LANDALUZ 55

La Revista del Sector Agroalimentario Andaluz

Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía

26 Andalucía Sabor

40 Directorio LANDALUZ

49 Promociones

LA REVOLUCIÓN DE LA COCINA MODERNA

La revolución llega a tu cocina con los nuevos **Brillante a la Sartén.** No hay que saber cocinar, ni manchar, ni tener tiempo. Simplemente separa los dos vasitos, vierte el fondo en una sartén y cuando hierva añade el arroz o los fideos y cocínalos durante 5 minutos.

¿A qué esperas para probar tus recetas preferidas?

brillante *a la Sartén*

STAFF

EDICIÓN
LANDALUZ
Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía

CONSEJO EDITORIAL
LANDALUZ
Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía

D. Álvaro Guillén Benjumea
D. Manuel Jurado Toro
D. Ángel Camacho Perea
D. Jesús Barrio Rubio
D. Francisco Artacho Sánchez
D. Antonio Izquierdo García

SECRETARÍA GENERAL
D. Miguel Ángel Jiménez Segador
D. Santiago Urquijo Ruiz-Giménez
Dña. Mariella Cingolani Coronel
D. Luis Felipe Gómez Montero
D. Esteban Yáñez Mira
D. Francisco José Manrique de Lara Quirós
D. Miguel Ángel Puyuelo Tejero

CONTACTO
marketing@landaluz.es

COORDINACIÓN EDITORIAL
Luis Gómez de las Cortinas Hortigón

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 · 3º E
41013 Sevilla
Teléfono 955 127 073
Fax 955 517 003
www.iberpresscomunicacion.com

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

SUMARIO

EDITORIAL 5

NOTICIAS DE EMPRESAS 6

NUEVAS INCORPORACIONES 20

SABORES LANDALUZ 24

ANDALUCÍA SABOR 26

NOTICIAS LANDALUZ 40

ASAMBLEA GENERAL EXTRAORDINARIA

III EDICIÓN DE LOS DESAYUNOS EMPRESARIALES

NUEVO DIRECTORIO EMPRESARIAL LANDALUZ

CAIXABANK Y LANDALUZ FIRMAN UN ACUERDO PARA APOYAR LA PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS ANDALUCES

ETICOM Y LANDALUZ ESTABLECEN LA RUTA PARA LA MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA DE LAS PYMES AGROALIMENTARIAS ANDALUZAS, A TRAVES DEL CLOUD COMPUTING

LANDALUZ, PREMIO INTERNACIONAL EN IX EDICIÓN DE LOS PREMIOS EJECUTIVOS DE ANDALUCÍA

PROMOCIONES 49

GMCASH, CON LA COLABORACIÓN DE LANDALUZ, INVITA A DESCUBRIR LA GASTRONOMÍA ANDALUZA EN SUS CENTROS

LANDALUZ Y MAKRO PROMOCIONAN LOS PRODUCTOS ANDALUCES EN TODA ESPAÑA

COVIRÁN Y LANDALUZ PROMOCIONAN LOS PRODUCTOS ANDALUCES

CESTAS DE NAVIDAD

INTERNACIONAL 52

APUNTES SOBRE EL CRECIMIENTO

LANDALUZ VISITA ANUGA COLONIA 2013

LANDALUZ, EN COLABORACIÓN CON ALBORONÍA FOOD COMPANY, ORGANIZA UN SHOWCOOKING PARA IMPORTADORES SUIZOS DE ALIMENTACIÓN

PROMOCIÓN EN EL PARLAMENTO EUROPEO

LANDALUZ DISPUSO DE STAND PROPIO EN LA PASADA EDICIÓN DE LA FERIA AGROALIMENTARIA SPECIALITY FINE FOOD 2013 DE LONDRES

ANDALUCÍA COCINA 58

NUESTRAS MARCAS Y SOCIOS 60

EDITORIAL
PRESIDENTE

Estimados Amigos:

Me dirijo a todos vosotros, desde el último número del año de nuestra revista corporativa, en el que pretendemos evaluar gran parte del trabajo realizado desde la Asociación durante el presente ejercicio. Preparándonos para este último sprint que suponen las fechas de final de año y navidad, reconocemos el camino de consolidación recorrido con la esperanza de haber contribuido en convertir LANDALUZ en una organización de servicios empresariales tras las bases ya puestas en el pasado 2012.

Como sabéis, estamos en una situación complicada, han surgido contratiempos, llevamos realizado un trabajo muy duro en este año y medio largo de la nueva Junta Directiva para hacer viable este proyecto; hemos tenido que reelaborar en algunos casos nuestras estrategias, pero los acuerdos con terceros, los esfuerzos realizados en promociones nacionales e internacionales, y la optimización de recursos, están permitiendo construir una Asociación más fuerte y más cercana a las necesidades de nuestras empresas.

A lo largo de estos meses hemos sumado las promociones en puntos de venta con Miquel Alimentació, Makro y para finalizar la desarrollada en 997 establecimientos del grupo Covirán, a las ya celebradas en Alcampo, Euromadi y Carrefour.

De igual forma me gustaría destacar la presencia destacada en la feria referente del sector agroalimentario en Andalucía, Andalucía Sabor 2013, donde además, hemos sido en esta edición, responsables de la zona de restauración bajo la marca Andalucía Cocina.

En el área internacional, hemos asistido por segundo año consecutivo a la Speciality Fine Food de Londres, y hemos sido reconocidos por la revista ejecutivos con el premio a la Internacionalización, que reconocen no solo el trabajo realizado por la Asociación en esta área, sino el apoyo a la internacionalización del sector agroalimentario del que estamos tan orgullosos.

No quisiera dejar pasar esta oportunidad para agradecer a las instituciones que colaboran de forma activa con la Asociación en diversos campos como son: Mercadona, Cesce, CAEA, Eticom, Sabadell – Atlántico, Caixabank, Fundación Cajasol y Fundación Caja Rural del Sur, ya que sin su colaboración muchas de las acciones realizadas y previstas no serían posible.

Por otra parte me gustaría dar la bienvenida a tres empresas que consolidan nuestro proyecto de asociacionismo como son: Industrias Cárnicas Benaoján, Selección Española Gourmet y Bodegas Muñana.

Trabajo, esfuerzo, compromiso y proactividad de las empresas que conformamos LANDALUZ, líneas de promoción y comercialización que nos ayuden a impulsar más el sector agroalimentario. Ese es el compromiso de la Junta Directiva y el de todo el equipo humano que represento dentro de la Asociación.

No quisiera despedirme si antes desearos unas felices fiestas y un prospero año nuevo, que os colme de salud y buenos propósitos.

Cuatro grandes nombres de la gastronomía en la III Edición de La Cocina del Mar

Ricard Camarena, Alberto Ferruz, José Carlos García y el dúo formado por Curro Sánchez-Noriega y Mario Ríos han sido los protagonistas de la III Edición de la Cocina del Mar, el evento gastronómico de Bodegas Barbadillo. Un evento que, en sólo tres años, se ha convertido en una cita ineludible de figuras indiscutibles de la gastronomía nacional.

El Salón Don Benigno, de Bodegas Barbadillo, ha acogido una nueva edición de esta singular propuesta que afianza un año más la alianza natural entre Castillo de San Diego, el blanco más vendido de España, eje central de la jornada, y la cocina marinera.

El evento contó con una previa de excepción: ya que los hermanos Bigote, del prestigioso restaurante sanluqueño, brindaron a los participantes una lección magistral sobre la cocción de los langostinos. Por su parte, José Calleja, sanluqueño propietario y chef del restaurante madrileño Surtopía, propuso una cena marcada por su característica utopía de sabores del sur.

Fernando Córdoba, del Catering el Faro ha ejercido también de anfitrión ofreciendo el almuerzo coctel en la Arboledilla que ha seguido a las ponencias.

Los chefs invitados han mostrado cómo se cocina el mar en sus respectivos restaurantes y cómo su cocina del mar de alta restauración fusiona a la perfección con Castillo de San Diego, El Vino del Mar. Dirigidos por el periodista gastronómico Pepe Ferrer, las ponencias han estado marcadas por un estilo didáctico, ágil y ameno, en la que cada uno desgranó su visión personal de la Cocina del Mar.

Vinos Pérez Barquero, excelentes calificaciones Parker

Con once vinos altamente valorados en la cata de generosos andaluces que acaba de publicar The Wine Advocate, Luis Gutiérrez, autor del artículo “Jerez, Manzanilla y Montilla: Renacimiento de un Gran Vino”, significa que “Pérez Barquero representa el cénit de calidad de Montilla-Moriles”. Destacan 1905 Amontillado Solera Fundacional, 1905 Pedro Ximénez Solera Fundacional, 1905 Oloroso Solera Fundacional y Gran Barquero Fino que superaron los 95 puntos.

Las Soleras Fundacionales 1905 son grandes joyas enológicas de alta gama, en edición limitada y numerada, mientras que con la gama Gran Barquero la Bodega pone a disposición del consumidor vinos asequibles, de una magnífica relación calidad-precio.

Según la descripción de esta prestigiosa revista, Grupo Pérez Barquero “elabora una impresionante gama de vinos, tanto secos como dulces, (además de brandy y vinagre), cuya principal característica es equilibrio, elegancia y finura.”

Luis Gutiérrez es el nuevo responsable de España, Argentina y Chile para ‘The Wine Advocate’, de Robert Parker, la publicación sobre vino más importante y relevante en todo el mundo, sobre todo en Norte América y Asia.

90 puntos Parker para La Guita

Manzanilla La Guita ha sido puntuada con 90 puntos en la última cata para la revista del afamado crítico estadounidense Robert Parker, The Wine Advocate. Esta excelente calificación avala la gran calidad de La Guita, así como el trabajo realizado por Grupo Estévez en estos años, tras la adquisición de la bodega en 2007.

A la buena puntuación recibida en The Wine Advocate, considerada una de las revistas especializadas en vinos más prestigiosa del mundo, se suma la obtenida el pasado año por parte de la también prestigiosa cabecera estadounidense Wine Spectator, que otorgó 92 puntos a La Guita.

Por su parte, las otras bodegas pertenecientes al Grupo Estévez: Valdespino y Marqués de Real Tesoro han cosechado excelentes puntuaciones que ponen de manifiesto la gran calidad de los vinos del Grupo, situándolo como referente del Marco.

OPIHR Oriental Spiced Gin, un viaje por la antigua ruta de la especias

Grupo Caballero, distribuidor en exclusiva de G&J Distillers en España, presenta su nuevo lanzamiento: la ginebra Premium OPIHR Oriental Spiced Gin, la única ginebra especiada y picante del mercado. Grupo Caballero reafirma así su apuesta por las ginebras ofreciendo la gama más amplia del mercado español, con una ginebra para cada gusto: la tradicional y genuina GREENALL'S, la floral y suave BLOOM, la herbácea BERKELEY SQUARE y la nueva ginebra especiada OPIHR.

La pimienta Tellicherry, el cardamomo de la India y el cilantro de Marruecos destacan entre los 10 botánicos que nos llevan a un bullicioso mercado oriental en un viaje por la mítica ruta de las especias. OPIHR Oriental Spiced Gin es una ginebra con cuerpo, rica en especias y de intenso sabor: las notas especiadas se alternan con ráfagas cítricas y sus aromas persisten de forma suave en boca. Una nueva propuesta para paladares exigentes que quieran dar un giro al clásico gin-tonic.

Inspirada en la ruta de las especias que recorría la Compañía Británica de las Indias Orientales en el siglo XVII, Joanne Moore, Master Distiller de G&J Distillers, ha seleccionado personalmente cada uno de los botánicos que componen OPIHR Oriental Spiced Gin.

En un viaje de miles de kilómetros, los botánicos viajan hasta Inglaterra donde se elabora OPIHR Oriental Spiced Gin siguiendo el estilo tradicional London Dry Gin. El maridaje perfecto de la tradición británica con lo insólito del mundo oriental y una nueva página en los más de 250 años de historia de G&J Distillers, la destilería más antigua de Inglaterra.

Bodegas Muñana triunfa en los Premios Mezquita 2013

Un año más tuvo lugar la Edición de Los Premios Mezquita, Concurso Nacional de Vinos de Córdoba. Es el único concurso que se celebra anualmente y de manera ininterrumpida desde hace 18 años en la Comunidad de Andalucía. Es considerado uno de los más prestigiosos de España gracias a la alta cualificación y experiencia de su jurado.

Organizado por el Aula del Vino, premia el esfuerzo del viticultor y bodeguero en la elaboración de Vinos de Calidad. Bodegas Muñana ha estado presente en esta cita con Muñana Rojo 2010 y delirio 2012 ambos han obtenido medallas siendo la primera de bronce y la segunda de plata.

Otras mermeladas
necesitan una foto.

En LA VIEJA FÁBRICA
no hay foto, hay fruta.

www.laviejafabrica.com

No hay foto. Hay fruta.

Las mermeladas LA VIEJA FÁBRICA se elaboran
artesanalmente con auténtica fruta de primera calidad.

Hacienda Guzmán se acerca a la alta cocina

La marca de aceite de oliva dirigida al sector gourmet Hacienda Guzmán se ha acercado a la alta cocina en una jornada en la que ha mostrado el proceso productivo de sus aceites, desde la recolección, el transporte y la selección del fruto, la molturación y el batido hasta finalmente la obtención del aceite de oliva virgen extra en verde, en una visita guiada por el empresario aceitero y presidente de LANDALUZ, Álvaro Guillén.

