

# LANDALUZ



## LANDALUZ

Programa agroindustria  
frente al COVID

## Actualidad

Estrategias de las  
empresas de alimentación

## Andaluces Compartiendo

Compromiso con los  
proveedores regionales



*Celebra las pequeñas grandes cosas de la vida*



# EDITORIAL

## P R E S I D E N T E



Estimado amigo:

El hecho de que tengas esta revista en tus manos es, sin duda, símbolo de la vuelta a la tan ansiada normalidad con la esperanza puesta en no volver atrás y con la responsabilidad de saber que tenemos que tomar todas las medidas necesarias para que esto no se produzca. Desde luego, en estos meses tan duros se ha demostrado que la industria agroalimentaria se ha configurado como un elemento vertebrador, necesario y fundamental para hacer posible una situación tan anómala como es el confinamiento de toda la población de un país. Junto con otros eslabones de la cadena como es el caso de los proveedores

de materia prima, logística y distribución (desde las tiendas de barrio hasta las grandes superficies) han mostrado su mejor cara aportando todo lo posible y desarrollando su actividad sin fisuras.

Ante una situación tan compleja, las empresas de la agroindustria han sido conscientes desde el primer momento y han puesto en marcha todos los mecanismos necesarios que han permitido garantizar la seguridad de sus trabajadores. Así, entre otras medidas de contingencia para evitar el contagio del virus, se han separado a los trabajadores por turnos, se ha dispuesto de los EPIS necesarios, desarrollando el teletrabajo en los puestos y responsabilidades que así lo han permitido, desinfección de las plantas productivas y muchas más medidas que han permitido mantener la actividad industrial del sector de la alimentación sin dejar de asegurar el abastecimiento diario de los lineales para que la sociedad pueda desarrollar este período de confinamiento sin altercado alguno.

Durante estos meses la agroindustria andaluza ha demostrado ser socialmente responsable, aportando su granito de arena en este contexto. Así, muchos son los ejemplos de las empresas agroalimentarias que han puesto de su parte para ayudar a minimizar los daños y a hacer más llevaderas las labores de emergencia que colectivos como el sanitario o los cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado así como las unidades del Ejército desplegadas para este fin están desarrollando. Litros de gazpacho, café o agua y kilos de alimentos han llegado a los centros de salud para hacer más llevadera una situación muy complicada. Además, otras empresas han puesto en funcionamiento sus recursos para poder producir material sanitario tan demandado en su momentos. Queda patente también que la industria sin duda son personas, y así lo demuestra el agradecimiento de todo el tejido empresarial a sus trabajadores, que son los que permiten que la producción en esta industria no cese.

Desde Andaluces Compartiendo, nuestro programa de Responsabilidad Social Empresarial, estamos articulando también medidas con el fin de ayudar a paliar los efectos que, sin duda, y

lamentándolo mucho, esta crisis va a tener en la sociedad.

Como digo, vienen tiempos difíciles en los que la industria agroalimentaria de nuestra tierra, de Andalucía, va a seguir siendo locomotor económico de nuestra región y de España, motivo por el cual, más si cabe, debe ser responsable con su entorno. Para conseguir este objetivo, necesitamos contar con el apoyo de las Administraciones Públicas, en concreto de la Junta de Andalucía, para promocionar los productos de nuestra tierra. Andalucía es un referente agroalimentario a nivel no sólo nacional, sino mundial, y esto debe seguir siendo así con el apoyo de todos. Si después de

esta crisis queremos tener una industria fuerte, cohesionada y productiva es necesario apostar por ella y apoyarla mediante la promoción, ya que esa apuesta repercutirá en mejores condiciones económicas para los trabajadores de las empresas y sus industrias auxiliares.

Una muestra de esta situación de apoyo a la industria agroalimentaria, y que se enmarca dentro del Programa Agroindustria Frente al COVID19, la podemos encontrar en la campaña que durante el mes de mayo hemos puesto en marcha junto con Carrefour, que bajo el lema Ahora más que nunca, Andalucía Sabe, ha promovido el consumo de los productos de nuestra tierra. Una campaña en la que han participado directamente dieciséis empresas andaluzas y que ha tenido representación en los 43 centros que Carrefour tiene en Andalucía.

Una promoción que por primera vez ha contado con un cariz social muy importante, ya que la implicación de Andaluces Compartiendo, que como sabéis es el programa de Responsabilidad Social Empresarial que tenemos junto a la Fundación Cajazol, ha permitido recoger 50.000 kilos de alimentos para entidades sociales locales, gracias a la colaboración de 18 centros de Carrefour que nos han facilitado todo para poder desarrollar esta acción con todas las medidas de seguridad necesaria para los más de 150 voluntarios que han participado en esta acción.

Un abrazo

A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Alvaro Guillén Benjumea'. The signature is fluid and stylized, with a long horizontal stroke at the end.

Alvaro Guillén Benjumea  
Presidente

# STAFF

## EDICIÓN

LANDALUZ

Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía

## CONSEJO EDITORIAL

LANDALUZ

Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía

D. Álvaro Guillén Benjumea

D. Ángel Camacho Perea

Dña. Ada Bernal Martínez

D. José Argudo López de Carrizosa

D. Víctor Vélez Sánchez

## Secretaría General

D. Miguel Ángel Jiménez Segador

D. Luis Gómez de las Cortinas Hortigón

Dña. Mariella Cingolani Coronel

Dña. Isabel Peralta Fuentes

Dña. María del Mar Martín Maza

D. Francisco José Manrique de Lara Quirós

D. Miguel Ángel Puyuelo Tejero

D. Javier Brizuela Morán

Dña. Cristina Jiménez Contreras

LANDALUZ

Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía

Hacienda de Quinto.

C/ Viena s/n. Montequinto

41089 Dos Hermanas (Sevilla)

Teléfono: 954 234 849

e-mail: info@landaluz.es

www.landaluz.es

## Producción y Publicidad



IBERPRESS

Marketing y Comunicación

Avenida de Jerez, 9, Blq. 4 · 2º D

41013-Sevilla

Móvil: 609 248 474

amuniz@iberpresscomunicacion.com

www.iberpresscomunicacion.com

# SUMARIO

## COVID 19

26



LANDALUZ

Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía

## LA DESPENSA

6



NOTICIAS ASOCIADOS

Más empresas siguen apostando por LANDALUZ

## ALIMENTACIÓN

40



ACTUALIDAD AGROALIMENTARIA

Estrategias de verano para refrescar la imagen de las empresas de alimentación

LANDALUZBODEGAS  
**Delgado**



BENITO GÓMEZ  
**Chef de Bardal**

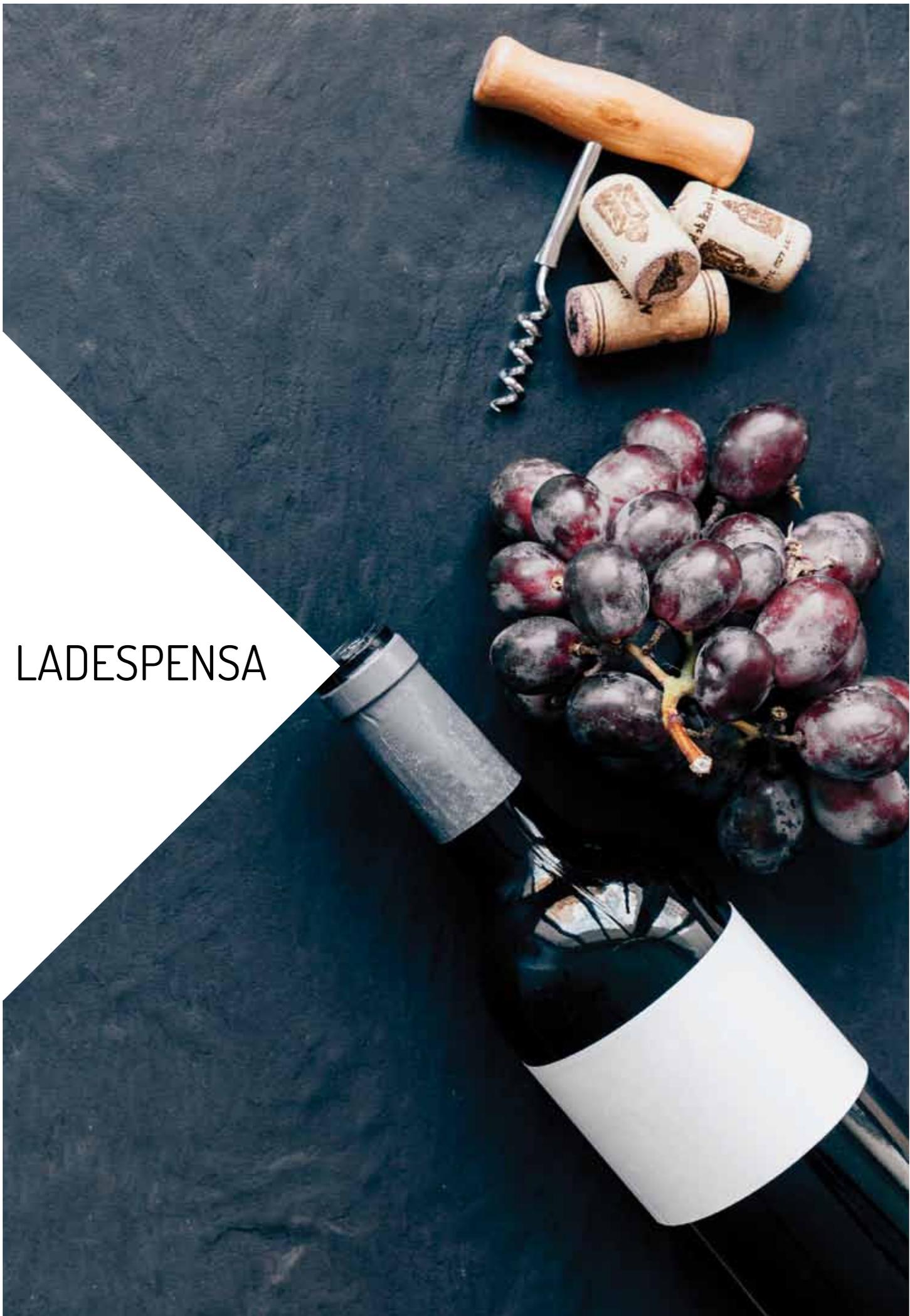


ANDALUCES COMPARTIENDO  
**Carrefour y Andaluces Compartiendo donan 50.000 kilos de alimentos promocionando el producto regional**



Los editores de esta publicación no se hacen responsables de las opiniones de sus colaboradores.

LADESPENSA



## MAJAO, NUEVO DISEÑO PARA EL SABOR DE SIEMPRE

Manteniendo la misma botella pero reinventando el diseño de la etiqueta buscando una línea elegante, sencilla, y reconocible por sus consumidores. Majao ha lanzado su nueva imagen al merca donde cada producto mantiene la gama cromática de su inicio, pero en esta ocasión se ha dotado a cada color de una personalidad propia que busca empatizar con el público y que la sociedad se vea reflejada en la filosofía de vida saludable de la marca Majao. Esta remodelación ha afectado también a la denominación de Gazpacho El Primero por Gazpacho DeAbuela como homenaje a la Abuela Reyes, que como tantas abuelas, guardó celosamente la esencia de su maravillosa receta, la misma que desde 1940 elaboraba en la Venta Ruiz de Sevilla y que hoy todos se puede disfrutar al abrir una botella de Majao.

