

**INFORME DE COMPROMISO CAEA 2020-2022**  
**RED ESPAÑOLA**  
**PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS**

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



Clara Arpa, presidenta de la Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, en las XII Jornadas del Sector de la Distribución Comercial "Cercano, comprometido y sostenible" organizadas por CAEA (10 de junio de 2021)



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 2020-2022**  
**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.
- Aprobación del Código Ético y Guía de la Competencia de CAEA.
- 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.

2

## **CAEA**

---

Fundada en 1989, la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) representa a las empresas mayoristas y minoristas del sector de la distribución comercial moderna organizada de alimentación y perfumería en Andalucía, en formato supermercados de proximidad, cash & carry y canal especializado de perfumería. En la actualidad, CAEA está conformada por 26 grupos empresariales, 31.000 M€ de volumen de facturación a nivel nacional (9.000 M€ en Andalucía), 8.000 establecimientos comerciales (3.500 en Andalucía), 128.000 empleados en España (42.000 en Andalucía), 4.600 franquiciados o socios, más de 2,3 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 Arjona.

### **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**

4

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 produjo 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.

### **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.

## **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**

7

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.

9

### **APROBACIÓN DEL CÓDIGO ÉTICO Y GUÍA DE LA TRANSPARENCIA DE CAEA**

La Junta Directiva de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) ha aprobado con fecha 14 de abril de 2021 el Código Ético y la Guía de la Competencia de la organización, en el marco del Programa de Prevención de Riesgos Penales cuya elaboración está contemplada en el Plan Estratégico de la organización para el periodo de vigencia 2020-2023.

En este sentido, en el Área de Responsabilidad Social de dicho Plan Estratégico se contiene como prioridad estratégica potenciar la identificación de CAEA y del sector con valores universales como la responsabilidad, la sostenibilidad, las buenas prácticas, la ética, la transparencia, la credibilidad, el compromiso social y medio ambiental, etc. Asimismo, como objetivo operativo figura la elaboración e implantación de un Programa de Prevención de Riesgos Penales, Competencia y Protección de Datos, así como un Código Ético de CAEA.



CAEA y Maldonado Pascual & Asociados firmaron un convenio de colaboración en base al cual esta entidad se comprometió a asesorar a la Confederación en materia de riesgos penales, derecho de la competencia y protección de datos con el objetivo de implantar un Programa de Prevención de Riesgos Penales y Código Ético en la organización. El despacho Maldonado Pascual & Asociados es una firma que cuenta con profesionales con amplia formación jurídica, económica y empresarial y experiencia profesional de más de 25 años.

10

En este contexto, Maldonado Pascual & Asociados y CAEA han trabajado conjuntamente en la elaboración del citado Programa de Prevención de Riesgos Penales, que básicamente contiene un código ético y una guía de defensa de la competencia, y que se implementará a través de una aplicación informática.

El ámbito de aplicación del Programa está circunscrito a los miembros asociados de la organización, los miembros de los Órganos de Gobierno, Órganos de Gestión, Control y Consulta y los empleados, con independencia de la modalidad contractual que determine su relación laboral, y los colaboradores de la Confederación, todos ellos en tanto que actúan en el ámbito de acción y relación con la Confederación, es decir, son sujetos obligados en el ámbito de las funciones, derechos y deberes que les corresponden en su relación con CAEA en base a los estatutos de la Confederación y correspondientes convenios de adhesión como socios colaboradores miembro.

En cualquier caso, se trata de un Programa vivo, es decir, abierto a sucesivas modificaciones y adaptaciones según corresponda y aprueben los Órganos de Gobierno de la Confederación.

Se adjunta enlace al Código Ético y Guía de la Competencia de CAEA:

<https://bit.ly/3sDTVNT>

## **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](http://www.caea.es)) existe 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 ~ Comunicación ~ Jornadas CAEA ~ Responsabilidad Social ~ Transparencia ~

Home > 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 a Mejor Iniciativa en RSEs

**Responsabilidad Social**

Un sector de la distribución comercial comprometido

Con la práctica totalidad de las empresas del sector de la distribución comercial en Andalucía están comprometidas con la pobreza y la exclusión mediante la donación de alimentos (70%), mientras que un 81% aplican medidas de sostenibilidad medioambiental y un 57% tienen integradas medidas laborales referentes a la conciliación e igualdad de género, entre otras acciones como la inserción de personas con excepcionales dificultades de acceso al mercado laboral (35%).

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 se valoran claramente por acciones de responsabilidad social corporativa de gran impacto.

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 en el que cabe de cara al medio ambiente pero también en la búsqueda de la rentabilidad del negocio con la incorporación de algunas de las mejores tecnologías que se van introduciendo en el mercado.

Otro de los aspectos que destacan es la lucha contra el desperdicio alimentario, impulsado por el 81% 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**

12



CAEA ~ Comunicación ~ Jornadas CAEA ~ Responsabilidad Social ~ Transparencia ~

Home > Responsabilidad Social > Pacto Mundial Naciones Unidas

**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"

**Pacto Mundial Naciones Unidas**

**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, 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.

**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.



## EVENTOS

13

### ***Encuentro Telemático bajo el título “Presente y futuro del gran consumo en tiempos de coronavirus”***

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) celebró con fecha 8 de octubre de 2020 un Encuentro Telemático bajo el título “Presente y futuro del gran consumo en tiempos de coronavirus”, que ha contado con la participación de los máximos representantes de las organizaciones empresariales CAEA, ASEDAS y AECOC. Precio, proximidad, confianza, seguridad y e-commerce, se presentan como claves del futuro inmediato del gran consumo en un contexto empresarial de máxima competencia y, a la vez, marcado por la incertidumbre.

La presidenta de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), Virginia González Lucena, ha felicitado al sector de la distribución comercial y a toda la cadena de valor “por el importantísimo papel que están llevando a cabo, un ejemplo de coordinación y eficiencia empresarial, garantizando el abastecimiento de productos básicos a las familias y otorgando la confianza necesaria a los ciudadanos”. “Ante la elevada incertidumbre existente, será determinante la capacidad de adaptación de nuestras empresas en un contexto de máxima competencia, atendiendo especialmente a los factores clave del precio, la proximidad, la confianza y la seguridad para los consumidores”, indicó González Lucena.



# ENCUENTRO TELEMÁTICO

“PRESENTE Y FUTURO DEL GRAN CONSUMO  
EN TIEMPOS DE CORONAVIRUS”



**CAEA**  
Confederación Andaluza Empresarios  
Alimentación y Perfumería

## MUCHAS GRACIAS A TODOS



Dirige y modera:  
D.ª Virginia González Lucena,  
presidenta de CAEA.



D. Antonio Garrigues Walker,  
pte. de ASEDAS y pte. de Honor  
de Garrigues.



D. José María Bonmatí,  
director general de AECOC.



D. Ignacio García Magerzo,  
director general de ASEDAS.

### ENTIDADES COLABORADORAS:



Por su parte, el presidente de la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS), Antonio Garrigues Walker, hizo hincapié en la importancia de la responsabilidad social de las empresas que “hay que asumir de manera natural, sincera y profunda, porque colaborar es la única manera de sobrevivir. También hay que ejercerla desde la idea de la solidaridad. Y creo que la distribución alimentaria ha demostrado muchas veces que ese concepto lo domina”.

El director general de la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (AECOC), José María Bonmatí, resaltó que nueva realidad “lleva acompañada cambios en el comportamiento del consumidor y en sus tendencias de consumo. En el nuevo escenario el consumidor busca, sobre todo, una experiencia de compra segura -en lo que al establecimiento se refiere-, pero también crece el interés por una alimentación más saludable, con productos que le ayuden a llevar una dieta equilibrada y cuidar y fortalecer su sistema inmunológico. Por otra parte, el e-commerce ha doblado su penetración en alimentación, creciendo en un año lo que se preveía para los próximos cuatro. Es evidente, por tanto, que se trata de un tema prioritario que está llevando a que las empresas revisen sus estrategias en busca de un modelo que satisfaga a los clientes y que sea rentable y escalable”, concluyó Bonmatí.

Por último, el director general de ASEDAS, Ignacio García Magarzo, dijo que “nuestras empresas están sabiendo responder al mayor desafío que hemos tenido nunca, garantizar el abastecimiento de la población. Nuestros empresarios, junto con los empleados de los supermercados, asumieron el compromiso a pesar de las muchas dificultades y han demostrado la solidez del modelo español de distribución”. Además, expresó la necesidad de “transmitir confianza a los ciudadanos” y advirtió del peligro de crear nuevos impuestos o aumentar los existentes porque “son lo contrario de lo que necesitamos para animar a la recuperación que tiene que basarse, entre otras cosas, en el crecimiento del consumo interno”.

El encuentro se ha desarrollado con la colaboración de las entidades colaboradoras de CAEA: Obra Social “la Caixa”, Persán, Covap, Heineken, Coca Cola, Acesur, Asersa, Instituto Español, Agerul, Alsur, Don Pedro, Still, Talio, AGQ y Citelia-Futura.