Cocineros y gastrónomos andaluces, gallegos, holandeses y belgas acudieron a conocer algo mejor la experiencia HG, que culminó con una cata y minuciosa explicación de las diferentes variedades de aceite de oliva de la mano del presidente de la Asociación andaluza de Sumiller, Rafael Bellido, que detalló las cualidades de los dos productos de la marca. HG Reserva Familiar: un monovarietal de manzanilla, y HG Ecológico: un coupage de hojiblanca, manzanilla y arbequina.

HACIENDA GUZMÁN ECOLÓGICO, EL COUPAGE MÁS NATURAL

Hacienda Guzmán lanza su aceite de oliva virgen extra Ecológico, obtenido de las 260 hectáreas de producción ecológica certificada de la Hacienda Guzmán. Un coupage producido con los sabores más significativos de este enclave olivarero: el aroma de la hojiblanca, el frutado de la arbequina y el carácter selecto de la manzanilla.

HG Ecológico es un aceite de oliva elaborado de una forma natural y saludable, con el máximo respeto al medioambiente y bajo estrictos controles de calidad. La cuidada selección y recogida de aceitunas, manual y en verde, así como la molturación en el mismo día, hacen posible que el aceite conserve la esencia de las tres variedades que lo componen. El diseño del envase sigue la línea moderna y elegante de HG, contribuyendo además a la mejor conservación del aceite al ser opaco.

Tras HG Reserva Familiar, monovarietal de manzanilla, HG Ecológico es el segundo aceite de oliva virgen extra de Hacienda Guzmán en salir al mercado. Hacienda Guzmán continúa así su proyecto de lanzamientos de aceites de oliva Premium bajo la enseña HG, aceites caracterizados por ser fruto de las mejores aceitunas de la hacienda y de los procesos y requisitos de calidad más exhaustivos. Se pretende con ello asegurar la llegada de una experiencia única a las mesas y cocinas de los más exquisitos amantes de la buena gastronomía.

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA EN SPRAY

La Española no sólo se preocupa por ofrecer un producto de la mejor calidad, también busca la forma de darle las más variadas y cómodas alternativas de uso al consu-

midor. En este contexto se enmarca el proyecto de lanzamiento de un spray con el que pulverizar el aceite de oliva.

Este sistema permite optimizar el consumo, de hecho un envase de 200 ml tiene unos 200 usos, así como limitar el número de calorías en cada ingesta, tanto es así que cada vez que se hace 'push' supone menos de 9 calorías. Además, se calcula que para obtener el aceite equivalente a una porción (una cucharada pequeña) es necesario realizar 14 pushs, de esta forma se puede controlar fácilmente la ingesta.

Para mayor comodidad del consumidor se ha establecido un sistema de triple acción en el pulverizador, lo que confiere tres posibilidades de empleo, de mayor a menos cantidad de aceite de oliva: spray, fuente y goteo. Y cada una de estas opciones tiene un uso diferente, el spray como antiadherente para planchas, moldes o sartenes y para las ensaladas; la fuente para sartenes, hoyas o cazuelas; mientras que el goteo se emplea para tostadas, gazpacho, cremas y platos de cuchara.

El envase es ligero, ergonométrico e irrompible, opaco para una mejor conservación del aceite, con un tapón protector que facilita el consumo fuera del hogar y además garantiza una protección hacia el interior del dispositivo. Este lanzamiento se producirá de forma simultánea tanto en mercado nacional como en el de exprtación.

LAS ESENCIAS DE LA ESPAÑOLA SE MODERNIZAN Y SUMAN EL SABOR A TRUFA BLANCA

El aceite de oliva virgen extra La Española enriquecido con esencias cambia de imagen, pasando a una botella tintada de verde más funcional y a un moderno etiquetado, negro para toda la gama, con una imagen del alimento y un precinto de un color diferente para todas ellas que le concede personalidad propia a cada una de las esencias.

Se mantienen los sabores de limón, ajo, albahaca, guindilla y romero, siendo la novedad el lanzamiento de la esencia de trufa blanca, de sabor intenso y que confiere múltiples opciones en la cocina, siendo enriqueciendo platos como pastas, arroces, ensaladas, carpaccios, carnes o pescados.

Un nuevo formato para un producto clásico de Framoliva

Framoliva, almazara ubicada en el Aljarafe sevillano y con una más que extensa trayectoria en la obtención del mejor zumo de aceitunas al que llamamos aceite de oliva virgen extra, ha adoptado un nuevo formato para sus botellas de cristal envasadas de forma que incorporan un nuevo tapón irrellenable, lo que permite al consumidor de la hostelería asegurar el contenido de la misma, de forma que cuando vaya a hacer uso de dicha botella podrá tener la certeza de que el producto que consume es exactamente el que indica la etiqueta de la misma, otorgando una mayor confianza y seguridad a todo aquel consumidor de dicho producto.

De esta forma Framoliva confirma su apuesta por la calidad y el medio ambiente, dando un paso más en la incorporación de medidas sobre seguridad alimentaria, a la que hay que añadir además a la nueva presentación del producto la incorporación al mismo de un sistema de inertizado, lo que permite saborearlo en el momento de la apertura como si estuviera recién obtenido, aprovechando por tanto todos sus atributos y características organolépticas.

I Sherrymaster by Tío Pepe

González Byass ha organizado la primera edición del Sherrymaster by Tío Pepe, que ha tenido tuvo lugar en sus bodegas de Jerez. Guiados por Antonio Flores, enólogo y master blender de Bodegas Tío Pepe, sumilleres, expertos, gastrónomos y periodistas especializados se han adentrado durante estas dos jornadas en el mundo del vino de Jerez a través de diferentes actividades, ponencias y catas.

La bienvenida de Pedro Rebuelta, vicepresidente de González Byass y miembro de la quinta generación de la familia, dio comienzo a la primera jornada centrada en la "Historia, la viña y la crianza biológica" y concluyó con dos catas estelares. La cata en "V" de Antonio Flores, que ha descubierto los caminos del Jerez, y la de Pitu Roca, Sumiller del Celler de Can Roca, de "Vinos con historia. Vinos fundacionales". Dos ejemplos de catas emocionales que han sacado a la luz la expresión que los vinos de Jerez han sabido acumular con el paso de los años.

En la segunda jornada, "La selección y la bodega", se comenzó con "Tiza y Albero", una ponencia en la que se ha analizado la singularidad de cada bota y la importancia de la calificación de los vinos en la bodega. Sarah Jane Evans, Master of Wine, ha continuado con la ponencia"Yeast versus oxygen", donde se ha abordado cómo el agotamiento natural de la flor y la agonía de la levadura dan origen a una amplia gama de vinos desde el mosto del año, a un Fino 4 Palmas. A través del Tío Pepe, los asistentes han recorrido el pasado, presente y futuro del vino de Jerez. "Dulce despida de Palomino, PX y Moscatel" ha sido la cata de clausura de la primera edición del Sherrymaster by Tío Pepe.

Con esta iniciativa, que se repetirá cada año, González Byass refuerza su compromiso con la expansión internacional del vino español y su vocación innovadora. La importancia

que para esta Familia de Vinos tiene el devenir histórico se traduce en vinos como Tío Pepe en Rama o la Colección de Finos Palmas, exponente de sus principales pilares: calidad, autenticidad y credibilidad.

TINTILLA DE ROTA DULCE 2011 DE FINCA MONCLOA

Tintilla de Rota 2011, vino dulce tradicional de elaboración artesanal y de producción muy limitada, llega al mercado siguiendo antiguas elaboraciones. La plantación de variedades tintas por parte de la familia González en Arcos de la Frontera permitió recuperar la Tintilla de Rota, variedad autóctona que estaba casi en el olvido y que, durante los siglos XVIII y XIX, abarcaba una importante extensión en la villa de Rota y otros municipios de la zona de Cádiz.

Tintilla de Rota 2011 se elabora siguiendo el sistema tradicional que González Byass empleaba en el siglo XIX y que Manuel María González recogió en su libro sobre el Jerez, dejando sobremadurar primero la uva en la cepa y sometiéndola después de la corta manual a "soleo" durante 3 a 4 días sobre tiras de esparto hasta alcanzar el grado de dulzor adecuado. Tras el despalillado y estrujado de la uva, se deja que comience la fermentación sobre sus hollejos hasta alcanzar entre 4 y 5 grados de alcohol. A continuación se descuba y se prensa y se añade alcohol vínico hasta una graduación final entre 14 y 15 % de alcohol. Se

deja reposar durante unos meses en depósito y se pasa a barricas de roble para su crianza. El resultado, tras una crianza de dieciocho meses en barricas de roble francés, es un vino de intenso color cereza con tonos púrpura. Con aroma a ciruelas, cacao y madera noble, elegante, suave y persistente en boca, que lo hacen un vino de postre ideal.

Este vino dulce que González Byass comenzó a elaborar en 1841, y por el que se convirtió en proveedor oficial de la Casa Real en tiempos de S. M. la Reina Isabel II de España en 1851, supone la recuperación de una variedad a punto de extinguirse por el predominio en la región de las variedades utilizadas para la elaboración de los vinos de Jerez. La apuesta que la familia González hizo por el vino tinto de Cádiz con Finca Moncloa, permitió rescatar esta singular variedad cuando se decidió plantar un total de 3 hectáreas en el año 2002.

EN VERANO, TÍO PEPE ON-ICE

González Byass lanza Tío Pepe On-Ice, la alternativa helada al Tío Pepe de siempre, que garantiza a los amantes del vino de Jerez el consumo de Tío Pepe en su temperatura ideal por debajo de los 5º.

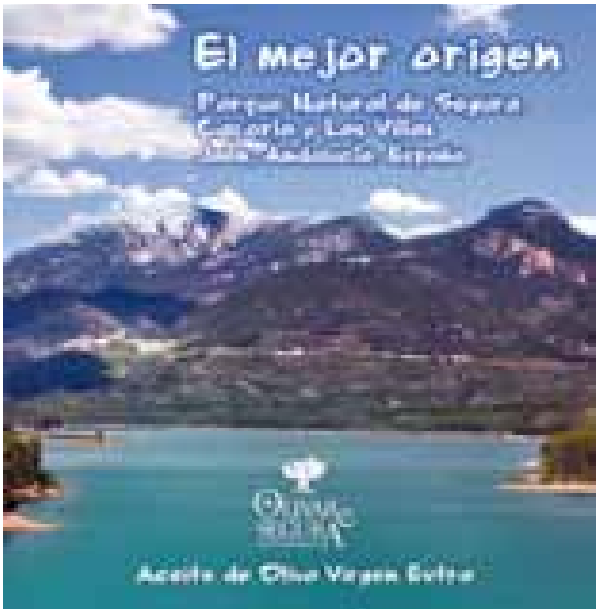
Para combatir los calores estivales, González Byass presentó Tío Pepe on ice. Este verano las botellas de Tío Pepe incorporaron un indicador térmico que mostraba el momento perfecto de consumo a la temperatura de 5º. Los hielos superiores que decoran esta serie limitada, cambian de color a un azul intenso.

Obsesionados con el servicio perfecto de Tío Pepe, y salvaguardando siempre al consumidor, esta innovación técnica garantiza el disfrute de una copa de Tío Pepe en el tradicional aperitivo o en perfecta armonía con la rica dieta mediterránea, siempre en copa alta y, ahora sí, muy frío.

Olivar de Segura, SCA, lidera el proyecto de I+D: ACTIVEOLIVE

Olivar de Segura es el líder del proyecto de I+D ACTIVEOLIVE, financiado por la convocatoria FEDER-INNTERCONECTA gestionada por el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), que tendrá como objetivo el establecimiento de sinergias entre el sector del olivar y el aceite de oliva y otros sectores agroalimentarios y de la industria auxiliar, basadas en la sostenibilidad y en la mejora de la competitividad de los sectores involucrados. Olivar de Segura, cuarta en el ranking de ventas de aceite de oliva virgen en nuestro país, trabajará en colaboración con otros socios procedentes de diferentes provincias y sectores andaluces: Abelló Linde, Bandesur, Plastienvase, Esteros de Canela y Miguel García Sánchez e Hijos, SA. Además en el proyecto también participan los centros tecnológicos andaluces CITOLIVA (Centro Tecnológico del Olivar y del Aceite), promotor de esta iniciativa, CTAQUA, (Centro Tecnológico Acuicultura de Andalucía), TECNOVA (Centro Tecnológico de la Industria Auxiliar de la Agricultura) y ANDALTEC (Centro Tecnológico del Plástico), así como la Universidad de Cádiz (UCA). Su ejecución supondrá una inversión de más de 2M€, de los cuales, casi el 50% se corresponde con la aportación de fondos FEDER.

Olivar de Segura inicia una nueva e importante etapa clave en su trayectoria empresarial, liderando este proyecto de investigación que tiene entre otros objetivos el estudio exhaustivo de determinados compuestos naturales presentes en los aceites y los subproductos de su producción, procedentes de los olivares de montaña de la Sierra de Segura.



