clickbait", es decir, titulares y encabezados sensacionalistas y llamativos para que el lector cliquee en el enlace y, de esta forma, obtener mayores audiencias e ingresos publicitarios.

También se ha constatado que este tipo de periodismo y técnicas pueden causar daño a la reputación y credibilidad periodística y, en un contexto generalizado de desinformación como el que se está viviendo en la actualidad, se hace necesario aunar esfuerzos entre todas las partes implicadas para luchar contra la confusión informativa: con mayor educación y alfabetización mediática para contrastar fuentes e

informaciones antes de compartir por parte de los ciudadanos; con la máxima exhaustividad en el tratamiento de la información y formación especializada por parte de los medios de comunicación; y con el apoyo por parte del sector adaptándose a los formatos actuales y requerimientos de la nueva comunicación y aportando profesionalidad, datos objetivos y fuentes oficiales.

La presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, ha indicado que los medios de comunicación de prensa, radio y televisión “constituyen para el sector de la distribución comercial de gran consumo unos grandes aliados por la credibilidad, fiabilidad y rigurosidad que aportan en el tratamiento de la información”. Asimismo, la presidenta de CAEA ha asegurado que merece la pena “luchar por la verdad, por los valores, por la palabra, que nos alejemos del ruido, de la tensión, del enfrentamiento, de la polarización, del populismo, de los sesgos ideológicos extremos, de los bulos y de la máquina del fango que interesa a algunos para poder manipular a las masas, pero que en nada ayudan al interés general y al bien común de la sociedad”.

El acto de cierre, además de con la presidenta de CAEA, ha contado con la participación del director del Centro de Empresas de CaixaBank en Sevilla – Nervión, Máximo Serrano, y la directora general de Comercio de la Junta de Andalucía, Cecilia Ortiz.

La directora general de Comercio, Cecilia Ortiz, ha expresado que los medios “juegan un papel fundamental no sólo en la difusión de noticias y datos económicos, sino también en la educación del consumidor, en la forma en que este percibe el mercado y en cómo valora los productos y servicios que consume diariamente, por lo que deben ser garantes de la veracidad y calidad de la información”. Asimismo, Ortiz ha indicado que las empresas, por su parte, “deben asumir un compromiso claro con la transparencia en sus comunicaciones, dado que las fake news y la desinformación pueden perjudicar gravemente a la reputación de las empresas y también la confianza del consumidor en todo el sector comercial y en la cadena de valor”.

El encuentro, conducido por el director general de CAEA y periodista, Álvaro González Zafra, ha contado con una primera mesa debate sobre “La comunicación empresarial e institucional”, en la que han participado Nuria Cardoso, DIRCOM de ASEDAS, la patronal de la distribución comercial de gran consumo a nivel nacional; Andrés Mellado, periodista y consultor de Comunicación; y Sebastián Torres, director general de Comunicación de la Junta de Andalucía, bajo la moderación de Raquel Ruiz Galán, vocal de Comunicación de CAEA.

Asimismo, la segunda mesa debate “Columnismo y libertad de prensa en tiempos de posverdad” ha contado con la participación de los columnistas y generadores de opinión Javier Rubio, colaborador de ABC de Sevilla; Juan Manuel Marqués, subdirector de Diario de Sevilla; Silvia Moreno, redactora de El Mundo y colaboradora de Canal Sur; y Patricia Godino, subdirectora de El Correo de Andalucía, bajo la moderación de Francisco Torres, DIRCOM de Covirán.

Entrega del I Premio CAEA de Comunicación

Durante el transcurso del acto de cierre de la II Jornada “Medios de comunicación y distribución comercial de gran consumo” se ha hecho entrega del I Premio CAEA de Comunicación *“A la mejor información sobre el sector de la distribución comercial de gran consumo”* en Andalucía, dotado de 1.500€. La distinción ha recaído en la doctora en Comunicación y periodista económica Celia Díaz, por el programa que presenta y dirige “Andalucía a Debate” y, en concreto, por el monográfico sobre “La distribución comercial en Andalucía”, emitido el viernes 16 de junio de 2023 en 7TV Andalucía.

El jurado, integrado por representantes de CAEA, CaixaBank y la directora general de Comercio, Cecilia Ortiz, ha valorado la calidad periodística y el contenido del trabajo centrado exclusivamente en el sector de la distribución comercial de gran consumo, dado que el objetivo del premio es poner en valor el papel de la distribución comercial en Andalucía y su contribución al desarrollo económico y social de la región, así como los avances del sector en materia de sostenibilidad económica, social y medioambiental, y también la repercusión pública y el alcance territorial del programa.

Celia Díaz posee una larga trayectoria profesional en medios de comunicación como Radio 16, El Mundo TV, Cadena Ser, Antena 3 radio y televisión y Canal Sur. En la actualidad es delegada de la publicación Tribuna de Andalucía y presenta y dirige en 7TV el programa “Andalucía a Debate”. La periodista ha agradecido la distinción a CAEA, al jurado y también a 7TV, que le permite hacer un programa como “Andalucía a Debate” donde se pueden tratar asuntos de todo tipo “dándole el protagonismo a los invitados para que puedan aportar sus ideas de una manera tranquila y sosegada, como servicio público, huyendo de titulares y mensajes impactantes”.

En el caso del programa premiado, “los espectadores de 7TV y también los que luego lo vieron a través de las RRSS pudieron conocer la opinión



de las entidades y empresas que forman parte de la cadena de distribución que, a menudo, no encuentran espacios dónde exponer sus ideas cuando se ven sometidos a campañas de desprestigio poco fundamentadas", concluyó Celia Díaz.

Nueva convocatoria del premio

Hasta el 28 de febrero de 2025 se encuentra abierta la convocatoria de la II edición del Premio, que reconocerá el mejor trabajo informativo sobre el sector de la distribución comercial de gran consumo en Andalucía publicado durante el año 2024 en cualquier medio de comunicación, tanto impreso como online, diarios, revistas especializadas, medios audiovisuales o redes sociales. Las bases del premio se pueden consultar en el siguiente enlace: <https://tinyurl.com/28z3vcrh>