[www.majao.es](http://www.majao.es)



## FRAGATA “ALÍÑALAS TÚ MISMO” ¡UN CONCEPTO ÚNICO Y DELICIOSO!

En respuesta a la creciente demanda por parte del consumidor de una experiencia de producto personalizada y de una oportunidad de dar forma a los productos que consume, FRAGATA ofrece un pack “medio kilo” de aceitunas (2x227g PNE) para



preparar las aceitunas aliñadas en casa con diferentes sabores, duplicando así los actos de consumo.

El pack inicial de lanzamiento se presenta con un sleeve retráctil impreso y contiene 2 frascos de aceitunas verdes deshuesadas + 2 aliños (Chipotle y Orégano & Romero).

Los aliños se ofrecen en cómodos sobres fáciles de abrir con un diseño moderno y atractivo. Cada sobre contiene la cantidad exacta (15 ml) para aliñar 227g de aceitunas e incluye el modo de empleo.

[www.fragata.es](http://www.fragata.es)

## ALBARIZA ROSÉ, LA PROPUESTA MÁS FRESCA Y ATRACTIVA DE JOSÉ ESTÉVEZ

Se trata de un vino rosado elaborado con uvas Tintilla y Palomino Fino procedentes de viñedos propios de tierra albariza, ideal para tomar cuando apriete el calor sin renunciar al carácter y la autenticidad que aporta el origen y el terruño.

Albariza amplía su gama con el lanzamiento de Albariza Rosé, un vino rosado que, como su hermano 100% uva Palomino Fino, tiene su principal referente en el terruño, el máximo exponente de la personalidad de sus viñas de tierra albariza. El grupo bodeguero José Estévez opta para la elaboración de su nuevo vino por dos variedades de uvas autóctonas de Jerez, Tintilla y Palomino Fino, lo que da como resultado un rosado con todo el carácter, una apuesta por la autenticidad, por el origen “tanto por la tierra como por las variedades” que resulta una vez más ganadora y que se ha convertido en una de las principales señas de identidad de la bodega.

[www.grupoestevez.es](http://www.grupoestevez.es)





## LA ICÓNICA CERVEZA CRUZCAMPO INSPIRA UNA COLECCIÓN DE ARTÍCULOS Y COMPLEMENTOS

La cerveza Cruzcampo es una marca española con una iconografía muy reconocible por todos los consumidores, forjada en 116 años de historia. Su color rojo, su tipografía, el "Templete" o su característico Gambrinus, son símbolos que han pasado a formar parte del imaginario colectivo, no solo de los amantes de la cerveza, sino de la cultura popular de Andalucía y de toda España.

Camisetas, gorras, mochilas, toallas, calcetines, tazas. Productos originales con diseños reconocibles por todos y para cuya fabricación se ha contado entre otros con varios especialistas, algunos de ellos locales, como es el caso de los artículos de piel que se elaboran en Cádiz, los textiles en Valencia y Sevilla y los artículos de papelería en Sevilla.

[www.cruzcampo.es](http://www.cruzcampo.es)

## PANADERÍA OBANDO SE REINVENTA CON SUS PICOS ECOLÓGICOS 100% INTEGRALES

Panadería Artesana Obando saca al mercado sus nuevos picos gourmet ecológicos 100% integrales, la principal novedad de la marca utrerana para este año en su amplia gama de productos que ayudará a cuidar la línea sin renunciar al mejor acompañamiento de las comidas.

La nueva creación de esta panadería artesana utrerana tiene como principal factor su componente de producto ecológico cuya composición es integral en su totalidad, garantizando la sostenibilidad en su producción y sus propiedades digestivas y saludables. Además, en esta nueva variedad mantienen el formato Doypack, con abrefácil y cierre hermético, con el que garantizan que los picos se mantendrán frescos y crujientes durante mucho más tiempo.

[www.panaderiaobando.com](http://www.panaderiaobando.com)



## CRUZCAMPO ANDALUSIAN IPA, UNA CERVEZA CON TOQUES CÍTRICOS Y 'MUCHO DUENDE'



Los maestros cerveceros de Cruzcampo transmiten todo su talento en una nueva cerveza inspirada en la artesanía y aires del sur: Cruzcampo Andalusian IPA. Los aromas de frutos cítricos tan característicos de Andalucía se combinan con lúpulos americanos para dar lugar a una IPA 'con mucho duende'. Una receta, que se incorpora a la gama de inspiración artesana de Cruzcampo y que está pensada para todos, desde el freaky cervecero hasta aquel que no sabe bien para qué se utiliza el lúpulo.

[www.cruzcampo.es](http://www.cruzcampo.es)

# Encuentra las diferencias

A simple vista te costará mucho diferenciar nuestro **Pico Gourmet** de nuestro nuevo **Pico Gourmet 100% integral y ecológico**. Pon a prueba tu paladar disfrutando del sabor del pico más natural del mercado.



100%  
Integral

eco

A.O.V.E.



Protagonistas  
de cada bocado  
[panaderiaobando.com](http://panaderiaobando.com)





## DOMPAL PRESENTA UN NUEVO CONCEPTO DE NEGOCIO: LA SALA DE EXPERIENCIAS

Dompal, empresa internacional con más de 50 años de experiencia en el sector del jamón ibérico ha lanzado al mercado una nueva propuesta de negocio, con el objetivo de acercar sus productos a los consumidores.

Para ello, ha desarrollado un proyecto muy novedoso llamado SALA DE EXPERIENCIAS DOMPAL dirigido a potenciales inversores y asociados que quieran unirse a la empresa en su implantación en cualquier parte del país.

La sala de experiencias Dompal es un rincón gourmet, un lugar en el que conocer la cultura y tradición de los productos ibéricos, un lugar dónde degustarlos y adquirirlos, asesorados por personas formadas y conocedoras del negocio.

Es un Lujo Gastronómico donde se podrá descubrir la más cuidada selección de embutidos ibéricos y de cerdo blanco, carne ibérica, quesos, AOVE, vinos, conservas y por supuesto jamones y paletas 100% raza ibérica que conseguirán trasladar a los paladares más exigentes a momentos ancestrales de crianza y maduración de esos magníficos ejemplares.

[www.dompal.es](http://www.dompal.es)



## EL DESCANSILLO LANZA FORMATOS ADAPTADOS AL CONSUMIDOR

El Descansillo, dentro de su plan de desarrollo 2020-2021, apuesta por reforzar su presencia en el canal retail, lanzando formatos adaptados 100x100 al consumidor, referencias de venta con peso fijo de 250-300gr, correspondiente a una ración. Un envase atractivo y funcional, que facilita el consumo de estas especialidades dentro de los hogares. Los más demandados son el lagartito, el churrasquito, el secreto o la presa ibérica porcionada.

[www.agromoron.com](http://www.agromoron.com)

## FRAGATA "LISTAS PARA PICAR". ACEITUNAS ALIÑADAS EN SUP 120G.

FRAGATA, en su continua apuesta por ofrecer las mejores experiencias a sus consumidores, presenta su novedosa de aceitunas marinadas, sin hueso, sin líquido y sin ensuciar: FRAGATA "Listas para picar" - ¡Cuando quieras, donde quieras y con quien quieras!

Las 3 referencias, "Ajo & Tomillo", "Tomate Seco" y "Sal Marina", se ofrecen en cómodas bolsas 120g (SUP o Stand Up Pouch), fáciles de abrir y sin líquido, con un diseño moderno y atractiva que incorpora una ventana transparente que permite ver el producto. Las aceitunas se envasan en atmósfera protectora, garantizando una vida útil de 18 meses (sin abrir) a temperatura ambiente.

[www.fragata.es](http://www.fragata.es)



**LA NUEVA GAMA SANTAL  
REFUERZA SU COMPROMISO CON LA  
SALUD Y EL PLANETA**

En septiembre de 2018 nació Santal, una marca pensada para hacer disfrutar como nunca del sabor de una bebida vegetal a los, cada vez más, consumidores de este tipo de productos. Dos años después, Santal se reinventa para adaptarse a las nuevas exigencias del mercado con una propuesta innovadora y sostenible que mantiene el sabor como valor diferencial, pero refuerza su compromiso con la salud y el planeta.

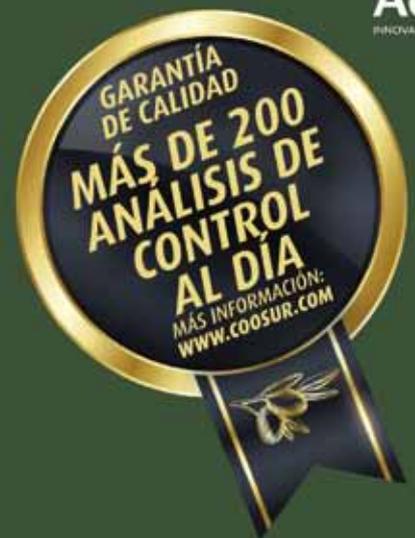
La nueva Santal ofrece también variedad, con 5 deliciosos sabores que se adaptan al gusto de cada tipo de consumidor: almendra, avena, soja, arroz y coco, valoradas en diferentes estudios de consumidor en los que ha destacado por su sabor.

Las nuevas bebidas vegetales Santal son todas 100% vegetales y sin azúcar añadida y están enriquecidas con calcio y vitaminas, como la B6, que ayuda a cuidar de nuestras defensas. Además, son bajas en grasas saturadas y en sal y naturalmente sin lactosa, conservantes ni colorantes.

[www.lechepuleva.es](http://www.lechepuleva.es)



**Acesur**  
INNOVAMOS POR TRADICIÓN



*Crece la familia  
líder del mercado...  
Ahora también  
ecológico*



[www.coosur.com](http://www.coosur.com) e-mail: [info@coosur.com](mailto:info@coosur.com)

Aceites Coosur @Coosur\_ Tel: +34 915 219 672

## PROLONGO LANZA SU NUEVA GAMA DE HAMBURGUESAS



PROLONGO, la marca malagueña que fabrica embutidos desde 1820, lanza su nueva gama de hamburguesas. Esta empresa es un referente en Andalucía y actualmente está presente en tres continentes.

A través de esta nueva gama de hamburguesas, Prolongo Facssa ofrece a los consumidores cuatro distintas alternativas actualmente demandadas por el mercado: hamburguesa clásica mixta, hamburguesa de cerdo Duroc, hamburguesa de pavo y hamburguesa Málaga.

[www.prolongo.es](http://www.prolongo.es)

## HOTEL BODEGA TÍO PEPE, EL PRIMER SHERRY HOTEL DEL MUNDO

185 años han pasado desde que Manuel María González fundara la primera Solera de Tío Pepe. En julio de 2020, tras cinco generaciones dedicadas al vino, nace el Hotel Bodega Tío Pepe, el primer Sherry Hotel del mundo. A través de sus espacios, restaurantes y 27 habitaciones, este hotel boutique propone una experiencia basada en la cultura del vino y el brandy de Jerez de



la mano de una de las marcas españolas más emblemáticas de todos los tiempos: Tío Pepe.

Integrado en el conjunto monumental del siglo XIX de las bodegas de González Byass, el hotel se sitúa en un edificio recuperado, con más de 150 años de antigüedad, formado por cuatro casas que antaño fueron el hogar de los trabajadores de la bodega. Rodeado de calles emparradas y patios andaluces, el hotel se encuentra en un enclave único del casco histórico de la ciudad, frente al Alcázar y la Catedral de Jerez. Historia, cultura y enología se unen en el Hotel Bodega Tío Pepe.