De esta manera esta Cooperativa Andaluza quiere dar a conocer la alta calidad de sus aceites apostando por la I+D+I para poder aprovechar su potencial y el de los subproductos del olivar ayudando así a la protección del medio ambiente.

Fragata patrocinador oficial de La Vuelta Ciclista a España 2013

La 68º edición de la Vuelta ciclista a España rodó por las carreteras de nuestro país con la compañía de Ángel Camacho Alimentación. En este año 2013 Fragata ha ascendido un peldaño en la categoría de patrocinio, convirtiéndose así en patrocinador oficial de este gran acontecimiento deportivo.

De esta forma las aceitunas Fragata recorrieron más de 3.300 kilómetros por nuestro país dando a conocer la excelente calidad del aperitivo más auténtico que tenemos y haciendo las delicias de todos los amantes del ciclismo.

Según explica Juan Carlos Sánchez, director de Marketing y Comunicación de Ángel Camacho, "consideramos La Vuelta a España como el evento deportivo más popular y cercano a los consumidores que se realiza en nuestro país. Recorrer cientos de pueblos y ciudades es una gran fiesta que disfruta todo tipo de público y nuestras aceitunas Fragata están formando parte de ella. Hemos realizado un ambicioso plan promocional, que contempla entre otros el patrocinio del último kilómetro a meta, algo que está potenciando e impulsando la imagen de nuestras aceitunas Fragata tanto a nivel nacional como internacional".

Además de realizar diferentes soportes publicitarios durante La Vuelta, y activar el patrocinio en puntos de venta, Fragata ha lanzado varios productos al mercado en una Edición Especial La Vuelta y acaba de estrenar su nueva campaña publicitaria en televisión bajo el lema "Una aceituna Fragata nunca es suficiente".

COVAP apuesta por el Producto Lácteo Sostenible

El ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Miguel Arias Cañete, ha presentado la campaña de Productos Lácteos Sostenibles, una iniciativa que acredita el origen español y la calidad de la leche y su comercialización en condiciones que garantizan la sostenibilidad del sector.

COVAP se ha unido a este programa mediante el que se compromete a utilizar leche cuya adquisición esté regulada mediante contratos de compra venta, con condiciones contractuales que garanticen la sostenibilidad de las explotaciones. También se compromete a identificar el origen español de la leche envasada bajo el logo PLS y trabajar para mejorar la percepción de los productos lácteos, por el consumo, como productos de alto valor nutritivo y de calidad.

La compra de un producto diferenciado con el sello de Producto Lácteo Sostenible (PLS) garantiza la calidad y el origen español de la leche, y que ha sido comercializada en unas condiciones que avalan la sostenibilidad económica del sector lácteo, lo que supone un beneficio para el conjunto de la cadena.

Ebro Foods eleva un 5,5% su beneficio neto en el primer semestre de 2013, hasta 71 millones de euros

El importe neto de la cifra de negocio cayó un 1,1% en este semestre, hasta 1.001,7 millones de euros, un descenso que según informa la compañía es consecuencia del cambio de perímetro por la venta de las marcas Nomen, La Parrilla, La Cazuela, Pavo Real y Nobleza, condición impuesta por la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) para la adquisición de los negocios arroceros de SOS. El resultado bruto de explotación (Ebitda) de la compañía de alimentación descendió un 2,1%, hasta 131,5 millones de euros, frente a los 134,3 millones de euros registrados en el mismo periodo del ejercicio anterior.

La Abuela Carmen comercializa con éxito la primera partida de ajo negro

Manuel Vaquero, presidente de la compañía, Víctor Ortiz, presidente del Instituto Andaluz de Investigación y Formación Agraria y Pesquera (IFAPA) y Francisco Zurera, Delegado Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, presentaron los principales resultados de este proyecto de I+D para la elaboración del ajo negro.

Vaquero destacó el éxito de esta iniciativa, tanto en lo que se refiere a la transferencia de la tecnología requerida para su fabricación, como en la buena acogida que ha tenido en los mercados esta primera partida que se comercializa desde Andalucía.

El ajo negro se elabora a partir del ajo fresco (Allium Sativum L.) mediante un proceso de fermentación natural que combina temperatura y humedad controlada durante un período prolongado de tiempo y en el que no se añaden aditivos ni conservantes.

En el proceso de transformación de ajo fresco en ajo negro suceden numerosas reacciones bioquímicas que incrementan notablemente las propiedades antioxidantes del ajo fresco, multiplicando hasta diez veces sus antioxidantes totales. El ajo negro carece del fuerte sabor pungente característico del ajo fresco y posee un sabor dulce con textura gomosa y olor a regaliz, convirtiéndose en un producto atractivo tanto para uso terapéutico como culinario.

Sierra de Jabugo prosigue con su proceso de expansión

Tras la realización de un exhaustivo análisis interno (empresa) y externo (sector), Sierra de Jabugo ha tomado la decisión de apostar por potenciar la parte de la empresa dedicada a la producción de cerdos ibéricos. Para lo cual, Bomba Gómez que es la parte del grupo que dedicada a la gestión y aprovechamiento de la actividad agropecuaria, ha adquirido un cebadero colindante al que dicha sociedad poseía en el término municipal de Cumbres Mayores, en la provincia de Huelva. Las instalaciones originales se dedicarán a realizar las primeras fases del ciclo, es decir la selección de madres reproductoras y verracos, gestación, lactancia, destete y obtención de primales (cerdos en el estadio previo al cebado); y las instalaciones recién adquiridas se destinarán al cebado de los animales. De esta forma conseguiremos consolidar de una forma más rotunda si cabe, el cumplimiento de las exigentes políticas de bienestar animal y medioambiental.

Gracias a esta adquisición se espera obtener una buena parte de la producción de cerdos ibéricos que Sierra de Jabugo procesa anualmente. Así se estima que en el momento en el que la implementación de ambas instalaciones sea optimizada y se encuentren a pleno rendimiento se puedan producir entre 13.000 y 15.000 cerdos ibéricos al año, dedicando una parte importante de esta cantidad a ser engordados mediante la ingesta de bellotas y pastos naturales.

Descubre mucho más aquí

Entre nosotras,
te sienta muy bien

Angulo, Quesos de Autor lanza un nuevo rulo de cabra con miel especial Navidad

Angulo, Quesos de Autor lanza estas navidades un delicioso nuevo rulo de cabra fresco con miel, elaborado con la mejor leche de las cabras autóctonas de las sierra andaluzas siguiendo las técnicas tradicionales de elaboración de desuerado y prensado con paños de algodón.

Fiel a su esencia la marca, Angulo lanza este nuevo rulo de calidad superior, con un sabor fresco y suave, y un sorprendente punto dulce gracias a la miel, ideal para toda la familia en aperitivos, picoteos y otros platos. Presentado en un formato de dos rulitos de 100 (2*100gr) y disponible a partir de mediados de noviembre.

Se trata de una innovación con la que Angulo busca seguir afianzándose como una marca relevante dentro de la categoría de rulos de cabra, añadiendo una referencia adicional a su surtido actual de rulo de cabra natural 180gr, rulo de cabra sabor finas hierbas 180gr y su oferta de rulos de cabra al corte (formatos de kilo en sabor natural, finas hierbas y pimentón).

Pinceladas toreras de SADRYM

SADRYM ha lanzado al mercado con notable éxito, nuevos formatos de aceitunas bajo su marca “Maestranza”. La nueva gama ha sido bautizada con el nombre de “Pinceladas Toreras”, ya que su cuidado diseño esta inspirado en los trajes de luces de los toreros, donde se pueden apreciar elementos típicos como los alamares, lentejuelas, etc.

Se trata de una gama gourmet por la alta calidad de sus aceitunas, la variedad de novedosos aliños que introduce y su atractiva presentación. Así mismo y bajo el genérico de “Pinceladas toreras” se comercializaran además otros productos, tales como en el preparado de tortilla en tres variedades distintas , y cuyo interés es el ahorro en tiempo de preparación al ser un plato semi-preparado evitando así la tediosa tarea de pelar y pochar las patatas, la elaboración de huevos revuelto, o como base para asados.

Inés Rosales presenta nuevo packaging y dos variedades nuevas

Inés Rosales muestra sus dos últimas novedades: la Torta de aceite sin azúcar elaborada con harina integral, (apta para diabéticos), y la Torta de aceite con almendras, cuyo sabor no pasará desapercibido. Aún no se encuentran en los canales de distribución habituales, todos ellos se pueden adquirir a través de inesrosalesonline.es. Entre las novedades destaca su innovador packaging de aluminio con barrera a la luz, dónde se da solución al problema de la conservación para todas las variedades, que se comercializan actualmente en los cinco continentes y cuyo volumen asciende en 2013 a 2,5 millones de paquetes.

INÉS ROSALES, MARCO DEL CURSO ESPAÑOL DE GASTRONOMÍA

La 6ª edición del Programa de Curso Español de Gastronomía creado por ICEX (Instituto de Comercio Exterior) ha tenido como una de las sedes, las instalaciones de Inés Rosales. Los ganadores de esta edición, de procedencia internacional, llevan cinco meses en España aprendiendo cocina española, conociendo la calidad de nuestros alimentos y trabajando en restaurantes de prestigio de nuestro país.

Inés Rosales se ha consolidado en los últimos años como referencia de creatividad y capacidad de innovación, enseñando nuevas formas de consumo.

En sus seis años de andadura, el programa ha formado a cerca de 85 jóvenes cocineros en los mejores restaurantes de España. El ICEX persigue familiarizar a los futuros profesionales de alto nivel con productos españoles, de forma que se mejore la proyección internacional de los mismos y se potencie su exportación.

Con este programa se crea una red internacional de profesionales con contactos en la alta restauración española, lo que contribuye a la internacionalización del sector. Asimismo, se persigue transmitir en el exterior una imagen moderna y actual del sector culinario español.

Durante la jornada se impartió una Master Class de la mano de Tue, chef del restaurante Doce Tapas, quién montó tres platos basados en el maridaje de las tortas con distintos productos: Calabacín relleno sobre Torta de Aceite con Romero y Tomillo, milhojas de Torta de Aceite con Naranja con foie y Cortamisú con nuestro Cortadillo especial de crema.

La visita finalizó con un taller de experiencias y laboratorio de ideas. Las imágenes se fueron compartiendo en directo en los perfiles de Facebook (www.facebook.com/tortasinesrosales) y Twiter (@inesrosalessau) de la empresa Inés Rosales, así como en los de Andalucia Cocina y otras empresas colaboradoras, como Grupo Ybarra.

BODEGAS MUÑANA

Bodegas Muñana propiedad de la familia granadina Julián Morillas, considerada la bodega de vino tinto más grande de Andalucía por extensión de viñedo, 40 Has.

Tras 20 años de historia han conseguido posicionar sus vinos entre los más valorados por expertos y aficionados, en los últimos cuatro años le han sido concedidas doce medallas otorgadas en certámenes Internacionales y Nacionales de reconocido prestigio tales como AWC de Viena, CINVE, IWG o Premios Mezquita.

Creen fielmente que el secreto de tener unos vinos con carácter y de singulares cualidades reside en la unión de unos ricos factores naturales (clima, suelo y altura) y el deseo de encauzarlos para sacar lo mejor de ellos realizando vinos tintos de elevada calidad con un alto compromiso social y medioambiental.

La finca se encuentra situada en el municipio de Cortes y Graena, perteneciente al altiplano de Sierra Nevada granadino, de larga -aunque ignota para muchos- tradición productora de vinos.

Los viñedos, bañados por el agua del deshielo de Sierra Nevada y situados a 1.150 metros sobre el nivel del mar, disfrutan de un clima más continental que mediterráneo por la barrera natural que Sierra Nevada les provoca, dando lugar a una madurez de la uva larga y completan y obteniendo como resultado unos vinos cargados de frescura, fruta y fuerza.

En la finca se concentra todo el proceso de obtención de sus vinos bajo las marcas Muñana, vinos de guarda, y delirio, vino joven. Desde el cultivo de sus viñedos en unas condiciones ideales, pasando por un cuidado proceso de elaboración y crianza, hasta el embotellado y etiquetado final.

Este es uno de los secretos del vino Muñana. Porque sólo del paciente cuidado puede surgir un vino excepcional. La producción controla del viñedo -ninguna vid produce más de 1,5 kilos de uva por cepa-, junto con una cuidada selección y recogida manual de la uva en su punto óptimo de maduración confieren al vino Muñana un carácter único.

En este entorno enmarcado por aires de naturaleza de las variedades Tempranillo, Monastrell, Cabernet Sauvignon, Syrah, Merlot y Petit Verdot, son sometidos a cuidados constantes que impiden el más mínimo deterioro del fruto.

La Bodega de Crianza es muy singular al estar enclavada en siete cuevas naturales típicas de la zona, está formada por una galería de más de 30 metros de profundidad. Donde mantienen temperatura y humedad constante durante todo el año de manera natural.

Todo ello, conforma una particular estancia para la crianza y reposo de los vinos Muñana en barricas de roble francés y americano, con un parque de 500 barricas.

Las más de 40 hectáreas de cultivos y las 4.300 cepas plantadas por hectárea garantizan una producción anual de en torno a 200.000 botellas de vino. Una producción acorde con la calidad excepcional y el cuidado proceso de elaboración del vino de las Bodegas Muñana.