15

Enlace a la noticia: <https://bit.ly/3laGjp5>

Enlace al informe de seguimiento en medios: <https://bit.ly/39nGtaj>

**8º Foro de la Empresa Agroalimentaria y de la Distribución, bajo el título «Perspectivas de futuro de la cadena agroalimentaria»**



16

La Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía (Landaluz) y la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) celebraron con fecha 2 de diciembre de 2020 el 8º Foro de la Empresa Agroalimentaria y de la Distribución, bajo el título «Perspectivas de futuro de la cadena agroalimentaria», en el que los distintos eslabones de la cadena de valor analizaron, en el contexto actual de Covid, las experiencias y tendencias de futuro que se abren en los distintos canales de gran consumo.

El acto de apertura contó con la participación del presidente de Landaluz, Álvaro Guillén; la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena; la directora territorial de Caixabank, María Jesús Catalá, y el secretario general de Agricultura, Ganadería y Alimentación de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, Vicente Pérez.

El presidente de Landaluz, Álvaro Guillén, destacó que “las tensiones provocadas por la incertidumbre generada por una anomalía histórica han sido solventadas con creces por los distintos eslabones que han permitido un abastecimiento de la sociedad para que esta pasara por momentos críticos con el confinamiento sin necesidad”. De cara al futuro, quiso poner en valor que nos planteamos distintos retos por delante, la

sostenibilidad, la digitalización y la internacionalización son palancas fundamentales para seguir impulsando a la industria agroalimentaria".

Por su parte, la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, ha puesto en valor que "el sector de la distribución comercial alimentaria y de productos básicos de primera necesidad puede sentirse orgulloso de haber logrado responder a los dos grandes retos que se le han planteado durante la pandemia: garantizar el abastecimiento y asegurar la correcta implantación de medidas de prevención del COVID en nuestras tiendas. La capacidad de adaptación de las empresas ha sido ejemplar, gracias a la colaboración de toda la cadena de valor y a la implicación de los equipos humanos, y hemos aprendido a valorar en mayor medida lo que supone tener una red tan extensa de establecimientos de proximidad que nos provean a escasos metros de nuestra casa de todo lo que necesitamos en nuestra vida diaria", concluyó la presidenta de CAEA.

Por su parte, la directora territorial de Caixabank en Andalucía Occidental y Extremadura, María Jesús Catalá, agradeció a la cadena de valor "su constante trabajo en pro de la sociedad, que nos ha permitido poder vivir esta situación con la mayor normalidad posible". Para concluir la inauguración, el secretario general de Agricultura, Ganadería y Alimentación de la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía, Vicente Pérez, apostó por "la promoción de la calidad de nuestros productos como eje de actuación de la Consejería que apoya a este sector como un sector estratégico para el crecimiento de Andalucía".

La primera ponencia corrió a cargo de Enrique Porta y de José Antonio Gómez, socio director de Consumo y Distribución de KPMG en España y director de auditoría de KPMG en Andalucía respectivamente, quienes presentaron el VI Estudio del Sector Agroalimentario de Andalucía. Sobre este informe destacaron como nuevas tendencias del sector agroalimentario: "Las empresas agroalimentarias andaluzas tienen previsto acelerar sus inversiones en los próximos años y abrazarán decididamente la digitalización y la orientación al cliente para hacer frente a esta crisis. Muestra de ello es que casi nueve de cada diez empresas que hemos encuestado realizarán una parte relevante de sus ventas directamente al consumidor en los próximos tres años. El sector también reforzará la trazabilidad, la seguridad alimentaria y la transparencia, potenciará de forma decidida la salud y la sostenibilidad e incrementará su internacionalización, al tiempo que en el entorno doméstico percibe que podría beneficiarse de una mayor preferencia del consumidor por los productos y proveedores locales".

Por su parte, Cristina García y Antonio Khalaf, directora de Marketing y director comercial de IRI Worldwide, presentaron las nuevas tendencias



de compra en el gran consumo, donde destacaron: “La pandemia nos ha dejado unas tendencias en el consumo que hace replantearse a fabricantes y distribuidores sus grandes palancas de aproximación al consumidor, un surtido optimo, políticas promocionales y de precios que se adecúen a la realidad de los consumidores aportando valor a la categoría. Es un futuro cambiante en el cual la agilidad en la toma de decisiones es vital. Con crecimientos inusuales en la demanda durante este año, debemos estar ya planteándonos las estrategias del 2021, ya que estamos viendo crecimientos más moderados en el consumo del hogar de en torno al 3,3% en octubre vs el año pasado y donde fidelizar al cliente y mejorar la experiencia de compra en el punto de venta son cruciales”.

Posteriormente, tuvo lugar una mesa redonda donde productores y distribuidores hicieron balance sobre cómo han vivido esta pandemia del COVID19 y los nuevos retos que se plantean. En este aspecto, tanto Rafael Guerrero, director comercial de COVAP, como Francisco Díaz Cadenas, director regional de Díaz Cadenas Alimentación, coincidieron en el esfuerzo que ha supuesto para todos poder aportar normalidad a esta situación. Rafael Guerrero, quiso destacar que “tras los meses más duros del confinamiento, donde nos centramos en producir para abastecer a la sociedad, se han multiplicado las promociones online con las cadenas de distribución, ya que los consumidores valoran mucho la confianza aportada por las cadenas que son quienes les llevan los alimentos a casa”.

Por su parte, Francisco Díaz Cadenas, animó al sector a no parar de trabajar como ha venido haciendo. Además, recalcó la complicada situación que estamos atravesando, aunque confía plenamente en que nos espera un futuro prometedor, que vendrá cargado de crecimiento. A diferencia de la última crisis que vivimos, Francisco apuesta por una salida mucho más rápida en esta ocasión.

En la recta final de la jornada, tuvo lugar la ponencia de José María Cervera, consultor y socio fundados del Food Service Institute. Jose María comentó que “el sector Horeca genera felicidad y bienestar y son necesarios para salir de esta situación. Por ellos, debemos generar confianza, promover financiación para negocios comercialmente viables, aprovechar la digitalización y afinar la experiencia con el consumidor”.

En la clausura, Rogelio Velasco, consejero de la Transformación Económica, Industria, Conocimientos y Universidades de la Junta de Andalucía, señaló que “la cadena ha sacado esta situación con nota. La pandemia ha dejado patente que las empresas que habían iniciado su proceso de digitalización han afrontado mejor esta situación, pero



también ha hecho que muchas empresas adopten medidas en este sentido. Es el momento de apostar por la digitalización y la innovación en nuestro tejido empresarial para mejorar su competitividad”.

Enlace a la noticia: <https://bit.ly/3Plic58>

**XII Jornadas del Sector de la Distribución Comercial CAEA 2021 “Cercano, comprometido y sostenible”**



19

El Auditorio Global Omnium del Acuario de Sevilla acogió el 10 de junio de 2021 las XII Jornadas del Sector de la Distribución Comercial “Cercano, comprometido y sostenible”, organizadas por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA).

En el acto de apertura participaron la presidenta de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), Virginia González Lucena, el presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Javier González de Lara y Sarria, y la viceconsejera de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, Lorena García de Izarra.

La presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, indicó que el sector de la distribución comercial alimentaria y de perfumería “ha resuelto la crisis con nota, gracias a su flexibilidad y capacidad de adaptación, demostrando que tenemos una cadena de valor altamente eficiente en

todos sus eslabones, y muestra de ello es que somos uno de los países europeos con menor rupturas de stock". Asimismo, González Lucena apuntó a la "la salud, la innovación, la digitalización, la sostenibilidad medio ambiental y la responsabilidad social como los principales desafíos y retos del sector en la era post- covid".

Además, la presidenta de la patronal andaluza de la distribución alimentaria y perfumería indicó que la ejemplar labor del sector durante la pandemia "ha sido reconocida por las Administraciones los ciudadanos y la opinión pública en general, si bien lamentablemente las Administraciones se han olvidado de nosotros a las primeras de cambio, en una cuestión tan necesaria como la vacunación de los trabajadores, que son esenciales y presenciales, y han estado al pie del cañón desde el principio de la crisis", concluyó Virginia González Lucena.

Por su parte, el presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Javier González de Lara, ha elogiado el trabajo de CAEA y el sector al que representa durante el año COVID: "En estos quince meses de pandemia habéis demostrado no sólo cercanía, compromiso y determinación por la sostenibilidad, haciendo cierto en vuestro día a día el lema de estas Jornadas, sino que también habéis hecho gala de una gran profesionalidad, sobre todo, habéis sido ejemplo de cuánto aporta a la sociedad la iniciativa privada".

Según González de Lara, CAEA ha evidenciado que "ser esencial no es atributo exclusivo de titularidad pública, ser esencial significa estar en condiciones de prestar un servicio para todos, con garantías de seguridad sanitaria, cumpliendo todos los protocolos, y transmitiendo confianza en la certeza de su prestación". El líder de los empresarios andaluces ha subrayado además la identificación de CEA y CAEA con la Agenda 2030 como pilar para la recuperación económica y social de Andalucía.

Cerró el acto de apertura la viceconsejera de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, Lorena García de Izarra, que señaló que el sector comercial andaluz "tiene grandes retos por delante, la transformación digital, la innovación, la generación de valor añadido y la sostenibilidad, y debe afrontarlos sin perder oportunidades, pero manteniendo su esencia, su idiosincrasia, sus raíces y su importante papel social".

