

INFORME DE SEGUIMIENTO EN MEDIOS Y RRSS

III JORNADA CAEA

“MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL DE ALIMENTACIÓN Y GRAN CONSUMO”

(10 DE NOVIEMBRE DE 2025)





CAEA

Confederación Andaluza Empresarios
Alimentación y Perfumería

CANAL SUR.ES/RTVA

<https://www.canalsur.es/rtva/andalucia-directo-recibe-el-ii-premio-caea-de-comunicacion-a-la-mejor-informacion-sobre-el-sector-de-la-distribucion-comercial-de-gran-consumo/2215349.html>



CSTV | PREMIO OTORGADO

"Andalucía Directo" recibe el II Premio CAEA de Comunicación a la mejor información sobre el sector de la distribución comercial de gran consumo

Ha recogido el galardón Modesto Barragán, presentador del programa, en un acto en el que, además, han estado presentes el director general de Canal Sur, Juan de Mellado, la presidenta de CAEA, Virginia González, Cecilia Ortiz, directora general de Comercio de la Junta de Andalucía y Ana Gavala, directora del Centro de Empresas de CaixaBank en Nervión (Sevilla).

Fernando García Mena, director de Informativos Fin de Semana de Canal Sur Televisión, ha participado también en una mesa de debate sobre el tratamiento de la información en televisión.



Comunicación RTVA | 10 noviembre 2025

El programa de Canal Sur "Andalucía Directo" ha recibido este lunes, 10 de noviembre, el **II Premio CAEA de Comunicación**. El galardón se enmarca en las III Jornadas de Medios de comunicación y distribución comercial de alimentación y gran consumo organizadas por la **Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA)**.



El presentador del programa, **Modesto Barragán**, ha recogido este premio de manos de la presidenta de CAEA, **Virginia González**, en un acto en el que, además, han estado presentes el director general de Canal Sur, **Juan de Mellado**, **Cecilia Ortiz**, directora general de Comercio de la Junta de Andalucía y **Ana Gavala**, directora del Centro de Empresas de CaixaBank en Nervión (Sevilla). Este galardón, que se otorga a la mejor información sobre el sector de la distribución comercial de gran consumo, contribuye a consolidar la importante labor y trayectoria de "Andalucía Directo", el espacio informativo de la cadena pública andaluza con mayor continuidad en la televisión a nivel nacional. El reportaje objeto de este premio ha sido "Historias de amor en el supermercado", el cual se ha visionado durante las jornadas.

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

CANAL SUR NOTICIAS 1

<https://www.canalsurmas.es/videos/detail/293805-noticias-1-10112025>



CANAL SUR ANDALUCIA DIRECTO

<https://www.canalsurmas.es/videos/detail/293919-andalucia-directo-10112025>





CAEA

Confederación Andaluza Empresarios
Alimentación y Perfumería

TRIBUNA DE ANDALUCÍA

<https://www.tribunadeandalucia.es/los-supermercados-aseguran-que-los-medios-de-comunicacion-son-sus-aliados-frente-a-la-nutridesinformacion/>



Los supermercados aseguran que los medios de comunicación son sus aliados frente a la "nutridesinformación"

El II Premio CAEA de Comunicación ha recaído en el programa "Andalucía Directo", de Canal Sur Televisión, por el reportaje "Historias de amor en el supermercado"



Modesto Barragán, presentador de "Andalucía Directo"; Juande Mellado, director general de RTVA; y Ana Gavalá, directora del Centro de Empresas de CalxaBank en Nervión.

10 de noviembre de 2025 10 de noviembre de 2025 Tiempo de lectura 4 min.

Temas: Noticias • Agroalimentario



Te puede interesar

11 de noviembre de 2025
La Junta convoca ayudas por 27M€ para promover las unidades de investigación de excelencia y competitividad en Andalucía

11 de noviembre de 2025
Fundación Sando, Agencia Efe, Heineken España, ML Hoteles y

El Hotel Ilunion Alcora Sevilla ha acogido en la mañana de hoy la III Jornada "Medios de comunicación y distribución comercial de alimentación y gran consumo", organizada por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA). El encuentro ha congregado a periodistas de reconocido prestigio, expertos y DIRCOM de las empresas y organizaciones del sector, con el objetivo de profundizar en la información que ofrecen los medios sobre economía, empresa y dicho sector comercial.