SELECCIÓN ESPAÑOLA GOURMET

Empresa, con sede en Andalucía, dedicada a la fabricación y distribución de alimentos tradicionales españoles, en el mercado nacional e internacional.

Su filosofía es hacer llegar a todos los rincones del mundo posibles alimentos artesanales y naturales. Con una selección diaria de materia prima fresca, de excelente calidad, consiguie llevar lo mejor de la dieta mediterránea a la mesa de sus clientes.

Selección Española Gourmet está orientada a la satisfacción de sus clientes, adaptándose a todos los mercados, ofreciendo un inmejorable servicio y atención. Su selección de productos está enfocada a que la calidad gourmet llegue a todo el mundo, a través de una relación calidad precio inmejorable. La principal ventaja de Selección española Gourmet es haber conseguido aunar calidad y durabilidad. Dado el carácter fuertemente exportador de la empresa, todos nuestros sus son de larga duración, pensando en la entrega de los países más lejanos que requieren una larga vida del producto. Este hecho no ha restado en calidad y sabor.

La amplia selección de productos españoles, así como la aceptación de la marca por parte de su público, hacen de Selección Española Gourmet una opción ideal para distribuidores de todo el mundo que quieran incorporar un trozo de la cocina andaluza y española en su país.

PRODUCTOS CÁRNICOS ICARBEN

ICARBEN, es una empresa familiar con larga tradición en la elaboración de embutidos y productos cárnicos de porcino de calidad. Hablar de la industria chacinera en el municipio de Benaoján es lo mismo que hablar de tradición. Una tradición que ha dado prestigio durante el último siglo a los productos elaborados en esta tierra serrana.

Sus instalaciones se encuentran situadas en la Comarca de la Serranía de Ronda, contando con una superficie total aproximada de 7.000 m² y una plantilla cercana al medio centenar de trabajadores, contribuyendo así, a fijar la población en el medio rural de una forma sostenible, ofreciendo formación y empleo a los jóvenes, e igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

ICARBEN, se dedica a la actividad de matadero, así como a la fabricación y venta de productos cárnicos frescos y elaborados.

Hay que destacar principalmente el hecho de que esta empresa se diferencia por mantener su elaboración artesanal y, además, por la selección que hace de las materias primas, ya que al ser matadero y fábrica de embutidos, elabora sus productos con materias primas de 1ª calidad y de total confianza realizando el seguimiento desde la granja, donde se compran los animales a sacrificar, a lo largo de toda la línea productiva hasta la expedición del producto.

Actualmente, ICARBEN elabora carnes frescas de porcino, ovino y caprino y productos cárnicos: cocidos, curados, fritos, adobados, salazones, mantecas y zurrapas. Entre los servicios que ofrecen, también se encuentra la posibilidad que tienen otros establecimientos de sacrificar porcino, ovino y caprino en sus instalaciones (servicio de maquila). Entre nuestras especialidades destacamos las zurrapas, los patés, los asados, y las cremas.

La tradición heredada de padres a hijos, así como la experiencia adquirida a lo largo de su andadura, ha permitido elaborar un producto de calidad muy valorado a nivel local, regional y nacional.

En ICARBEN trabajan con esfuerzo e ilusión para ser una de las empresas líderes del sector, que ofrece al consumidor productos con una calidad altamente reconocida. El sabor de siempre con toda la innovación de hoy.

SALADITOS®

Maestros Altramuceros

Auténtico Sabor a Tradición Andaluza.

Bajo en grasas y colesterol, rico en proteínas y fibra....
¡Tu aperitivo saludable!

HERMABAR S.L. Autovía A92 Km 46,2 41610 Paradas (Sevilla) SPAIN www.saladitos.com

MIGUEL J. PÉREZ DIRECTOR COMERCIAL

"LA SEGURIDAD ALIMENTARIA HA SIDO, ES Y SERÁ UN PILAR BÁSICO PARA COPROHNÍJAR"

Coprohníjar lleva veintisiete años en el sector y fue la primera cooperativa en la zona de Níjar. La evolución de esta comercializadora ha ido ligada a la evolución del propio campo de Níjar, dónde se ha tendido a la especialización en tomate y sandía.

Coprohníjar, en su desarrollo del tomate trabaja con toda la familia de esta hortaliza: cherry, baby pera, cherry pera, cherry rama, cóctel rama, tomate suelto, tomate beef, tomate pera, tomate rama, etc. Particularmente en cherry, fuimos los primeros en poner cherry en Níjar y en la actualidad somos los nº1 en cherry redondo por volumen en Almería y también encabeza el ranking a nivel español. En cherry redondo, baby pera y en tomate suelto canario trabajamos con ciclos cerrados, las 52 semanas del año.

¿Cuál es la apuesta de Coprohníjar por la calidad y la seguridad alimentaria?
Coprohníjar fue pionera en el tema de la Producción Integrada en Almería, trabajando en colaboración con los técnicos de la Junta de Andalucía. Para Coprohníjar la seguridad alimentaria ha sido, es y será un pilar básico en el funcionamiento de la empresa, de hecho más del 90 % de nuestra producción se cultiva bajo producción integrada.

¿Qué papel juegan las nuevas tecnologías?
Nosotros hemos instalado un sistema de gestión TICs con tablets para que haya una comunicación directa y fácil entre la empresa y los agricultores, así pueden obtener de forma inmediata cualquier información de la cooperativa que necesiten. Recientemente hemos recibido el Premio Iniciativa Innovadora concedido por la Junta de Andalucía, reconociendo el trabajo y el esfuerzo de nuestra cooperativa en estos temas.

¿Planes de futuro de Coprohníjar?
El futuro es seguir creciendo poco a poco y seguir apostando por la investigación a través de la finca de ensayos con la que contamos, para seguir mejorando en sabor y en la búsqueda de nuevas variedades de tomate.

NUNCA ALGO TAN PEQUEÑO
HA MERECIDO UN ESFUERZO TAN GRANDE.

COPROHNÍJAR
La naturaleza de nuestro

LANDALUZ, PROTAGONISTA EN LA PROMOCIÓN DE LA CALIDAD GASTRONÓMICA EN ANDALUCÍA SABOR

ESTA MUESTRA HA PROPICIADO UN TOTAL DE CERCA DE 1.300 ENCUENTROS COMERCIALES AGENDADOS EN EL ÁMBITO NACIONAL E INTERNACIONAL

La cuarta edición de Andalucía Sabor, muestra bienal organizada por la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, la reafirma como escaparate de promoción nacional e internacional de los alimentos andaluces e idóneo vehículo de difusión de sus excelencias.

Prueba de ello ha sido su importante repercusión en la red social Twitter, convirtiéndose en trending topic a nivel nacional en sus dos primeros días de feria. Asimismo, ha contado con más de 4.300 seguidores directos en Facebook.

En cuanto a la afluencia de medios, se han acreditado cerca de 300 periodistas y, en referencia al número de asistentes al Congreso de Alta Cocina, la cuarta edición ha experimentado un importante incremento, en torno al 30%, con 590 congresistas.

A las más de 144 empresas agroalimentarias con espacio expositivo en esta muestra hay que sumar más de 5.000 asistentes, entre distribuidores, cadenas y centrales de compra, operadores de hostería y restauración, representantes de la alta gastronomía, empresas agroalimentarias y Consejos Reguladores de denominaciones de calidad.

Con una superficie expositiva de 5.000 metros cuadrados, 1.000 más que en la edición de 2011, Andalucía Sabor 2013 ha atraído a alrededor de 40 agentes compradores nacionales y 41 representantes de empresas internacionales que han participado en cerca de 1.300 reuniones en el espacio dedicado a encuentros comerciales.

La misión comercial internacional organizada en el marco de esta feria por Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, dependiente de la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia, con el apoyo de fondos procedentes de la Unión Europea, del Programa Operativo Feder de Andalucía 2007-2013, ha estado formada por firmas de 12 países entre los que han destacado Estados Unidos, Rusia, China y Emiratos Árabes como los de mayor representación.

En cuanto al número de reuniones mantenidas por los empresarios extranjeros en la feria, éste ha ascendido a 948, haciendo una media de 23 reuniones por empresa. Atendiendo a los diferentes países, destaca en primer lugar Estados Unidos con el 57 por ciento de las citas, seguido de Rusia (12 por ciento) y, en tercer lugar, China y Brasil (alrededor del 5 por ciento cada uno).

CONGRESO GASTRONÓMICO

Asimismo cabe señalar, como actividad paralela a esta feria, el Congreso de Alta Cocina que, en esta edición, ha cedido el protagonismo a la tapa como seña de identidad de nuestra gastronomía, contando con la participación de figuras y promesas de los fogones del panorama nacional, como Francisco Roncero, y, especialmente del andaluz, como es el caso de Dani García o Ángel León. Entre los participantes a este congreso que ha contando también con la participación de Fernando Huidobro, presidente de la Academia Andaluza de Gastronomía y Turismo, se encuentran dos premios nacionales de Gastronomía. El congreso contó los mejores chefs andaluces de reconocido prestigio nacional e internacional como Dani García, impulsor de la internacionalización de la cocina andaluza; Paco Roncero, gran defensor de la tapa; y Ángel León, galardonado recientemente con el Premio Nacional de Gastronomía.

REUNIONES Y RESTAURACIÓN

LANDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía, contó con su propio stand, en el que participaron de manera activa treinta de sus empresas asociadas. Todas ellas tuvieron acceso de manera directa a la zona de restauración, donde pudieron disfrutar, bajo la marca Andalucía Cocina, de las deliciosas tapas preparadas por los restaurantes seleccionados para tal ocasión (Besana Tapas, El Mordisco, 12 Tapas, Taberna Poncio, El Crujiente y Casa Alta).

Este espacio de restauración, que tuvo a las empresas de LANDALUZ como referente en esta ocasión, ha sido considerado uno de los grandes éxitos de esta edición de Andalucía Sabor. En esta zona, se ha podido degustar, de primera mano, la perfecta combinación que surge de la calidad de los productos agroalimentarios andaluces y del cuidado en su preparación por parte de las empresas con la excelente interpretación gastronómica de restaurantes de reconocido prestigio.

Por otra parte, LANDALUZ ha puesto, durante los días que ha tenido lugar la feria, un espacio de exposición directa de productos en su propio stand. De esta forma, las empresas que así lo han solicitado, han podido tener presentes sus productos en el escaparate de la Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía.

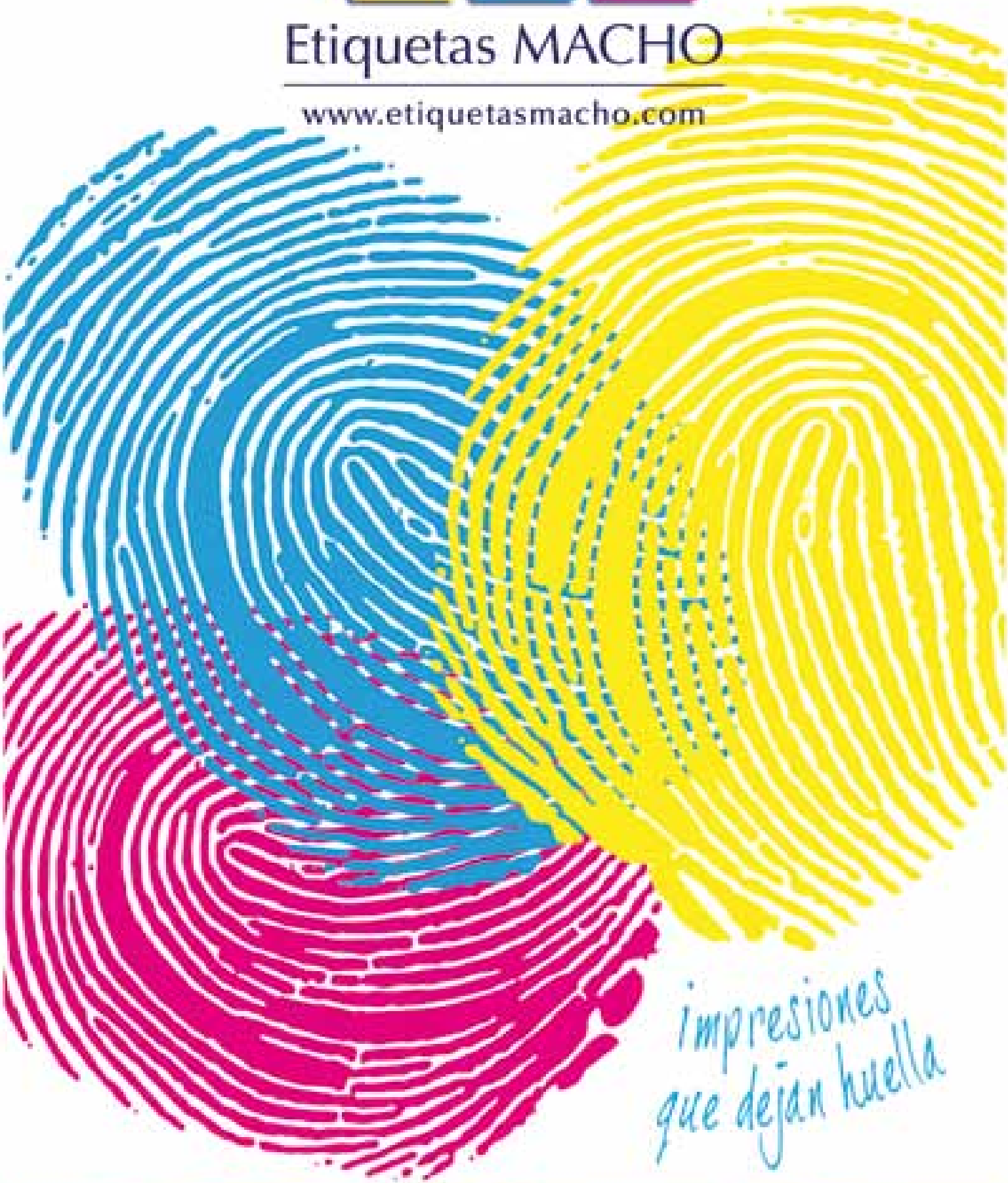
LANDALUZ

MISIÓN INVERSA

Sin lugar a dudas, la acción que suscitó mayor interés entre los propios asociados fue la Misión Inversa de compradores internacionales. Una vez más, LANDALUZ tomó parte, y muy activamente, en la organización de las reuniones face to face, siendo capaz de cerrar más de 120 reuniones para sus empresas. El objetivo de estas reuniones era poder mantener contancto directo con potenciales clientes a los que presentarles las bondades de los productos andaluces. El alto número de reuniones programas, y la calidad de éstas, hizo que un año más, la estrategia de misión inversa haya sido uno de los puntos fuertes de LANDALUZ en el marco de Andalucía Sabor.