[www.tiopepe.com](http://www.tiopepe.com)

## LAS TARRINAS MONODOSIS UNA SOLUCIÓN MÁS SEGURA E HIGIÉNICA



En los últimos años el uso de los formatos monodosis de aceite virgen extra y vinagre ha tenido un gran crecimiento, sostenido por su practicidad y contribución del gasto en sala. La demanda de este formato, en las últimas semanas, ha cobrado un especial protagonismo al tratarse de una porción individual, que contiene una ración exacta para una persona, por lo que se requiere una mínima manipulación para su consumo, aumentando la seguridad alimentaria y disminuyendo las posibilidades de transmisión del coronavirus y otras enfermedades, frente a otros envases que pasan de mano en mano multiplicando las posibilidades de contagio, permitiendo a los profesionales de la restauración, ofrecer una solución higiénica y segura a sus comensales y clientes.

[www.caprichoandaluz.com](http://www.caprichoandaluz.com)

**USISA**

# Consume solo lo natural

Esta mojama ha sido elaborada de forma artesanal, sin conservantes, colorantes o aromas. Disfruta del auténtico sabor de Isla Cristina sin aditivos.

**USISA** MOJAMA DE ISLA CRISTINA

PRODUCTOS ELABORADOS DE MANERA ARTESANAL

CUATRO GENERACIONES TRABAJANDO PARA TI

ACEITES DE COBERTURA DE GRAN CALIDAD

**TEJERO**

**USISA**

EL DECANO

CONSERVAS Y SALAZONES

## LA TRADICIÓN DE CONSERVAR LO NATURAL

[www.usisa.com](http://www.usisa.com)



## JC MACKINTOSH GANA EL PRIMER PREMIO AL MEJOR PRODUCTO EN IBÉRICA FOOD EN LONDRES

JC Mackintosh, empresa tarifeña dedicada a la pesca y comercialización de atún rojo salvaje ha recibido el primer premio al mejor producto presentado en Ibérica Expo en Londres, el evento de alimentación y bebidas de España líder en el Reino Unido. Concretamente, el producto merecedor de tan importante premio fue la ventresca y el lomo ahumado de atún rojo que es un nuevo producto estrella de JC Mackintosh.

[www.jcmackintosh.es](http://www.jcmackintosh.es)

## LAS VENTAS DE ACEITE DE OLIVA AUMENTAN DURANTE EL PRIMER CUATRIMESTRE DEL AÑO Y ACESUR CONSOLIDA SU LIDERAZGO

El aceite de oliva es la grasa vegetal más sana por excelencia y el rey de la cocina en los hogares. Cuanto más tiempo pasamos en casa, mayor es su consumo. Esto ha hecho que durante el periodo de confinamiento los volúmenes hayan crecido un 21% según datos del MAPA (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación).

Acesur, principalmente bajo sus marcas "La Española" y "Coosur", consolida su liderazgo con una cuota total en el mercado de aceite de oliva envasado del 21,43% (datos Anierac de 2019), destacando su dominio en la categoría de virgen extra bajo su marca "Coosur".

ACESUR volvió a ser el principal operador nacional por tercer año consecutivo. Además, lideró las ventas de aceite de oliva envasado en todos los segmentos (virgen extra, virgen y olivas).

Destaca también el buen comportamiento de las ventas internacionales, donde Acesur crece más de un 20 % al cierre del primer cuatrimestre del año, consolidándose como el primer exportador de aceite de oliva español en más de 20 países de todo el mundo.

[www.acesur.com](http://www.acesur.com)



## LÁCTEOS COVAP LANZA SMILKE, UNA NUEVA GAMA DE BEBIDAS LÁCTEAS ON THE GO

Lácteos COVAP lanza Smilke, la nueva gama de productos on the go, bebidas lácteas listas para llevar y consumir en un formato de 225 ml. Inspirada en el ritmo de vida actual, se trata de una apuesta de la Cooperativa por ofrecer nuevos productos saludables, seguros y de máxima calidad que aporten soluciones al consumidor.

Esta nueva gama de bebidas lácteas cuenta, por un lado, con Smilke Avena, una línea orientada al desayuno y a la merienda que combina, en sus dos variedades, leche COVAP recogida diariamente en las granjas familiares de los ganaderos, con ingredientes naturales como avena, miel y cacao. Y, por otro lado, Smilke Café, que aúna toda la calidad de la leche de la Cooperativa con la intensidad del café puro de la variedad 100% arábica, extraído por el sistema expreso.

[www.covap.es](http://www.covap.es)



**LA MATILLA OBTIENE LA MEDALLA DE ORO AL MEJOR PRODUCTO Y PACKAGING EN LA COMPETICIÓN INTERNACIONAL DE ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA CELEBRADA EN LOS ÁNGELES**



La Competición Internacional de Aceite de Oliva Virgen Extra de Los Ángeles es una de las más importantes en los Estados Unidos.

En ella se reúnen los más altos estándares de calidad y profesionalidad al otorgar medallas a los mejores aceites con calidad y presentación a nivel internacional entre más de 5000 participantes.

La empresa se ha mostrado muy orgullosa por la recepción de este galardón, “felicitando a cada uno de los integrantes que forman parte de este gran proyecto”.

[www.aceiteslamatilla.com](http://www.aceiteslamatilla.com)

**CRUZCAMPO RECIBE 12 ESTRELLAS EN LOS SUPERIOR TASTE AWARDS 2020**



Un año más, los Superior Taste Awards, otorgados por el International Taste & Quality Institute, han reconocido a Cruzcampo y varias marcas de HEINEKEN España por su compromiso con la calidad y el producto.

Los Superior Taste Award están considerados la “Guía Michelin” de los alimentos y las bebidas, debido a su exigente metodología a la hora de evaluar los productos que se presentan a cada categoría, por lo que, conseguir un premio como este es todo un orgullo para Cruzcampo, que cada día trabaja para ofrecer a los consumidores cervezas de gran calidad.

[www.cruzcampo.es](http://www.cruzcampo.es)

**OLEOESTEPA RENUEVA PRESIDENCIA Y CONSEJO RECTOR EN SU ASAMBLEA ORDINARIA**

El pasado martes, 23 de junio, se celebró la Asamblea Ordinaria de la cooperativa de segundo grado Oleoestepa SCA, en la que tuvo lugar la renovación de presidencia y vicepresidencia de su Consejo Rector.

En sus palabras de despedida tras ocho años en el cargo de presidente, Alfredo García Raya manifestó su agradecimiento por haber podido presidir este proyecto cooperativo en este periodo.

[www.oleoestepa.com](http://www.oleoestepa.com)





## MARISCOS CASTELLAR RECIBE EL PREMIO ANDALUCÍA ECONÓMICA A LA INTERNACIONALIZACIÓN

La empresa alimentaria Mariscos Castellar, especializada en la elaboración y distribución de productos del mar, recibió el Premio Andalucía Económica a la internacionalización, con el que se galardona a aquellas empresas cuya trayectoria contribuye a la proyección internacional de los productos y servicios andaluces.

Los directores generales de la compañía, Josefina y Francisco García Calero, recibieron el premio en un acto presidido por el vicepresidente de la Junta de Andalucía, Juan Marín, y celebrado en la Real Escuela Andaluza de Arte Escultor de Jerez de la Frontera, con la asistencia de numerosas empresas e instituciones de relevancia en Andalucía.

[www.mariscoscastellar.com](http://www.mariscoscastellar.com)

## EL MERCADO JAPONÉS RECONOCE DE NUEVO LA ALTA CALIDAD DE LOS VÍRGENES EXTRAS DE OLEOESTEPA

El pasado 11 de junio, falló el jurado del Concurso Internacional OLIVE JAPAN 2020 reconociendo la calidad de los tres aceites presentados por Oleoestepa. Las dos referencias de la línea gourmet, ESTEPA VIRGEN y EGREGIO, han obtenido medalla de oro, mientras que el aceite de oliva virgen extra OLEOESTEPA ECOLÓGICO ha recibido una meritoria medalla de plata.

Olive Japan es la más importante competición del mercado asiático, dándose una participación de más de 600 aceites de oliva virgen extra en esta octava edición.

Con estos premios son siete los años consecutivos en los que estas referencias han visto reconocida su alta calidad por la Asociación de Sommelier de Aceite de Oliva de Japón, responsable de la organización de este concurso internacional de calidad.

[www.oleoestepa.com](http://www.oleoestepa.com)



## PÉREZ BARQUERO ANUNCIA LA INSTALACIÓN DE UNA PLANTA FOTOVOLTAICA DE AUTOCONSUMO EN SUS INSTALACIONES DE MONTILLA



En el Día Mundial del Medio Ambiente, 5 de Junio 2020, Pérez Barquero anunció la instalación de una planta fotovoltaica de autoconsumo en sus instalaciones de Montilla.

Estas placas solares permitirán a la Bodega generar, de forma sostenible, la práctica totalidad de la energía que consume su proceso productivo de vinos, brandies, vinagres y vermouth, minimizando el impacto ambiental.

Pérez Barquero ha firmado un acuerdo con ENDESA y la planta estará operativa entre finales de este año y principios de 2021.

[www.perezbarquero.com](http://www.perezbarquero.com)



### USISA RENUEVA SU CERTIFICACIÓN IFS HASTA 2021

USISA, en su camino de Mejora Continua, ha rematado en estas últimas semanas la auditoría de calidad más exigente a nivel europeo sobre industrias alimentarias, obteniendo la renovación de su certificación hasta 2021; además se han superado otras tantas auditorías de clientes y de su Consejo Regulador de Caballa y Melva de Andalucía y de Mojama de Isla Cristina. Por lo tanto, afrontan su temporada fuerte, con el comienzo de la campaña de capturas de frescos en nuestra costa, con sus instalaciones a pleno rendimiento y con plenas garantías de cumplimiento con los criterios de seguridad alimentaria en todas las etapas de nuestro proceso productivo.

Por otra parte, con la intención de seguir mejorando, USISA ha proyectado una serie de acciones encaminadas a mejorar sus procesos y a hacerlos más respetuosos con el medioambiente. Para ello, en las próximas semanas emprenderá un proyecto de ampliación de instalaciones auxiliares, que se irán desarrollando en los próximos meses hasta 2021.

[www.usisa.es](http://www.usisa.es)



REPOSTERÍA  
Tradicional y Natural

# En verano cerca de ti

Torta de Aceite  
TRADICIONAL



Torta de Aceite  
SIN AZÚCAR

MARTINITO  
de Verano



Cortadillos  
SIN AZÚCAR



[www.smporres.com](http://www.smporres.com)

## VERANEA EN LA BODEGA DE GONZÁLEZ BYASS

Es posible veranear en la bodega con la propuesta que González Byass ofrece para disfrutar del mundo del vino y la gastronomía en cada uno de sus mágicos rincones. “Veranea en la bodega” brinda, durante los meses de julio y agosto, vivencias innovadoras y diferentes en las que se alargarán las noches con catas magistrales, visitas especiales y música en directo. Como broche final, se podrá dormir en el Hotel Bodega Tío Pepe.

Además, contará con importantes y tradicionales restauradores de la comarca que ofrecerán experiencias gastronómicas en los patios, jardines, bodegas y calles emparadas de González Byass.

Tres destacados restauradores de Jerez trasladan su restaurante a González Byass para acercar la gastronomía de la comarca a los visitantes. Durante el mes de agosto, La



Carboná ofrecerá su carta en los jardines de la bodega de los Gigantes. También estarán presente con su propuesta gastronómica, desde el 15 de julio y hasta final de agosto, el Bichero, en el Patio de la Constancia, y Bocarambo, en el Jardín de Villa Victorina.