Tu periódico
en PDF
tribunadeandalucia.es/pdf





CAEA

Confederación Andaluza Empresarios
Alimentación y Perfumería

DIARIO DE SEVILLA

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

Diario de Sevilla | Martes 11 de noviembre de 2025

ECONOMÍA | BOLSAS |



M. G.

III Jornada sobre distribución comercial de CAEA

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) celebró ayer la III Jornada *Medios de comunicación y distribución comercial de alimentación y gran consumo*,

donde se puso de manifiesto que el 30% de las *fake news* que circulan por internet son sobre alimentación, hasta el punto de que se ha acuñado el término "nutridesinformación".

https://www.elconciso.es/coyuntura/caea-alerta-aumento-fake-news-nutridesinformacion_0_2005212252.html

 **EL CONCISO.** Regístrate Iniciar sesión

Coyuntura | Indicadores económicos: análisis y noticias

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación alerta sobre el aumento de la “nutridesinformación” en internet

La entidad celebra en Sevilla la tercera edición de una jornada especializada para analizar el papel de los medios de comunicación en la difusión de noticias del sector

↳ [La digitalización y la inteligencia artificial movilizarán 31 millones en el regadío andaluz](#)



Un momento de la jornada de CAEA celebrada en Sevilla. / M. G.

 **El Conciso**

Sevilla, 10 de noviembre 2025 - 18:31

     comentarios

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) ha celebrado este lunes la III Jornada “Medios de comunicación y distribución comercial de alimentación y gran consumo”, que ha congregado el Hotel Ilunion Alcora Sevilla a periodistas, expertos y dircoms de las empresas y organizaciones del sector. Durante el encuentro, se ha puesto de manifiesto que el 30% de las *fake news* que circulan por internet son sobre alimentación, hasta el punto de que se ha acuñado el **término “nutridesinformación”, afectando decisivamente a las decisiones de compra y al consumo por parte de los ciudadanos**, muy permeables a este tipo de desinformación con efectos perjudiciales sobre empresas, sectores empresariales concretos, las ventas, los precios de los productos y los propios consumidores.

<https://www.andaluciainformacion.es/articulo/sevilla/supermercados-aseguran-que-medios-comunicacion-son-aliados-frente-nutridesinformacion/202511111430163166128.html>



SEVILLA

Los supermercados defienden a los medios de comunicación como "aliados frente a la nutridesinformación"

El II Premio CAEA de Comunicación ha recaído en el programa 'Andalucía Directo', de Canal Sur Televisión, por el reportaje *Historias de amor en el supermercado*.



Modesto Barragán recogiendo el premio. | CAEA.

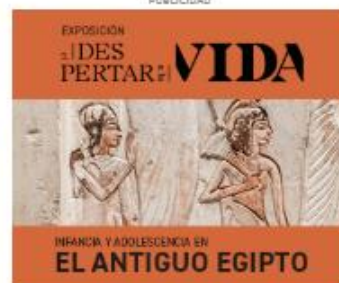
REDACCIÓN

11/11/25 | 14:30 Actualizado: 11/11/25 | 14:49 | TIEMPO DE LECTURA: 5 MIN.



El Hotel Ilunion Alcora Sevilla ha acogido la III Jornada 'Medios de comunicación y distribución comercial de alimentación y gran consumo', organizada por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA).

PUBLICIDAD



NOTICIAS DE HOY



Alberto Orellana, nuevo entrenador de la UD Roteña, asegura que "vamos a ser un equipo valiente"



San Juan ofrece ayuda para solicitar las nuevas ayudas al alquiler de la Junta de Andalucía



Detenido un conductor 'kamikaze' que recorrió más de 30 kilómetros en sentido contrario en la A-4 entre

<https://www.extradigital.es/la-caea-distingue-a-andalucia-directo-con-su-premio-de-comunicacion-andalucia/>