Etiquetas MACHO

www.etiquetasmacho.com



Etiquetas MACHO

arjolabel

Parque Empresarial Juan Macho Hernández, C/ Artes Gráficas, 1. Telf 95 585 28 00.
email: info@ etiquetasmacho.com - 41530 - Morón de la Frontera - (Sevilla)

ANDALUCÍA COCINA 2.0 PUNTO DE ENCUENTRO DE LOS PRODUCTOS ANDALUCES CON LOS MEJORES COCINEROS

Aprovechando el contenido generado en torno a Andalucía Sabor, Andalucía Cocina comienza una nueva andadura en el entorno digital.

Andalucía Cocina 2.0 es una revisión y ampliación de la estrategia online de nuestra marca, siendo nuestro deseo, trasladar la razón de ser de nuestra Asociación al entorno digital, "la unión hace la fuerza y en el entorno digital la multiplica".

Queremos potenciar un entorno de social media unido y complementario a las estrategias online de las marcas participantes.

Generar contenido de calidad en base a nuestras empresas, aprovechar sinergias entre asociados, multiplicar la notoriedad y la presencia digital de las marcas pertenecientes a la Asociación y atraer a diferentes públicos, son algunos de nuestros objetivos en este nuevo proyecto.

Con una web renovada www.andaluciacocina.com y presencia en las principales redes sociales, alguna de las acciones que estamos ya realizando son:

- Test de Productos.
- Co-branding.
- Video recetas.
- Promociones / Concursos.
- Fidelización con líderes de opinión (entorno digital).
- Difusión y generación de contenidos en torno a las marcas socias.

Y todo ello con el respaldo de cocineros de primer nivel, construyendo desde Andalucía Cocina una comunidad unida alrededor de las marcas y la gastronomía.

PRESENTACIÓN DEL LIBRO ANDALUCÍA REINVENTA ANDALUCÍA

Con Andalucía Sabor como marco, LANDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía, aprovechó para presentar uno de sus productos estrellas, muy ligado al espíritu de este encuentro profesional de se aúnan los productos andaluces producidos por sus asociados con una forma de entender la cocina. Esta edición de Andalucía Sabor acogió la presentación del cuarto libro de recetas editado por LANDALUZ, que en esta ocasión recoge las interpretaciones de los alimentos andaluces que se hacen en las ventas de carretera de la región.

En esta presentación intervinieron junto al presidente de LANDALUZ, Álvaro Guillén Benjumea, Ana María Romero, directora de Calidad, Industrias Agroalimentarias y Producción Ecológica de la Junta de Andalucía y José Luis García Palacios, consejero y patrono de la Fundación Caja Rural del Sur.

En palabras del presidente de LANDALUZ, "en este libro recogemos el recetario tradicional y su evolución a lo largo del tiempo con el objetivo de poder satisfacer a muchos consumidores que quieren recuperar sabores tradicionales y de siempre en sus viajes por la geografía de nuestra región".

Este libro recoge a las veintitrés mejores ventas andaluzas que recrean estas recetas tradicionales con una visión renovada. Todas ellas, maridadas con veintitrés marcas de primer nivel.

LANDALUZ Y CAEA FIRMAN UN CONVENIO PARA PROMOVER Y DEFENDER LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS ANDALUCES

El presidente de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Droguería, CAEA, Luis Osuna, ha firmado en la feria Andalucía Sabor un convenio marco de colaboración con el presidente de LANDALUZ, Álvaro Guillén Benjumea, con el objetivo de promover y defender la calidad de los productos andaluces.

En dicha firma ha estado presente Ana María Romero, directora general de Calidad, Industrias Agroalimentarias y de Producción Ecológica de la Junta de Andalucía.

LANDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía, es la entidad referente del sector agroalimentario de Andalucía, aglutinando casi el 40 por ciento de la facturación total del sector en la comunidad, cuyo objetivo es "fomentar que las empresas agroalimentarias se abran hacia los mercados nacionales e internacionales como lugares potenciales para incrementar sus ventas".

Este convenio tiene como fin "asegurar la calidad de los productos agroalimentarios andaluces, incrementando su competitividad, fomentando el desarrollo del sector agroalimentario en los distintos canales de distribución y contribuyendo a la solidez de nuestras empresas articuladas en un tejido empresarial productivo, moderno y competitivo".

Además, tras firmar este convenio, CAEA y LANDALUZ tienen previsto crear un órgano de seguimiento entre ambas instituciones que potenciarán los foros, seminarios y jornadas necesarios para un "total entendimiento" entre ambos sectores.

Ante la realidad de unos mercados cada día más abiertos, al firmar este convenio, CAEA y LANDALUZ se han ofrecido para que por medio de sus empresas asociadas se colabore y coordinen las actuaciones necesarias para que, entre todos los sectores que forman la cadena agroalimentaria, "la producción y distribución andaluza tengan una mayor calidad, seguridad alimentaria y valor añadido".

Asimismo, ambos presidentes han señalado que este convenio actuará como marco de cooperación entre distribuidores y fabricantes como uno de los retos presentes y futuros para "defender permanentemente los intereses de nuestro sector y propiciar su desarrollo económico, fomentando la integración empresarial como pilar de la modernización del sector, además de hacer promoción del sector de alimentación y droguería a nivel andaluz, creando riqueza en nuestra comunidad".

Mazapanes de Montoro

"LA LOGROÑESA"

Especialistas de Mazapán de Soto

60 años compartiendo tradición

...la Navidad en su mesa

www.lalogroñesa.com

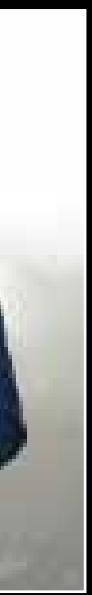
C/ Realejo, 7 - 14600 - Montoro (CÓRDOBA) - Tel.: 957 160 314 / Fax: 957 475 936

MENU

POR TAPAS

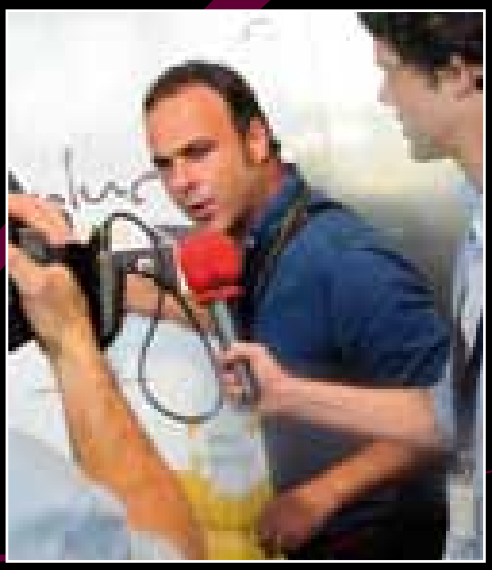
YBARRA

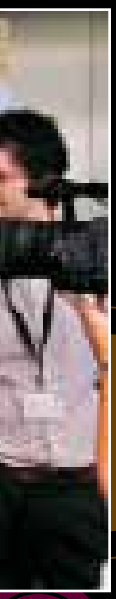
MARCA
PICA



MENÚ

TAPAS





El buen gusto le sonríe
Disfrute aún más de la buena mesa.
Realcerá el sabor de pescados y mariscos acompañándolos con un vino blanco joven. Fresco, afrutado y único, elaborado con la mítica uva Zalema. Una aromática nota de color apreciada por enólogos y sumilleres que gusta desde el primer sorbo.
Es Blanco Joven, del Condado de Huelva.
El origen de un sol generoso y una naturaleza que enamora a la vid. El hogar de variedades de uva caprichosas y de quienes consiguen de ellas lo mejor. La tierra de los llamados Vinos del Descubrimiento. Porque fueron los primeros que llegaron a América. Y por el placer de quienes los descubren con una sonrisa. Salud.
DENOMINACIONES DE ORIGEN
CONDADO DE HUELVA
VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA
Y VINO NARANJA DEL CONDADO DE HUELVA
www.condadodehuelva.es

ASAMBLEA GENERAL EXTRAORDINARIA

EL PASADO 22 DE JULIO, LANDALUZ, ASOCIACIÓN EMPRESARIAL ALIMENTOS DE ANDALUCÍA, CELEBRÓ EN EL COMPLEJO AGROALIMENTARIO HACIENDA DE QUINTO UNA ASAMBLEA GENERAL CON CARÁCTER EXTRAORDINARIO, EN LA QUE CONTÓ CON UNA AMPLIA REPRESENTACIÓN EMPRESARIAL QUE NO HACE SINO REFRENDAR EL INTERÉS DE LAS EMPRESAS POR LA ACTUALIDAD LABORAL, ECONÓMICA Y PATRIMONIAL DE LA ASOCIACIÓN.

Una vez leído y aprobado el acta de la asamblea anterior celebrado en el mes de marzo, el actual presidente de la Institución en representación de su Junta Directiva, Álvaro Guillén Benjumea, informó que desde la entrada de la nueva Junta Directiva la gestión que se ha implementado en la Asociación ha sido netamente empresarial. En este sentido explicó que se trata de un modelo de Asociación participativo, en el que se fomenta las virtudes con las que cuenta el asociacionismo. Se han aprovechado las sinergias empresariales, transformado el proyecto en una Asociación de servicios que se instrumentaliza como un vehículo institucional. Todo ello con una optimización de los recursos tanto económicos como humanos.

En este mismo sentido, Álvaro Guillén recordó a los miembros de la Asamblea, el nuevo modelo de financiación en el que se basa la sostenibilidad de la organización. Dicho modelo no es otro que: ingresos por cuotas de pertenecía, ingresos por actividades y servicios e ingresos de atípicos.

Para el presidente de LANDALUZ, 2013 debe ser el año de la consolidación de la Asociación como una organización de servicios empresariales tras las bases sentadas en 2012.

A la fecha ya se han implementado varios de los objetivos fijados por la actual Junta Directiva tales como son:

- Nacional:
PPV Alcampo
PPV Euromadi
PPV Carrefour
PPV Miquel Alimentació
PPV Makro
PPV Covirán

- Internacional:
PPV Mercacenter Andorra
PPV City Shop China
Feria Fancy Food Nueva York
Feria Specialty Fine Food Londres
Misión Inversa Andalucía Sabor
Servicio Consolidación Internacional
Jornadas Tendencia Retail Internacional

- Acuerdos de Colaboración
Cesce
Mercadona
Fundación Cajasol
Banco Sabadell
Caixabank
CAEA
Eticom

- Comunicación y Marketing
Revista
Catálogo Corporativo
Desayunos Empresariales
Feria Andalucía Sabor
Andalucía Cocina 2.0

También con motivo de dicha Asamblea, se analizó la situación laboral, económica y patrimonial de la Asociación, haciendo un balance de las cuentas de explotación de las distintas actividades llevadas a cabo y presupuestadas, así como de los acuerdos con entidades que han permitido el ingreso de atípicos.

Por último, se solicitó la ratificación del acuerdo adoptado en el seno de la Junta Directiva, relativo a la designación como tesorero de Antonio Izquierdo como vocal de dicha Junta en sustitución de Manuel Valdecantos, siendo ratificado por unanimidad de los miembros de la Asamblea dicho acuerdo.

SE HA CENTRADO EN LA GENERACIÓN DE VALOR EN LA CADENA AGROALIMENTARIA

III EDICIÓN DE LOS DESAYUNOS EMPRESARIALES

BANCO SABADELL SE SUMÓ COMO PARTNER, TRAS FIRMAR UN ACUERDO CON LANDALUZ

LANDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía, conocedor de que la situación por la que pasa el sector agroalimentario andaluz en la actualidad, exige adaptarse a las nuevas variables que marca el mercado, y en su en su proceso de reinvención como Organización Sostenible de Servicios Empresariales, celebró la tercera edición de sus "Desayunos Empresariales Hacienda de Quinto".