[www.gonzalezbyass.com](http://www.gonzalezbyass.com)

## LOS ACEITES DE OLIVA ECOLÓGICOS DE HACIENDA GUZMÁN, GALARDONADOS EN LOS OLIVE JAPAN 2020



Los aceites de oliva premium de Hacienda Guzmán cosechan un nuevo premio en su haber. En esta ocasión, ha sido la Olive Japan 2020 International Extra Virgin Olive Oil Competition, la encargada de premiar la calidad de estos aceites posicionados como un aceite de oliva gourmet de carácter artesanal que cumple con los más exigentes estándares de calidad.

Las cuatro variedades de esta marca, arbequina, manzanilla, hojiblanca y coupage, han recibido una distinción en este destacado premio internacional que señala los mejores aceites del mundo. Hacienda Guzmán se ha hecho con un oro con su variedad hojiblanca y con tres platas para su manzanilla, su arbequina y el coupage.

[www.acesur.com](http://www.acesur.com)



# Tu Pausa Mediterránea

No hay nada que combine mejor con un momento de tranquilidad que aceitunas Fragata. El más exquisito sabor mediterráneo que puedes disfrutar cómo y dónde quieras.



[www.fragata.es](http://www.fragata.es)

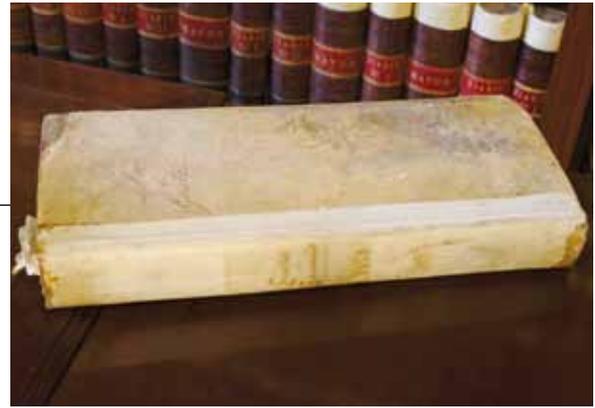


### CRUZCAMPO PREPARA LA REAPERTURA DE SU MICROCEVECERÍA EN MÁLAGA CON UNA NUEVA CERVEZA ARTESANA: 'LA PRIMERA'

La microcervecería de Cruzcampo en Málaga abre de nuevo sus puertas tras unos meses en la que se ha echado de menos disfrutar de momentos con amigos y familiares alrededor de una refrescante cerveza.

Gracias al talento de las tres mentes creativas que trabajan en la microcervecería, Juan Jiménez, Jorge Varela y Juan Navarro, nace La Primera. Una cerveza que surge para recordar esas "nuevas primeras veces": la primera vez que vuelves a tomar una cerveza en un bar, el primer abrazo, el primer paseo por la playa, el reencuentro tan esperado con los seres queridos.

[www.cruzcampo.es](http://www.cruzcampo.es)



### GONZÁLEZ BYASS CELEBRÓ EL DÍA INTERNACIONAL DE LOS ARCHIVOS CON LA APERTURA ONLINE DE SU ARCHIVO HISTÓRICO

Como ya es tradicional, la Fundación González Byass celebró el Día Internacional de los Archivos con la apertura online de su Archivo Histórico. La mejor contribución que pudieron hacer en estos momentos que estamos viviendo fue nuestra función principal de convertirnos en memoria. Por ello, y en sencillo homenaje a todas aquellas personas afectadas por esta pandemia, se detuvieron en algunos documentos a través de los cuales vieron el efecto de las epidemias de cólera que recorrieron España durante el siglo XIX.

Como medida excepcional, se prescindió de la visita presencial y se realizó un breve vídeo que está disponible en los canales de Facebook y Twitter de la Fundación González Byass.

[www.gonzalezbyass.com](http://www.gonzalezbyass.com)

### MARISCOS CASTELLAR PRESENTA SU GAMA DE PRODUCTOS EN LA FERIA INTERNACIONAL DE TENDENCIAS E INNOVACIÓN DEL SECTOR HORECA



Mariscos Castellar presentó su amplia gama de marisco crudo y cocido en el transcurso de la Feria Internacional de Tendencias e Innovación del sector Horeca (HIP 2020),

celebrada el pasado febrero en IFEMA-Madrid.

Se trata de la primera vez que Mariscos

Castellar participa en esta feria que, en su cuarta edición, ha contado con más de 30.000 congresistas y visitantes profesionales, lo que la erige en la mayor cita de innovación para el sector de hostelería.

En el evento, Mariscos Castellar ha podido mostrar su producto estrella, el marisco, con la renovada imagen y packaging de la compañía, y centrado en soluciones específicas para el sector hostelero.

[www.mariscoscastellar.com](http://www.mariscoscastellar.com)

# CONTIGO

**Más de 3 millones  
de prestaciones  
y pensiones anticipadas**

**Más de 350.000 familias  
con tramitación de moratorias**

**Más de 50.000 millones  
en financiación  
a autónomos, pymes y empresas**



Patrocinador del  
Equipo Olímpico

Lo normal para nosotros siempre ha sido estar a tu lado, y al de tu negocio. Por eso, vamos a seguir estándolo en esta nueva etapa, aplazándote el pago de la hipoteca\*, adelantándote el cobro de la pensión y facilitándote la liquidez que necesitas. Porque las más de 25.000 personas que trabajamos en CaixaBank sabemos qué es lo más importante y que, contigo, podremos recuperar la normalidad cuanto antes.

**CaixaBank. Escuchar Hablar Hacer**



\*La moratoria de las cuotas de la hipoteca sobre la vivienda habitual es una medida legal recogida en el Real Decreto Ley 8/2020, de 17 de marzo, de medidas urgentes extraordinarias para hacer frente al impacto económico y social de la COVID-19, de aplicación para deudores que hayan sufrido una reducción de los ingresos o hayan quedado en situación de paro y que cumplan todos los requisitos establecidos en la norma. También se ofrece una moratoria distinta a la legal para afectados por la COVID-19, aunque no cumplan con todos los requisitos establecidos en la norma. CaixaBank, S.A., con domicilio social en la calle del Pintor Sorolla, 2-4, 46002 Valencia, con NIF A08663019, inscrito en el Registro Mercantil de Valencia, tomo 10370, folio 1, hoja V-178351, e inscrito en el Registro Administrativo Especial del Banco de España con el número 2100. NIRE: 3460-2020/09681



### BARBADILLO DONÓ AL SECTOR HOSTELERO LO OBTENIDO EN SU CAMPAÑA PARA PASAR LA FERIA EN CASA

Las Bodegas Barbadillo tienen un compromiso asumido más allá de sus obligaciones comerciales o legales, y es ser responsable ante la sociedad, sus consumidores y sus clientes. Por ello, en estos momentos de enorme dificultad que toda la ciudadanía está soportando, quiso acercarse a uno de los sectores que peor lo está pasando, como es el de los restaurantes, bares y cafeterías que fueron de los primeros en cerrar y que, seguramente, serán de los últimos en poder volver a la actividad empresarial.

[www.barbadillo.com](http://www.barbadillo.com)

### LACTALIS PULEVA SE VUELCA CON ANDALUCÍA DURANTE LA CRISIS DEL COVID-19



El pasado mes de marzo el mundo se paralizó por la pandemia del coronavirus. Desde entonces, Lactalis Puleva redobló esfuerzos para colaborar activamente en estos momentos de extrema dificultad.

En vista del esfuerzo y de las largas jornadas laborales del personal sanitario de hospitales, en marzo se puso en marcha una iniciativa solidaria para donar Puleva Café con Leche a todos los centros hospitalarios que lo solicitaran. Solo en las provincias de Granada, Almería y Jaén se han entregado más 25.000 botellitas de café con leche en 10 hospitales diferentes, entre ellos el Hospital Universitario Clínico San Cecilio (Granada), el Hospital de Linares (Jaén) o el Hospital Universitario Torrecárdenas (Almería).

[www.lechepuleva.es](http://www.lechepuleva.es)

### MARISCOS CASTELLAR PERMANECE AL LADO DEL CONSUMIDOR Y DE LA HOSTELERÍA

Desde que se declaró el estado de alarma, la compañía ha seguido activa, suministrando a supermercados y tiendas de alimentación, cumpliendo con los plazos de entrega a los profesionales mayoristas.

Habitualmente, sus productos también llegan a hoteles, caterings, restaurantes, bares y marisquerías,

de ahí su empatía con este sector, con el que se solidariza y al que desea impulsar ahora que poco a poco empieza a retomar la actividad, conforme se avanza en el proceso desescalada.

Además, dentro de su programa de Responsabilidad Social Corporativa, la compañía ha donado al Banco de Alimentos de Jaén 2.000 kilos de productos.

Mariscos Castellar se une a #EstoNOtienequePARAR y mantiene su actividad para poder abastecer la demanda social y profesional de sus productos, contribuyendo a la activación de la cadena alimentaria y el canal HORECA.

[www.mariscoscastellar.com](http://www.mariscoscastellar.com)

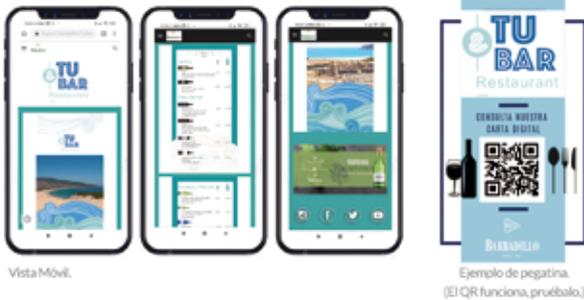




**#JUNTOSSALDREMOSADELANTE, LA CAMPAÑA DE COOSUR PARA AGRADECER A LOS ESPAÑOLES SU LABOR DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID-19**

#JuntosSaldremosAdelante ha sido el claim elegido por la marca de aceites de oliva Coosur en su campaña para destacar la labor de la industria agroalimentaria, fuerzas de seguridad del estado, personal sanitario y en definitiva, toda la sociedad española por su labor y esfuerzo durante el confinamiento y la crisis sanitaria vivida con el covid-19.

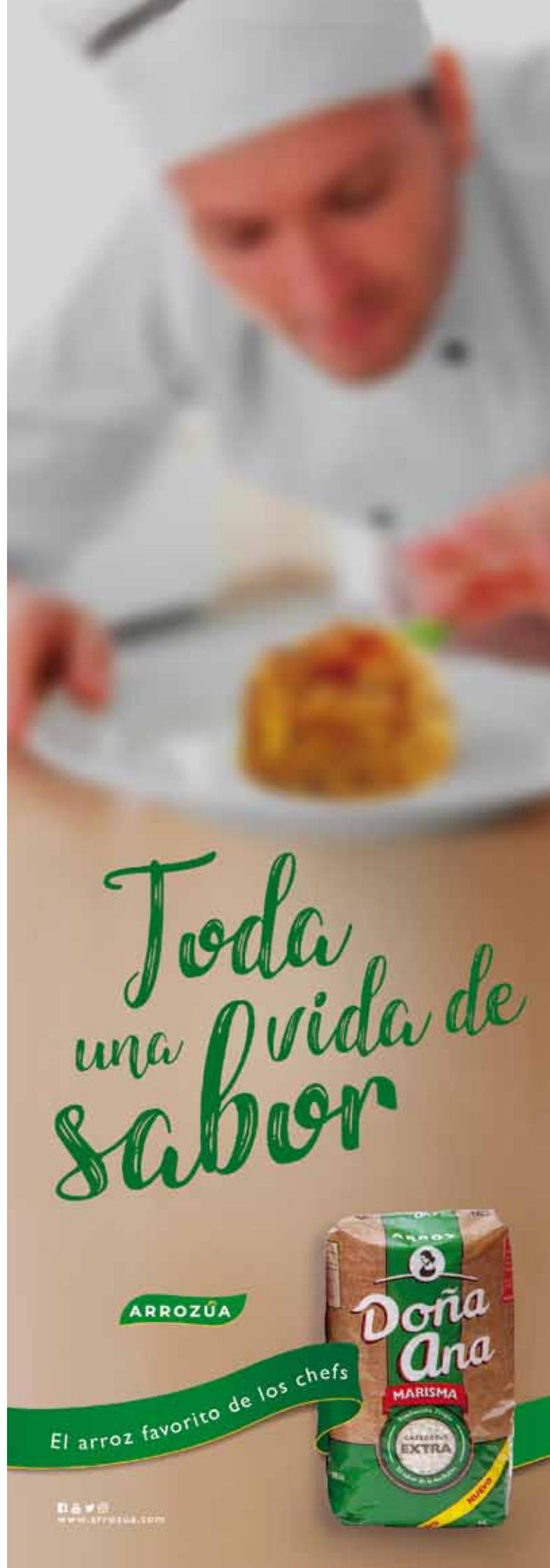
[www.acesur.com](http://www.acesur.com)



**BARBADILLO PROVEE A BARES Y RESTAURANTES LA SOLUCIÓN TECNOLÓGICA PARA VER LAS CARTAS EN DISPOSITIVOS MÓVILES**

Como es sabido, en las distintas fases de la desescalada no está permitido el uso de elementos comunes que fueran susceptibles de transmitir el virus Covid-19, tales como cartas o servilletas, por ejemplo. Por ello, la bodega sanluqueña ha diseñado un servicio específico que pondrá a disposición de sus clientes para poder ofrecer a sus consumidores las cartas virtuales con los alimentos y bebidas de manera ágil y fácil de visualizar.