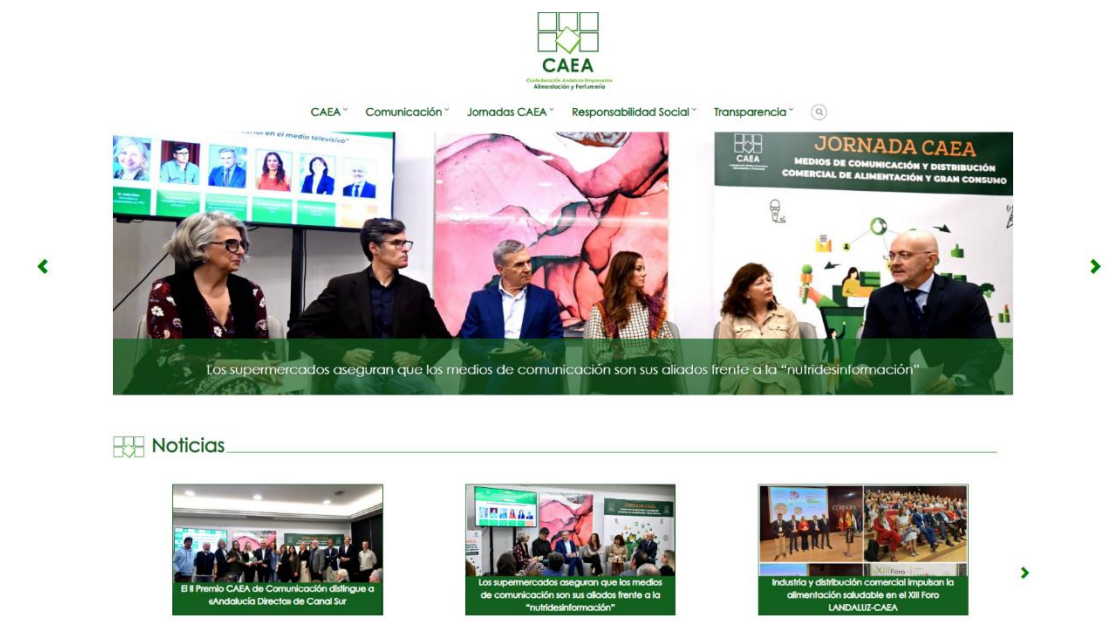
La CAEA distingue a «Andalucía Directo» con su premio de Comunicación

 Extradigital Andalucía
 11 Nov a las 6:20 am



WEB DE CAEA

<https://www.caea.es/noticias/los-supermercados-aseguran-que-los-medios-de-comunicacion-son-sus-aliados-frente-a-la-nutridesinformacion/>



REDES SOCIALES



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



<https://www.instagram.com/somoscaea?igsh=cmQwaxl4ZnZnaDc4>





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



<https://x.com/SomosCAEA>



NOTA DE PRENSA

Los supermercados aseguran que los medios de comunicación son sus aliados frente a la “nutridesinformación”

El II Premio CAEA de Comunicación ha recaído en el programa “Andalucía Directo”, de Canal Sur Televisión, por el reportaje “Historias de amor en el supermercado”

La distinción fue recogida por el presentador del programa, Modesto Barragán, en presencia del director general de RTVA, Juande Mellado

Sevilla, lunes 10 de noviembre de 2025

El Hotel Ilunion Alcora Sevilla ha acogido en la mañana de hoy la III Jornada “Medios de comunicación y distribución comercial de alimentación y gran consumo”, organizada por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA). El encuentro ha congregado a periodistas de reconocido prestigio, expertos y DIRCOM de las empresas y organizaciones del sector, con el objetivo de profundizar en la información que ofrecen los medios sobre economía, empresa y dicho sector comercial.

Durante la jornada se ha puesto de manifiesto que el 30 % de las *fake news* que circulan por internet son sobre alimentación, hasta el punto de que se ha acuñado el término “nutridesinformación”, afectando decisivamente a las decisiones de compra y al consumo por parte de los ciudadanos, muy permeables a este tipo de desinformación con efectos perjudiciales sobre empresas, sectores empresariales concretos, las ventas, los precios de los productos y los propios consumidores.

La presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, ha indicado que la desinformación y las *fake news* “causan confusión y miedo, se viralizan siete veces más rápido que las noticias reales y un consumidor asustado es un consumidor fácil de engañar, especialmente en materia de alimentación y nutrición. El algoritmo que utilizan las plataformas digitales está íntimamente ligado a las tendencias generales de consumo y de compra porque todos somos consumidores de alimentación y necesitamos comer a diario, y ello conlleva que, en ocasiones, los medios de comunicación y las redes sociales busquen captar la audiencia con titulares gancho e informaciones llamativas sobre los supermercados, a través del clicbait y el sensacionalismo, que no siempre reflejan la realidad de los hechos, pero que multiplican el tráfico digital y la viralidad de las noticias y, con ello, los ingresos publicitarios”.

“Hoy más que nunca resulta fundamental el buen periodismo de interés general y servicio público, como contrapoder frente a la desinformación, a las tentaciones intervencionistas y a la tiranía digital de las grandes plataformas tecnológicas. Los medios de comunicación de prensa, radio y televisión constituyen para el sector de la distribución comercial de alimentación y gran consumo unos grandes aliados por la credibilidad, fiabilidad y rigurosidad que aportan en el tratamiento de la información. Merece la pena luchar por la verdad, y es lo que hacemos como sector, apoyándonos en los datos objetivos, en las fuentes oficiales y en nuestra credibilidad y profesionalidad como organización, frente al relato interesado, a los sesgos ideológicos y a los bulos”, ha asegurado la presidenta de CAEA.

