

**INFORME DE COMPROMISO CAEA 2018-2020
RED ESPAÑOLA
PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS**

**Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería
(CAEA)**



Esta es nuestra **Comunicación sobre el Progreso** en la aplicación de los principios del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas**.

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.

INFORME DE COMPROMISO CAEA 2018-2020
RED ESPAÑOLA
PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

ÍNDICE

- CAEA.
- Valores de CAEA y RSE.
- Transparencia y Registro Grupo de Interés de la CNMC.
- Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- Actuaciones de CAEA en el marco del Pacto.
- Intervenciones públicas, web y RRSS.
- Eventos.
- Campañas o programas.
- Convenios de colaboración.
- Premios y reconocimientos empresariales.
- Documentos.

CAEA

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) está integrada por 28 grupos empresariales mayoristas y minoristas del sector comercial de distribución de alimentación y perfumería, supermercados de proximidad y formatos cash en Andalucía. Sus empresas poseen un volumen de facturación de 29.000 millones de euros a nivel nacional (8.500 M€ en Andalucía), 9.000 establecimientos comerciales (4.000 en Andalucía), 125.000 empleados en España (45.600 en Andalucía), 5.000 franquiciados o socios, más de 4 millones de metros cuadrados de superficie comercial y más de 2 millones de metros cuadrados de superficie de almacén y logística.

Los grupos empresariales asociados en la actualidad son:

<https://www.caea.es/empresas-miembros/>



LOS VALORES DE CAEA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La Confederación Andaluza de Empresas de Alimentación y Perfumería mantiene un serio compromiso con una serie de valores asociados a la organización, que tiene entre sus prioridades la colaboración con la sociedad y el bienestar de los ciudadanos a través de las acciones de responsabilidad social empresarial.

En este sentido, la Comisión de Trabajo de Economía, Medio Ambiente y Responsabilidad Social Empresarial creada en el seno de CAEA es la que canaliza todos los temas relacionados con la RSE dentro de la organización.

Para CAEA, la responsabilidad social empresarial va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas. La Confederación apuesta decididamente por el desarrollo de su labor asociando sus actividades y actuaciones a los siguientes valores: transparencia, ética, integridad, honestidad, credibilidad, compromiso, profesionalidad, prestigio, creatividad, innovación, desarrollo social y económico, crecimiento, formación, entre otros.

La organización impulsa el serio y creciente compromiso de sus empresas con el empleo, con la sociedad en general y con el consumidor en particular. La responsabilidad social empresarial constituye una prioridad para CAEA y abarca todos los ámbitos de la empresa.

En este sentido, la dieta y alimentación saludable, la actividad física y vida sana constituyen una clara apuesta de futuro. Asimismo, la lucha contra el desperdicio alimentario, el compromiso con los más desfavorecidos a través de la donación de alimentos, la inserción de

personas con especiales dificultades de acceso al mercado laboral, la accesibilidad de nuestras tiendas, la sostenibilidad, la reducción de emisiones, la eficiencia energética y la economía circular, entre otros aspectos, también resultan campos de actuación permanentes.

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería forma parte del Consejo de Competitividad, Innovación y Responsabilidad Social Empresarial de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), que preside el tesorero de CAEA, Jorge Romero.

TRANSPARENCIA Y REGISTRO DE GRUPOS DE INTERÉS CNMC

CAEA está inscrita en el Registro de Grupos de Interés de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), donde se inscriben todo tipo de entidades y grupos de interés comprometiéndose al cumplimiento de un decálogo ético como organización. Ello aporta credibilidad, transparencia y valor añadido a CAEA.

PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) es una entidad adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la mayor iniciativa voluntaria a nivel mundial para fomentar la responsabilidad social, el desarrollo sostenible y el civismo empresarial.

El Pacto Mundial constituye una red de empresas y grupos de interés, un foro de aprendizaje e intercambio de experiencias, con el objetivo fundamental de incorporar los 10 Principios internacionalmente aceptados en las actividades empresariales de todo el mundo, como valores esenciales desde el nacimiento de la iniciativa en el año 2.000, basados en los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

Asimismo, también es objetivo prioritario del Pacto Mundial canalizar las acciones en apoyo de los fines más amplios de las Naciones Unidas, incluidos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), aprobados en el año 2015.

Con su adhesión al Pacto, la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería se compromete a apoyar los Diez Principios del Pacto Mundial y promover los mismos entre sus asociados y grupos de interés, así como impulsar el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). CAEA participará en las actividades del Pacto y

promoverá acciones de apoyo e impulso a los objetivos del mismo entre sus empresas y «stakeholders».

Adhesión de CAEA al Pacto Mundial

Con fecha 5 de julio de 2018 se ha producido la aceptación de la solicitud de adhesión de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, incorporándose la Confederación a la red de empresas y entidades que integran el registro oficial de participantes de la citada organización.

El Pacto Mundial ES

- La mayor iniciativa voluntaria a nivel mundial para fomentar la responsabilidad social, el desarrollo sostenible y el civismo empresarial.
- Un conjunto de valores fundamentados en principios aceptados internacionalmente.
- Una red de empresas y otros grupos de interés.
- Un foro de aprendizaje e intercambio de experiencias.

5

El Pacto Mundial NO ES

- Jurídicamente vinculante.
- Un método para controlar el comportamiento de la empresa y velar por la observancia de la ley.
- Un estándar, un sistema de gestión o un código de conducta
- Una herramienta normativa.
- Una vía de gestión de las relaciones públicas.

Compromisos de CAEA

Los compromisos que CAEA asume como organización participante son los siguientes:

- Apoyar a los Diez Principios del Pacto Mundial en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción.
- Avanzar en estos principios dentro de nuestra esfera de influencia y trasladar una declaración expresa de este compromiso a nuestros grupos de interés y a la sociedad en general.
- Participar en las actividades del Pacto Mundial de acuerdo a nuestro tipo de organización.
- Comunicar cada dos años a nuestros grupos de interés información sobre nuestra participación, trasladándoles nuestros esfuerzos para

apoyar a los diez principios, así como publicar una Comunicación sobre Compromiso (COE) en la web del Pacto Mundial.

Los Diez Principios del Pacto Mundial

Derechos Humanos

1. “Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia”.
2. “Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos”.

Normas Laborales

3. “Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva”.
4. “Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción”.
5. “Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil”.
6. “Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación”.

Medio Ambiente

7. “Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente”.
8. “Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental”.
9. “Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente”.

Anticorrupción

10. “Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno”

Actividades a realizar por CAEA en el marco del Pacto Mundial

- Atraer a nuevos firmantes al Pacto Mundial de las Naciones Unidas a través de sus esfuerzos de difusión y sensibilización.
- Organizar eventos de aprendizaje y diálogo, talleres y cursos de formación para sus socios sobre el Pacto Mundial y otros temas específicos relacionados con la sostenibilidad empresarial.
- Proporcionar su experiencia y/o la opinión de sus socios a los grupos de trabajo del Pacto Mundial e iniciativas especiales.
- Involucrar a sus socios en los esfuerzos de acción colectiva sobre cuestiones relacionadas con el Pacto Mundial.
- Servir de anfitrión a la Red Local en el desarrollo de sus actividades.

El valor de la participación de las empresas

La participación en el Pacto Mundial y la aplicación de sus principios puede ayudar a las empresas a:

- Mejorar la integración institucional de las cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza;
- Abordar las nuevas oportunidades y los nuevos riesgos para la empresa; aumentar la eficacia general de las operaciones;
- Tener acceso a las experiencias y las buenas prácticas de las entidades homólogas;
- Adquirir conocimientos especializados;
- Atraer, motivar y retener a los empleados;
- Aumentar la confianza en la empresa y renovar su licencia;
- Mejorar la reputación y la imagen de marca de la empresa;
- Participar en un diálogo activo y constructivo con la sociedad civil y otras partes interesadas;
- Fortalecer las relaciones con las partes interesadas, tanto a nivel mundial como a nivel local;
- Estrechar los vínculos con las Naciones Unidas; desempeñar un papel de liderazgo en las cuestiones de importancia crítica;
- Establecer redes con otras organizaciones; responder a las expectativas de los mercados financieros y mejorar el acceso al capital.

7

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

El Pacto Mundial de Naciones Unidas persigue dos objetivos principales:

1. Incorporar los 10 Principios en las actividades empresariales de todo el mundo, como valores esenciales desde el nacimiento de la iniciativa en el año 2.000.
2. Canalizar acciones en apoyo de los fines más amplios de las Naciones Unidas, incluidos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), aprobados en el año 2015.

En enero de 2016 entraron en vigor los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, el plan de acción más ambicioso a favor de las personas, el planeta y la prosperidad hasta 2030.

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), también conocidos como Objetivos Mundiales, son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad, y cuentan con 169 metas concretas.

El Pacto Mundial, como iniciativa de la ONU para la sostenibilidad empresarial del sector privado, es catalizador de los esfuerzos de empresas y organizaciones en la consecución de los ODS.

No se alcanzará el éxito empresarial sin un entorno sostenible. Al mismo tiempo, el desarrollo a nivel local o internacional necesita de las empresas. Este binomio dibuja una nueva dimensión de la responsabilidad social empresarial que llama al cambio.

1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.
2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.
3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.
4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.
5. Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas.
6. Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.
7. Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.
8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.
10. Reducir la desigualdad en y entre los países.
11. Conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.
13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
14. Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.
15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, efectuar una ordenación sostenible de los bosques, luchar contra la desertificación, detener y revertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de diversidad biológica.
16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.
17. Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible.

Conclusión

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas se basa en la creencia de que las prácticas empresariales responsables y las alianzas entre sectores son cruciales para fortalecer la economía mundial y garantizar el bienestar ambiental y social. Actualmente, son incontables las prácticas empresariales y las alianzas entre sectores inspiradas en los diez principios del Pacto Mundial.