[www.barbadillo.com](http://www.barbadillo.com)



Toda una vida de sabor

ARROZÚA

El arroz favorito de los chefs





## PULEVA APOYARÁ LA HOSTELERÍA MEDIANTE LA CAMPAÑA #ACTIBARBATIDOSPULEVA



Puleva ha puesto en marcha desde su división de foodservice, un movimiento para impulsar la actividad en bares y cafeterías por toda la geografía española, una vez finalizado el estado de alarma. La promoción en redes sociales, anima a los consumidores a compartir una fotografía mientras disfrutan de alguna de las variedades de Batidos Puleva, mencionando el establecimiento junto con el hashtag #actiBARbatidosPuleva y etiquetando el perfil de Puleva @leche\_puleva. Cada semana, los participantes entrarán en el sorteo de camisetas de fútbol de sus equipos favoritos. Además, el establecimiento más mencionado recibirá una suscripción a una plataforma TV deportiva.

[www.lechepuleva.es](http://www.lechepuleva.es)

## GONZÁLEZ BYASS LANZA TÍO PEPE EN RAMA 2020 EN APOYO A LA HOSTELERÍA

En las últimas semanas el vino ha seguido su evolución natural. Y, con la llegada de la nueva estación, ha nacido Tío Pepe en Rama, cuya saca 2020 ha estado marcada por un invierno anormalmente seco y templado, que ha dado paso a una primavera fresca y lluviosa.

González Byass quiere aportar su granito de arena destinando los ingresos de la nueva saca de Tío Pepe en Rama 2020 a apoyar la reapertura de la hostelería. Porque juntos hemos superado muchas situaciones críticas y juntos seremos más fuertes y recuperaremos las ganas de disfrutar de nuestra gastronomía y joyas enológicas.



[www.gonzalezbyass.com](http://www.gonzalezbyass.com)

## GRUPO YBARRA LIDERÓ EL PROYECTO SOLIDARIO “NO ESTÁIS SOLOS” PARA APOYAR A LOS PROFESIONALES SANITARIOS EN SEVILLA

Debido a la crisis que ha generado la expansión en todo el país del Covid-19 y la necesidad de aunar esfuerzos en la lucha contra esta pandemia y apoyar a los profesionales sanitarios surgió el proyecto solidario “No estáis solos”, una iniciativa de Grupo Ybarra Alimentación para dar un estímulo positivo al personal sanitario de Sevilla en estos difíciles y a la vez cruciales momentos.

Este apoyo se materializó en forma de una “bolsa solidaria” que contenía productos de alimentación, desinfección, higiene personal como: pan, picos, aceite de oliva virgen extra, aceitunas, jamón serrano, galletas, zumo de frutas,

paté, agua, fruta fresca, frutos secos, geles desinfectantes, entre otros.

[www.grupoybarra.es](http://www.grupoybarra.es)



Desde hace más de un cuarto de siglo, La empresa se dedica a la elaboración de la aceituna de mesa: clasificado, deshuesado, rodajas, envasado, etc. Su objetivo principal es realizar cada día el trabajo bien hecho garantizando la satisfacción de sus clientes.



ACEITUNAS

# La Reina del Verdeo



Crecen poco a poco, trabajan con ilusión y perseverancia ante los nuevos retos que se les presentan: la ampliación y la diversidad de los nuevos mercados.

El mundo de las aceitunas es para la Reina del Verdeo un estilo de vida, una forma de vivir: sentir lo que se hace, hacer lo que se quiere, conocer

su trabajo es lo que les hace diferente. Tradición y cultura, el olivo y su fruto símbolo de paz, sabiduría y progreso. Tres buenos ingredientes para superar los retos de cada día.

En Aceitunas La Reina del Verdeo se dedican a la fabricación y venta de aceitunas desde 1970. Fabrican

aceitunas con aliños y rellenos de toda clase, aceitunas con marca blanca o aceitunas sevillanas. Gracias a su excelente producto se dedican a la venta internacional de aceitunas.. Desde su página web podrá conocer toda su empresa así como todo el proceso de elaboración de sus productos.

Están creando una red amplia de distribución por todo el territorio nacional e internacional. Desde pequeñas tiendas, comercios,



autoservicios hasta grande plataformas comerciales y cadenas alimenticias. Todo este proceso ha sido realizado con un gran esfuerzo y trabajo.

Su actividad principal consiste en todas las operaciones industriales y comerciales relativas a la transformación, comercialización, fomento, promoción y venta de aceitunas de mesa de las variedades Manzanilla, Gordal, Hojiblanca, Carrasqueña y Cacereña en diversas presentaciones (enteras, con y sin hueso, rellenas, en rodajas y rotas).

[www.lareinadelverdeo.com](http://www.lareinadelverdeo.com)



# LANDALUZ

## PROGRAMA AGROINDUSTRIA FRENTE AL COVID

Durante este período de confinamiento en el que se restringieron los movimientos personales, LANDALUZ ha mantenido su papel institucional, siendo el mayor representante de la industria agroalimentaria de Andalucía. De forma paralela, desarrolló un plan de actividades para seguir fomentando la actividad empresarial, promocional y comercial entre sus asociados, mejorando, dentro de sus posibilidades, la situación de las empresas agroalimentarias.

Hoy, más que nunca, LANDALUZ, debe estar al lado de todos sus asociados porque sólo unidos saldremos más fortalecidos de esta crisis sanitaria y la consiguiente crisis social y económica que ha generado.

En este sentido, desde la asociación



se ha puesto en marcha el Programa Agroindustria Frente al COVID19, dirigido a apoyar al tejido empresarial de la asociación, así como al sector agroindustrial en su conjunto durante este período y acompañarle hasta que culmine el proceso de recuperación.

En este programa se encuentran

una serie de herramientas y servicios puestos a disposición del tejido empresarial andaluz, todo recogido en la web de landaluz (<https://landaluz.es/programacovid/>), donde se van recogiendo todas las iniciativas que estamos poniendo en marcha, asumiendo el papel

que LANDALUZ. Asesoramiento, información, formación, promoción, digitalización, internacionalización o comercialización son algunos de los apartados que contempla dicho

programa, conformando un potente panel que esperamos sirva de apoyo y permita dirigir todos nuestros esfuerzos en ayuda de las empresas de la asociación.



**“Desde la asociación se ha puesto en marcha el Programa Agroindustria Frente al COVID19, dirigido a apoyar al tejido empresarial de la asociación, así como al sector agroindustrial en su conjunto durante este período y acompañarle hasta que culmine el proceso de recuperación”**

# ANDALUCÍA SIGUE PRODUCIENDO

Dentro de la situación de confinamiento vivido, desde LANDALUZ se ha querido agradecer la labor que han desarrollado las empresas que siempre han seguido produciendo para garantizar el abastecimiento en los comercios de alimentación. Así, a través de la campaña #AndalucíaSigueProduciendo se le ha dado voz a todas estas empresas que no han parado de trabajar, así como LANDALUZ se ha erigido como voz del sector a través de distintas apariciones en medios y abriendo canales de comunicación con el sector abordando acciones solidarias, formativas e informativas que se han puesto en marcha.

Dentro de esta actuación, LANDALUZ ha puesto en marcha



distintos canales de comunicación para llegar tanto a las empresas a través de newsletters que recogen toda las actuaciones que se han activado, así como a la sociedad civil a través de los medios de comunicación y de las redes sociales.

## NOVEDADES

A parte de formar, LANDALUZ también se preocupa por informar a sus empresas de las novedades que van surgiendo. Por este motivo, ha creado un espacio donde se va subiendo la documentación referente a novedades normativas referentes a medidas impulsadas por las distintas Administraciones Públicas en materia laboral, fiscal, sanitaria, etc.



## TRIBUNA LANDALUZ

La cadena alimentaria frente al COVID 19 ha valorado positivamente su actuación durante la crisis sanitaria producida por la pandemia, permitiendo el abastecimiento de la sociedad durante el periodo de confinamiento. Así ha quedado patente en una nueva edición de la Tribuna LANDALUZ. En este encuentro, representantes de los distintos eslabones de la cadena alimentaria han contado sus experiencias frente a la irrupción del virus. Así, han participado Aceitunas Guadalquivir, aportando la visión del productor agroalimentario; CETM Andalucía FATRANS, como representantes del transporte y Mercadona quien ha explicado su experiencia como cadena de distribución y las medidas que han puesto en marcha para dar solución a la sociedad.



CRONO DEL CORONAVIRUS

## El día a día en Heineken, Acesur, Prolongo y San Martín de Porres

Las empresas de Landaluz realizan una actividad esencial y mantienen su trabajo



Coosur, aceite de oliva virgen

empresas | especial | responsable

Publicado 12/04/2020 14:00:01 +02:00 UTC

## 'Andaluces compartiendo' y Carrefour donan 50.000 kilos de alimentos a familias ante el impacto del Covid-19



Procesos compartiendo y Carrefour donan 50.000 kilos de alimentos a las familias ante el impacto del Covid-19. Andalucía (EUROPA PRESS)

ULTIMAS NOTICIAS - ESPECIAL 11

El Gobierno aprueba la reforma fiscal y generosa que debe servir de base para las nuevas medidas económicas

El Gobierno aprueba la reforma fiscal y generosa que debe servir de base para las nuevas medidas económicas

El Gobierno de España 'vence' ante de las encuestas de la ONU para la política por 'no resquebrajar'...

Lo más leído

## Landaluz afirma que "las empresas andaluzas aseguran el abastecimiento" y pide "tranquilidad" ante el coronavirus



Comercios y empresas afirman que "las empresas andaluzas aseguran el abastecimiento". Andalucía (EUROPA PRESS)

ULTIMAS NOTICIAS - ESPECIAL 11

El Gobierno de España 'vence' ante de las encuestas de la ONU para la política por 'no resquebrajar'...