El programa de la jornada contó con expertos y profesionales de reconocido prestigio en materia económica, empresarial y de gran consumo. La conferencia inaugural "*Economía y sociedad post vacuna. Perspectivas de la distribución comercial*", corrió a cargo de José María O'kean, catedrático de Economía de la Universidad Pablo de Olavide y

profesor asociado de Entorno Económico y Análisis de Países en el IE Business School.

O'kean expuso la coyuntura actual, indicando que la economía “se recupera rápidamente y tendremos año y medio de fuerte crecimiento, si bien después habrá que ajustar el desequilibrio fiscal al ritmo que nos marque Bruselas y el crecimiento se detendrá, debiendo las empresas de gran consumo adaptarse en cada momento según corresponda ante los permanentes cambios en las tendencias de los consumidores”.

Tras la pausa – café networking, se desarrolló una mesa redonda coloquio bajo el título “*Cercano, comprometido y sostenible*”, que fue moderada por Jorge Romero Arjona, vocal de Asuntos Económicos, Medio Ambiente y Responsabilidad Social de CAEA, y en la que participaron Ignacio García Magarzo, director general de la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS), Clara Arpa Azofra, presidenta de la Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, y Alba Cabañas Varales, Asesora Estratégica en Sostenibilidad. Regulatory & Public Affairs. Innovación Sostenible.

Ignacio García Magarzo, director general de la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS), disertó sobre “El papel del supermercado en la vertebración territorial de Andalucía”. García Magarzo puso de relieve en Andalucía “existe presencia de establecimientos de gran consumo alimentario en 630 municipios, lo que representa un servicio directo para más del 98 por ciento de la población total, mientras que la gran mayoría del resto puede acceder a un supermercado en menos de 15 minutos”.

Asimismo, Magarzo destacó que en los municipios andaluces de menos de 2.000 habitantes, “el 98,2 por ciento de las empresas que operan están vinculadas a ASEDAS y CAEA, un ejemplo de porqué decimos que la proximidad de la distribución de alimentos es nuestra mayor fuerza”. “Como hemos visto durante los meses de pandemia, la cercanía es uno de los valores más apreciados por los consumidores, pero, además, es muestra del compromiso social, económico y medioambiental de nuestras empresas: social porque conseguimos que en España no existan los desiertos alimentarios y que todos los ciudadanos tengan acceso a todo tipo de alimentos; económica porque creamos empleo y riqueza en los lugares en que operamos; y medioambiental porque contribuimos al mantenimiento de la actividad de los productores en las zonas rurales”.

### **Participación de la presidenta de la Red Española del Pacto Mundial**

Por su parte, Clara Arpa Azofra, presidenta de la Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, expuso su visión sobre “Los objetivos de

desarrollo sostenible (ODS) en el sector de la distribución comercial". Arpa indicó que "tenemos que asegurar que las generaciones venideras pueden desarrollarse porque les garanticemos ahora sus recursos necesarios en el futuro, es nuestra responsabilidad y el sistema de vida tiene que cambiar, somos casi 8.000 millones de habitantes y sólo tenemos un planeta, por lo que debemos gestionar los recursos con la mayor sostenibilidad económica, social y medio ambiental, en línea con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS)".



22

Por último, Alba Cabañas Varales, Asesora Estratégica en Sostenibilidad. Regulatory & Public Affairs abordó la "Sostenibilidad medio ambiental en el sector de la distribución comercial". Cabañas resaltó que el sector de la distribución comercial "ha demostrado estar comprometido con la eficiencia y la sostenibilidad ambiental en todos aquellos ámbitos que dependen plenamente de sus decisiones, asumiendo que la mejora es continua". Cabañas aseguró que, por su condición de proximidad al ciudadano, "la sociedad espera un esfuerzo de integración de la cadena de valor, para minimizar conjuntamente los impactos ambientales del actual modelo de producción y consumo y, en términos prácticos, ello supone la exigencia de una extensión de la responsabilidad, aguas arriba y abajo del punto de distribución, sobre la que se tendrá que trabajar en un futuro inmediato".

En relación a ese proceso, "el conocimiento de los retos a los que nos enfrentamos, la innovación y la cooperación con todos los agentes



implicados en la mejora de nuestro entorno, incluidos los consumidores, serán las claves de éxito", concluyó Alba Cabañas.

### **Premio a COBECOR**

Durante el acto de cierre de las jornadas, que contó con la participación de la presidenta de CAEA, Virginia González, el presidente de Honor de CAEA, Manuel Barea, el vicepresidente de CEA y presidente de Cámaras Andalucía, Javier Sánchez Rojas, y la directora general de Comercio, Lorena Garrido, se hizo entrega del Premio CAEA 2021 a la Empresa de Distribución. Dicho galardón recayó en COBECOR, siendo su fundador, Antonio Cortés García, el encargado de recoger la distinción.

COBECOR es una empresa familiar andaluza con 25 años de trayectoria empresarial, fundada por D. Antonio Cortés García, y dedicada a la distribución de bebidas y cash & carry. Actualmente cuenta con unas instalaciones de unos 5.000 mts<sup>2</sup>, de los cuales 2000 mts<sup>2</sup> están destinados a Cash&Carry y el resto a almacén de distribución.

El presidente de Honor de CAEA, Manuel Barea, felicitó a COBECOR y a su fundador, Antonio Cortés García, indicando que se trata de una empresa "con el emprendimiento, la exigencia y la eficiencia en su ADN, valores que integran su forma de ser, y también con una muy clara vocación por el asociacionismo empresarial y la colaboración dentro del sector".

El director comercial de COBECOR, Antonio Jesús Cortés Cejas, agradeció a CAEA la distinción y la felicitó por "la gran labor que desarrolla en favor del sector", poniendo en valor "el gran mérito de nuestro padre como fundador y gran artífice de lo que hoy en día es COBECOR".

El vicepresidente de CEA y presidente de Cámaras Andalucía, Javier Sánchez Rojas, transmitió su felicitación por la celebración de las XII Jornadas del Sector de la Distribución, y trasladó el reconocimiento de las Cámaras de Andalucía al sector de la distribución comercial representado por CAEA, "por haber sabido adaptarse en tiempo récord a los nuevos hábitos de unos consumidores que, por las circunstancias de la pandemia, han debido combinar la tienda física con las plataformas digitales, afrontando con éxito el gran reto de la digitalización, y al mismo tiempo, estando muy cercanos a los ciudadanos".

Por último, la directora general de Comercio de la Junta de Andalucía, Lorena Garrido, indicó que ahora "es momento de actuar, estamos ante un nuevo mercado y unos nuevos consumidores, unas nuevas personas y un nuevo mundo, y la distribución comercial tiene una oportunidad única



que no debe dejar escapar". "La Administración andaluza quiere ser el partner del sector comercial, vuestro socio, vuestro compañero de viaje en este momento histórico que estamos viviendo, y podéis contar con nosotros para ello", aseguró la directora general de Comercio.

Las XII Jornadas del Sector de la Distribución Comercial se llevan a cabo gracias a la participación de las entidades colaboradoras: Junta de Andalucía, Covap, Heineken, Acesur, Asersa, Infrico, Caixabank, Instituto Español, Coca Cola, Agerul, Alsur, Persan, Legumbres Don Pedro, Talio, Still, Inquieto Moving y Dcoupon.

A la finalización del encuentro, que contó con una zona expositiva con stand de las entidades colaboradoras de CAEA para la degustación de productos innovadores, tuvo lugar un cocktail de despedida a los asistentes.

Enlace a la noticia, video y galería fotográfica: <https://bit.ly/38oTCjh>

Enlace de seguimiento en medios: <https://bit.ly/3LjVUgK>

**9º Foro de la Empresa Agroalimentaria y de la Distribución, bajo el título "Impacto y tendencias en los lineales de las cadenas de distribución"**

24



La Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía (LANDALUZ) y la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería

(CAEA) han celebrado en la mañana de hoy el 9º Foro de la Empresa Agroalimentaria y de la Distribución, bajo el título *“Impacto y tendencias en los lineales de las cadenas de distribución”*, en el que los distintos eslabones de la cadena de valor analizaron el complejo contexto actual en el que se desenvuelven los canales de gran consumo.

El acto de apertura contó con la participación de la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena; el secretario general de Landaluz, Miguel Ángel Jiménez Segador; la viceconsejera de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía, Lorena García de Izarra; y la directora general de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria, Carmen Cristina del Toro.

La presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, indicó que la cadena de valor de gran consumo “ya ha demostrado recientemente durante la pandemia su excelente capacidad de respuesta y adaptación permanente a los cambios y, en ese sentido, su competitividad es la mayor garantía de abastecimiento y minimización del impacto ante lo que algunos analistas económicos han denominado la tormenta perfecta”. No obstante, “el sector del gran consumo está preocupado por el contexto internacional y el encarecimiento de los costes, principalmente carburantes y transporte, con gran peso en el sector, y también energéticos y de electricidad, que por la refrigeración de los frescos tiene igualmente bastante importancia en alimentación, descartándose en todo caso problemas de suministro por la robustez de la cadena de valor”, concluyó González Lucena.