En esta ocasión, se ha abordado un tema de candente actualidad: la Generación de Valor en la Cadena Agroalimentaria. Todo ello gracias a la colaboración de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, Cesce, Mercadona y el Banco Sabadell, con un formato operativo y distendido en el que se convoca a los principales actores tanto económicos como sociales del sector agroalimentario.

Los participantes han puesto en valor la necesidad de elaborar estrategias de actuación en las que prime la colaboración entre todos los eslabones de la cadena agroalimentaria, a fin de que ganen todos (del productor al consumidor). Otras conclusiones han sido: la necesidad de innovar con el propio consumidor para cubrir necesidades reales, y que dicha innovación sea transversal, es decir, que abarque todo el proceso.

El desayuno ha contado con una cátedra plural, donde han estado representados algunos de los principales eslabones de dicha cadena: el Foro Interalimentario

(asociación sin ánimo de lucro integrada por 23 empresas españolas de alimentación, líderes en sus respectivos sectores), ASAJA como representante del sector primario, Grupo Estévez como fabricante y la Unión de Consumidores de Andalucía en representación de los consumidores, primando la confluencia de pareceres, el intercambio de experiencias y la afluencia de pensamientos que conformen un mejor y mayor conocimiento de la realidad del sector agroalimentario andaluz.

Se ha firmado un convenio de colaboración con Banco Sabadell que se suma como partner a esta iniciativa. Agustín Rodríguez, director de Banca de Empresas de la Territorial Sur de la entidad, reiteró su interés en "establecer una colaboración que contribuya al desarrollo de la economía andaluza, mediante el apoyo a las empresas del sector agroalimentario".

La apertura del acto corrió a cargo de José I. Arranz, quien centró el tema lanzando mensajes claves para introducir valor en la cadena, como la importancia de que la cadena agroalimentaria sea sostenible y que la innovación sea transversal, dejando claro, con ejemplos reales de varios socios del Foro, que se puede y debe innovar en seguridad, calidad y eficiencia, "añadiendo valor", desde el campo.

También ha intervenido Ricardo Serra, presidente de ASAJA Sevilla, quien hizo hincapié en la necesidad de reducir los costes logísticos dentro de la cadena agroalimentaria en beneficio de un producto más competitivo y su apuesta por canales más cortos.

José Ramón Estevez, presidente del Grupo Estévez, defendió el compromiso del grupo en buscar un crecimiento sostenible basado en relaciones estables con sus proveedores, ofreciendo garantías de seguridad y rentabilidad que permitan generar valor a toda la cadena.

Por último, intervino Juan Moreno, presidente de la

Unión de Consumidores de Andalucía, quien defendió el papel de su asociación y su responsabilidad en la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos como consumidores y usuarios, en la representación y defensa de sus intereses y en el desarrollo de su participación en la vida social.

Éxito sin duda de este tercer desayuno empresarial celebrado en Hacienda de Quinto y punto de referencia para líderes de opinión del sector agroalimentario que han puesto de manifiesto la necesidad de erradicar de la cadena agroalimentaria cualquier eslabón y cualquier práctica que no añada valor a la propia cadena.

Sabadell Atlántico
El banco de los profesionales

Se ha firmado un convenio de colaboración con Banco Sabadell que se suma como partner a esta iniciativa

NUEVO DIRECTORIO EMPRESARIAL LANDALUZ

LANDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía, dentro de su estrategia de comunicación de fomentar y potenciar, en el mercado nacional e internacional, tanto a sus empresas como sus productos y marcas, ha elaborado un directorio empresarial que recoge toda la información útil de sus socios.

El principal objetivo del Directorio de LANDALUZ es ofrecer una herramienta de trabajo que permita interconectar a todos los actores involucrados en el sector agroalimentario, dando a conocer en español e inglés todas y cada una de las marcas y empresas participantes en la Asociación.

Desde LANDALUZ se considera de vital importancia para las empresas y organismos que utilicen el Directorio LANDALUZ, disponer del acceso directo a aquellas compañías que puedan ayudar en el desarrollo de sus negocios.

El Directorio es una vía de comunicación directa de la entidad con terceros y una herramienta física y digital imprescindible para diseñar y desarrollar programas de apoyo a la comercialización nacional e internacional de productos andaluces de calidad.

Esta herramienta ha sido realizada con el mayor rigor y pensando en las oportunidades de negocios que se puede generar, al contar con los principales datos de las empresas miembros de LANDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía. La inclusión y actualización de contenidos será fundamental para que el Directorio de Empresas de LANDALUZ sea una herramienta útil.

Álvaro Guillén Benjumeda

Aceitunas y Aceite

Iberian products
Productos Ibéricos
& Meat products
Carnicos

HUEVOS GIRALDA

CAIXABANK Y LANDALUZ FIRMAN UN ACUERDO PARA APOYAR LA PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS ANDALUCES

CaixaBank, entidad líder en el mercado español, y LANDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía, han firmado un convenio de colaboración para apoyar la promoción y divulgación de los productos andaluces y contribuir con ello al desarrollo del sector agroalimentario en esta región.

Mediante este acuerdo, CaixaBank se convierte en el patrocinador exclusivo del Show Room permanente de productos andaluces que la asociación tiene en su sede, en Hacienda de Quinto. En esta muestra, se exponen una media de cuatro productos y marcas por cada una de las más de 100 empresas asociadas, que de forma agrupada facturan unos 4.000 millones de euros y que generan más de 20.000 puestos de trabajo de forma directa.

Durante la firma, Rafael Herrador, director territorial de Andalucía Occidental de CaixaBank, ha explicado que "en Andalucía, CaixaBank ofrece atención especializada a sus cerca de 200.000 clientes del sector agroalimentario desde sus 436 oficinas agrarias, en las que dispone de profesionales especializados en sus necesidades, con un volumen de negocio del sector agrario en Andalucía que asciende a 4.446 millones de euros". Asimismo, Herrador ha añadido que "iniciativas como la de hoy son necesarias para activar un sector tan importante para la economía andaluza como es el agroalimentario".

Por su parte, Álvaro Guillén Benjumea, presidente de LANDALUZ, ha comentado que "de este acuerdo se desprende el compromiso que las partes tienen en el desarrollo y fomento de iniciativas empresariales dentro del sector agroalimentario. Este Show Room es sin duda una de las más importantes señas de identidad con la que cuenta la Asociación y que pone en valor cualquiera de los actos que, de forma directa e indirecta, se celebran en este marco en pro de la difusión del producto agroalimentario andaluz de calidad".

ETICOM Y LANDALUZ ESTABLECEN LA RUTA PARA LA MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA DE LAS PYMES AGROALIMENTARIAS ANDALUZAS, A TRAVÉS DEL CLOUD COMPUTING

EL PLAN DE TRABAJO PREVISTO INCREMENTARÁ SUSTANCIALMENTE LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PRINCIPALES FIRMAS AGROALIMENTARIAS ANDALUZAS

La Asociación Clúster de Empresarios de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Andalucía, ETICOM, ha firmado una alianza con la Asociación Empresarial de Alimentos de Andalucía, LANDALUZ, para la puesta en marcha de un innovador proyecto sobre Tecnologías Cloud para la Industria Agroalimentaria, con el que las empresas del sector agroalimentario alcancen el liderazgo tecnológico a través de soluciones de infraestructuras, de plataformas y de software basadas en Cloud Computing. Durante la firma, celebrada en la sede de LANDALUZ en Sevilla, han estado presentes Baltasar Fernández Ávila, presidente de ETICOM y en representación del Centro Demostrador TIC de Andalucía, y Álvaro Guillén Benjumea, presidente de LANDALUZ.

Durante el encuentro, Álvaro Guillén destacó que ""gracias a esta alianza, las empresas de LANDALUZ accederemos a tecnologías que nos harán más competitivas y accederemos a nuevos mercados de una forma más eficiente".

"Nuestro objetivo es colaborar con los empresarios del sector agroalimentario andaluz, especialmente, con las cerca de 110 PYMES asociadas a LANDALUZ, dotándolas de herramientas tecnológicas cuya finalidad será progresar en línea con las demandas y exigencias de los mercados"- añadía el Presidente de ETICOM.

Este proyecto persigue crear un modelo de innovación abierta y colaborativa basada en las tecnologías Cloud, que por un lado, estimule la incorporación de las citadas tecnologías a la industria agroalimentaria como medio para incrementar su productividad y competitividad, y que por otro, por un lado, favorezca el desarrollo de la I+D+i en colaboración con las empresas de la Asociación Clúster ETICOM.

ETICOM

ETICOM es una asociación clúster de empresas TIC, de carácter innovador y abierta al cambio, que representa a la industria de las tecnologías de la información, de las telecomunicaciones y de los contenidos digitales en Andalucía. Fundada en 1998 por empresarios andaluces, en la actualidad cuenta con alrededor de 400 firmas asociadas.

EL PROYECTO

El proyecto tendrá un enfoque global, durará 15 meses y estará estructurado en 4 fases de implementación:

Fase 1. Información y sensibilización en el uso de nuevos servicios cloud aplicados a la industria agroalimentaria. En este punto se contará con la participación del Centro Demostrador TIC de Andalucía.

Fase 2. Transferencia de Tecnología. Se persigue estimular las implantación de servicios innovadores de Cloud Computing en el sector agroalimentario, el desarrollo de proyectos de I+D+i orientados a convocatorias públicas, la colaboración tecnología con otros sectores; así como la cooperación tecnológica, de negocios y el estímulo de la demanda.

Fase 3. Piloto de implantación de soluciones Cloud Computing en 10 empresas agroalimentarias andaluzas. Con esta línea del proyecto se pretende conseguir un modelo de implantación y desarrollo tecnológico trasplantable al resto de las empresas agroalimentarias, obteniendo unos resultados perfectamente medibles y provocar un efecto arrastre sobre ambos sectores que alimente la colaboración entre ellos.

Fase 4. Implantación de las mejores prácticas que se determinen en la fase anterior en el conjunto de las empresas afiliadas a Landaluz, facilitando el liderazgo de las mismas a través de las nuevas tecnologías Cloud.

LANDALUZ, PREMIO INTERNACIONAL EN IX EDICIÓN DE LOS PREMIOS EJECUTIVOS DE ANDALUCÍA

LA REVISTA EJECUTIVOS CELEBRÓ EL PASADO 26 DE SEPTIEMBRE EN SEVILLA, LA IX EDICIÓN DE LOS PREMIOS EJECUTIVOS ANDALUCÍA, DONDE LANDALUZ, ASOCIACIÓN EMPRESARIAL ALIMENTOS DE ANDALUCÍA, FUE GALARDONADO CON EL PREMIO A LA INTERNACIONALIZACIÓN.

LANDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía, tiene, sobre todas las cosas una alta vocación de servicio hacia sus asociados, y evidentemente la internacionalización como servicio, está implementada desde la asociación para completar así el círculo en cuanto a la promoción de productos andaluces a nivel global se refiere.

En cerca de 10 años, LANDALUZ estima que en referente a la actividad internacional se ha generado un volumen de negocio superior a los 90 millones de euros, y numerosos son los mercados en los que LANDALUZ ha facilitado el acceso a sus empresas, destacan: Alemania, Holanda, Italia, EEUU, BENELUX y China. El número de empresas internacionalizadas en estos años es exponencial, pasando de 10 empresas en el primer año a más de 100 en el presente ejercicio.

Otros galardonados han sido:

Ejecutivo del Año: José María Andújar, presidente de la Cooperativa Provincial Agrícoloa y Ganadera San Isidro (CASI)
Trayectoria Profesional: Antonio Ponce Fernández
Empresa del Año: Grupo MARYPAZ
Proyecto del Año: Autoridad Portuaria de la Bahía de Cádiz
Calidad: Xanit Internacional Hospital
Estrategia Empresarial: Grupo Abades
Servicio al Cliente: Grupo Hermanos Martín (Supermercados MAS)
Medio Ambiente: CEPSA
Gestión Institucional: Patronato Provincial de Turismo de Córdoba
Empresa Familiar: Barea Grupo
I+D+i: Grupo Magtel
Internacionalización: LANDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía
Excelencia: Meliá Colón Sevilla

El presidente de la entidad, Álvaro Guillén Benjumea, recogió dicho galardón en la ceremonia de entrega de premios que tuvo lugar en el salón de actos de la sede de la Fundación Cajasol

GMCASH, CON LA COLABORACIÓN DE LANDALUZ, INVITA A DESCUBRIR LA GASTRONOMÍA ANDALUZA EN SUS CENTROS

La promoción, que se desarrolló entre los días 3 y 23 de julio, puso de manifiesto la importancia que Andalucía tiene para el Grupo Miquel, donde cuenta actualmente con 8 Cash&Carry y 26 establecimientos franquiciados SUMA y Spar.

Durante esta iniciativa, los centros contarán con expositores especiales en los que estarán a disposición de los clientes 70 productos entre los que podremos encontrar vinos, manzanilla, altramuces, zurrapa, melva, aceites y aceitunas, chorizos, morcillas y una selección de salsas. Todos estos productos podrán, además, degustarse.