El Gobierno aprueba la reforma fiscal y generosa que debe servir de base para las nuevas medidas económicas

El Gobierno aprueba la reforma fiscal y generosa que debe servir de base para las nuevas medidas económicas

Lo más leído

# MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En línea con el objetivo de reforzar la importancia del sector agroindustrial andaluz dentro de nuestra economía y nuestra vida diaria, LANDALUZ ha trasladado a distintos medios especializados y generalistas su postura así como ejemplos de cómo las empresas han seguido trabajando para garantizar el abastecimiento de la población. Así, la asociación ha ejercido de portavoz de las empresas de la industria agroalimentaria y de su actividad durante los meses en los que ha estado activo el Estado de Alarma.



Certificación de la producción agroalimentaria.



La hostelería andaluza frente al COVID19.



Experiencias y retos de la industria agroalimentaria frente al COVID-19.



Cómo seguir exportando frente al COVID19.



Carmen Crespo, consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible.



La importancia que tiene el marketing digital en la estrategia comercial.

# WEBINAR LANDALUZ

Uno de los objetivos de LANDALUZ, durante esta pandemia, ha sido dotar de contenido con un valor añadido a las empresas y a sus profesionales para que puedan seguir creciendo y recogiendo conocimientos que permitan un mejor desarrollo en sus funciones. Por este motivo, la asociación ha elaborado un calendario de webinars donde distintos ponentes han abordado y abordarán asuntos de interés para la industria agroalimentaria desde una tribuna transversal como las medidas puestas en marcha por la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, la Federación de Hostelería HORECA Andalucía, o temas de interés como la certificación, la exportación o el marketing digital.

# CARREFOUR Y LANDALUZ APOYAN A LAS EMPRESAS Y PRODUCTORES ANDALUCES CON AHORA MÁS QUE NUNCA ANDALUCÍA SABE

De cara a poner en valor el trabajo de los productores locales, LANDALUZ de la mano de Carrefour celebró en todos sus centros de Andalucía durante el mes de mayo la campaña 'Ahora más que nunca, Andalucía Sabe', que consistió en una campaña institucional en colaboración la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía.

La iniciativa surgió con el objetivo de poner en valor el producto regional y marcas andaluzas para contribuir con ello a la reactivación económica de los proveedores de la zona.

La campaña promocional contó además con una batería de actividades para impulsar la participación de los consumidores como concursos de recetas tradicionales andaluzas o presencia en radio para apoyar el consumo de productos andaluces.



## ANDALUCÍA SABE EN TU CASA

Dentro del marco del Programa Agroindustria Frente al COVID19, LANDALUZ apoyo el comercio online de sus empresas a través de la iniciativa Andalucía Sabe en tu casa, que permitió llevar a los domicilios de los consumidores lo mejor de la despensa andaluza. Una tierra que cuenta con una gran selección de alimentos que vienen de la tierra y del mar, como los mejores aceites, productos ibéricos de primera calidad, vinos de gran tradición y una cuidada selección de productos derivados del pescado.

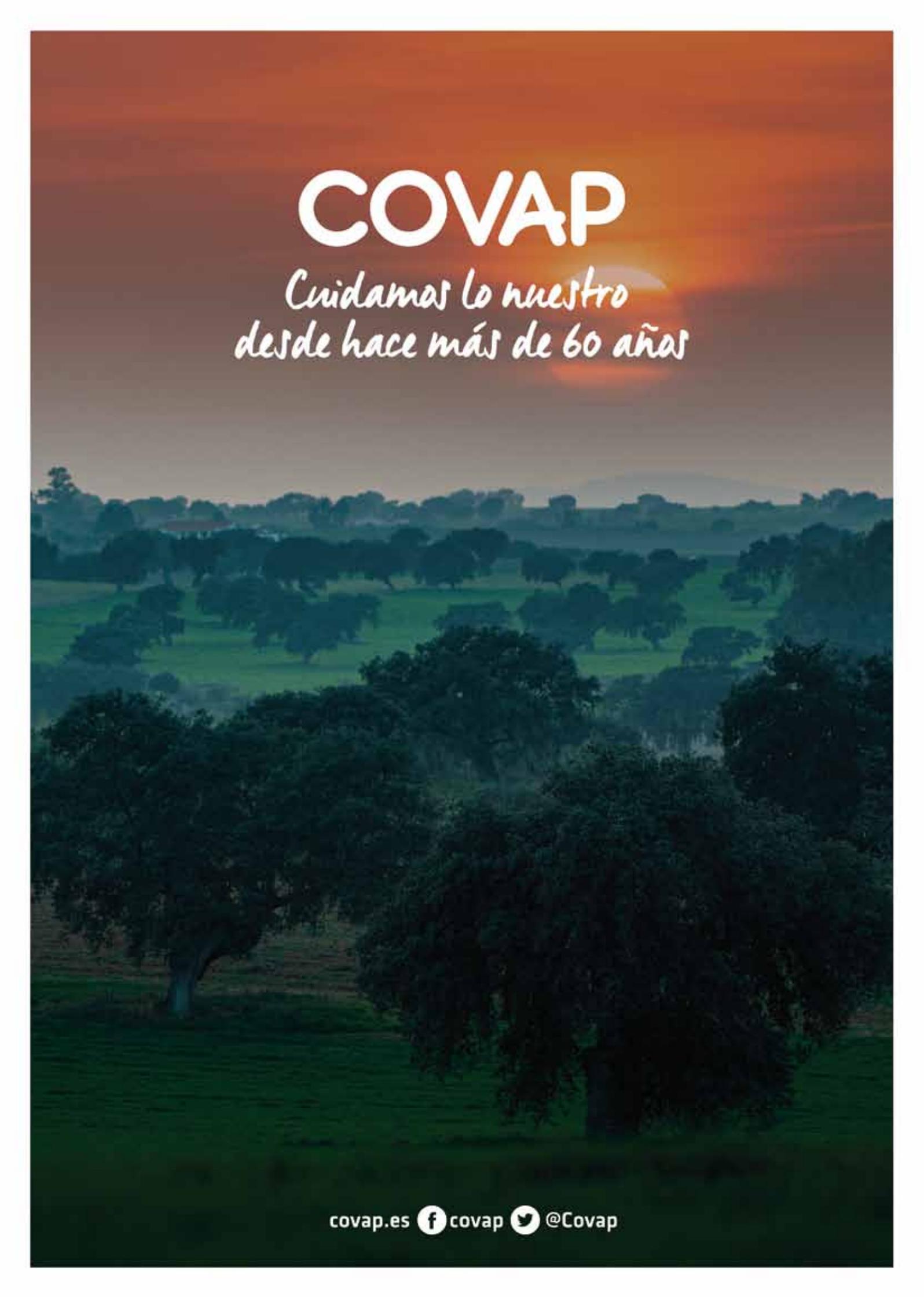
De esta forma, #AndalucíaSabeenTuCasa agrupó en un solo espacio una oferta interesante compuesta por los productos de más de quince empresas andaluzas, que pudieron, a través de sus tiendas online, llevar lo mejor de los productos andaluces a la sociedad que se encontraba confinada en casa.

En esta iniciativa más de quince empresas participaron agrupando una interesante oferta que ha permitido, a través de

sus tiendas online, llevar lo mejor de los productos andaluces a la sociedad que se encontraba confinada en casa.

Esta acción basó su estrategia en un espacio central dentro de la web de Andalucía Sabe. Junto a este espacio, se desarrolló una campaña en redes sociales que permitió dotar de mucha visibilidad a estas empresas a través de distintas publicaciones como sorteos o contenidos promocionados de las propias marcas.



The background of the entire page is a landscape photograph. The top half shows a sunset sky with a gradient from orange to red. The bottom half shows a green field with many trees, some in the foreground and some in the distance. The sun is visible as a bright circle behind the trees in the middle ground.

# COVAP

*Cuidamos lo nuestro  
desde hace más de 60 años*

# AYUDA A LA INTERNACIONALIZACIÓN

Para LANDALUZ tiene una gran importancia la ayuda a las empresas de la industria agroalimentaria en su proyección internacional. Para ello, y contando con las limitaciones comerciales que se han dado durante el tiempo que ha durado el Estado de Alarma a nivel de desplazamientos, etc.... se han puesto en marcha distintas iniciativas para seguir trabajando en la proyección internacional de los alimentos andaluces.

## PROMOCIONES ON-LINE

La crisis sanitaria del COVID-19 ha producido una aceleración de las nuevas formas de comercialización ya emergidas en los últimos años. En este sentido el comercio on-line se erige como uno de los canales que ofrecen más oportunidades. LANDALUZ, plenamente consciente del empuje del comercio digital ligado al sector alimentario, apuesta durante esta crisis y de cara al futuro por la implantación de Promociones on-line con el objeto de seguir acercando la oferta agroalimentaria al consumidor internacional.



## MISIONES COMERCIALES

La restricción a la movilidad ha sido sin duda el común denominador en la crisis global de la COVID-19, dificultando el encuentro entre proveedores y compradores en los mercados internacionales. En este sentido y gracias a la colaboración de Extenda - Agencia Andaluza de Promoción de Exterior, la Asociación apuesta por el desarrollo de Misiones Comerciales telemáticas entre proveedores andaluces y compradores internacionales. El objetivo de estas misiones es seguir generando sinergias y creando oportunidades de negocio a nuestras empresas en el ámbito internacional. Una vez abierta la movilidad persona, estas misiones comerciales telemáticas se han compatibilizado con las presenciales manteniendo siempre las medidas de seguridad exigidas.



## VENTAS INTERNACIONALES

LANDALUZ apuesta por el mantenimiento y potenciación de su Servicio Integral de Consolidación o venta agrupada de los productos de sus asociados para importadores, distribuidores y

retailers internacionales. Ahora más que nunca facilitar la acción de compra es la ventaja competitiva, permitiendo la apertura de nuevos mercados y clientes a las empresas asociadas.

## RESOLUCIÓN DE CONSULTAS

Seguimos ofreciendo a nuestras empresas asociadas el Servicio gratuito de resolución de consultas sobre aspectos clave en internacionalización. La crisis de la COVID-19 ha puesto de manifiesto, como ya lo hiciera la crisis

financiera del 2008, la importancia de la diversificación de canales de comercialización, pero también la importancia de la diversificación de mercados. Se ha animado a las empresas a tener muy presente a la asociación como guía y acompañamiento en su proceso de internacionalización.



## UNIDOS VOLVEMOS A LOS FOGONES

La Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía, en colaboración con trece marcas pusieron en marcha la campaña Unidos, volvemos a los fogones para apoyar la vuelta a la normalidad del sector de la hostelería tras más de dos meses de cierres totales y parciales de sus negocios. A través de esta campaña, doscientos restaurantes repartidos por toda la geografía andaluza han recibido una muestra de productos de la tierra.

Esta acción, es un guiño a un sector fundamental para la economía de Andalucía como es la hostelería y que tiene como objetivo trasladarles la plena disposición a colaborar de las empresas que conforman la industria agroalimentaria.

Además, del lote de productos algunas de las empresas participantes quisieron activar descuentos en los pedidos

de los hosteleros para hacerles más fácil la vuelta a la actividad en la compra de materia prima para sus establecimientos.

En esta acción participaron productores de aceites, productos lácteos, cárnicas, legumbres, especias y picos como son Panadería Obando, Capricho Andaluz, El Descansillo, Triselecta, Prolongo, ACESUR, Legumbres Pedro, Puleva, Conde de Benalúa, COVAP, Ubago, Flor de Olivo y Arrozúa.

Desde LANDALUZ se quiso, de esta forma simbólica, trasladar a los restaurantes andaluces la importancia que desde la industria agroalimentaria se le da a este sector, elemento clave para hacer llegar lo mejor de los alimentos de Andalucía a los consumidores y clientes.