Por su parte, el secretario general de Landaluz, Miguel Ángel Jiménez Segador, indicó que los incrementos de los insumos, la escasez de materias primas y las subidas de costes de transporte y energéticos hacen que la situación actual sea compleja y con un entorno difícil, por lo que necesitamos más que nunca el apoyo de la Administración, estabilidad y seguridad jurídica, así como la necesaria colaboración entre los distintos eslabones de la cadena agroalimentaria para poder seguir manteniendo la competitividad y excelencia”. “El valor añadido de nuestros productos es la calidad, somos una comunidad autónoma líder en exportación, y tanto el sector productor como la industria y distribución son fundamentales para vertebrar Andalucía y luchar contra la despoblación”, concluyó Jiménez Segador.

Asimismo, la viceconsejera de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía, Lorena García de Izarra, comentó que el estatus actual del sector comercial “es muy bueno y ha salido muy reforzado de la pandemia gracias a su capacidad de respuesta y adaptación, y a su compromiso con los productos andaluces, cercanos, resultando fundamental la apuesta por el

comercio de proximidad". "La Junta de Andalucía tiene muy claro que hay que favorecer la actividad empresarial reduciendo cargas fiscales, simplificando los procesos y eliminando trabas administrativas y, de hecho, tiene previsto sacar en las próximas semanas un decreto ley de medidas al respecto, porque la estabilidad, seguridad jurídica y reducción de cargas impositivas son clave".

La directora general de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria, Carmen Cristina del Toro, los lineales de los supermercados "reflejan las necesidades y demandas del consumidor, lo que está en ellos es lo que el ciudadano compra, y los productos andaluces tienen un valor añadido de calidad e innovación". "Somos una comunidad autónoma líder en exportación de productos, tenemos 7.000 industrias agroalimentarias, el 2% del empleo total de Andalucía, y en cada pueblo de nuestra tierra, por pequeño que sea, hay producción, industria y una tienda de alimentación que ayudan a luchar contra la Andalucía vaciada", aseveró la directora general.

La primera ponencia corrió a cargo de Enrique Porta y de José Antonio Gómez, socio director de Consumo y Distribución de KPMG en España y director de Auditoría de KPMG en Andalucía respectivamente, quienes presentaron el VII Estudio del Sector Agroalimentario de Andalucía. Sobre este informe destacaron como nuevas tendencias del sector agroalimentario: "La internacionalización, digitalización, cooperación entre empresas de la cadena de valor constituyen las claves de futuro en el sector; el consumidor es cada vez más exigente y demanda precio, calidad, productos saludables y sostenibles social y medio ambientalmente, en base a una producción y consumo responsable".

Por su parte, Francisco Javier Piedra, director gerente de Cial. Piedra Trujillo, disertó sobre la tienda como zona de decisión del cliente, destacando que el punto de venta "sigue siendo el máximo exponente de una empresa de retail". "La ubicación correcta de un producto y su señalización influyen de una manera determinante en la elección entre una marca y otra a la hora de comprar, y los descuentos promocionales siguen teniendo mucha importancia en la decisión de un cliente", indicó Piedra Trujillo.

Tras la pausa – café, Antonio Khalaf, director comercial de IRI Worldwide, expuso su visión sobre "Las nuevas tendencias en el lineal" asegurando que "se está produciendo un incremento en las promociones, aunque todavía no se han alcanzado los niveles de prepandemia". Sobre la situación de pandemia y la evolución de las ventas durante este año complicado señaló que "se está normalizando la situación, aunque todavía se debe llegar a un punto más estable para poder ver cómo se desarrolla esta evolución".

Francisco García Sarabia, director comercial de Ángel Camacho Alimentación, disertó sobre la forma eficaz de llegar al cliente, incidiendo en que la tienda “es fundamental y jugó un papel esencial para llevar los productos a los consumidores durante la pandemia y es el punto decisivo de la compra en un escenario normalizado”. Además, señaló que “estamos viviendo una evolución de consumo, especialmente disruptiva en los últimos años, que ha impactado en la forma en la que los productores quieren estar en los lineales”.

En la clausura, el presidente de Honor de CAEA, Manuel Barea, indicó que los próximos meses “serán complicados, por lo que el sector requiere un entorno favorable, con la máxima seguridad jurídica y estabilidad, para el correcto desenvolvimiento de la actividad empresarial, y que no se incrementen en ningún caso las trabas regulatorias, administrativas o la carga fiscal en unos momentos especialmente delicados para todos”.

Por último, la directora general de Comercio, Lorena Garrido, señaló que confía “plenamente en el sector comercial y en la industria agroalimentaria para afrontar la tormenta perfecta que estamos viviendo, dado que ya han demostrado su capacidad de adaptación de los cambios durante la pandemia, y para afrontar el complejo panorama internacional pueden contar con la Dirección General de Comercio y con la Junta de Andalucía, que tienen claro que hay que apoyar a las empresas en un contexto de máxima dificultad”.

Tras el cierre tuvo lugar un cóctel de despedida para todos los asistentes.

Enlace a la noticia y fotografías: <https://bit.ly/3wwGWhZ>

Enlace al informe de seguimiento en medios: <https://bit.ly/3LgOJ95>

## **CAMPAÑAS O PROGRAMAS**

---

### ***Campaña de donación de alimentos de CAEA***

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) desarrolló en el año 2020 una campaña de donación de 140.000 kilos de alimentos y productos básicos de primera necesidad para paliar los efectos negativos que la pandemia del Covid-19 está causando en muchas familias andaluzas vulnerables desde el punto de vista económico. La iniciativa solidaria, a la que se han adherido 14 empresas asociadas, será canalizada a través de entidades sociales en las ocho provincias de Andalucía.





En el acto de presentación de dicha campaña de donación participaron la consejera de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación de la Junta de Andalucía, Rocío Ruiz, el secretario general de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Luis Fernández Palacios, el vicepresidente de la Mesa del Tercer Sector, Armando Rotea Molero, la presidenta de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), Virginia González Lucena, así como representantes de las empresas del sector de la distribución comercial participantes en la campaña.

“El sector de la distribución comercial alimentaria ha sido un ejemplo durante el estado de alarma garantizando en todo el momento el abastecimiento y aportando calma y seguridad al ciudadano, y queremos también poner nuestro granito de arena para minimizar el impacto económico de la crisis en las familias andaluzas. CAEA es una organización comprometida con una serie de valores, que tiene entre sus prioridades la colaboración con la sociedad a través de las acciones de responsabilidad social empresarial, cooperación y solidaridad imprescindibles en los difíciles momentos que atravesamos”, ha expresado Virginia González Lucena, presidenta de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA).

Por su parte, la consejera de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación de la Junta de Andalucía, Rocío Ruiz, ha destacado el ejemplo de “colaboración público – privada mostrado con esta campaña, así como la gran generosidad de CAEA y sus empresas para sumar en momentos de máxima dificultad, en los que resaltan las personas por encima de todo, los voluntarios y las entidades sociales, así como también los héroes



y heroínas de los supermercados y los sanitarios, que se han jugado la vida por los demás”.

El secretario general de la Confederación de Empresarios de Andalucía, Luis Fernández Palacios, ha apuntado que la crisis “que estamos viviendo está haciendo que salgan a la luz muestras de solidaridad muy importantes por parte de las empresas, en el ámbito de la responsabilidad social empresarial, un ejemplo de las mismas es la campaña puesta en marcha por CAEA y sus empresas, que además de haber garantizado el abastecimiento como servicio esencial están contribuyendo a minimizar el negativo impacto de la crisis económica”.

Las 14 empresas asociadas que participan activamente en la donación de alimentos en el marco de esta campaña conjunta impulsada por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) son: Euromadi, Mercadona, Grupo Dian, MasyMas, Alsara, Coviran, GM Food, Maskom, El Jamón, Supermercados Ruiz Galán, Grupo Barea, Supermercados Piedra Trujillo, Confisur y Grupo Cardoso (Aromas). Esta campaña complementa a su vez la donación de alimentos que llevan a cabo las empresas de distribución de alimentación y perfumería asociadas a CAEA de forma regular, como medida dentro de la acción social empresarial de cada una de ellas.

29



Enlace a la noticia y galería fotográfica: <https://bit.ly/3wtxWKP>

## **II Premio CAEA-Fundación “la Caixa” a la “Mejor Iniciativa en Responsabilidad Social Empresarial”**



30

La cooperativa andaluza Covirán recibió con fecha 4 de noviembre de 2011 el II Premio CAEA-Fundación “la Caixa” a la “Mejor Iniciativa en Responsabilidad Social Empresarial” en el sector de la distribución comercial por su proyecto “Innovación en el punto de venta: puntos de venta responsables”. La distinción le fue entregada a la presidenta de Covirán, Patrocinio Contreras, en un acto celebrado en la mañana de hoy en CaixaForum Sevilla en el que participaron la presidenta de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), Virginia González Lucena, la directora territorial de CaixaBank en Andalucía Occidental y Extremadura, María Jesús Catalá, y la consejera de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación, Rocío Ruiz.

La presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, explicó que el premio tiene como objeto contribuir a que se visualicen públicamente las buenas prácticas en el sector comercial, que son múltiples y variadas. “Somos una organización implicada con una serie de valores, 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. Ejemplo de ello es la campaña que CAEA puso en marcha hace cuatro meses entre sus empresas asociadas, y que ha supuesto la donación de 140.000kg de alimentos y productos básicos de primera necesidad, sin duda un respiro y desahogo para miles de familias andaluzas que lo están pasando mal. Felicito a Covirán por su participación en la campaña y también por el premio, merecido sin duda por su gran labor social”, aseguró González Lucena.