Hoy más que nunca, las empresas, en colaboración con las Naciones Unidas y otras partes interesadas, tienen la oportunidad de contribuir a garantizar que la globalización y el comercio avancen de forma ventajosa para las economías, las sociedades y las personas de todos los países.

La contribución de las empresas a la sociedad y al desarrollo es vital: crean empleo e ingresos, proporcionan conocimientos técnicos, fortalecen la gestión y aportan soluciones basadas en el mercado a los problemas sociales y ambientales más urgentes. Las empresas responsables son una fuerza positiva que estimula el desarrollo y mejora las condiciones de la humanidad.

El compromiso con el Pacto Mundial demuestra la voluntad de las empresas de contribuir a crear un mercado mundial sostenible. Cada empresa tiene una función que desempeñar, y todas pueden contribuir al cambio positivo. No obstante, el modo de conseguirlo será diferente para cada una. Las empresas comienzan y terminan en distintos puntos del camino hacia la mejora. No importa dónde se encuentre una empresa en el momento de adherirse al Pacto Mundial, lo que realmente importa es su compromiso sincero con la misión del Pacto Mundial y su voluntad de cambio.

ACTUACIONES DE CAEA EN EL MARCO DEL PACTO MUNDIAL

Desde la incorporación de CAEA como entidad adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas en julio de 2018, la Confederación ha incorporado a sus actuaciones y actividades concretas, así como a su filosofía y “modus operandi”, los compromisos adquiridos con dicha adhesión.

En concreto, en las actuaciones de CAEA como organización que integra a su vez a empresas y cooperativas se tiene especialmente en cuenta los siguientes objetivos específicos concordantes con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas:

- ✓ Atraer nuevos participantes al Pacto Mundial de las Naciones Unidas a través de nuestros esfuerzos de divulgación y sensibilización.
- ✓ Organizar eventos de aprendizaje y diálogo, talleres y capacitación para nuestros miembros sobre el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y temas específicos relevantes para la sostenibilidad corporativa.
- ✓ Brindar nuestra experiencia y/o la voz de nuestros miembros a grupos de trabajo del Pacto Mundial e iniciativas especiales.
- ✓ Involucrar a nuestros miembros en los esfuerzos de acción colectiva en temas relacionados con el Pacto Mundial.
- ✓ Cualesquiera otras acciones para apoyar el Pacto Mundial y nuestro compromiso con la iniciativa.

INTERVENCIONES PÚBLICAS, PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES

En este sentido, en todas las intervenciones públicas, proyectos, campañas, programas y eventos en los que ha participado CAEA que estuviesen relacionados con los objetivos y compromisos del Pacto, la Confederación ha hecho referencia a su pertenencia al Pacto y a la necesaria alineación con dichos objetivos, tratando de fomentar y difundir los mismos entre sus empresas asociadas y grupos de interés.

Asimismo, dentro de la página web de CAEA (www.caea.es) se creó un portal específico de Responsabilidad Social Empresarial que recoge todas las iniciativas en la materia que parten de la Confederación, con un apartado específico dedicado al Pacto Mundial de las Naciones Unidas. La información contenida en la web ha sido difundida igualmente a través de las redes sociales propias de CAEA (Facebook, Twitter, LinkedIn y Youtube).



CAEA

Confederación Andaluza Empresarios
Alimentación y Perfumería



CAEA
Confederación Andaluza Empresarios
Alimentación y Perfumería

CAEA [Comunicación](#) [Jornadas CAEA](#) [Responsabilidad Social](#) [Transparencia](#)

Home > [Responsabilidad Social](#) > [Responsabilidad Social](#)

Responsabilidad Social

Responsabilidad Social

- Valores, responsabilidad social y transparencia
- Pacto Mundial Naciones Unidas
- Proyectos y actuaciones
- Eventos
- Documentos
- Premios y reconocimientos empresariales
- CAEA y Obra Social "La Caixa"
- 1 Premio «Mejor Iniciativa en RSE»

Un sector de la distribución comercial comprometido

Casi la práctica totalidad de las empresas del sector de la distribución comercial en Andalucía están comprometidas contra la pobreza y la exclusión mediante la donación de alimentos (93%), mientras que un 81% aplican medidas de sostenibilidad medioambiental y un 67% tienen integradas medidas laborales tendientes a la conciliación e igualdad de género, entre otras acciones como la inserción de personas con especiales dificultades de acceso al mercado laboral (42%).

Queda así patente cómo las empresas integrantes de CAEA, además de estar enfocadas en el crecimiento y en la transformación de sus negocios, saben que este crecimiento pasa por un compromiso con la sociedad y apuesta claramente por acciones de responsabilidad social corporativa de distinto índole.

Igualmente, la sostenibilidad medioambiental es un segmento de actuación donde las empresas muestran una gran actividad, tanto en relación con el medio ambiente y el consumo de recursos como en relación con las mejoras en eficiencia y resultados en la empresa que la aplicación de algunas de estas medidas conlleva.

En este sentido, la totalidad de las empresas está impulsando proyectos para la mejora energética de sus centros, aspecto sin duda clave de cara al medio ambiente pero también en la búsqueda de la rentabilidad del negocio con la incorporación de algunas de las mejores tecnológicas que se van introduciendo en el mercado.

Otro de los aspectos que destacan es la lucha contra el desperdicio alimentario, impulsada por el 86% de las empresas, así como una adecuada gestión de residuos y apuesta por la economía circular (71%).



LA SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA, TERRITORIAL Y MEDIOAMBIENTAL DEL FORMATO SUPERMERCADO



CAEA
Confederación Andaluza Empresarios
Alimentación y Perfumería

CAEA [Comunicación](#) [Jornadas CAEA](#) [Responsabilidad Social](#) [Transparencia](#)

Home > [Responsabilidad Social](#) > [Pacto Mundial Naciones Unidas](#)

Responsabilidad Social

Pacto Mundial Naciones Unidas

Valores, responsabilidad social y transparencia

Adhesión de CAEA al Pacto Mundial

Con fecha 5 de julio de 2018 se ha producido la aceptación de la solicitud de adhesión de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, incorporándose la Confederación a la red de empresas y entidades que integran el registro oficial de participantes de la citada organización.

Pacto Mundial Naciones Unidas

El Pacto Mundial ES

- La mayor iniciativa voluntaria a nivel mundial para fomentar la responsabilidad social, el desarrollo sostenible y el civismo empresarial, con 12.000 empresas o entidades adheridas al Pacto procedentes de 140 países.
- Un conjunto de valores fundamentados en principios aceptados internacionalmente.
- Una red de empresas y otros grupos de interés.
- Un foro de aprendizaje e intercambio de experiencias.

Proyectos y actuaciones

El Pacto Mundial NO ES

- Jurídicamente vinculante.
- Un método para controlar el comportamiento de la empresa y velar por la observancia de la ley.
- Un estándar, un sistema de gestión o un código de conducta
- Una normativa normativa.
- Una vía de gestión de las relaciones públicas.

Eventos

Documentos

Premios y reconocimientos empresariales

CAEA y Obra Social "La Caixa"



EVENTOS

12

VII Foro Landaluz – CAEA “Alimentación y hábitos saludables en la cadena agroalimentaria”

La Hacienda de Quinto acogió el 10 de octubre de 2019 el VII Foro de la Empresa Agroalimentaria y de la Distribución “Alimentación y hábitos saludables en la cadena agroalimentaria”, organizado por la Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía (Landaluz) y la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), que ha congregado a más de 150 profesionales de los sectores que interactúan en la cadena de valor alimentaria.

El Foro, con el objetivo de impulsar las relaciones de cooperación entre la industria agroalimentaria y la distribución comercial y centrado en la temática de la alimentación y los hábitos saludables, contó en su apertura con la presencia del consejero de Salud y Familias de la Junta de Andalucía, Jesús Aguirre, la directora general de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria, Cristina del Toro, junto al presidente de Landaluz, Álvaro Guillén, y la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena.

Virginia González, presidenta de CAEA, resaltó que la distribución comercial alimentaria y, en concreto, “los supermercados, perfumerías y formatos cash & carry pueden colaborar muy satisfactoriamente mediante el adecuado asesoramiento e información al consumidor y a sus clientes profesionales, empoderando a sus empleados, previa

formación específica en la materia, como auténticos prescriptores de salud a la ciudadanía y a los profesionales minoristas y hosteleros”.

Asimismo, anunció que la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) “pondrá en marcha en este último trimestre de 2019 el programa ‘El comercio, prescriptor de salud’, bajo la coordinación técnica del Dr. Antonio Escribano Zafra, catedrático de Nutrición Deportiva, especialista en Endocrinología, Nutrición y Medicina Deportiva y responsable de Nutrición de la Selección Española de Fútbol, como uno de los mayores expertos a nivel mundial en la materia, otorgándole el necesario soporte médico y científico al proyecto formativo, que consistirá en un curso de formación específica al sector comercial en materia de salud, nutrición y hábitos de vida saludable, con el objetivo principal de formar al empleado de los establecimientos comerciales mayoristas y minoristas de alimentación y perfumería”, concluyó la presidenta de CAEA.

Por su parte, el consejero de Salud y Familias de la Junta de Andalucía, Jesús Aguirre, declaró que desde la Junta de Andalucía “defendemos la excelencia y la calidad de los productos de nuestra tierra con la reciente creación de la marca Gusto del Sur con la que queremos potenciar tanto hábitos saludables como el desarrollo de nuestra industria agroalimentaria”.

Por su parte, la directora general de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria de la Junta de Andalucía, Cristina del Toro, indicó que el agroalimentario es un “subsector referencia en calidad, intensivo en empleo y facturación y líder en exportación en España, y además contamos con una distribución dinámica e innovadora que se adapta permanentemente a las necesidades de los nuevos consumidores”.

Como portavoz de la industria, el presidente de LANDALUZ, Álvaro Guillén, destacó “la amplia participación de empresas de CAEA, a la que agradecemos la colaboración que venimos manteniendo durante años, ejemplo de la cual es que este foro alcanza ya la séptima edición, habiéndose consolidado como encuentro de referencia entre la industria y la distribución”.