#VOLVEREMOSALOSFOGONES  
Andalucía  
Cocina



## VOLVEREMOS A LOS FOGONES

Al ver la complicada situación a la que se enfrentaban los hosteleros, LANDALUZ quiso, a través de su marca Andalucía Cocina, poner en marcha una iniciativa de apoyo al sector mediante mensajes de apoyo de cocineros andaluces, esperando una pronta vuelta a los fogones. En esta acción participaron cocineros de toda Andalucía.



**NUEVA**

DESDE 1904  
**Cruzcampo®**

**ANDALUSIAN**

**IPA**

**Cruzcampo®**

SEVILLA  
Cruzcampo recomienda el consumo responsable.

# BODEGAS



Elaboradores y criadores de vinos y vinagres de calidad durante más de 145 años, la familia Delgado permanece al frente de esta centenaria bodega con el firme propósito de elaborar artesanalmente unos vinos de excepcional originalidad.

La variedad de uva Pedro Ximénez, el clima y la tierra del sur de Córdoba y un conocimiento transmitido sabiamente a lo largo de cuatro generaciones dan como resultado una amplia gama de vinos tan distintos en tonalidades, aromas y sabores.

Nos encontramos en la única región vinícola del mundo donde a partir de la misma variedad de uva resultan vinos tan diferentes y originales.

Don Antonio Delgado Gálvez junto con su esposa, Doña María Estrada Pérez, fundaron en 1874 la bodega a partir de la adquisición de una partida de botas de roble americano en el actual pueblo de Moriles, entonces llamado Zapateros.

La labor iniciada por su fundador fue continuada por los herederos, Antonio, Ana, Basilio y Manuel. Uno de sus hijos, Manuel, fue directivo de una importante empresa vinícola chilena. Con su incorporación a la empresa familiar, en

# DELGADO

1918, dio un importante impulso a la actividad comercial de la misma.

Poco después, y tras fallecer D. Antonio, en 1933, la empresa prosigue su expansión, culminando en 1941 con la conversión en la sociedad limitada Delgado Hermanos S.L.

En la actualidad, y ya con el nombre de Bodegas Delgado S.L. desde 1997, la cuarta generación de "los Delgado" se encuentra al frente de la misma.

Si algo define a esta bodega es el mantenimiento de las raíces tradicionales en la elaboración de sus vinos, tratando siempre de que la incorporación de técnicas modernas sea una ayuda, pero



---

**Bodegas Delgado S.L.**

---

**Cosano 2  
14500 Puente Genil  
Córdoba**

---

**957 60 00 85 - 957 60 15 37**

---

**fino@bodegasdelgado.com  
www.bodegasdelgado.com**

---

## LANDALUZBODEGAS **Delgado**

sin repercutir en la calidad. Bodegas Delgado cuenta en la actualidad con dos instalaciones en las que desarrolla su actividad de elaboración y crianza de vinos: el Lagar de San Antonio, situada en la carretera de Aguilar de la Frontera a Puente Genil, aproximadamente a medio camino de ambas localidades, y la bodega propiamente dicha ubicada en Puente Genil.

El Lagar de San Antonio es una espaciosa instalación destinada a la elaboración y el almacenamiento de los vinos, así como a la crianza de las primeras escalas. Ocupa una superficie de unos 15.000 m<sup>2</sup>, de los cuales 5.000

son bodegas de crianza, 2.000 de instalaciones de elaboración, 1.000 de almacenes y el resto está dedicado a vivienda e instalaciones auxiliares (patios, zona de servicios, etc.).

La bodega se encuentra en pleno casco antiguo de Puente Genil, ocupando una superficie total de unos 5.000 m<sup>2</sup> distribuidos en distintos edificios, algunos de los cuales se comunican entre sí por túneles subterráneos que discurren bajo las calles. En ella se termina la crianza de los vinos y sus instalaciones acogen el proceso de tratamiento que incluye el embotellado y almacenamiento de los mismos. También aquí se encuentra la

administración y se realizan las labores de la comercialización de los productos.

Diversas zonas de La Bodega permanecen igual que cuando se fundó, sin apenas modificaciones, lo que constituye, sin duda, un aliciente añadido que la ennoblece a los ojos del visitante. El crecimiento experimentado por la ciudad ha hecho que la bodega, que en su fundación se encontraba en las afueras, en la actualidad esté situada en el centro del casco histórico de la localidad. El hecho de existir en sus naveas botas en crianza con más de un siglo de vida, dificulta enormemente un posible traslado de las mismas.



# BODEGAS DELGADO

## Vino fino Segunda Bota

Vino finísimo de una larga crianza biológica bajo velo de flor por el sistema de soleras y criaderas, de complejos matices aromáticos. Corpóreo, sabroso con tonos amargos y salinos.

Elaborado con uvas 100% Pedro Ximénez, procedentes de la zona de Calidad Superior de los Moriles Altos.

## Vermut Delgado

Vino de aperitivo elaborado con mostos de Moriles macerados con hierbas aromáticas y envejecidos en botas de roble americano.

Posee un aroma característico que le confiere una elegancia particular para un cóctel o aperitivo. Ideal con una rodaja de naranja y sifón.

## Cream Abuelamaria

De unas centenarias soleras de Oloroso y abocado ligeramente con Vino dulce Pedro Ximénez, este Cream rinde un merecido homenaje a la fundadora de la bodega Ana María Estrada, quien hace más de un siglo elaboraba artesanalmente este deleite al paladar.



## **Vino Blanco Chardonnay Lemonier**

Vino fresco y suave de agradables aromas frutales de la variedad chardonnay, acompañante ideal de ensaladas, pastas y marisco para cualquier época del año.

## **Vinagre Seco Gran Reserva Flor del Genil**

Procedente de una selección de vinos finos sometidos a una esmerada elaboración artesanal y envejecidos durante más de 20 años en botas de roble americano por el sistema tradicional de soleras y criaderas, método de Orleans.

Envasado en partidas limitadas a disposición de los 'Chefs' más exigentes.

## **Vinagre Balsámico al PX Gran Reserva Flor del Genil**

Procedente de una selección de vinos finos sometidos a una esmerada elaboración artesanal y envejecidos durante más de 20 años en botas de roble americano por el sistema de soleras y criaderas, método de Orleans y a los que se les ha adicionado mosto de uva Pedro Ximénez pasificada.



## Estrategias de verano para refrescar la imagen de las empresas de alimentación



Llegan los meses de verano y con ellos un cambio en el estilo de vida de muchas personas: más tiempo libre, días de vacaciones, viajes, mudanzas. Sin embargo, nuestras empresas agroalimentarias continúan su curso y no podemos desentendernos de ellas. Desde LANDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía, os mostramos algunas estrategias que seguir en las empresas de alimentación para refrescar su imagen en verano.

Para muchas personas, como comentábamos, el verano supone más

relajación y menos estrés en el día a día. Y, para muchas empresas, esta época estival es sinónimo de desarrollar su actividad «a medio gas», ya que los clientes están más relajados y, quizá, con los pensamientos en otro sitio.

Sin embargo, el verano es una época que las empresas de alimentación pueden aprovechar y sacarle provecho. Las personas, al tener más tiempo libre, dedican más horas al día al consumo de noticias en medios de comunicación y a su actividad en redes sociales.

Este, por tanto, es un momento muy

adecuado para dedicar más atención a la estrategia de comunicación que nuestras empresas de alimentación desarrollan. Desde nuestra Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía queremos compartir con vosotros algunas ideas para ello:

### **Adapta tus contenidos y estrategias**

El verano es sinónimo de tiempo de ocio para muchos. Es por ello que debemos adaptar el contenido y el tono que usaremos en nuestras redes sociales y otros medios.

Por ejemplo, en el caso de las noticias e informaciones de interés por las que apostemos, es interesante ofrecer consejos de salud, noticias relacionadas con el deporte y estilo de vida, así como curiosidades que animen al usuario a clicar en ellas, más que a contenido corporativo y formal.

### **Fomenta la comunidad**

Continuando en esta línea, el verano es perfecto para fomentar la interacción con los usuarios de tus medios sociales y fidelizarlos. Quizá durante el resto de meses del año no estás tan implicado en establecer una comunicación tan cuidada con ellos, pero ahora puede

ser el momento para dar un pequeño impulso a tus seguidores, ¿cómo?

Por ejemplo, puedes fomentar la participación de tus seguidores a partir de encuestas de Instagram relacionadas con temas de actualidad, preferiblemente frescos y dinámicos, y compartir algunas de las respuestas que más te hayan gustado: festivales, música, fiestas, recetas ¡tienes muchos temas refrescantes donde elegir!

También es un momento muy bueno para participar en los Trending Topic nacionales e internacionales o en los retos virales que se planteen en las redes, ¡seguro que logras llamar la atención de muchos posibles clientes!

### Acciones especiales

Como es un momento especial del año, también puedes -y debes- realizar acciones igual de especiales, con el objetivo de atraer la atención de tu público.

Por un lado, no fallan las promociones y descuentos. Es tiempo de rebajas, y el usuario lo sabe. Desde LANDALUZ te recomendamos que realices algún descuento especial si tienes tienda online, con códigos específicos y de duración determinada, y lo promociones en tus redes sociales. ¡Seguro que obtienes muy buena respuesta!

Esta acción de promoción es especialmente importante si quieres dar a conocer un producto nuevo que vayas a sacar al mercado o que tenga alguna novedad: cambios de packaging, lotes especiales de verano, recetas mejoradas de algún producto, etcétera.

Por otro lado, no debemos olvidar los sorteos. Como comentábamos anteriormente, el verano está plagado



de planes: barbacoas, días de playa, reuniones improvisadas viajes ¿qué mejor momento para hacer un regalo a tu público?

Sortear productos siempre lleva consigo una buena respuesta del público, pero también puedes regalar experiencias, ¿no crees? Experiencia en algún spa, parques acuáticos o de atracciones, carreras de cars, scape rooms, entradas para conciertos y espectáculos Seguro que sorprende y gusta a tus seguidores a partes iguales.

### Un verano multimedia

Tenemos más tiempo para todo,

¡también para cocinar! Te recomendamos para tu empresa de alimentación que apuestes por compartir recetas con tu público, en las que tu producto alimentario cuente como ingrediente. Así estarás ofreciéndoles información de utilidad y de interés de una forma apetecible y divertida.

En definitiva, desde LANDALUZ, nuestra Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía, te recomendamos que aproveches esta época del verano que ya llega para refrescar la imagen de tu empresa de alimentación y potenciar tu estrategia en los medios sociales. Esperamos que te hayan servido estas ideas.