Por su parte, María Jesús Catalá, directora territorial de CaixaBank en Andalucía Occidental y Extremadura señaló la importancia de la Responsabilidad Social Corporativa en el modelo productivo actual. “La RSC es un activo más de negocio; una empresa comprometida con la sociedad tiene más posibilidades de éxito, porque sabrá convertir su éxito en el éxito de todos”. Catalá destacó la colaboración de la Fundación “la Caixa” a través de la Acción Social de CaixaBank, en los proyectos de las empresas que forman parte de CAEA en materia de RSC, que considera “la parte más humana de la empresa”. “Este año 2020 nos está demostrando que la parte financiera de las empresas debe convivir con buenas prácticas como la transparencia o el cuidado de empleados y clientes; en definitiva, hacer lo mejor para nosotros y la sociedad”.

Asimismo, la consejera de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación, Rocío Ruiz, indicó que “en esta pandemia a la que nos enfrentamos, no se puede quedar nadie atrás. Y para ello, es fundamental la colaboración entre la iniciativa pública y la privada, para que todos los recursos disponibles puedan llegar a todas las personas en situación de vulnerabilidad sin excepción. Así se ha demostrado con la puesta en marcha del Programa de Garantía Alimentaria a través de tarjetas monedero, al que la Confederación de Empresarios de Alimentación ha querido sumarse. Un proyecto potente para el que se ha concedido una subvención excepcional de 17 millones de euros a Cruz Roja dentro del primer plan de emergencia social. Sabemos que todo esto no será suficiente para vencer al monstruo de la pobreza que ha echado raíces en nuestra tierra, pero nuestro esfuerzo está enfocado a romper la cronificación de las necesidades que tienen muchos andaluces y andaluzas”.

La presidenta de Covirán, Patrocinio Contreras subrayó que ha recibido el galardón en nombre de los más de 2.427 socios de la Cooperativa, mil de los cuales se encuentran en Andalucía, y declaró que “los puntos de venta responsables Covirán materializan la apuesta de la Cooperativa de origen andaluz por la responsabilidad social y la sostenibilidad y revierten en su entorno más próximo los beneficios asociados a su modelo cooperativo, algo que el cliente valora cada vez más, especialmente en estos difíciles momentos y premia con su fidelidad”.

El proyecto “Innovación en el punto de venta: puntos de venta responsables”, enmarcado en el Plan Director de responsabilidad social de la empresa, incluye múltiples ámbitos de actuación: participación e interacción con el entorno local, propiciando actuaciones y sinergias con las entidades de la localidad donde se encuentra ubicada la tienda; reaprovechamiento de los excedentes alimentarios y donación de los mismos; responsabilidad en la gestión de los RRHH e incorporación de



colectivos en riesgo de exclusión; impulso a la accesibilidad universal mediante una atención personalizada a clientes con necesidades especiales y la adaptación física de los puntos de venta; fomento de la eficiencia energética, la sostenibilidad y la adecuada gestión de residuos; etc.

En el año 2017 se implantó el primer punto de venta responsable y actualmente cuenta con 65 puntos de venta responsables en activo situados en diferentes zonas geográficas del país. Covirán lidera la distribución alimentaria de la Península Ibérica bajo su modelo cooperativo. El éxito de su formato de supermercado de proximidad ha hecho que mantenga la segunda posición del ranking nacional por número de establecimientos en España, y la tercera en Portugal, con más de 3.300 establecimientos y 2.775 socios, así como con un empleo generado superior a 15.000 personas.

Enlace a la noticia: <https://bit.ly/3wxyzTH>

Enlace al informe de seguimiento en medios: <https://bit.ly/3PnkcJX>

***Campaña de promoción de los productos alimentarios andaluces “Del súper a tu mesa con orgullo andaluz”***

32



del súper a tu mesa con  
*orgullo andaluz*  
Comprometidos con Andalucía

WWW.CAEA.ES

f @somoscaea    t @somoscaea    in /caea    y /caea

CAEA  
Confederación Andaluza Empresarios  
Alimentación y Perfumería

Junta de Andalucía  
Consejería de Transformación Económica, Industria,  
Conocimiento y Universidades

La sede de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) acogió el 5 de marzo de 2021 el acto de presentación de la campaña de promoción de los productos alimentarios andaluces “*Del súper a tu mesa con orgullo andaluz*”, que está impulsando la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), en colaboración con la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía. El acto contó con la participación del consejero de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, Rogelio Velasco; la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena; el secretario general de CEA, Luis Fernández Palacios; la vicepresidenta de Landaluz, Ada Bernal; y el catedrático de Nutrición Deportiva, Dr. Antonio Escribano.

La presidenta de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), Virginia González Lucena, destacó que las empresas del sector de la distribución comercial alimentaria “están plenamente comprometidas con los productos andaluces, y es por lo que hemos puesto en marcha esta campaña, con el objetivo de impulsar el consumo y fidelizar la compra de dichos productos en nuestras tiendas, difundir los beneficios de una dieta mediterránea y de una alimentación sana, variada y equilibrada, y fomentar la calidad y los valores diferenciales de las producciones andaluzas”. Asimismo, indicó que Andalucía “tiene muchísimo potencial y desde CAEA apostamos firmemente por los productos de nuestra tierra, por la proximidad y cercanía, porque Andalucía une a todos los eslabones de la cadena alimentaria”, concluyó González Lucena.

El consejero de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, Rogelio Velasco, ha remarcado “la necesidad de concienciar al consumidor para que apueste por los productos andaluces, teniendo en cuenta su calidad, sostenibilidad, propiedades y valores diferenciales, propios de la dieta mediterránea, equilibrada y saludable”. Además, ha asegurado que, con su consumo, se respalda también a “los agricultores, ganadores y pescadores, sectores que constituyen un pilar fundamental de la economía andaluza; y se contribuye a reactivar la economía regional, duramente perjudicada por la crisis sanitaria”. Velasco ha querido aprovechar la presentación para agradecer “el incansable trabajo” realizado por el sector comercial y, específicamente, por las empresas productoras y de la distribución del sector de la alimentación durante los peores meses de la pandemia.

Por su parte, el secretario general de la CEA, Luis Fernández Palacios, se ha sumado a las felicitaciones “a toda la cadena alimentaria y, en especial, al sector de la distribución comercial, que ha garantizado el abastecimiento y las medidas de prevención durante la pandemia, además de realizar campañas en el ámbito de la responsabilidad social



empresarial que demuestran su gran compromiso solidario en momentos de especiales dificultades". Asimismo, indicó que Andalucía "es referencia en España, Europa y el mundo entero por la calidad de sus productos, gracias a la labor coordinada de toda la cadena de valor", concluyó el secretario general de la CEA.

La vicepresidenta de Landaluz, Ada Bernal, quiso destacar que Andalucía cuenta "con una industria agroalimentaria que es punta de lanza del mercado nacional e internacional, que contribuye con esfuerzo para aportar valor añadido en nuestra región y conseguir llevar a la mesa de los consumidores unos productos con una calidad diferenciada y reconocida". Además, añadió que es "fundamental el buen entendimiento y colaboración de los distintos eslabones de la cadena en la apuesta por el producto andaluz, algo que, desde luego, ha quedado patente especialmente tras este período de pandemia. Un período muy complicado, pero en el que los eslabones de la cadena alimentaria han demostrado estar preparados para afrontar las situaciones más complejas y seguir atendiendo a las necesidades de una sociedad que se ha encontrado encerrada en casa, pero que siempre ha sabido que su abastecimiento alimentario estaba garantizado".

34

Por último, el catedrático de Nutrición Deportiva Dr. Antonio Escribano, explicó que, en tiempos de pandemia, "el estado previo de salud es muy importante y en él la alimentación tiene mucho que ver puesto que un ciudadano puede consumir 70.000kg de alimentos durante toda su vida, que van al interior de su cuerpo y células, determinando su salud". Asimismo, indicó que "somos lo que comemos y en Andalucía los productos no sólo están buenos, sino que, además, son buenos para la salud, teniendo el privilegio de contar con alimentos que son auténticas joyas para la alimentación, gracias al esfuerzo de toda la cadena agroalimentaria, a la que hay que felicitar por la gran labor que está desarrollando en tiempos de covid", concluyó el Dr. Escribano.

La campaña de promoción de los productos alimentarios andaluces consta de cuatro fases. La primera ha consistido en la elaboración del eslogan, "Del súper a tu mesa con orgullo andaluz", y los mensajes fuerza de la misma. En una segunda fase se ha creado, diseñado, editado y producido la imagen y los materiales, tanto en soporte físico como "on line" para web y redes sociales. La tercera fase comporta una presentación de la campaña ante los medios de comunicación en cada una de las ocho provincias andaluzas y, por último, la cuarta fase consiste en el impulso, fomento y difusión de la campaña a través de la propia CAEA y de sus empresas asociadas.