El encuentro estuvo estructurado en tres bloques. El primero de ellos, de la mano de KPGM, que presentó el V Informe del Sector Agroalimentario en Andalucía, y puso en valor los retos del sector agroalimentario, entre los que destacan ganar en tamaño empresarial, apostar por productos saludables, transformarse digitalmente, la sostenibilidad y el medio ambiente, la seguridad alimentaria, la innovación y la eficiencia.

El segundo bloque, titulado “Cultura gastronómica y hábitos saludables”, corrió a cargo de Xanty Elías Fernández, presidente de la Fundación Prenauta y chef del restaurante Acánthum, quien declaró que algo “estamos haciendo mal, puesto que la obesidad y el sobrepeso es un grave problema, siendo una adecuada alimentación fundamental para corregirlo, especialmente importante en edades infantiles, en las escuelas, limitando la publicidad dirigida a estas edades y fortaleciendo la autoestima y parte emocional. La dieta mediterránea basada en productos andaluces y la vida activa, son clave”, concluyó Xanty Elías.

Tras la pausa – café networking, el tercer bloque consistió en una mesa redonda – coloquio que versó sobre “La alimentación y los hábitos saludables en la cadena agroalimentaria”, moderada por el Dr. Antonio Escribano Zafra, quien resaltó “el elevado coste de no cuidarse adecuadamente, en torno al 10% del PIB mundial. El ser humano es muy voraz y a veces no sabe gestionar la correcta alimentación y unos hábitos saludables, por eso es fundamental la campaña ‘El comercio, prescriptor de salud’ que pone en marcha CAEA, para formar a los empleados de los supermercados en el asesoramiento en salud, alimentación equilibrada y hábitos saludables. El supermercado es una bendición porque nos permite encontrar a escasos metros de nuestra casa todo lo que necesitamos para vivir. De hecho, el ser humano hace con tres hipotecas, el oxígeno, el agua y los alimentos, y dos de ellas la satisfacen los supermercados, pero hay que ser conscientes de que cuando compramos no gastamos dinero, sino que invertimos en salud”, aseveró el Dr. Escribano.

14

Como integrantes de la mesa, Francisco Javier Quiles Bodí, director de Relaciones Externas de Consum, manifestó que el principal valor de Consum es “actuar como una empresa responsable, si la salud es un elemento esencial para las personas, la alimentación es crucial para obtener una mejora sustancial en la calidad de vida. Por eso, desde hace más de 20 años, Consum tiene implantado el ‘programa de vida saludable’, que recoge una serie de actividades formativas e informativas, cuyo propósito es trasladar a los consumidores la importancia de una alimentación sana y equilibrada, así como un consumo responsable, para generar hábitos de vida saludables (asociar alimentación y salud, fomentar una dieta variada y recuperar la tradicional dieta mediterránea). Somos una empresa cooperativa de distribución comercial y esa es nuestra principal responsabilidad”, aseguró Javier Quiles.

Asimismo, Antonio Castaño, gerente de MAJAO Gazpachería Andaluza, expuso que el gazpacho “es un superalimento que debiera venderse en farmacias, gracias a la excelente calidad de los productos andaluces, todo se andará”, indicó.

María Martínez-Herrera, responsable del Área de Salud, Seguridad Alimentaria y Medio Ambiente de ASEDAS, habló de cómo “las tres características básicas del modelo de proximidad del supermercado español, equilibrada, accesible y circular son pilares básicos para que el consumidor de hoy y del futuro pueda llevar una dieta equilibrada y le ayude en todos los aspectos de la salud. El alto número de puntos de venta que aglutina ASEDAS, más de 19.000, permite que los consumidores tengan acceso a la alimentación en casi todos los municipios del territorio nacional. Que además puedan llevar una dieta variada a precios asequibles y realicen sus compras andando, lo que llamamos en ASEDAS una movilidad activa como hábito de vida saludable si se incorporan a la rutina diaria. Además, también colaboran con sus proveedores de fresco y envasado para hacer cadenas más sostenibles y circular, dentro de los objetivos sostenibles marcados por todas las autoridades públicas”, aseguró María Martínez-Herrera.

La clausura corrió a cargo de los directivos de las dos entidades organizadoras, CAEA y Landaluz, que agradecieron la amplia participación de profesionales, patrocinadores y colaboradores, junto con la directora general de Comercio, Lorena Garrido. Esta última anunció que el VI Plan Integral para el Fomento del Comercio Interior en Andalucía verá la luz a finales de este año, e invitó a la participación y colaboración en el mismo por parte del sector, ya que entrará en periodo de información pública en el mes de octubre.

A la finalización de la jornada tuvo lugar un cocktail de despedida para todos los asistentes. Asimismo, el foro contó con una zona expositiva en la que se exhibieron productos innovadores y se ofreció una cata de los mismos.

<https://www.caea.es/noticias/el-vii-foro-landaluz-caea-aborda-la-alimentacion-y-los-habitos-saludables-en-la-cadena-agroalimentaria/>

XI Jornadas del Sector de la Distribución “Tendencias de futuro en gran consumo”

La sede de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) acogió el 14 de junio de 2019 las XI Jornadas del Sector de la Distribución “Tendencias de futuro en gran consumo”, que organiza la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) con carácter anual y que han congregado a más de 250 profesionales y empresas de toda la cadena de valor. El acto de apertura contó con la participación de la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, el presidente de la CEA, Javier González de Lara y Sarria, y la viceconsejera de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, Lorena García de Izarra.

La presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, indicó que no es casualidad que “la distribución comercial y, en concreto, los supermercados, constituyan el sector empresarial mejor valorado por los consumidores, con un 83% de consideración favorable por parte de éstos. Nuestras empresas saben que el consumidor actual es un consumidor inteligente, comprometido, experiencial, sostenible, saludable y responsable, y ha dejado de ser sólo un comprador al que hay que satisfacer y fidelizar para ser valorado como un ser humano completo, con valores y muchas dimensiones, físicas, intelectuales, emocionales y espirituales”.

Asimismo, la presidenta de la patronal andaluza de la distribución alimentaria solicitó a la Administración de la Junta de Andalucía “apoyo para el sector comercial como segundo motor de actividad económica tras el turismo, sin excluir a ninguna empresa por razón de su forma jurídica o dimensión, dado que nos encontramos en un momento clave en el que debemos afrontar la transformación digital y modernización de nuestros establecimientos”, concluyó Virginia González Lucena.

Por su parte, el presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Javier González de Lara, incidió en la necesidad de que el sector cuente “con estabilidad, seguridad jurídica, unidad de mercado y certeza económica, bajo el valor del consenso y el diálogo entre las organizaciones del comercio para afrontar los grandes retos que posee, como la innovación permanente, la transformación digital, las constantes modificaciones normativas y el diálogo con las organizaciones sindicales”.

Por último, la viceconsejera de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, Lorena García de Izarra, cerró el acto de apertura del encuentro apuntando que el sector comercial “es absolutamente estratégico por su dimensión y también por su capacidad de generación de empleo, un 20% del total en Andalucía, más de 500.000 personas. La modernización y competitividad del sector comercial es fundamental y constituye una prioridad para la Junta de Andalucía, por lo que aprobaremos en el segundo semestre del año el VI Plan de Fomento del Comercio Interior de Andalucía”, concluyó la viceconsejera.

El programa de la jornada contó con expertos y profesionales de reconocido prestigio en materia de gran consumo. La conferencia inaugural “Alimentación y hábitos de vida saludable” fue impartida por el Dr. Antonio Escribano Zafra, catedrático de Nutrición Deportiva, especialista en Endocrinología, Nutrición y Medicina Deportiva y responsable de Nutrición de la Selección Española de Fútbol, que fue presentado por Luis Miguel Piña León, vocal de la Junta Directiva de

CAEA y consejero delegado Luis Piña S.A. Escribano explicó que lo que “más mata hoy en día es una mala alimentación y poca gente sabe comer adecuadamente. Las claves, cuidar el corazón y el cerebro y prevenir el envejecimiento y el estrés con una alimentación adecuada y unos hábitos de vida activa, pautas en las que el supermercado de proximidad desempeña un papel fundamental”.

Tras la pausa – café networking, se desarrolló un panel de ponencias bajo el título “Una proximidad equilibrada, accesible y circular”, que fue moderado por José María Rodríguez Monteys, vocal de la Junta Directiva de CAEA y consejero delegado de Euromadi. En el mismo, Ignacio García Magarzo, director general de la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS), aseveró que la distribución alimentaria andaluza “representa un modelo de proximidad equilibrada, accesible y circular al servicio de los consumidores, que presta un servicio insustituible en nuestra sociedad actual”.

Los casos prácticos del modelo andaluz vinieron de la mano de Coviran y Alsara. Silvia Miranda Boussidan, directora de Marketing de Coviran, puso en valor el modelo de supermercado de Coviran, “una cooperativa andaluza basada en la proximidad y cercanía con el consumidor, donde el mejor activo son sus socios y clientes”. Por su parte, Sandra V. García García, director adjunto de Detallistas de Alimentación San Rafael (Grupo Alsara), resaltó igualmente “el papel vertebrador y la capilaridad de sus supermercados, basado en cubrir de forma integral y personalizada las necesidades de los socios de la cooperativa para que estos den la mejor respuesta posible a las demandas del nuevo consumidor”.

Por último, el programa técnico se cerró con la mesa redonda – coloquio “Tendencias de futuro en gran consumo y nuevos roles del consumidor actual”, moderada por Daniel Gómez Maroto, vocal de la Junta Directiva de CAEA y director general de Asprodibe. En la misma, Pedro Reig Catalá, socio director de Coto Consulting y director general de ASUCOVA, incidió en el que el 77% de los españoles “prefieren comprar productos en empresas que demuestren sostenibilidad, transparencia, equidad e integridad, y en eso la distribución alimentaria de alimentación está muy por delante del resto del retail”.