II Premio CAEA de Comunicación

Durante el transcurso del acto de cierre de la III Jornada “Medios de comunicación y distribución comercial de alimentación y gran consumo”, celebrada en la mañana de hoy en el Hotel Ilunion Alcora de Sevilla, se ha hecho entrega del II Premio CAEA de Comunicación “A la mejor información sobre el sector de la distribución comercial de alimentación y gran consumo”, que en esta edición recayó en el programa “Andalucía Directo”, de Canal Sur Televisión, por el reportaje “Historias de amor en el supermercado”, emitido el 30 de agosto de 2024.

El video recoge los testimonios de distintas parejas de empleados de supermercados de Córdoba, que se conocieron en su trabajo diario, poniendo de manifiesto que los supermercados forman parte de nuestra vida cotidiana hasta el punto de que también en ellos puede surgir el amor, a través de historias reales.

El jurado, integrado por representantes de CAEA, CaixaBank y la directora general de Comercio, Cecilia Ortiz, valoró la calidad periodística, el contenido del trabajo centrado exclusivamente en el sector de la distribución comercial de alimentación y gran consumo, la repercusión pública y el alcance territorial, 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.

Recogió el premio el periodista y presentador del programa “Andalucía Directo”, Modesto Barragán, en presencia del director general de RTVA, Juande Mellado. “Hay mucha verdad en los más de 4.300 supermercados que tenemos en Andalucía, en sus 60.000 empleados que tiene el sector y en su variada clientela. Ahí ‘Andalucía Directo’ se hace más auténtico si cabe. Por eso es justo decir que este premio nos llega directamente del



corazón, del ADN de nuestro programa, los andaluces reales", aseguró Modesto Barragán.

Mesa debate "La información empresarial en el medio televisivo"

El encuentro ha contado también con una mesa debate sobre "La información empresarial en el medio televisivo", moderada por el periodista y director general de CAEA, Álvaro González Zafra. En la misma participaron comunicadores de reconocido prestigio como Celia Díaz, periodista y presentadora en 7TV, Sandro Pozzi, periodista colaborador televisivo, Fernando García Mena, director de Informativos Fin de Semana de Canal Sur Televisión, Rocío Feu de Mier, DIRCOM de la CEA y Nuria Cardoso, DIRCOM de ASEDAS.

Durante el transcurso de la jornada también se presentaron dos estudios de interés del sector. El primero, "Análisis de la cadena de valor agroalimentaria: metodología para la comparación precisa precios origen-destino", a cargo de Manuel Alejandro Hidalgo Pérez, profesor de Economía de la Universidad Pablo de Olavide. El segundo, "Estudio sobre la pérdida desconocida en el sector retail en Andalucía", fue presentado por María José González Calle, CB&I Consumer Success Executive de Nielsen.

Tras la jornada los asistentes realizaron una visita a las instalaciones de Canal Sur Televisión.

SOBRE CAEA. La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), fundada en 1989, representa los intereses generales del sector de la distribución comercial organizada de gran consumo en Andalucía, mayorista y minorista, en formatos supermercados de proximidad, cash & carry y canal especializado de perfumería, está conformada por 24 grupos empresariales. Su volumen de facturación alcanza los 42.000 millones de euros a nivel nacional (11.000 millones de euros en Andalucía), con unos 8.000 establecimientos comerciales (3.500 en Andalucía) y alrededor de 152.000 empleados en España (45.000 en Andalucía). Cuenta, además, con 4.500 pymes comerciales, franquiciados o socios de cooperativas, más de 3 millones de metros cuadrados de superficie comercial y más de 2 millones de metros cuadrados de superficie de almacén y logística.

Documentación que se adjunta:

✓ **Fotografías:**

Fotografía 1. Acto de entrega del II Premio CAEA de Comunicación. De izquierda a derecha: Virginia González Lucena, presidenta de CAEA; Modesto Barragán, presentador de “Andalucía Directo”; Juande Mellado, director general de RTVA; y Ana Gavala, directora del Centro de Empresas de CaixaBank en Nervión.

Fotografía 2. Mesa debate “La información empresarial en el medio televisivo”. De izquierda a derecha: Celia Díaz, periodista presentadora de 7TV y delegada de Tribuna de Andalucía; Sandro Pozzi, periodista colaborador televisivo; Fernando García Mena, director Informativos de fin de semana Canal Sur Televisión; Rocío Feu de Mier, DIRCOM de la CEA; Nuria Cardoso, DIRCOM de ASEDAS; y Álvaro González Zafra, periodista y director general de CAEA.

✓ **Programa completo de la III Jornada** “Medios de comunicación y distribución comercial de alimentación y gran consumo”

<https://www.caea.es/wp-content/uploads/2025/11/Programa-III-Jornada-de-Comunicacion-de-CAEA-10-11-25.pdf>