Enlace a la noticia, video y fotografías de la Campaña:  
<https://bit.ly/3Ng7XgB>

Enlace al informe de seguimiento en medios: <https://bit.ly/3LcE9Qt>

***Campaña de reactivación del sector de perfumería, cosmética y cuidado personal “Cuídate y alégrate la vida. Belleza y salud siempre de la mano”***

La sede de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) acogió el 5 de mayo de 2021 el acto de presentación de la campaña de reactivación del sector de perfumería, cosmética y cuidado personal “Cuídate y alégrate la vida. Belleza y salud siempre de la mano”, que está impulsando la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), en colaboración con la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía. El acto contó con la participación presidenta de CAEA, Virginia González Lucena; la directora general de Comercio, Lorena Garrido; el secretario general de la CEA, Luis Fernández Palacios; el vocal de Perfumería de CAEA, Rafael González; y la directora de la Agencia Doble Erre, Raquel Revuelta.

35



La presidenta de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), Virginia González Lucena, indicó que el sector de la perfumería y el cuidado personal “ha estado negativamente afectado por el descenso de la vida social durante la

pandemia, resultando fundamental su reactivación mediante el consumo y venta de sus productos tanto en los establecimientos especializados del canal de perfumería como en el sector de gran consumo". Asimismo, destacó que la campaña puesta en marcha por CAEA constituye "una oportunidad para concienciar al consumidor de los efectos beneficiosos y preventivos para la salud asociados a dichos productos, así como a la belleza como generadora de confianza, motivación e impacto positivo en las personas", concluyó González Lucena.

La directora general de Comercio de la Junta de Andalucía, Lorena Garrido, agradeció el trabajo y la labor de CAEA en cooperación con la Consejería de Transformación Económica, destacando que la apuesta de la Junta de Andalucía por el comercio andaluz "es innegable y permanente, y ejemplo de ello es que mañana se cierra el plazo de presentación de solicitudes de las ayudas directas de 3.000 euros dirigidas a las pymes del sector del comercio, la artesanía y la hostelería, con un montante global de 132,4 millones de euros". La directora general hizo también un llamamiento a la digitalización: "todos los sectores económicos están inmersos en la necesaria transformación digital de sus negocios y a este reto también se enfrenta el comercio, un sector que ha conseguido aunar la tradición, el saber hacer y la exclusividad que lo caracteriza con esa apuesta permanente por innovar y hacerse más competitivo", aseguró Lorena Garrido.

Por su parte, el secretario general de la CEA, Luis Fernández Palacios, aseguró que "compartimos con CAEA que reactivar es también volver a tener ocasión de normalizar nuestra vida, nuestras pautas de consumo, los lugares de encuentro y, en ese contexto, nos corresponde hacer una llamada al consumo de bienes y productos que son parte de nuestra vida y de nuestra cultura, como forma de recuperar la senda de crecimiento en la que estaba la economía andaluza antes de la pandemia".

El vocal de Perfumería de CAEA, Rafael González, agradeció a CAEA, a la CEA y a la Consejería de Transformación Económica el apoyo durante los meses más duros de la pandemia, poniendo en valor el significativo peso específico y el empleo que aporta el sector de la perfumería en España y Andalucía, que factura "más de 8.000M€ y emplea a 40.000 personas de forma directa a nivel nacional, ofreciendo además seguridad y calidad en los productos, atención profesional y personalizada, tradición, innovación y excelencia, cuidado, prevención y salud para las personas, todo ello bajo las premisas de la protección medio ambiental y la sostenibilidad". En definitiva, "un sector esencial, que forma parte del día a día y de la vida de los andaluces y que está al servicio de los mismos", concluyó Rafael González.

Por último, la directora de la agencia de servicios integrales de moda y comunicación Doble Erre, Raquel Revuelta, indicó que el cuidado, la higiene personal y la coquetería “afectan tremendamente a nuestro estado de ánimo, a nuestra alegría, a nuestra motivación para seguir ‘en la lucha’, nos hacen sentirnos bien y entran en juego esas hormonas tan positivas desde un punto de vista físico y psíquico, invitándonos a pensar que podemos superar todas las vicisitudes de la vida si no nos rendimos y mantenemos la mejor actitud”.

La campaña de reactivación del sector de la perfumería, cosmética y cuidado personal consta de cuatro fases. La primera ha consistido en la elaboración del eslogan, “Cuídate y alégrate la vida. Belleza y salud siempre de la mano”, y los mensajes fuerza de la misma. En una segunda fase se ha creado, diseñado, editado y producido la imagen y los materiales, tanto en soporte físico como “on line” para web y redes sociales. La tercera fase comporta una presentación de la campaña ante los medios de comunicación en cada una de las ocho provincias andaluzas y, por último, la cuarta fase consiste en el impulso, fomento y difusión de la campaña a través de la propia CAEA y de sus empresas asociadas.

Enlace a la noticia, video y fotografías: <https://bit.ly/3Nx8bF>

Enlace al informe de seguimiento en medios: <https://bit.ly/3yC5dWC>

### ***Campaña «La distribución comercial frente a la despoblación en Andalucía»***

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), en colaboración con la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía, ha desarrollado durante el mes de mayo de 2022 la Campaña «La distribución comercial frente a la despoblación en Andalucía», con el objetivo de informar y sensibilizar sobre la importancia que posee el sector de la distribución comercial para la vertebración social y económica de Andalucía y, en concreto, para frenar la despoblación, poniendo en valor el significativo papel que lleva a cabo el canal mayorista, así como el de todos y cada uno de los eslabones de la cadena de valor alimentaria: sector productor, industria, transformación, transporte, canal mayorista y plataformas logísticas, comercio minorista y canal horeca.



**Campaña “La distribución comercial frente a la despoblación en Andalucía”**

## *El Milagro de la Distribución*



**CAEA**  
Confederación Andaluza Empresarios  
Alimentación y Perfumería

f @somoscaea

WWW.CAEA.ES

t @somoscaea

in /caea

y /caea



**Junta de Andalucía**  
Consejería de Transformación Económica, Industria,  
Comercio y Turismo

38

Para contextualizar la campaña, con carácter previo cabe explicar brevemente el funcionamiento de la cadena alimentaria en Andalucía. En concreto, en nuestra Comunidad Autónoma existen 242.000 explotaciones agrarias, 27.300 explotaciones ganaderas, 2.400 operadores pesqueros y 7.000 industrias alimentarias. Dado que no es posible que cada uno de estos 278.700 productores de alimentos en origen haga llegar directamente sus productos a los casi 8 millones y medio de andaluces, o bien que estos ciudadanos acudan a comprar personalmente dichos productos a los puntos en origen, es por lo que hay 35.000 establecimientos comerciales de alimentación, droguería y perfumería en Andalucía donde se venden al consumidor final productos alimentarios y esenciales de primera necesidad, así como 52.000 establecimientos del canal horeca, hoteles, restaurantes, cafeterías, etc. donde se sirven dichos productos.

Por razones de logística y movilidad tampoco es posible que los más de 278.700 operadores en origen donde se producen o fabrican alimentos que hay en Andalucía hagan llegar directamente sus productos a los más de 87.000 establecimientos comerciales minoristas y del canal horeca, por lo que se hace igualmente necesario una compleja red de comercialización y distribución intermedia, basada en el canal mayorista, cash & carry y plataformas logísticas, y conectada mediante el sector transporte. En concreto, existen en Andalucía 150 establecimientos mayoristas, cash & carry y plataformas logísticas de alimentación,



droguería y perfumería. Dicho canal mayorista agrupa los productos, y los distribuye a la totalidad de la población andaluza (785 municipios y 8,5 millones de habitantes), a través de tiendas de comercio tradicional y supermercados, y también al canal horeca.

El mantenimiento de estos comercios en las zonas rurales y, especialmente, los de base alimentaria, se presenta como fundamental para frenar la despoblación que sufren estas localidades año tras año, vinculada, en gran medida, a la escasez de servicios. Muchos de estos establecimientos comerciales en núcleos rurales están regentados por autónomos o micropymes, de forma independiente, como socios de cooperativas o bien en modalidad franquicia.

Las tiendas rurales son, en general, pequeños establecimientos comerciales sin espacio de almacenamiento, zonas de difícil acceso y, muchas veces, con complicaciones para la descarga, en los que la rotación de los productos y el abastecimiento frecuente es fundamental. Es aquí donde resulta clave la labor estratégica que desarrolla el canal mayorista, su gran capilaridad y la centralización de las mercancías permite ofrecer un suministro completo, de calidad, seguro y a precios competitivos. Gracias a ello, en Andalucía no existen desiertos alimentarios y todos los ciudadanos tienen a menos de 10 minutos de su casa una tienda con acceso a productos frescos, dieta mediterránea, cardiosaludable, etc.

El precio que pagan los ciudadanos por los productos es el resultado de sumar todos los costes directos e indirectos de cada uno de los operadores de la cadena: sector productor, comercializadoras en origen, industria y transformación, transporte, mayoristas, cash&carry y plataformas logísticas, comercios minoristas y establecimientos del canal horeca. Cada uno de esos actores posee costes laborales de personal, de impuestos, alquileres, transporte y carburante, energéticos y electricidad, seguros, seguridad alimentaria y trazabilidad, materias primas y envases, etc., que dan como resultado el PVP de los productos.