Por su parte, José Luis García del Pueyo, socio director de Holos Management y profesor de San Telmo Business School, apuntó que los consumidores actuales son “protagonistas, exigentes, envejecidos y digitalizados y deben ser estímulo para la mejora continua, porque no adaptarse puede ser letal”. Por último, Rafael González Martínez, director general Grupo Aromas, concluyó que en el sector de perfumerías “se ha democratizado el lujo y el consumidor actual se basa mucho más en

experiencias, en la personalización, en las nuevas tecnologías, en lo nuevo, el ahora y la inmediatez”.

<https://www.caea.es/noticias/mas-de-250-personas-participan-en-las-xi-jornadas-de-caea-centradas-en-las-tendencias-de-futuro-en-gran-consumo/>

Jornada sobre mejora de la eficiencia energética en el transporte del sector de la distribución comercial

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y la Agencia Andaluza de la Energía celebró el 30 de abril de 2019 en Sevilla una jornada técnica informativa sobre «Oportunidades de Mejora Energética en el Transporte del Sector de la Distribución Comercial». El encuentro, desarrollado en la sede de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), ha contado con la participación en el acto de apertura del secretario general de la CEA, Luis Fernández Palacios, el director de Financiación y Proyectos Estratégicos de la Agencia Andaluza de la Energía, Cristóbal Sanchez, y la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena.

En este sentido, la presidenta de CAEA destacó que la distribución comercial «viene invirtiendo desde hace años recursos y esfuerzos en tecnologías más respetuosas con el medio ambiente, minimizando su impacto ambiental, reduciendo emisiones de gases de efecto invernadero y apostando por las nuevas energías y la eficiencia energética. En este sentido, el transporte constituye un factor clave sobre el que se está realizando una significativa apuesta en base a nuevos medios de transporte impulsados por combustibles alternativos al petróleo (gas, eléctricos, etc.), reduciendo emisiones sin restar eficiencia al sistema a través de la cadena agroalimentaria, y manteniendo el adecuado servicio a los consumidores», concluyó Virginia González Lucena.

La Junta de Andalucía, a través de la Agencia Andaluza de la Energía, ha puesto en marcha una serie de incentivos de mejora energética del transporte en Andalucía (Resolución de 11 de abril de 2019 publicada en el BOJA de 16/04/19), cuyos contenidos y desarrollo fueron expuestos por Gema Cantero, técnico de la Agencia Andaluza de la Energía.

Por su parte, también se abordaron durante el transcurso de la jornada la realidad del transporte pesado en relación con las plataformas y centros de distribución, a través de Eugenia Sillero, secretaria general de la Asociación de Empresas de Gas Natural Vehicular (GASNAM); la entrega a domicilio y las furgonetas eléctricas por Arturo Pérez de Lucía, CEO de la Asociación Empresarial para el Desarrollo e Impulso del Vehículo

Eléctrico (AEDIVE) y la fotovoltaica para autoconsumo y recarga de los vehículos, infraestructuras de recarga para uso propio y para clientes, a cargo de Pedro Charneca, de la Agencia Andaluza de la Energía.

A la jornada asistieron los responsables de logística y transporte de las empresas asociadas a CAEA.

<https://www.caea.es/noticias/caea-y-la-agencia-andaluza-de-la-energia-abordan-las-oportunidades-de-mejora-energetica-en-el-transporte/>

VI Foro de la Empresa Agroalimentaria y de la Distribución “La innovación en la cadena agroalimentaria”

La Hacienda de Quinto acogió el 20 de diciembre de 2018 el VI Foro de la Empresa Agroalimentaria y de la Distribución, organizado por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y la Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía (Landaluz), que en esta sexta edición giró en torno a “La Innovación en la Cadena Agroalimentaria”.

El Foro, con el objetivo de impulsar las relaciones de cooperación entre los distintos agentes que componen la cadena de valor, contó en su apertura con el consejero de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, Rodrigo Sánchez Haro, quien estuvo acompañado por Luis Osuna, presidente de CAEA, Álvaro Guillén, presidente de Landaluz, y Álvaro Portes, director territorial de CESCE.

Sánchez Haro destacó que la agroindustria andaluza “cuenta con proyectos pioneros en innovación a nivel europeo, pero para que esta innovación sea efectiva se hace necesaria la colaboración de todos los eslabones de la cadena agroalimentaria”. Asimismo, el consejero de Agricultura confirmó que no habrá futura ley de agricultura y ganadería “sin el consenso con todos los agentes implicados”.

Por su parte, Luis Osuna, presidente de CAEA, resaltó que el sector comercial “tiene el privilegio de ser el último eslabón de la cadena de valor en contacto directo con el consumidor final y, por tanto, es un motor incesante de innovación gracias al conocimiento de las necesidades del cliente, centro de todas nuestras políticas, cuyo ‘feedback’ debe revertir a la producción e industria. La innovación en el ‘retail’ va a generar cambios decisivos en el futuro inmediato que nos llevarán a transformar los puntos de venta, más en 5 años que en los 50 anteriores, por lo que innovar no es una opción, es una auténtica necesidad para la distribución comercial”, concluyó Osuna.

Como portavoz de la industria, el presidente de LANDALUZ, Álvaro Guillén, quiso poner de manifiesto “la importancia que tienen aspectos como la sostenibilidad y la obtención de productos más saludables como los principios estratégicos que definirán los pasos de los nuevos alimentos”. Además, Álvaro Portes, director territorial sur de CESCE, afirmó que es prioritario “atender a las necesidades de los consumidores y orientar la innovación a las demandas del cliente, al mercado”.

El encuentro estuvo centrado en cuatro ponencias. La primera de ellas, de la mano de Nicolás Sierra, socio responsable de KPGM en Andalucía, quien disertó acerca de los “Retos y Perspectivas de la Industria de la Alimentación”. Sierra señaló que el futuro del sector “pasa por la necesaria cooperación de todos los operadores, desde productores hasta distribuidores, que garantice la necesaria innovación y sostenibilidad de la cadena alimentaria”.

La segunda ponencia, titulada “Innovación y Consumo desde la Perspectiva de la Distribución”, corrió a cargo de Antonio Romero, gerente de Relaciones Empresariales de Mercadona, quien destacó que la innovación “es una obligación de las empresas de distribución, que deben colaborar con el resto de los eslabones de la cadena con el objetivo de crear valor en el largo plazo”.

20

Tras la pausa – café networking, la segunda parte de la mañana estuvo centrada en la “Innovación en Productos Agroalimentarios”, a cargo de José María Fernández, director general de Innofood, que ha profundizado en “la importancia de la innovación de producto a partir del conocimiento intensivo del mercado y de las preferencias del consumidor”.

Por último, Juan Moreno, presidente de la Asociación de Consumidores UCA -UCE, impartió la ponencia “Nuevas Tendencias de Consumo”, indicando que la mejor innovación “es la que parte de la escucha activa al consumidor, trabajar escuchando al consumidor y sus organizaciones es garantía de éxito de la innovación”.

Al igual que la apertura, la clausura corrió a cargo de los directivos de las dos entidades organizadoras, CAEA y Landaluz, que agradecieron la amplia participación de profesionales, patrocinadores y colaboradores, junto con el director general de Comercio de la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, Raúl Perales. Este último resaltó que desde las administraciones “somos conscientes de la responsabilidad que conllevan los cambios que está generando la nueva era digital en la que nos encontramos inmersos, porque sabemos que hay que afrontarlos desde cada negocio pero también de forma colectiva”.

A la finalización de la jornada tuvo lugar un cocktail de despedida para todos los asistentes. Asimismo, el foro contó con una zona expositiva en la que se exhibieron productos innovadores y se ofreció una cata de los mismos.

El encuentro, organizado por CAEA y Landaluz, contó con la colaboración de la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio de la Junta de Andalucía, y de las entidades CESCE, Innofood, Montero Aramburu Abogados y KPMG.

<https://www.caea.es/noticias/la-innovacion-clave-en-el-futuro-de-la-industria-y-el-retail-alimentario/>

X Jornadas del Sector de la Distribución “La transformación digital en el sector de la distribución”

Las X Jornadas del Sector de la Distribución, organizadas por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), congregaron el 7 de junio de 2018 en CaixaForum Sevilla a más de 200 personas de toda la cadena agroalimentaria para abordar “La transformación digital en el sector comercial”, en un evento que fue clausurado por la presidenta de la Junta de Andalucía, Susana Díaz, junto al presidente de CAEA, Luis Osuna, al presidente de la CEA, Javier González de Lara, y al presidente de Honor de CAEA, Manuel Barea.

Susana Díaz destacó que el sector comercial en Andalucía “supone casi 150.000 empresas, más de 500.000 puestos de trabajo, el 17,5% del mercado laboral, y un impacto del 10% del PIB, lo que demuestra la importancia del mismo, sólo superado por el turismo. Hace falta un gran Pacto por el comercio en nuestra comunidad autónoma, para avanzar hacia la digitalización, pero afianzando el comercio de cercanía como elemento vertebrador de los territorios en entornos sostenibles. Que la gente deje el coche y vayan andando que siempre hay un comercio de proximidad cerca”, indicó la presidenta de la Junta de Andalucía”.

Por su parte, el presidente de CAEA, Luis Osuna, indicó que la transformación digital constituye “el reto y la oportunidad más inmediata e irrenunciable que poseen nuestras empresas en la actualidad, reforzando paralelamente nuestro mayor valor añadido, la cercanía, la proximidad, el contacto con el cliente, el factor humano y de calidad en la venta presencial”, según ha declarado el presidente de CAEA, Luis Osuna. Por tanto, el presente pasa irrenunciablemente “por modernizarse, apostar por las nuevas tecnologías, la innovación, la sostenibilidad y la calidad, situando al cliente como centro de todas nuestras políticas. En definitiva, transformarse o morir”, aseveró el presidente de CAEA.

El presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Javier González de Lara, expresó que la digitalización y sus demandas “deben ser una oportunidad para crear empleo, para construir modelos sociales en torno a las nuevas formas de comercio, para vertebrar nuestros espacios urbanos, porque el comercio es un factor positivo para todo ello, destacando la capacidad de liderazgo de CAEA en el sector comercial de alimentación y perfumería en Andalucía”.

En el acto de cierre se hizo entrega del Premio a la empresa de distribución comercial que concede con carácter anual CAEA, cuyo galardonado fue “Supermercados Piedra”, empresa familiar andaluza que celebra este año su 50 Aniversario. Recogió la distinción su director general, Francisco Javier Piedra Trujillo, que agradeció la misma felicitando a CAEA por la gran labor que desarrolla en defensa del sector. Las jornadas contaron con un importante elenco de personalidades y expertos de reconocido prestigio en la materia. El director general de comercio de la Junta de Andalucía, Raúl Perales, destacó en el acto de apertura que la transformación digital “ha de ir orientada a la omnicanalidad, preservando el espacio físico como punto de encuentro con el cliente”. Asimismo, el director territorial de CaixaBank, Rafael Herrador, se mostró muy satisfecho de poder acoger en su sede, CaixaForum Sevilla, un evento de la importancia de las X Jornadas del Sector de la Distribución, destacando la colaboración que su entidad mantiene con CAEA.

22

La conferencia inaugural fue impartida por el director de Desarrollo Corporativo de Microsoft, Carlos de la Iglesia, presentada por José María Sánchez Santa Cecilia, general manager de Prodware Spain. Tras la misma, tuvo lugar una pausa café networking, como parte importante también de las jornadas que se configuran como lugar de encuentro e interrelación entre los distintos eslabones y agentes que componen la cadena alimentaria, desde la producción al consumidor final.

A continuación, se expuso la visión tanto del sector como de la Administración. Por su parte, Felipe Medina, director de la Cadena Agroalimentaria de ASEDAS, disertó sobre la “Transformación digital y ecommerce en el sector de la distribución alimentaria”. Loreto del Valle, responsable de Innovación Tecnológica de la Junta de Andalucía, expuso las actuaciones que está llevando a cabo la Administración autonómica en la materia.

Por último, se desarrolló un panel de ponencias especializadas por parte de los “partners”: “Innovación digital en el sector de distribución y retail”, a cargo de Alberto del Sol, director Marketing Empresas Corporate Vodafone España; “La experiencia del cliente y la transformación digital”, por Benjamín Abejas, director de Servicios Digitales de KPMG; “Tus

clientes, tu ventaja competitiva”, impartida por Elisa Martín Garijo, directora Tecnologías e Innovación de IBM España; y “Efectivo y experiencia cliente en la era digital”, a cargo de Laura Galán Pulido, Product Manager Commerce y Cash PROSEGUR.

Las jornadas se despidieron con un cocktail para todos los asistentes.

<https://www.caea.es/noticias/susana-diaz-clausura-las-x-jornadas-del-sector-de-la-distribucion/>

V Foro Landaluz-CAEA “La responsabilidad social en la cadena agroalimentaria”

El V Foro de la Empresa Agroalimentaria y de la Distribución “La responsabilidad social en la cadena agroalimentaria”, organizado por LANDALUZ (Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía) y CAEA (Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería), se desarrolló en la sede de la Fundación Cajasol de Sevilla con fecha 28 de noviembre de 2017 con la asistencia de más de cien empresarios de todos los eslabones de la cadena agroalimentaria, con el objetivo de impulsar y poner en valor las actuaciones de responsabilidad social que tanto la industria agroalimentaria como la distribución comercial están desarrollando.

El acto fue presentado por el secretario general de Agricultura y Alimentación de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, Rafael Peral; el presidente de Landaluz, Álvaro Guillén; y el presidente de CAEA, Luis Osuna.

KPMG, a través de su socio responsable en Andalucía, Nicolás Sierra, y su director de auditoría en España, José Antonio Gómez, presentaron el III Estudio del Sector Agroalimentario de Andalucía; y, por su parte, Ignacio García Magarzo, director general de ASEDAS, abordó en una ponencia el tema de la responsabilidad social en la distribución comercial. Por último, la empresa Randstad disertó sobre la inserción de colectivos con especiales dificultades en el mercado laboral.

El foro fue clausurado por el consejero de Empleo, Empresa y Comercio de la Junta de Andalucía, Javier Carnero; el presidente de la Fundación Cajasol, Antonio Pulido; el presidente de Montero Aramburu, Alfredo Álvarez Tello; el presidente de Landaluz, Álvaro Guillén, y el presidente de CAEA, Luis Osuna.

<https://www.caea.es/noticias/caea-y-landaluz-impulsan-la-accion-social-en-la-cadena-agroalimentaria/>

IX Jornadas del Sector de la Distribución “Comercio Sostenible, Comercio Responsable”

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) celebró los días 22 y 23 de junio de 2017 las IX Jornadas del Sector de la Distribución, bajo el título “Comercio Sostenible, Comercio Responsable”, en el centro CaixaForum Sevilla, en un evento que congregó a más de 200 empresarios de todos los sectores que interactúan en la cadena alimentaria.

El acto de inauguración contó con la participación del presidente de CAEA, Luis Osuna; el presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía, Javier González de Lara; y el director general de Comercio de la Junta de Andalucía, Raúl Perales. La conferencia inaugural corrió a cargo del director general de AECOC, José María Bonnmatí, que aportó la visión global de la sostenibilidad a lo largo de toda la cadena de valor.

Tras la pausa – café, en la que además de foro networking los asistentes pudieron realizar una visita guiada a la exposición cultural del pintor español Anglada-Camarasa actualmente abierta en Caixaforum Sevilla, tuvo lugar primer panel de presentaciones sobre la sostenibilidad en la distribución comercial, en el que intervino en primer lugar Antonio Montaña, Prof. Dr. de la Universidad de Huelva y presidente de Qsostenible, presentando el estudio “La sostenibilidad económica, territorial y medio ambiental del formato supermercados”. Por su parte, Jorge Serrano, gerente de Empresas y Ecodiseño de Ecoembes, disertó sobre economía circular, ecodiseño y gestión de residuos; y el vocal de la Comisión de Consumo y Sanidad, Luis Miguel Piña, presentó el proyecto “El comercio no tiene desperdicio” impulsado por CAEA y Obra Social “La Caixa”, de lucha contra el desperdicio alimentario y fomento de la donación de alimentos.

Posteriormente, en una mesa redonda centrada experiencias empresariales en sostenibilidad, moderada por el director general de ASEDAS, Ignacio García Magarzo, la responsable de Medio Ambiente de Mercadona, Adela Torres, destacó las tres principales líneas de actuación de Mercadona en materia de sostenibilidad; Rafael González, director general de Grupo Cardoso, incidió en el modelo de “Perfumerías Aromas”; y, por último, Tania Muñoz, Directora de Comunicación y Relaciones Institucionales de Coviran, explicó el modelo “Coviran”.

El acto de clausura contó con la participación del presidente de CAEA, Luis Osuna; la 1ª teniente de alcalde y delegada de Economía, Comercio y Relaciones Institucionales del Ayuntamiento de Sevilla, Carmen Castreño, y la directora general de Comercio Interior del Gobierno de España, Carmen Cárdeno.

Tras la finalización, se ofreció un cocktail de despedida en el que se gustaron productos de las marcas de los patrocinadores.

<https://www.caea.es/noticias/la-distribucion-andaluza-desarrolla-un-comercio-mas-sostenible/>

CAMPAÑAS O PROGRAMAS

El comercio de alimentación orienta sus programas solidarios a hospitales y colectivos vulnerables por el Covid-19

Las empresas del sector de la distribución comercial alimentaria integradas en la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) han adaptado sus programas de donación de alimentos y productos de higiene a las necesidades generadas por la situación excepcional ocasionada por el Covid-19.

“El país está en un momento muy complicado y, aunque nuestra principal función social es permanecer abiertos garantizando el abastecimiento alimentario sin comprometer la salud de trabajadores ni clientes, se hace especialmente necesaria la colaboración e implicación de todos y, en concreto, del sector de la distribución comercial alimentaria y de perfumería al que CAEA representa, que está redoblando sus esfuerzos en el ámbito de la responsabilidad social empresarial y reorientando sus programas solidarios hacia los colectivos más vulnerables y necesitados”, ha expresado Virginia González Lucena, presidenta de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA).

Las empresas de distribución de alimentación y perfumería asociadas a CAEA donan más de 3.000 toneladas de alimentos al año sólo en Andalucía, como medida dentro de la acción social empresarial de las empresas y para reducir el desperdicio alimentario. Estas donaciones se producen de forma regular a través de entidades sociales y humanitarias, si bien también se llevan a cabo de forma excepcional ante situaciones de urgencia y necesidad como la actual debida al Covid-19.

En este sentido, desde la declaración del Estado de Alarma, a lo largo de las últimas semanas se ha llevado a cabo una significativa labor de reorganización logística y adaptación del trabajo que se desarrolla de manera habitual con las entidades sociales, para atender a las nuevas necesidades y demandas generadas por la crisis sanitaria.

Los hospitales han sido un nuevo foco de atención, que antes no era habitual en este tipo de acciones. Algunas empresas han puesto en marcha campañas extraordinarias dirigidas a diversos centros

hospitalarios con el fin de dar soporte al personal sanitario. Agua, zumos, frutos secos, chocolates y barritas energéticas, además de productos de aseo e higiene personal, son los principales componentes de estas entregas, con las que se pretende aportar un pequeño alivio a los que están luchando en primera línea contra la pandemia.

Además, la prioridad en estos momentos es atender a los colectivos especialmente vulnerables más necesitados, como los usuarios de comedores sociales, albergues para transeúntes, personas sin hogar o menores de familias en riesgo de exclusión que ahora no pueden ser atendidos en los comedores escolares. En la mayoría de los casos, la ayuda se está gestionando a través de entidades sociales.