GMCASH EN ANDALUCÍA

La presencia de Miquel en su línea de Cash&Carry está compuesta de ocho centros, uno en Sevilla, tres en Málaga (su capital, en San Pedro de Alcántara-Marbella y Mijas), dos en Granada (Atarfe y Motril), uno en Cádiz (Puerto Real) y uno en Almería (Huércal de Almería).

Además de estos centros, el Grupo Miquel cuenta en Fuente de Piedra (Málaga) con una plataforma logística de 32.000 metros cuadrados, que realiza el suministro integral de mercancía al resto de Andalucía, Murcia, Comunidad Valenciana, Castilla la Mancha, Canarias, Ceuta, Melilla y Marruecos.

Junto con los ocho autoservicios mayoristas de Andalucía, la enseña de cash&carry del Grupo Miquel cuenta con otros 48 centros en el resto de España. En total 56 centros en 10 comunidades autónomas, concretamente en Madrid, Baleares, Andalucía, Castilla la Mancha, Castilla León, Cataluña, Comunidad Valenciana, La Rioja, Murcia y País Vasco. Esta línea está orientada en exclusiva a la venta para la media hostelería, la restauración y los comercios.

GRUPO MIQUEL

Con un 100% de capital nacional, se trata de la primera empresa del sector mayorista de la distribución alimentaria en España. Con un volumen de negocio de 1.000 millones de euros, centra su actividad mayorista a través de su línea de 56 Cash&Carry “GMCash”; en la venta a la restauración organizada con la división “Miquel Food Service”; la línea de Importación y Exportación; y la venta al mayor a detallistas, cadenas independientes y distribuidores. Grupo Miquel cuenta también con una cadena de más de 600 supermercados con las enseñas “Suma” y “SPAR”.

LANDALUZ Y MAKRO PROMOCIONAN LOS PRODUCTOS ANDALUCES EN TODA ESPAÑA

Makro acogió en una treintena de sus centros la campaña de promoción de productos andaluces de calidad. LANDALUZ ha puesto en marcha una nueva campaña, que se desarrolló desde el 21 de agosto al 17 de septiembre, en la que participaron casi 70 empresas andaluzas y en la que destacaron más de 250 productos de alta calidad.

La directora general de Calidad, Industrias Agroalimentarias y Producción Ecológica, Ana María Romero; el presidente de la Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía, LANDALUZ, Álvaro Guillén; el directivo de Makro, Carlos Menéndez y el director de Makro Alcalá de Guadaíra, Alfredo González, han puesto en valor durante la inauguración de esta promoción, el importante peso que ostentan las producciones y la industria agroalimentaria andaluza, que destaca por ser un sector con gran estabilidad, que crece en facturación y con una balanza comercial positiva.

Dicha campaña tuvo lugar en los centros de MAKRO de Andalucía, Comunidad de Madrid, Galicia, País Vasco, Cataluña, Comunidad Valenciana y Aragón.

Esta promoción que acoge Makro está promovida por LANDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía, que agrupa a empresas usuarias de este distintivo público de calidad agroalimentaria andaluza denominado Calidad Certificada.

CALIDAD CERTIFICADA

La marca Calidad Certificada, propiedad de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, identifica desde noviembre de 2001 productos agroalimentarios y pesqueros producidos en esta Comunidad Autónoma con una calidad diferenciada. En la actualidad, Calidad Certificada reconoce más de 2.351 productos pertenecientes a 500 empresas andaluzas.

De Calidad Certificada pueden disponer los productos amparados por Denominaciones de Origen, Denominaciones Específicas o Indicaciones Geográficas Protegidas, así como alimentos certificados como Especialidad Tradicional Garantizada, Producción Integrada, Producción Ecológica, Vinos de la Tierra o Vinos de Calidad Producidos en Regiones Determinadas, además de todos los productos agroalimentarios y pesqueros certificados por organismos debidamente acreditados.

MAKRO

Makro, filial española del grupo alemán METRO, es una empresa líder en el sector de distribución mayorista para profesionales. Sus principales clientes son PYMES del sector de la hostelería y detallistas de alimentación y la Compañía se esfuerza por ofrecerles, no sólo un surtido de productos adecuado para ellos, sino también toda una serie de servicios y ayudas que les permitan aumentar la rentabilidad de sus negocios. Makro, que cuenta con 37 centros de negocio en 15 Comunidades Autónomas, ha dejado de ser únicamente un cash & carry, en el que el cliente se acerca al establecimiento para realizar la compra, para ofrecer también un servicio de entrega en el negocio del hostelero.

La Compañía apuesta por los productores y fabricantes locales de las comunidades donde tiene sus puntos de venta.

COVIRÁN Y LANDALUZ PROMOCIONAN LOS PRODUCTOS ANDALUCES

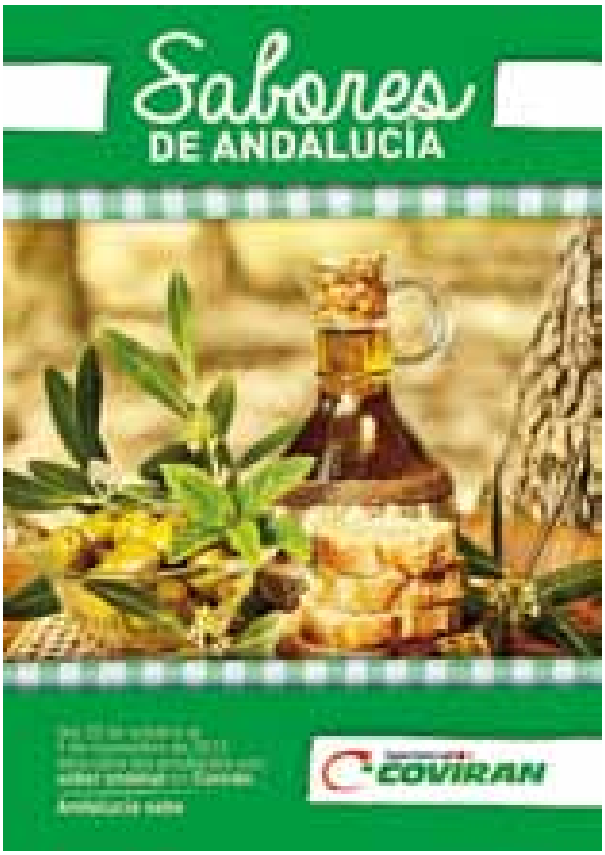
Desde el pasado 22 de octubre los clientes de Andalucía y Extremadura disfrutarán en su supermercado Covirán de una cuidada selección de productos de gran calidad y de origen andaluz, gracias a la campaña realizada con LANDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía, entidad referente del sector agroalimentario de Andalucía.

Los mejores aceites de oliva y aceitunas, arroces, vinos, embutidos, dulces y conservas, encontrarán un espacio destacado en las tiendas de esta enseña, gracias a la campaña "Andalucía, sabe".

Y es que Covirán, asegura con su política comercial la incorporación de los productos locales en sus tiendas, especialmente los productos frescos para fomentar el consumo de productos de temporada.

La cooperativa de supermercados, potencia al máximo las economías locales ayudando a crear riqueza en el espacio donde se asienta, generando empleo de calidad y fomentando entornos colaborativos con los proveedores y agentes empresariales en los espacios donde se ubica. Valores que se ponen de relieve en esta nueva promoción organizada junto a LANDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía.

Por su lado, LANDALUZ continúa fomentando la incorporación de empresas agroalimentarias a nuevos mercados, poniendo en valor la calidad de los productos andaluces entre miles de clientes, cada día más preocupados por la calidad y origen de los productos que consumen.



CESTAS DE NAVIDAD

Como todos los años, LANDALUZ, Asociación Empresarial de Alimentos de Andalucía, se prepara para lanzar la Campaña de Navidad, cuyo objetivo no es otro que el de promocionar los productos andaluces en unas fechas en las que el detalle y la calidad toman más protagonismo.

La asociación compondrá estuches y lotes de regalo únicamente con productos andaluces provenientes de sus propios asociados. Desde el jamón al vino, dulces navideños y productos de pescado, aceite de oliva con denominación de origen y chacinas ibéricas, todos tienen cabida.

Para este año, LANDALUZ dispondrá de estuches de regalo con su imagen corporativa y de gran calidad visual. Los productos que se incluirán en los propios estuches irán a medida del cliente final, quien conformará los estuches según sus necesidades y prioridades.

Con esta campaña LANDALUZ pretende ir más allá del obsequio navideño. LANDALUZ quiere dar a conocer la importancia del producto andaluz en nuestra tierra, por su sabor y por su calidad y sobre todo por lo que representa para el conjunto de Andalucía.

Promover el consumo de productos andaluces es un compromiso que desde la asociación realizamos desde hace más de 20 años, y que en estos momentos llevamos a cabo con la experiencia que da conocer de primera mano a nuestros clientes y sus necesidades.

APUNTES SOBRE EL CRECIMIENTO

La situación por la que atraviesa actualmente la economía española supone un gran reto para las empresas. La mayoría de los sectores y mercados se encuentran en fase de madurez y están atravesando procesos de reajuste cuando no de decrecimiento. El tejido empresarial, compuesto mayoritariamente por Pymes, encuentra grandes obstáculos para el crecimiento en un contexto de reducción de la demanda interna, de incremento de la tasa de morosidad y de escasez de crédito en el mercado financiero, lo que limita la liquidez de las empresas y los recursos para financiar esos crecimientos potenciales.

Sin embargo, una rápida mirada a la evolución de la economía internacional durante estos años, nos permiten afirmar que el desigual impacto de la crisis en las economías desarrolladas y emergentes representa un alternativa para el crecimiento de las empresas españolas, que pueden encontrar NUEVAS OPORTUNIDADES en mercados en los que tradicionalmente hemos tenido una escasa presencia.

El buen comportamiento del sector exterior de la economía española desde 2.009 está demostrando que nuestras empresas tienen capacidad para competir en el mercado global, haciéndolo, además, sobre la base de ofrecer soluciones innovadoras y diferenciadoras que aportan un significativo valor a los consumidores de los mercados de destino. Asimismo, la importante reducción de los costes laborales unitarios, fruto de la moderación y contención salarial experimentada en estos años, ha incrementado la eficiencia de la mayoría de las empresas exportadoras, que han visto como esa combinación Valor-Eficiencia ha espoleado sus ventas al exterior contribuyendo con ello a mejorar sus resultados.

Esta mejor evolución de las empresas exportadoras está permitiendo corregir uno de los desequilibrios tradicionales de nuestro sector exportador derivado de la excesiva concentración de nuestras exportaciones en los mercados más próximos de la Unión Europea. De hecho nuestras exportaciones a la Unión Europea han pasado de representar el 70,1 % del total de nuestras ventas al exterior al 62,8 % al final de 2.012 con una significativa reducción de un 7 % y permitiendo que actualmente España tenga superávit comercial con nuestros socios europeos.

Ilustran muy bien esta nueva realidad los resultados, a lo largo de 2.012, en otras zonas geográficas, ya que las exportaciones se han incrementado en Asia un 12 %, en África un 30,6 %, en Oceanía un 37,6 %, en Hispanoamérica un 15 % y en Norteamérica un 13,5 %, lo que demuestra que la ganancia de competitividad de nuestras empresas les está permitiendo ganar cuota de mercado en la mayoría de los mercados emergentes, que serán los protagonistas del crecimiento de la economía mundial en los próximos años.

Este éxito de nuestras empresas exportadoras debería ser un buen reclamo para que otras empresas se animarán a impulsar y consolidar su expansión internacional, en la medida en que las que lo han desarrollado con éxito se han convertido en empresas más sólidas, gozan de mejor salud financiera y siguen teniendo mayor potencial para crecer.

Si bien la internacionalización representa una buena alternativa “estable” para crecer, es un proceso que debe llevarse adelante con cautela ya que también hay riesgos que deben ser adecuadamente gestionados, derivados de la falta de experiencia, la falta de información sobre los mercados y del insuficiente conocimiento del perfil y del comportamiento de pago de los nuevos clientes, y sobre todo de las dificultades inherentes a todo proceso exportador.

En el marco de este reto de internacionalizar nuestra actividad, que hoy es estratégico para muchas empresas, CESCE quiere contribuir con una nueva herramienta (CESCE MASTER ORO) más orientada a la Gestión Integral de los Créditos Comerciales, en la que sin abandonar nuestra vocación de cubrir los riesgos de impago, queremos ayudarle en la identificación y selección de nuevos clientes solventes, que minimicen su siniestralidad, y en el impulso de este proceso de crecimiento permitiéndole acceder a financiación a partir de la factorización sin recurso de sus facturas aseguradas.

CESCE tiene el compromiso de añadir valor comercial, con un enfoque radicalmente innovador y diferente, para hacer más fácil y rápida la internacionalización de las empresas.

En el éxito de este proceso de internacionalización residen gran parte de sus oportunidades de crecimiento.

ÁLVARO PORTES
Director Territorial Sur en CESCE

En CESCE mantenemos nuestro compromiso con

SOLIDEZ

En estos momentos en los que es difícil cumplir el compromiso con el cliente, en CESCE mantenemos con firmeza el nuestro.