Este precio final es el que hace posible “el milagro de la distribución”, es decir, que todos los ciudadanos tengan todas las mañanas, a escasos metros de su casa y en un mismo establecimiento, todos los productos que necesitan en su vida diaria a unos precios competitivos.

La distribución comercial cumple actualmente una triple función:

Social, garantizando el abastecimiento a todos los andaluces y evitando la despoblación. Una cadena de valor fuerte y colaborativa es un factor ineludible para impulsar la fijación de población en estas zonas.

Económica, generando riqueza y valor en los municipios andaluces. El liderazgo de las cadenas de supermercados, autoservicios y mayoristas locales y regionales, apoyadas en sus respectivas centrales de compra, supone una oportunidad para los productores locales.

Medio ambiental, reduciendo el impacto en emisiones, dado que, por una parte, el comercio de proximidad es el más sostenible al acudir andando a las tiendas el 90% de los consumidores; y, por otra, la centralización de mercancías permite optimizar rutas y abastecer con un solo camión a muchos comercios, avanzándose además hacia la modernización de flotas con modelos energéticamente más eficientes.

Pero el mérito no es sólo de la distribución comercial, sino de toda la cadena de valor, en la que cada operador es imprescindible para evitar rupturas de stock o desabastecimiento incluso en los momentos más complicados, en pandemia, con huracanes, nevadas, inundaciones, la erupción de volcanes, o en la llamada "tormenta perfecta" en la que nos encontramos.

Esto no sería posible sin la necesaria y estable colaboración entre los eslabones de la cadena, para compartir riesgos y beneficios, para lograr un mayor eficiencia, competitividad, equilibrio y sostenibilidad, y para garantizar en todo momento el suministro a los andaluces, como sector esencial, en las mejores condiciones de calidad, seguridad alimentaria y precio.

La campaña, que se desarrollará durante los meses de mayo y junio, consta de 4 fases:

Elaboración de los mensajes (decálogo) y eslogan "El milagro de la distribución".

Diseño, creación, edición y producción de imagen y materiales, tanto en soporte físico como "on line" para web y RRSS: imagen, carteles, roll up, y video didáctico.

Presentación de la campaña ante los medios de comunicación (8 actos provinciales de presentación).

Desarrollo de la campaña: impulso, fomento, promoción y difusión de la misma a través de CAEA y de las empresas asociadas.

Enlace a la noticia y video de la campaña: <https://bit.ly/3Lac2kY>

## **CONVENIOS DE COLABORACIÓN**

---

### ***Talio y CAEA impulsan la eficiencia energética y la movilidad sostenible***

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y Talio Ingeniería S.A. firmaron en septiembre de 2020

un convenio de colaboración para impulsar la eficiencia energética, las energías renovables y la movilidad sostenible en las empresas asociadas y, en general, en el sector de la distribución comercial.



41

El acuerdo, firmado por la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, y el socio fundador de Talio Ingeniería, S.A., Cristóbal Jiménez Ramírez, conlleva un tratamiento en condiciones preferenciales y ventajosas por parte de Talio en los servicios ofrecidos a las empresas asociadas a la Confederación.

En este sentido, Talio llevará a cabo, a coste cero, estudios de viabilidad para la instalación de plantas fotovoltaicas de autoconsumo, así como estudios básicos iniciales sobre medidas de ahorro y eficiencia energética.

Talio Ingeniería, S.A. es una empresa con más de 20 años de experiencia en proyectos industriales en todos los ámbitos de la ingeniería.

Asimismo, en virtud del acuerdo de colaboración firmado, Talio Ingeniería, S.A. se incorpora como entidad colaboradora miembro de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA).

Enlace a la noticia: <https://bit.ly/3Lg24P4>

### ***STILL y CAEA promueven la implantación de soluciones de intralogística inteligente***

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y STILL firmaron en septiembre de 2020 un convenio de colaboración para impulsar soluciones de intralogística inteligentes y personalizadas en las empresas asociadas a la Confederación y, en general, en el sector de la distribución comercial.



42

El acuerdo, firmado por la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, y el director de la Delegación en Sevilla y Huelva de STILL, Rafael Colmenarejo, conlleva un tratamiento en condiciones preferenciales y personalizadas por parte de STILL en los servicios ofrecidos a las empresas asociadas a la Confederación.

STILL es una empresa líder en su sector con más de 100 años de historia, que ofrece servicios integrales de intralogística y emplea a 9.000 personas cualificados de Investigación y Desarrollo, Producción, Marketing y Servicio de Venta y Posventa que se esfuerzan al máximo cada día para cumplir todos y cada uno de los requisitos de sus clientes en todo el mundo.



Asimismo, en virtud del acuerdo de colaboración firmado, STILL se incorpora como entidad colaboradora miembro de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA).

Enlace a la noticia: <https://bit.ly/3MjSOLd>

### ***SMILY y CAEA impulsan el mix de la comunicación en el sector comercial***

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y SMILY firmaron en diciembre de 2020 un convenio de colaboración para impulsar soluciones de comunicación, marketing, publicidad y relaciones públicas en las empresas asociadas a la Confederación y, en general, en el sector de la distribución comercial.



43

El acuerdo, firmado por la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, y el director de SMILY, Javier Ruz Oraá, conlleva un tratamiento en condiciones preferenciales y personalizadas por parte de SMILY en los servicios ofrecidos a las empresas asociadas a la Confederación.

SMILY es una empresa que ofrece servicios integrales en el ámbito de la comunicación, el marketing, las relaciones públicas, la publicidad y



organización de eventos, aportando soluciones personalizadas a sus clientes.

Asimismo, en virtud del acuerdo de colaboración firmado, SMILY se incorpora como socio colaborador de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA).

Enlace a la noticia: <https://bit.ly/3wwxmMj>

### ***Inquieto Moving Attitude y CAEA promueven la movilidad sostenible en la última milla***

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) e Inquieto Moving Attitude firmaron en febrero de 2021 un convenio de colaboración para impulsar la movilidad sostenible en la última milla en el sector de la distribución comercial alimentaria y de perfumería.



44

El acuerdo, que conlleva un tratamiento en condiciones preferenciales y ventajosas por parte de Inquieto Moving Attitude en los servicios ofrecidos a las empresas asociadas a la Confederación, supone también la adhesión de esta empresa a CAEA en concepto de entidad colaboradora miembro.

Inquieto Moving Attitude es una empresa especializada en el renting y comercialización con servicio completo de vehículos alternativos cero emisiones, que ofrece soluciones integrales para optimizar la movilidad de última milla y externalizar los riesgos asociados a la gestión de flotas.

Enlace a la noticia: <https://bit.ly/37Le4KE>

### **CAEA y el Instituto Andaluz de la Mujer promueven la igualdad y la conciliación**

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) de la Consejería de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación de la Junta de Andalucía firmaron un protocolo de colaboración en julio de 2021 con el objetivo de profundizar en materias de igualdad, conciliación y prevención de la violencia de género. En el acto de firma estuvieron presentes la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, y la consejera de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación, Rocío Ruiz, además del director general de CAEA, Álvaro González Zafra, y la directora del IAM, Laura Fernández.

45



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

el sector comercial “es muy intensivo en puestos de trabajo, en concreto, en Andalucía concentra en torno a 500.000 empleos, de los que el 75% es indefinido, y el 70% del total empleo femenino, estando la modalidad de turnos muy implantada en nuestras empresas, lo que permite en mayor medida la conciliación de la vida laboral y familiar”.

Desde CAEA “queremos seguir profundizando e impulsando dentro del ámbito de actuación de la Confederación y de las empresas asociadas iniciativas de sensibilización en las áreas específicas de igualdad, conciliación y prevención de la violencia de género, objetivo principal del acuerdo de colaboración, y ejemplo de ello es la adhesión de nuestra organización en este mismo acto a la Red Andaluza de Entidades Conciliadoras (RAEC), iniciativa del Instituto Andaluz de la Mujer para promover la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres mediante el impulso de acciones que contribuyan al diseño de escenarios favorables para que hombres y mujeres puedan conciliar sus vidas profesionales y personales de manera equilibrada y corresponsable”, concluyó Virginia González Lucena.

### **Adhesión a la Red Andaluza de Entidades Conciliadoras (RAEC)**

46

La Red Andaluza de Entidades Conciliadoras (RAEC) está integrada por entidades y organismos públicos y privados con el objetivo de, a través de una plataforma de trabajo colaborativo, diseñar y desarrollar líneas estratégicas de mejora de la conciliación y la corresponsabilidad en los ámbitos laboral y privado.

Por su parte, la consejera de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación, Rocío Ruiz, destacó la importante labor que viene desarrollando el Instituto Andaluz de la Mujer y, en concreto, puso a disposición del sector empresarial y de CAEA el servicio del IAM de asesoramiento e información a empresas en igualdad ‘Equipa’, creado “para dar respuesta a la demanda de las empresas en materia de igualdad y ofrecer asesoramiento técnico experto en el diseño de medidas y planes de igualdad, así como formación especializada en gestión empresarial desde la perspectiva de género”.

Durante el último año, la demanda de este programa ‘Equipa’ creció casi un 32% y más del 76% de las consultas estuvieron relacionadas con los planes y diagnósticos de igualdad en las empresas. Asimismo, dicho programa forma y asesora en materia de buenas prácticas en igualdad y elaboración de protocolos de prevención del acoso en el entorno laboral.