En cuanto a los alimentos más demandados para situaciones de necesidad social, destacan productos no perecederos –aceite, productos infantiles, leche, cereales, chocolates, cacao, conservas (de pescado, cárnicas y vegetales), productos enlatados o en frasco, harina o azúcar, entre otros-; frescos de primera necesidad –carne, fruta y verdura-; y productos de higiene y aseo personal, entre los que cabe mencionar los pañales.

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) es una entidad adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y, por tanto, está plenamente comprometida en el impulso a los 10 Principios internacionalmente aceptados y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), entre los cuales se encuentran apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, poner fin a la pobreza en todas sus formas, poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición, garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos, reducir las desigualdades, entre otros.

Asimismo, CAEA se ha sumado a la campaña #EstoNOtienequePARAR, una iniciativa impulsada por más de 2.000 empresas que pretende poner en valor el esfuerzo de todas las empresas, sus trabajadores y sus empresarios que, priorizando siempre la seguridad y la salud de las personas, siguen trabajando, transformándose y reinventándose para ser más productivas e innovadoras que nunca en este contexto de crisis.

CAEA está integrada por 28 grupos empresariales mayoristas y minoristas del sector comercial de distribución de alimentación y perfumería, supermercados de proximidad y formatos cash en Andalucía. Sus empresas poseen un volumen de facturación de 29.000 millones de euros a nivel nacional (8.500 M€ en Andalucía), 9.000 establecimientos comerciales (4.000 en Andalucía), 125.000 empleados en España (45.600 en Andalucía), 5.000 franquiciados o socios, más de 4 millones de metros

cuadrados de superficie comercial y más de 2 millones de metros cuadrados de superficie de almacén y logística.

<https://www.caea.es/noticias/el-comercio-de-alimentacion-orienta-sus-programas-solidarios-hacia-hospitales-y-colectivos-mas-necesitados/>

Campaña “El comercio, prescriptor de salud”

En el marco del VII Foro de la Empresa Agroalimentaria y de la Distribución “Alimentación y hábitos saludables en la cadena agroalimentaria”, organizado por la Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía (Landaluz) y la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), que contó en su apertura con la presencia del consejero de Salud y Familias de la Junta de Andalucía, Jesús Aguirre, la directora general de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria, Cristina del Toro, junto al presidente de Landaluz, Álvaro Guillén, y la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, la organización empresarial de la distribución comercial alimentaria en Andalucía ha anunciado la puesta en marcha del programa «El comercio, prescriptor de salud».

27

Virginia González, presidenta de CAEA, resaltó que la distribución comercial alimentaria y, en concreto, “los supermercados, perfumerías y formatos cash & carry pueden colaborar muy satisfactoriamente mediante el adecuado asesoramiento e información al consumidor y a sus clientes profesionales, empoderando a sus empleados, previa formación específica en la materia, como auténticos prescriptores de salud a la ciudadanía y a los profesionales minoristas y hosteleros”.

En este sentido, anunció que la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) “pondrá en marcha en este último trimestre de 2019 el programa ‘El comercio, prescriptor de salud’, bajo la coordinación técnica del Dr. Antonio Escribano Zafra, catedrático de Nutrición Deportiva, especialista en Endocrinología, Nutrición y Medicina Deportiva y responsable de Nutrición de la Selección Española de Fútbol, como uno de los mayores expertos a nivel mundial en la materia, otorgándole el necesario soporte médico y científico al proyecto formativo, que consistirá en un curso de formación específica al sector comercial en materia de salud, nutrición y hábitos de vida saludable, con el objetivo principal de formar al empleado de los establecimientos comerciales mayoristas y minoristas de alimentación y perfumería”, concluyó la presidenta de CAEA.

Por su parte, el Dr. Antonio Escribano Zafra, resaltó “el elevado coste de no cuidarse adecuadamente, en torno al 10% del PIB mundial. El ser humano es muy voraz y a veces no sabe gestionar la correcta

alimentación y unos hábitos saludables, por eso es fundamental la campaña 'El comercio, prescriptor de salud' que pone en marcha CAEA, para formar a los empleados de los supermercados en el asesoramiento en salud, alimentación equilibrada y hábitos saludables. El supermercado es una bendición porque nos permite encontrar a escasos metros de nuestra casa todo lo que necesitamos para vivir. De hecho, el ser humano nace con tres hipotecas, el oxígeno, el agua y los alimentos, y dos de ellas la financian los supermercados, pero hay que ser conscientes de que cuando compramos no gastamos dinero, sino que invertimos en salud", aseveró el Dr. Escribano.

<https://www.caea.es/noticias/caea-pone-en-marcha-la-campana-el-comercio-prescriptor-de-salud/>

I Premio a la “Mejor Iniciativa en RSE” en el sector comercial andaluz

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y la Obra Social “la Caixa” convocaron en 2019 la I edición del Premio a la “Mejor Iniciativa en Responsabilidad Social Empresarial (RSE)” en el sector de la distribución comercial alimentaria y de perfumería en Andalucía.

28

El Premio tiene como objetivo dar a conocer y poner en valor las buenas prácticas que se desarrollan en el marco de la distribución comercial alimentaria y de perfumería, así como la significativa contribución que las empresas del sector comercial llevan a cabo para el desarrollo social y económico de Andalucía, bien directamente o a través de la colaboración con personas o entidades, mediante actuaciones en el ámbito de la responsabilidad social que redunden en interés de la sociedad en general.

El plazo de presentación de candidaturas fue del 1 de abril y al 10 de mayo de 2019. Puede optar al Premio, que posee carácter honorífico, cualquier empresa, persona física o entidad que interactúe en el sector de la distribución comercial de alimentación y perfumería en Andalucía y lleve a cabo buenas prácticas en el mismo en el ámbito de la responsabilidad social empresarial.

La presidenta de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería, Virginia González Lucena, y la directora territorial de Caixabank, María Jesús Catalá, entregaron el 13 de junio de 2019 en el Hotel Eurostars Torre Sevilla el *I Premio CAEA-Obra Social “la Caixa” a la “Mejor Iniciativa en Responsabilidad Social Empresarial”* a la empresa Alimentación y Bebidas Díaz Cadenas, distinción que fue recogida por su director general, Francisco Jesús Díaz Cadenas.

La presidenta de CAEA, Virginia González, indicó que el premio, que se encuentra en su primera edición y al que han concurrido tres candidaturas, tiene como objeto “contribuir a que se visualicen públicamente las buenas prácticas en nuestro sector comercial, así como la significativa contribución que nuestras empresas llevan a cabo para el desarrollo social y económico de Andalucía, sirviendo como ejemplo y referente para otros”. En este sentido, resaltó también la especial relación que une a CAEA y la Obra Social “la Caixa”, con la que “mantenemos una colaboración muy fructífera y provechosa desde hace años, y a la que queremos agradecer especialmente su contribución a la sociedad”, concluyó la presidenta de CAEA.

Por su parte, la directora territorial de Caixabank, María Jesús Catalá, agradeció igualmente a CAEA su colaboración y felicitó a la empresa premiada, Díaz Cadenas, por su “continuada labor social en favor de colectivos en riesgo de exclusión y con especiales dificultades de inserción laboral, así como por sus múltiples actuaciones en el ámbito de la donación de alimentos y lucha contra el desperdicio alimentario, la promoción del deporte, la alimentación y hábitos de vida saludable, el apoyo a colectivos de discapacitados y entidades sociales, etc.”.

29

Díaz Cadenas es una empresa familiar, con más de 40 años de experiencia, nacida en la localidad de Lantejuela y dedicada al sector de la alimentación y las bebidas. Cuenta con unas instalaciones de 10.000 m² distribuidos en 3 almacenes locales y una plataforma de distribución a nivel nacional situada en Madrid, 90 trabajadores y una destacada representación en España y en parte de Europa, Asia y África. El acto se desarrolló en el marco de la cena de recepción de las XI Jornadas del Sector de la Distribución “Tendencias de futuro en gran consumo”, que organiza CAEA con carácter anual, y que tendrán lugar el viernes 14 de junio en Sevilla. Durante el transcurso del mismo se hizo entrega igualmente de una distinción a la empresa Heineken, como entidad colaboradora de CAEA durante muchos años, premio que recogió el director comercial de Alimentación de Heineken España, Alfonso Sáiz.

<https://www.caea.es/i-premio-mejor-iniciativa-en-rse/>

Campaña “Compra súper, come sano” Supermercados Saludables

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) ha puesto en marcha la campaña “Compra súper, come sano”, con el objetivo de impulsar la alimentación y los hábitos de vida saludables, en colaboración con la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio de la Junta de Andalucía.

El sector de la distribución comercial y la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) están plenamente comprometidos con el impulso de medidas que promocionen la alimentación y los hábitos de vida saludables en Andalucía, contribuyendo de esta forma a reducir la problemática de la obesidad y los riesgos para la salud que ésta conlleva.

CAEA es una entidad adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la mayor iniciativa voluntaria a nivel mundial para fomentar la responsabilidad social, el desarrollo sostenible y el civismo empresarial, y como tal impulsamos el cumplimiento entre nuestros asociados de los 10 Principios del Pacto y de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), entre los que se encuentran mejorar la nutrición, garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.

El mundo empresarial y, en concreto, la distribución alimentaria, pueden colaborar positivamente en la prevención de conductas erróneas e impulsar una vida saludable y alimentación equilibrada, en el ámbito de la responsabilidad social empresarial.

Con esta campaña se pretende un doble objetivo: por una parte, concienciar al consumidor de la necesidad de llevar una alimentación equilibrada y apostar por hábitos de vida saludable y, por otra, incrementar las ventas en los supermercados y establecimientos de distribución alimentaria y, en concreto, en aquellos productos saludables en el marco de una alimentación equilibrada.