BENITO GÓMEZ

**Chef de Bardal**



Nuestro proyecto pretende reflejar el pulso diario de los productores de la comarca, desde el respeto, la esencia y la autenticidad





## ENSALADA DE COGOLLO Y SARDA DE HERPAC



### INGREDIENTES

3 cogollos

#### Para la ensalada líquida

450 grs. de lechuga  
15 ml. de vinagre de Jerez  
30 ml. de vinagre de vino blanco  
8 grs. de sal  
150 ml. de aceite suave  
1,4 grs. de xantana

#### Para el agua de sarda

350 grs. de sarda  
700 ml. de agua  
2 grs. de xantana

#### Para el agua de tomate

200 ml. de agua de tomate  
20 ml. de AOVE de Arbequina  
10 ml. de vinagre de Jerez  
11 grs. de emulsionante en pasta  
1 gr. de xantana  
Sal

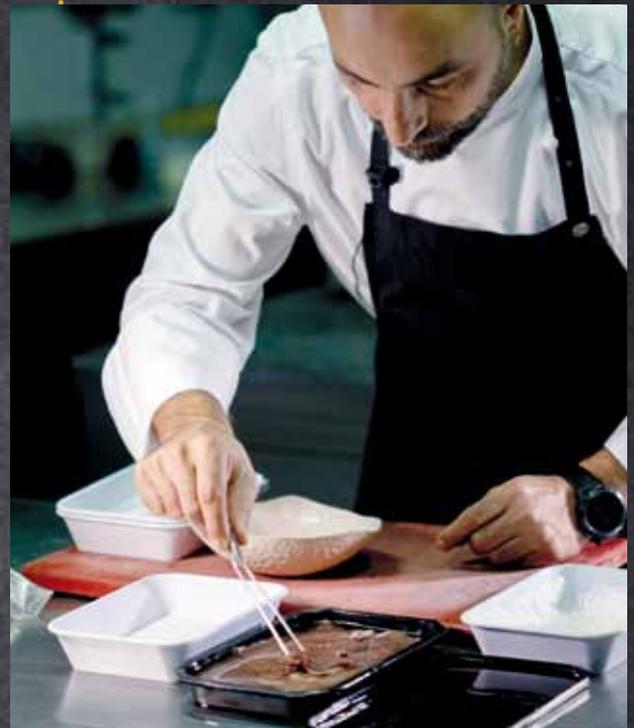
### ELABORACIÓN

En primer lugar, cocinar los cogollos

al jospers y marcar en mitad. Para la ensalada líquida, cortar el tronco de lechuga en juliana y dejar macerar junto al resto de ingredientes durante 15 minutos. Después turbinar en la Thermomix y colar.

Posteriormente, para el agua de sarda, se limpia la sarda curada 10 minutos en sal, se quitan las espinas, se corta en trozos y se guarda en aceite. A continuación, se lava la sarda que hemos dejado reposar en aceite, se mezcla con el agua, se turbinar y se cuela la mezcla.

Para la emulsión de tomate, se ponen todos los ingredientes en la Thermomix, se turbinar y se cuela.



### EMPLATADO

Se dispone la ensalada líquida como base del plato. En el centro se sirve un poco de emulsión de agua de tomate y encima se coloca el cogollo, y sobre el cogollo se pone la sarda.



# A SOLAS CON...

## Benito Gómez



**Recibir un reconocimiento al trabajo realizado, como son las estrellas de la guía Michelin es siempre un orgullo para un cocinero, ¿cómo fue la experiencia para ti?**

Fue una cosa, la verdad, muy bonita. Al final, casi todos los que nos dedicamos a esto, siempre tenemos la ilusión de conseguir una estrella. La verdad es que lo llevamos muy bien, lo conseguimos muy pronto, pero ahí vamos...

**Durante los últimos años. La alta cocina ha llegado al gran público convirtiendo a los cocineros en referentes mediáticos. ¿Cómo has vivido este proceso de expansión gastronómica?**

Nosotros tenemos un defecto, o virtud, y es que somos impermeables a todo esto. Nosotros nos encerramos en nuestro restaurante y yo no solo una persona de ver mucho qué pasa por ahí. Está muy bien! Al final es fantástico porque se valora más el trabajo que hacemos y la gente realmente no sabe lo que hay detrás de un restaurante de este tipo, tanto a nivel de sacrificio humano, personal y económico. Pero bueno, todo lo que sea en pro del oficio es bueno.

**Al igual que la alta cocina, la alimentación saludable también ha calado en la sociedad. ¿pueden ir estos dos conceptos de la mano?**

Estos dos conceptos no pueden, deberían ir de la mano. Cada vez tenemos más conciencia de lo que comemos, los productos. Debemos ser lo más sostenibles posibles, tener el mayor respeto por los animales que consumimos. Al final detrás de la comida, por desgracia, hay



muerte. Pero, si que tenemos que ser más respetuosos y tener más conciencia de lo que comemos a nivel de dieta. Sobre todo, entre los más jóvenes, donde hay algunos problemas de obesidad. Cuidar la alimentación debe ser fundamental, tanto en un restaurante como en las casas.

**El mundo de la alta gastronomía cuenta con un nivel de exigencia muy alto, ¿cómo se gestiona un equipo humano en este entorno?**

Al final, cuando trabajas a este ritmo es super importante que con la gente que te rodees tenga ilusión. Todos los que nos dedicamos a la alta cocina sabemos el esfuerzo tan grande que hacemos, a nivel de horas, de intensidad, y es un oficio que si no tienes esa ilusión es imposible mantener el ritmo. Básicamente, yo lo doy todo por ilusión, ambición y ganas.

**Como cocinera, ¿cuál sería tu rasgo más característico y qué le imprimes a tu cocina?**

Nosotros procuramos tomarnos la cocina de una manera muy, muy normal. Yo siempre digo que soy cocinero y 'punto

pelota'. Intentamos que las recetas sean lo más normales posibles, pasando obviamente por nuestro filtro. Bardal y la cocina que nosotros hacemos no es una cocina compleja, queremos que el cliente venga, se lo pase bien y coma un buen plato muy bien elaborado, pero sin muchas más historias. Es un restaurante básicamente de memoria, casi todo lo que comes aquí ya lo has comido alguna vez en tu vida, de otro manera, pero si que tiene referentes de donde estamos, la cocina andaluza y lo que puedes comer en tu casa día a día.

**La cocina de Bardal se basa en platos actuales de cocina tradicional, ¿qué paralelismos encuentras con el mundo de las conservas de Herpac, que innova en un mundo como el pescado?**

Creo que somos dos proyectos y dos empresas que el común denominador que tenemos es la excelencia en el producto, cada uno en su ámbito, pero con la misma filosofía de hacerlo lo mejor posible, que sea lo más saludable posible y ser lo más responsable posible con el ecosistema.



Andalucía *cocina*   
con **ESTRELLA**



*Los mejores chefs*  
de Andalucía cocinando  
con los mejores productos andaluces.

Un proyecto de:



Con la colaboración de:



## REFUERZAN SU COMPROMISO CON LOS PROVEEDORES REGIONALES



## Carrefour y Andaluces Compartiendo recogen más de 50.000 kilos de alimentos promocionando los productos regionales

DENTRO DE LA CAMPAÑA AHORA MÁS QUE NUNCA, ANDALUCÍA SABE, ORGANIZADA POR LANDALUZ Y CARREFOUR, SE HA DESARROLLADO UNA RECOGIDA DE ALIMENTOS EN DIECIOCHO CENTROS PARA AYUDAR A LAS FAMILIAS QUE MÁS LO NECESITAN



“Andaluces Compartiendo”, el programa de Responsabilidad Social Empresarial impulsado por LANDALUZ y Fundación Cajazol ha organizado una recogida de alimentos en dieciocho centros de Carrefour en Andalucía. Una acción con la que se han conseguido recoger más de 50.000 kilos de alimentos destinados a paliar la situación económica y social tan complicada que ha surgido a raíz del impacto del virus COVID-19 y que ha contado con la participación de más de 150 voluntarios de distintas entidades sociales locales.

Así, en la provincia de Sevilla han participado las entidades de Cáritas Camas, AFAR Alcalá de Guadaíra, Hermandad del Valle de Écija, Bolsa de Caridad La Cena, Economato El Carmen (Carmona), ONG EDUCACCIÓN, Vivir Compartiendo, Cooperación Internacional; en Cádiz, Cáritas de Arcos, Cáritas La Palma (del Barrio de la Viña), Cáritas San Benito y jóvenes, Asociación de Caridad Jerezana Zaqueo y Fundación Tierra de Todos. Por otra parte, Huelva contó con la colaboración de FECONS y de la Hermandad Nazareno y Voces del Conquero y en Córdoba ayudaron la Hermandad de la O. (Barrio de Fátima), IEMAKAIE, Red de Igualdad Distrito Sur de Córdoba, Asociación Obra Social Nur del Centro Sufí Nematollahi y Proyecto Don Bosco.

Esta acción solidaria se ha desarrollado dentro de la campaña “Ahora más que nunca, Andalucía Sabe”, que Carrefour y LANDALUZ han organizado durante el mes de mayo. Una muestra en todos sus hipermercados de la comunidad y que ha tenido lugar en colaboración con la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, en la que se ha puesto valor



el producto regional y marcas andaluzas para contribuir con ello a la reactivación económica de los proveedores de Andalucía.

### Andaluces Compartiendo

Esta iniciativa, puesta en marcha por la Fundación Cajazol y LANDALUZ, nació como respuesta a la última crisis económica en España y en estos momentos en los que empiezan a expandirse los efectos del COVID-19 y la incertidumbre ante el futuro, su actividad se muestra imprescindible para muchísimas familias que requieren ayuda urgente para poder alimentarse adecuadamente. Cualquier ámbito es idóneo para ir sumando eslabones a esta cadena de solidaridad, cada vez más larga y más fuerte, poniendo en valor a

través de ‘Andaluces Compartiendo’ la Responsabilidad Social Corporativa.

### Apoyo a los productos andaluces

Las empresas agroalimentarias locales son una pieza clave del modelo de negocio para Carrefour, dentro de su objetivo de ser la empresa de distribución referente de la transición alimentaria. En este sentido, Carrefour mantiene relaciones comerciales con más de 1.000 proveedores andaluces.

La empresa de distribución responde con estas campañas a su tradicional compromiso de contribuir al desarrollo de la agricultura e industria agroalimentaria local, mientras garantiza la disponibilidad de productos de cada una de las regiones en las que la cadena está presente a sus clientes.







# SAVE the DATE

## Agenda Septiembre-Octubre

### SEPTIEMBRE



**III CONGRESO  
AGROALIMENTARIO DE  
ANDALUCÍA**



**PPV ALCAMPO**



**DONACIÓN ANDALUCES  
COMPARTIENDO**

### OCTUBRE



**SIAL**



**JORNADA DE RSE ANDALUCES  
COMPARTIENDO**



**PPV CARREFOUR**



## Nuevo GLA. Explora la ciudad.

Ha llegado la hora. El nuevo GLA, el SUV más urbano de Mercedes-Benz, aterriza en la ciudad marcando territorio con un diseño más salvaje que nunca. Si eres de los que se aventura a descubrir lo desconocido, no dejes de escuchar. El nuevo GLA te está llamando. ¿Puedes oírlo?

Descubre más en [www.mercedes-benz.es](http://www.mercedes-benz.es)

---

### Equipamiento destacado:

---

- Cámara 360°.
  - Tracción integral 4MATIC.
  - Sistema de inteligencia artificial MBUX.
  - Faros LED High Performance.
  - Portón trasero EASY-PACK.
- 



#### Concesur Alcalá

Ctra. A-92, Km. 5,5. Alcalá de Guadaíra, Sevilla.  
Tel.: 955 634 400

#### Concesur Dos Hermanas

Ctra. Sevilla-Cádiz s/n (Zona del automóvil). Dos Hermanas, Sevilla.  
Tel.: 955 721 274

#### Concesur Arjona

C/ Arjona, 19. Sevilla.  
Tel.: 955 634 400

#### Concesur SE-30

Pol. Ind. Carretera Amarilla, Av. Fernández Murube, 18. Sevilla  
Tel.: 955 634 400

#### Fervial

Avda. Kansas City s/n. Sevilla.  
Tel.: 954 367 650

#### Concesur Lagoh

Calle Palmas Altas, s/n CC Lagoh, local B nº 30-31, Sevilla  
Tel.: 695 788 735

PRODUCTOS  
VEGETALES



SOLO PRODUCTOS SELECCIONADOS:  
CALIDAD Y SABOR

ONLY SELECTED PRODUCTS: QUALITY AND TASTE