Enlace a la noticia: <https://bit.ly/3welqj7>



Informe de seguimiento en medios: <https://bit.ly/3LfWSKY>

### **IRI y CAEA colaboran en big data y análisis predictivos de mercado para gran consumo**

CAEA ha firmado en marzo de 2022 un convenio de colaboración con IRI, proveedor de soluciones big data y análisis predictivos de mercado para compañías de gran consumo (distribuidores y fabricantes), cuyo dossier corporativo se adjunta.



47

En este sentido, en base al mismo, IRI facilitará a las empresas asociadas a CAEA con carácter mensual una presentación de los datos de la evolución del gran consumo en España y Andalucía, así como evaluaciones anuales sobre dicha evolución del mercado de la distribución moderna organizada.

Por su parte, CAEA incorporará a IRI como socio colaborador de la Confederación.

Enlace a la noticia: <https://bit.ly/37LeLne>



## **PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS EMPRESARIALES**

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 2020**

Durante el año 2020 han sido varios los premios y reconocimientos empresariales recibidos tanto por CAEA como por sus empresas asociadas y representantes. Destaca también la mención especial a las empresas y trabajadores de la distribución alimentaria por la labor realizada durante el estado de alarma en el marco de los Premios Andalucía del Comercio Interior.



48

### **Mención especial del jurado**

Empresas y personas trabajadoras del sector de la distribución alimentaria por la labor realizada durante el estado de alarma declarado por el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo



### **Video reconocimiento al sector por la labor durante el covid**

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) editó y publicó un video #SomosCAEAyUnidosVenceremos, como pequeño gran homenaje a los empresarios y trabajadores del sector de la distribución comercial alimentaria, por su extraordinaria labor durante el estado de alarma como servicio esencial al servicio de la sociedad, garantizando en todo caso el abastecimiento alimentario y de bienes de primera necesidad a la población.

El video pretende agradecer y felicitar públicamente a empresas y trabajadores del sector, poniendo en valor el trabajo y esfuerzo que están llevando a cabo, como auténticos «héroes de súper» en estos momentos excepcionales provocados por la crisis del coronavirus. Enhorabuena y, sobre todo, muchas gracias a todos!!!



49

Enlace al video <https://youtu.be/j6QEAMhpHg>

Estas distinciones, premios y reconocimientos 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.

Entre otras distinciones otorgadas durante 2020 destacan:

Premio Constitución 2020 Grupo Piña.  
Premio Piedra Trujillo Cáritas Diocesana.  
Premio Qcom a Coviran.  
Premio Pyme del Año a Díaz Cadenas.  
Premio Jienense del año a trabajadora de Masymas.

***Premio a CAEA Andalucía Capital a la Cooperación Empresarial que otorga Onda Cero Radio Andalucía.***

La cadena de radio Onda Cero Andalucía distinguió con fecha 1 de diciembre de 2020 a la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) con el "Premio Andalucía Capital 2020 a la Cooperación Empresarial", por su labor y la de sus empresas asociadas en los meses de confinamiento y pandemia, que en ningún

momento cesaron su actividad en el sector de la distribución comercial alimentaria y de productos de primera necesidad, garantizando en todo caso el abastecimiento y adoptando las necesarias medidas de prevención del Covid en sus establecimientos.

El acto de entrega de premios contó con la presencia del presidente de la Junta de Andalucía, Juan Manuel Moreno Bonilla. En ese sentido, Moreno ha destacado “el importante talento” traducido “en emprendimiento, en creatividad y en proyección pública y empresarial que existe en Andalucía”, una tierra, ha aseverado, “cargada de oportunidades” y “con enormes posibilidades de presente y de futuro”, que se encuentra en una etapa de “cierta fortaleza”, pese a la pandemia. El presidente andaluz ha subrayado que el “sector productivo” de la comunidad haya “sabido reorientarse”, incluso en medio de la pandemia, y ha dicho sentirse “orgulloso” de “todas y cada una de esas personas, autónomos y pequeñas y medianas empresas que son capaces de dar lo mejor de sí mismos” y de arriesgar su “patrimonio personal” por el “sueño” de “dar oportunidades a los demás”.



Por su parte, la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, recogió la distinción, asegurando que constituye “una gran satisfacción y un honor tanto para CAEA como para sus empresas asociadas recibir este premio, que además de reconocer la labor del sector garantizando el abastecimiento durante la pandemia, valora también su contribución a través de la responsabilidad social empresarial para paliar los graves efectos económicos que el Covid está conllevando para muchos

ciudadanos andaluces, mediante acciones solidarias y de donación de alimentos, devolviendo a la sociedad la confianza y el apoyo que le está brindando en estos difíciles momentos para todos".

Los galardones, que este año llegan a su tercera edición, tienen el fin de reconocer y distinguir a empresas y directivos andaluces por su trayectoria empresarial y profesional a lo largo del año. Con estos premios la cadena de radio quiere reconocer y premiar la iniciativa empresarial y directiva en distintos sectores, desde la gran empresa, a pymes, emprendedores y autónomos.

Estos premios ponen el acento en las empresas que han llevado a cabo destacadas actividades en internacionalización, innovación, desarrollo sostenible, innovación, transformación digital y cooperación, especialmente, en un año marcado por la pandemia del COVID 19 y las dificultades añadidas que ha generado en todos los sectores de la economía.

Este año el jurado ha valorado especialmente la aportación empresarial, social y solidaria de los premiados ante la evolución de la pandemia del Covid19, acciones de las cuales se ha informado a lo largo del año en este espacio regional de Onda Cero dirigido y presentado por el periodista Diego García Cabello.

El jurado de estos premios ha estado integrado, como en anteriores ediciones, por representantes de los colaboradores del programa: Caja Rural del Sur, EOI e Instituto San Telmo, la Universidad Loyola Andalucía, además de organizaciones como la CEA, PwC, Cámara de Comercio de Sevilla, Fundación Cajasol, ADACEM y la Consejería de Transformación Económica de la Junta de Andalucía.

Enlace a la noticia: <https://bit.ly/39r6iWZ>

## **Año 2021**

Entre las distinciones otorgadas durante 2021 destacan:

Premio Maskom "M" de Málaga.

Premio de la Confederación de Empresarios de Cádiz a Cash Lepe.

Premio de la Confederación de Empresarios de Cádiz a Mercadona.

## **Distinción a Javier González de Lara por su labor como presidente de la CEA**

La Asamblea General Ordinaria de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), reunida con fecha 10 de febrero de 2022, ha acordado reconocer públicamente la gran labor



de Javier González de Lara, presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), durante sus casi ocho años al frente de la patronal cúpula andaluza, mediante la entrega de una distinción en reconocimiento a dicha labor.



52

La presidenta de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), Virginia González Lucena, ha destacado “el gran papel que está desarrollando el presidente de CEA como máximo responsable de los empresarios andaluces, y así lo reconocemos desde CAEA escenificándolo públicamente a través de la entrega de una distinción, por su esfuerzo en defensa de los intereses empresariales y en pro del desarrollo social y económico de Andalucía”.

Virginia González Lucena añadió que es indudable “la credibilidad que posee la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), fruto de un trabajo intenso, serio, profesionalizado, exhaustivo y bajo un liderazgo personal y profesional indiscutible de su presidente”. Por último, la presidenta de CAEA mostró el apoyo de su organización a la candidatura de Javier González de Lara a la Presidencia de la CEA, en el proceso electoral abierto que culminará con la Asamblea Electoral que se celebrará el 9 de marzo, así como “nuestra máxima lealtad institucional y colaboración, como hemos venido demostrando en los últimos años”, concluyó González Lucena.

Por su parte, Javier González de Lara destacó “el valor de la unidad empresarial como factor clave para la consecución de grandes logros, a pesar de la dificultad del contexto de pandemia. Entre ellos, los alcanzados en materia de Comercio, como la ampliación de los días festivos permutables o los permisos de apertura en los municipios turísticos”. Para el presidente de CEA, “la participación de CAEA en el Comité Ejecutivo de nuestra patronal es y seguirá siendo decisiva en este 2022, llamado a ser el año del desarrollo de los avances normativos cosechados, como la Ley Impulso para la Sostenibilidad del Territorio de Andalucía, el Decreto Ley de Simplificación Administrativa o la Ley de Tributos Cedidos”. González de Lara subrayó el compromiso de CAEA con los andaluces y su “contribución determinante al desarrollo de nuestra región”.

Javier González de Lara (Málaga, 1963) fue elegido presidente de CEA en enero de 2014, y reelegido por aclamación en marzo de 2018. Abogado y empresario, es también vicepresidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) y presidente de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM).

53

Enlace a la noticia: <https://bit.ly/3Lfs7WD>

Enlace al informe de seguimiento en medios: <https://bit.ly/3NeVidU>

## **DOCUMENTOS**

---

### **Memoria corporativa de CAEA 2020:**

<https://bit.ly/3LeIGTx>

### **Memoria corporativa de CAEA 2021:**

<https://bit.ly/3PmrAp7>

### **Revista “Lineal Andalucía”**

Revista especializada del sector comercial andaluz editada por CAEA:

<https://www.caea.es/revista-lineal-andalucia/>