Las empresas asociadas a CAEA impulsarán esta campaña a través de sus establecimientos comerciales en todas las provincias andaluzas, difundiendo las medidas contenidas en el decálogo de la alimentación y los hábitos de vida saludables elaborado para la campaña.

<https://www.caea.es/noticias/caea-desarrolla-la-campana-compra-super-come-sano/>

Las empresas de CAEA colaboran en la ayuda social prestada ante la llegada masiva de inmigrantes

Las empresas asociadas a la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) están colaborando activamente, en coordinación con los ayuntamientos y la Guardia Civil, en el suministro de productos básicos de alimentación e higiene a los inmigrantes que están llegando de forma masiva a diversos municipios de la costa de Cádiz en el mes de julio de 2018.

El secretario general técnico de CAEA, Álvaro González Zafra, ha indicado que las empresas asociadas “están plenamente implicadas y su compromiso es máximo, ante una situación que entendemos requiere de nuestro apoyo. Nuestros supermercados en las zonas afectadas han donado botellas de agua, leche, zumos, galletas y productos básicos de alimentación e higiene en distintos municipios como Barbate, Algeciras o Los Barrios”.

“Las empresas de distribución de alimentación y perfumería asociadas a CAEA donan más de 3.000 toneladas de alimentos al año sólo en Andalucía, como medida dentro de la acción social empresarial de las empresas y para reducir el desperdicio alimentario. Estas donaciones se producen de forma regular a entidades humanitarias, si bien también se llevan a cabo de forma excepcional ante situaciones de urgencia y necesidad como la que acontece en las costas gaditanas ante la llegada masiva de inmigrantes que se está produciendo en los últimos días, según nos trasladan las autoridades de los municipios afectados”, declara el secretario general técnico de CAEA, Álvaro González Zafra.

<https://www.caea.es/noticias/las-empresas-de-caea-colaboran-ante-la-llegada-masiva-de-inmigrantes/>

31

Proyecto “El Comercio no tiene desperdicio” y Premio RSE a la “Mejor Iniciativa Empresarial” de la CES

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), en colaboración con la Obra Social “La Caixa”, desarrolló durante 2017 el proyecto “El comercio no tiene desperdicio”, campaña contra el desperdicio alimentario y el fomento de la donación de alimentos en el sector de la distribución comercial en Andalucía.

Esta campaña comprende una serie de medidas contenidas en un “Decálogo contra el Desperdicio Alimentario en el Sector de la Distribución Comercial”, al que se han adherido 15 empresas del sector asociadas a CAEA, comprometiéndose de forma responsable con el cumplimiento de las mismas mediante un documento de adhesión voluntaria.

Una de las medidas más destacadas que contribuyen a minimizar el desperdicio de alimentos es la donación, que engloba a aquellos productos no aptos para la venta por razones comerciales, pero que son aptos para el consumo. Estos alimentos son donados a entidades sociales capacitadas para darles salida (comedores sociales, Bancos de Alimentos o Cáritas). Actualmente, más del 80% de las empresas de CAEA realizan donaciones, periódicas o de forma puntual, estimando que pueden llegar a donar en torno a 2.000 toneladas de alimentos al año sólo en Andalucía”.

El presidente de Honor de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), Manuel Barea, y el director territorial de Caixabank en Andalucía occidental, Rafael Herrador, han recogido el Premio a la “Mejor Iniciativa Empresarial” en materia de responsabilidad social por el proyecto “El comercio no tiene desperdicio”, campaña contra el desperdicio alimentario en el sector de la distribución comercial en Andalucía desarrollado por CAEA y la Obra Social «la Caixa».

El galardón les fue entregado por el presidente de la Confederación de Empresarios de Sevilla (CES), Miguel Rus, y el presidente de la Diputación de Sevilla, Fernando Rodríguez Villalobos, en el marco de los 6ª Premios de Responsabilidad Social Empresarial que convoca anualmente la CES con objeto de reconocer públicamente las mejores iniciativas y buenas prácticas en responsabilidad social y sostenibilidad de las empresas.

El presidente de Honor de CAEA, Manuel Barea, destacó que, pese a que el comercio “sólo supone un 5% del total de desperdicio alimentario, la distribución comercial está plenamente concienciada con la minimización de esta problemática mundial, y es por ello que decidimos poner en marcha junto a la Fundación Bancaria ‘la Caixa’ un ‘Decálogo contra el desperdicio alimentario’, al que se adhirieron la mayoría de las empresas asociadas a CAEA. Es para nosotros un honor recoger esta distinción porque un comercio responsable es un comercio sostenible, comprometido con la sociedad y, también, más competitivo”, concluyó Barea.

Las firmas Saint Gobain Placo Ibérica, en el apartado ‘Gran empresa’, y qosITconsulting, en el de ‘Pequeña empresa’, han sido también galardonadas en esta nueva edición. Estas distinciones incluyen, además, una mención honorífica a la trayectoria para quienes en su vida profesional se han distinguido por su compromiso social y su trabajo en la concienciación y fomento de la responsabilidad social en las empresas, galardón que le fue entregado al director general de Endesa en Andalucía y Extremadura, Francisco Arteaga.

<https://www.caea.es/noticias/la-campana-de-caea-contra-el-desperdicio-alimentario-premio-a-la-mejor-iniciativa-de-rse/>

CONVENIOS DE COLABORACIÓN

Convenio CAEA-Naturcode

La presidenta de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), Virginia González Lucena, y la

administradora de Naturcode, Daniela Durand, han firmado el 20 de enero de 2020 un convenio de colaboración para impulsar la innovación en la cadena agroalimentaria. En concreto, se trata de articular una solución tecnológica que aporte mayor información, por una parte, al consumidor sobre los productos y, a su vez, a los sectores empresariales agroalimentarios sobre las nuevas tendencias de los consumidores.

La empresa andaluza Naturcode ofrece una solución tecnológica de conexión directa entre distribuidores agroalimentarios y consumidores. En este sentido, mediante una plataforma de comunicación, el consumidor consigue acceder a la información relevante que busca en la etiqueta del producto y, a su vez, el distribuidor recibe automáticamente el «feedback» del uso por parte del consumidor, aportando valor añadido para la toma de decisiones rentables y sostenibles.

Naturcode está llevando a cabo un proyecto piloto, impulsado por la Comisión Europea, para la implantación de este sistema innovador en los supermercados andaluces, aportando mayor transparencia en información al consumidor, que reporta a su vez en información relevante al distribuidor sobre el comportamiento de sus clientes.

CAEA ofrecerá, por su parte, la posibilidad de participar en dicho proyecto piloto a las sus empresas asociadas que así lo deseen, monitorizando y colaborando con Naturcode en la ejecución del proyecto.

<https://www.caea.es/noticias/convenio-con-naturcode-para-impulsar-la-innovacion-en-la-cadena-agroalimentaria/>

Convenio CAEA-Futura

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y Futura Service Provider (Futura SP) han firmado el 23 de octubre de 2019 un convenio de colaboración, aprobado por la Junta Directiva de CAEA reunida con fecha 10 de octubre, para impulsar la integración de soluciones y servicios tecnológicos y de telecomunicaciones en las empresas del sector de la distribución comercial asociadas a la Confederación.

La empresa Futura SP es un integrador de telecomunicaciones especializado en empresas, con más de 20 años de experiencia, que presta servicios para atender a una diversa gama de necesidades de comunicación a través de soluciones tecnológicas globales. Futura SP opera bajo la marca Citelia, principal grupo nacional de operadores de telecomunicaciones.

En virtud de este convenio Futura se incorpora como socio colaborador de CAEA, ofreciendo a los asociados de la Confederación servicios de telecomunicaciones de una manera integrada y llave en mano: acceso a Internet, telefonía fija, telefonía móvil, videovigilancia & videoconferencia y servidores cloud en un único proveedor de forma personalizada para cada empresa.

<https://www.caea.es/noticias/caea-y-futura-firman-un-convenio-para-la-integracion-de-soluciones-tecnologicas-en-el-sector/>

Convenio CAEA-Talention

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y la empresa Talention han firmado el 6 de mayo de 2019 un convenio de colaboración para impulsar la gestión eficaz de los recursos humanos en las empresas del sector comercial y, en especial, en las compañías asociadas a CAEA. La firma del acuerdo corrió a cargo de la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, y el socio director de Talention, José Luis Moncayo Núñez.

Según los datos de la última encuesta de población activa recientemente publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), el sector comercial es uno de los pilares impulsores de creación de empleo en España con 75.200 nuevos puestos de trabajo creados en el último año. En un sector comercial especialmente intensivo en la creación y mantenimiento de los puestos de trabajo, con más de 500.000 empleos en Andalucía, de los que 45.000 pertenecen a empresas asociadas a CAEA, la adecuada gestión de los recursos humanos se hace especialmente necesaria en interés tanto de las empresas como de los trabajadores de las mismas.

Talention es una consultoría de recursos humanos que ofrece una aplicación tecnológica, Talention HR, herramienta online que permite a las entidades realizar una gestión laboral más eficaz a través de un sistema conectado de los recursos humanos. En virtud de este convenio CAEA y Talention se comprometen a colaborar para impulsar una gestión eficaz de los recursos humanos en las empresas del sector.

<https://www.caea.es/noticias/convenio-con-talention-para-impulsar-la-gestion-eficaz-de-los-recursos-humanos/>

Convenio CAEA-Maldonado Pascual & Asociados

Con fecha 30 de abril de 2019 CAEA firmó un convenio de colaboración con Maldonado Pascual & Asociados, con el objetivo de elaborar un Plan

de riesgos penales y de la competencia de CAEA, objetivo incluido en el Plan Estratégico de CAEA 2018-2019.

Dicha Plan se encuentra en elaboración en la actualidad.

Convenio CAEA-Fundación Don Bosco

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y la Fundación Proyecto Don Bosco (FPDB) han firmado el 15 de octubre de 2018 un convenio de colaboración con el objetivo de favorecer la ocupación e integración sociolaboral de las personas en situación de desempleo pertenecientes a los proyectos de inserción desarrollados por la Fundación.

Fundación Don Bosco es una entidad sin ánimo de lucro creada en 1998 con una profunda vocación de servicio, organización salesiana de ámbito nacional con sede en todas las provincias de Andalucía excepto Almería, que desarrolla proyectos dirigidos a colectivos demandantes de empleo, fundamentalmente jóvenes en riesgo o situación de exclusión social, con el fin de facilitar y agilizar el proceso de incorporación al mercado de trabajo y su inclusión social.

En base al convenio, la Fundación Don Bosco proporciona a CAEA y a sus empresas asociadas un servicio de gestión de recursos humanos preseleccionando a aquellas personas candidatas que reúnan los requisitos para cubrir los puestos de trabajo vacantes. Asimismo, Don Bosco mantiene una oferta formativa que facilita la capacitación de los candidatos a las posibles demandas laborales que puedan surgir en CAEA o sus empresas asociadas y colabora con éstas en la definición de perfiles y competencias profesionales necesarias para cubrir las vacantes laborales que se produzcan en la empresa.

Por su parte, la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) sirve de mediadora entre la Fundación Proyecto Don Bosco y las empresas asociadas que demanden determinados perfiles para cubrir puestos de trabajo vacantes, fomentando en las contrataciones, siempre que el perfil profesional lo permita, la incorporación de jóvenes en riesgo o situación de exclusión social.

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la mayor iniciativa voluntaria a nivel mundial para fomentar la responsabilidad social, el desarrollo sostenible y el civismo empresarial del que CAEA forma parte, propugna 10 Principios Básicos y 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Entre éstos, figuran garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos (ODS 4); promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y

sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos (ODS 8); reducir la desigualdad en y entre los países (ODS 10); conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles (ODS 11).

Bajo estos principios y objetivos, en este marco de cooperación ambas partes impulsan su compromiso con la responsabilidad social empresarial, la acción social, la formación y la inserción de colectivos con especiales dificultades, la creación y el mantenimiento del empleo, la eficiencia y competitividad de las empresas, el desarrollo social y económico y el progreso de Andalucía.

<https://www.caea.es/noticias/la-fundacion-don-bosco-y-caea-firman-un-convenio-para-impulsar-la-insercion-sociolaboral/>

Convenio CAEA-Real Federación Andaluza de Fútbol

El presidente de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), Luis Osuna, y el presidente de la Real Federación Andaluza de Fútbol (RFAF), Eduardo Herrera, han firmado en Sevilla el 26 de abril de 2018 un convenio de colaboración para la promoción de la alimentación equilibrada y los hábitos de vida saludables.

El acuerdo pretende combatir la obesidad y los graves problemas para la salud que conllevan unos inadecuados hábitos de vida, a través de la concienciación de la población andaluza para la adopción de patrones alimenticios y hábitos saludables.

En este sentido, la RFAF ha puesto en marcha un ambicioso programa de salud llamado "Club Salud RFAF" para fomentar la salud y los hábitos alimenticios, en cuya difusión colaborará CAEA a través de sus empresas asociadas.

La Real Federación Andaluza de Fútbol pone en marcha este importante y novedoso programa de salud, liderado por el doctor Antonio Escribano, prestigioso catedrático en nutrición deportiva y director del Área de Salud de la RFAF, que va destinado a los más de 170.000 federados del fútbol andaluz y que se extenderá también a todos los centros de enseñanza andaluces a través de las Consejerías de Turismo y Deporte, Educación, Agricultura y Pesca, y Salud de la Junta de Andalucía, colaboradoras en este innovador proyecto.

Club Salud RFAF nace con el objetivo principal de promover los hábitos saludables en el deporte y en la vida en general, utilizando la actividad física y el deporte en particular como referencia en muchos casos.

Igualmente, se pretende llevar a cabo actuaciones destinadas a la prevención y detección de posibles patologías en los jóvenes deportistas. El programa se divide en cuatro grandes áreas con actividades prolongadas a través de charlas, reconocimientos, convenios - especialmente con el SAS- y un amplio recorrido de actuaciones en los federados y en los colegios andaluces para fomentar y garantizar el binomio salud-deporte en el fútbol andaluz:

- 1) Club Piel. El cuidado de la piel del deportista.
- 2) Club Alimentación. Hábitos de vida y alimentación del deportista como ejemplo de una vida saludable.
- 3) Club Vida. La prevención de la muerte súbita y patología cardiovascular en los deportistas.
- 4) Club Asistencia. Centros de Salud del SAS para asistencia primaria de urgencia a futbolistas.

<https://www.caea.es/noticias/la-federacion-andaluza-de-futbol-y-caea-impulsan-la-alimentacion-equilibrada/>

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS EMPRESARIALES

37

Los premios y distinciones en el ámbito empresarial sirven para dignificar la figura del empresario y destacar la labor que llevan a cabo las empresas, poniendo en valor su contribución al desarrollo social y económico de los territorios y sirviendo como referente para otros empresarios y para la sociedad en general.

Año 2019

Entre las distinciones a las empresas asociadas y sus representantes durante 2019 figuran:

- Premio CAEA 2019 a la Empresa de Distribución a Maskom.
- Premio CAEA 2019 a la entidad colaboradora a Heineken.
- I Premio CAEA-Obra Social La Caixa "Mejor iniciativa en RSE", otorgado a Díaz Cadenas.
- Premios Espiga de Oro 2019 que concede FESBAL (Federación Española de Bancos de Alimentos) a El Jamón y Coviran.
- Premio Cruz Roja Española por la participación en su Plan de Empleo a Grupo DIAN.

Año 2018

Entre las distinciones a las empresas asociadas y sus representantes durante 2018 figuran:

- Premio "Andalucía del Comercio Interior" a Supermercados Piedra.

- Premio “Banderas de Andalucía” a Deza.
- Premio “Empresario del Año” de Apymell a Ruiz Galán.
- Premio FEICASE a la “Gestión de personas y experiencia de cliente” a Coviran.
- Premio “Malagueño del Año” a Maskom.
- Premio FEICASE a la “Responsabilidad Social Empresarial” a Mercadona.

Año 2017

Durante el año 2017 han sido especialmente destacados los múltiples premios y reconocimientos empresariales recibidos tanto por los representantes como por las empresas de CAEA:

- Premio CAEA a la empresa de distribución 2017 a CUDAL.
- Premio “Fernando de Magallanes a la Cooperación Luso-Española” a Coviran.
- Premio “Cooperación Empresarial” que otorga la publicación “Andalucía Económica” a ALSARA;
- Premio por parte de la Universidad de Granada por sus buenas prácticas y actuaciones en el ámbito social a Coviran.
- Premio Málaga Avanza que concede Onda Cero a Maskom.
- Premio Empresa del Año en el marco de los Premios Hacemos Málaga que conceden la CEM y la Diputación de Málaga a Costasol de Hipermercados.
- Premio FEICASE por su solidaridad y responsabilidad social a Supermercados El Jamón.
- Premio FEICASE por su internacionalización y expansión a Perfumerías Aromas.
- Medalla de Oro de la provincia de Huelva que concede la Diputación Provincial de Huelva a El Jamón.
- Premio “Mejor Empresa de Distribución 2016” Qcom.es a Coviran.
- Premio a la expansión fuera de Huelva que otorga CECA Comercio Huelva a El Jamón.
- Premio Ejecutivo del Año dentro de los Premios Ejecutivos de Andalucía a Luis Osuna.
- Premio de la Confederación de Empresarios de Sevilla por el 40 Aniversario de FEICASE a Manuel Barea.
- Premio a la responsabilidad social empresarial a Coviran, que concede la CEA y la Consejería de Igualdad y Asuntos Sociales.

<https://www.caea.es/premios-y-reconocimientos-empresariales/>

DOCUMENTOS

Memoria corporativa de CAEA 2019:

<https://1drv.ms/b/s!AgKiPlxt7DaqgsQbslgXFPNGhXdHQA?e=RdPr32>

Memoria corporativa de CAEA 2018:

<https://www.caea.es/wp-content/uploads/2019/04/Memoria-CAEA-2018.pdf>

Memoria corporativa de CAEA 2017:

<https://www.caea.es/wp-content/uploads/2018/03/Memoria-corporativa-CAEA-2017.pdf>

Decálogo Campaña “El comercio no tiene desperdicio”

<https://www.caea.es/wp-content/uploads/2018/04/Proyecto-El-comercio-no-tiene-desperdicio.pdf>

Decálogo alimentación y hábitos saludables Campaña “Compra súper, come sano”

<https://www.caea.es/wp-content/uploads/2019/01/D%C3%ADptico-Campa%C3%B1a.pdf>

Estudio “La sostenibilidad del formato supermercado”

<https://www.caea.es/wp-content/uploads/2018/04/ESTUDIO-SOSTENIBILIDAD-FORMATO-SUPERMERCADOS-UNIVERSIDAD-HUELVA.pdf>

Estudio KPMG “Perspectivas de la Distribución Alimentaria en Andalucía”

<https://www.caea.es/wp-content/uploads/2018/05/Estudio-KPMG-CAEA-Distribuci%C3%B3n-Alimentaria.pdf>

Revista “Lineal Andalucía” nº 1

<https://www.caea.es/wp-content/uploads/2018/09/LINEAL-ANDALUCIA-N%C2%BA1.pdf>

Revista “Lineal Andalucía” nº 2

<https://www.caea.es/wp-content/uploads/2018/02/LINEAL-ANDALUCIA-N%C2%BA2.pdf>



Revista “Lineal Andalucía” nº 3

<https://www.caea.es/wp-content/uploads/2019/04/LINEAL-ANDALUCIA-N%C2%BA3.pdf>

Revista “Lineal Andalucía” nº 4

<https://www.caea.es/wp-content/uploads/2019/10/LINEAL-ANDALUCIA-N4.pdf>