CESCE
Gestión Integral del Riesgo Comercial

Línea CESCE 902 11 10 10 y www.cesce.com

LANDALUZ VISITA ANUGA COLONIA 2013

LANDALUZ, a través de su secretario general, Miguel Ángel Jiménez Segador, visitó la pasada edición de la feria agroalimentaria Anuga Colonia. En este marco, LANDALUZ estuvo promocionando su Servicio de Consolidación Internacional y mantuvo reuniones con cadenas de distribución e importadores internacionales en el espacio que Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior cedió a la asociación para tales propósitos.

Anuga Colonia se celebró del 5 al 9 de octubre en Colonia (Alemania) y contó con la participaron un total de cuarenta y cinco empresas agroalimentarias andaluzas, de entre las cuales destacan los asociados de LANDALUZ: Aecovi-Jerez, Vinagres de Yema, Postres Reina,

Centro Sur, Olivar de Segura, Alsur, Triselecta, Inés Rosales y Salysol.

Los Príncipes de Asturias visitaron el pabellón de las empresas españolas presentes en la feria de alimentación alemana. En su visita, los Príncipes visitaron también las representaciones oficiales de varias comunidades autónomas, entre ellas la de Andalucía.

Anuga es, junto a la feria SIAL de París, una de las mayores exposiciones del sector agroalimentario y bebidas con carácter internacional dirigida a un público exclusivamente profesional. En esta edición se dieron cita los representantes de las empresas más destacadas del sector a nivel mundial. La de 2013 ha sido la 32ª edición de esta feria de alimentación que se celebra cada dos años. En la edición de 2011 participaron 6.596 expositores de 100 países diferentes y asistieron 155.000 visitantes.

LANDALUZ, EN COLABORACIÓN CON ALBORONÍA FOOD COMPANY, ORGANIZA UN SHOWCOOKING PARA IMPORTADORES SUIZOS DE ALIMENTACIÓN

El pasado 1 de octubre, en la sede de LANDALUZ de la Hacienda de Quintos, tuvo lugar un showcooking para un importante importador suizo de alimentación. Especializado en productos para el sector HORECA y con ramificaciones en el retail, el importador estuvo representado por diferentes responsables de compra con poder de decisión.

El objetivo de tal evento es el de convencer al importador de las bondades del producto español, idóneos para el mercado suizo y áreas colindantes.

De entre las empresas españolas que conformaban el evento promocional, siete de ellas son asociadas de Landaluz: Aceitunas Guadalquivir, Icarben, Cadelmar, Camporico, Celestino Gómez Parra, La Perla y Rodríguez Barbancho.

El importador suizo comenzó su andadura en 1929, abriendo carnicerías en el país suizo. Cuenta en la actualidad con más de 400 empleados y con superficies de almacenamiento de mas de 200.000 metros cuadrados. Inaugurado en junio de 1998, se convirtió una de las instalaciones más modernas de Europa. Especializada en el sector cárnico, provee fundamentalmente al sector HORECA.

PROMOCIÓN EN EL PARLAMENTO EUROPEO

El presidente de LANDALUZ, Álvaro Guillén, ostentó la representación del sector agroalimentario en la visita que una expedición de empresarios hizo al Parlamento Europeo, donde, acompañando al Consorcio de Turismo de Sevilla, se presentó el destino como un referente cultural, gastronómico y turístico.

Es la segunda ciudad que se presenta en este espacio como destino turístico tras Roma, y fueron acompañados por la eurodiputada, Teresa Jiménez-Becerril y la expedición estuvo encabezada por el alcalde de la capital sevillana, Juan Ignacio Zoido; el delegado de Economía, Hacienda, Turismo y Fiestas Mayores, Gregorio Serrano, y representantes del tejido empresarial turístico sevillano correspondientes a la Asociación Sevillana de Empresas Turísticas, a la Asociación Hostelera de Sevilla y a la Asociación de Hoteles de Sevilla, junto con otros colectivos.

LANDALUZ DISPUSO DE STAND PROPIO EN LA PASADA EDICIÓN DE LA FERIA AGROALIMENTARIA SPECIALITY FINE FOOD 2013 DE LONDRES

Speciality and Fine Food Fair tuvo lugar en Londres entre los días 8 y 10 de septiembre. Este evento es la feria líder de la industria de alimentación gourmet en Reino Unido, que convocó en su 14ª edición a productores de alimentos artesanales, con Denominación de Origen y delicatesen con los compradores clave de comercios minoristas, grandes cadenas y sector Horeca.

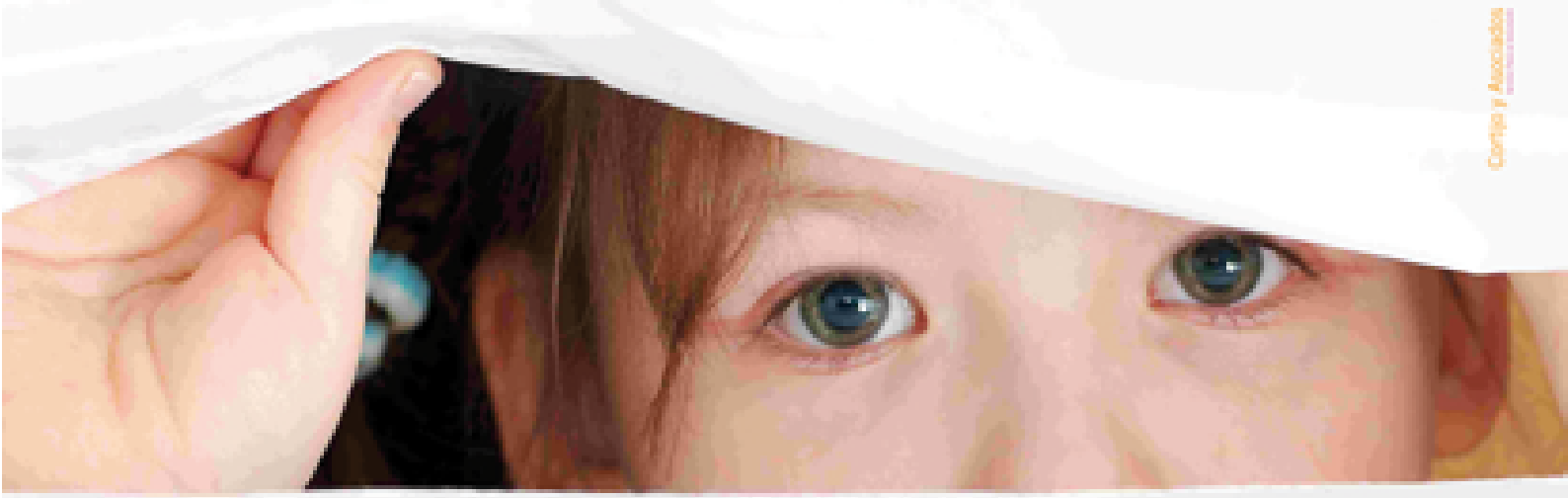
LANDALUZ contó con un stand rotatorio propio al servicio de los miembros participantes en la acción, donde pudieron exponer y entregar muestras y material promocional, así como mantener reuniones con sus propios contactos.

Cuatro fueron las empresas asociadas que aprovecharon esta magnífica oportunidad de promocionar sus productos en un mercado de tanta importancia a un coste reducido, debido a las sinergias creadas por la propia asociación: Celestino Gómez Parra, Duque de la Isla, Industrias Espadafor y Ubago.

Igualmente, LANDALUZ estuvo dando a conocer su servicio de Consolidación Internacional, que incluye los productos de todos y cada uno de sus asociados.

En 2012 la feria atrajo a más de 10.410 compradores del Sector de Alimentos y Bebidas, la asistencia más elevada en estos 14 años, un 25% más que en 2012. Durante la feria, se celebra el concurso “The Great Taste Awards”, organizado por un prestigioso grupo de minoristas de productos gourmet conocidos como “Guild Fine Food Retailers” y que otorga unos premios (oro, plata y bronce) muy valorados en el ámbito gastronómico inglés.

Tu solidaridad alimenta a los que más lo necesitan



En 2012 el 31,7% de la población andaluza vivía en "riesgo de pobreza", es decir, con unos ingresos por debajo del 60% de la media: menos de 11 € al día.*

Colabora con el Banco de Alimentos para paliar el hambre de aquí, participando en las Operaciones Kilo, Campañas de Gran Recogida o a través de la página web.

www.bancodealimentosdesevilla.org

* Fuente: Encuesta de Condiciones de Vida del INE, para hogares de 2 adultos y 2 niños. 20 € al día para hogares de una persona.

FUNDACIÓN BANCO DE ALIMENTOS DE SEVILLA

B.Alim.Sev

@B_Alim_Sev

TARTA DE QUESO
CON TORTAS DE INÉS ROSALES

Andalucía cocina

INGREDIENTES

3 tortas de Inés Rosales
200 g de queso de crema
100 g de azúcar
300 g de nata
100 g de chocolate
100 g de aceite

ELABORACIÓN

Para la base de la tarta:
Poner en la thermomix el chocolate, la torta y el aceite, triturar hasta que tengamos una pasta. Extender en un molde para tartas.

Para la crema de queso:
Montamos el queso, la nata y el azúcar. Una vez hecho esto, vertemos el resultado sobre la base anterior, y dejamos que se engríe en frío. Seguidamente, decoramos con torta troceada y sirope al gusto.

NUESTRAS MARCAS Y SOCIOS

ACEITES DEL SUR-COOSUR. S.A.
Sector: ACEITE
Ctra. Sevilla-Cadiz, km. 550,6
41700 Dos Hermanas (SEVILLA)
Tel.: 954 69 09 00 - 468 91 98
Fax: 954 69 04 50
info@acesur.com
www.acesur.com

ACEITEX S.L.
Sector: ACEITE
C/ Federico Mendizábal, 5 - 1º
23003 JAÉN
Tel.: 953 24 31 95
Fax: 953 19 01 49
aceitex@aceitexp.com
www.aceitexp.com

ACEITUNAS GUADALQUIVIR
Sector: ACEITE
C/ Camino de Alcoba, s/n
41530 Morón de la Frontera (SEVILLA)
Tel.: 955 854 710
607 413 810
Fax: 954 852 51
jmateo@agolives.com
www.agolives.com

AECOVI-JEREZ
Sector: VINOS
Urb. Pie de Rey. Bq. 3 Bajo izq.
11407 Jerez de la Fra. (CÁDIZ)
Teléfono: 956 18 08 73
Fax: 956 18 03 01
comercial@aecovi-jerez.com
www.aecovi-jerez.com

AGROALIMENTARIA VIRGEN DEL ROCÍO
Sector: VINOS
Avda. de Cabezudos, 2
21730 Almonte (HUELVA)
Tel.: 959 40 61 03
Fax: 959 40 70 52
administracion@raigal.com
www.raigal.com

AGROPECUARIA Y AVICOLA S.A
Sector: HUEVOS
Carretera de Aznalcázar, Pilas km. 2
41849 Aznalcázar (SEVILLA)
Tel.: 954 69 07 17
Fax: 954 69 19 08
jfs@huevosgiralda.com

AGUA MINERAL NATURAL SIERRA CAZORLA
Sector: AGUA MINERAL
Explotaciones Inter. Acuíferas, S.A.
Ctra. del Tranco, km 18
23330 Villanueva del Arzobispo (JAÉN)
Tel.: 953 12 82 44 - 953 12 81 17 - 91 649 37 50 - Fax: 953 12 81 17
info@aguasierracazorla.com
www.aguasierracazorla.com

ALIMENTOS "LA PEDRIZA" S.L.
Sector: LEGUMBRES
Alameda de Solano, 16
11130 Chiclana (CÁDIZ)
Tel.: 956 53 19 29
956 53 44 34
comercial@alimentoslapedriza.com
www.alimentoslapedriza.com

ANDALUZA DE CAFÉS S.A.
Sector: CAFÉS
Pol. Ind. Calonge, parcela 18
41007 SEVILLA
Tel.: 954 35 70 50
Fax: 954 35 23 04
catunambu@catunambu.com
www.catunambu.com

ANDALUZA DE MIELES S.L. (DORAY)
Sector: MIEL
Calle Aparicio, s/n
41807 Espartinas (SEVILLA)
Tel.: 954 11 30 32
Fax: 955 71 02 68
info@andaluzademieles.com
www.andaluzademieles.com

ÁNGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN S.L.
Sector: ACEITUNAS Y ACEITE
Avda. del Pilar, 6
41530 Morón de la Fra. (SEVILLA)
Tel.: 954 85 12 00
Fax: 955 85 01 45
info@acamacho.com
www.acamacho.com

BODEGAS BARBADILLO S.L.
Sector: VINOS
C/ Luis Eguilaz, 11
11540 Sanlúcar de Barrameda (CÁDIZ)
Tel.: 956 38 55 00
956 38 55 29
Fax: 956 38 55 01
barbadillo@barbadillo.com
www.barbadillo.com

BODEGAS DELGADO S.L.
Sector: VINOS
C/ Cosano, 2
14500 Puente Genil (CÓRDOBA)
Tel.: 957 60 00 85
Fax: 957 60 45 71
fino@bodegasdelgado.com
www.bodegasdelgado.com

BODEGAS JOSÉ ESTÉVEZ S.A.
Sector: VINOS
Ctra. Nacional IV, Km. 640
11408 Jerez de la Frontera (CÁDIZ)
Tel.: 956 32 10 04
Fax: 956 34 02 16
info@grupoestevez.com
www.grupoestevez.com

BODEGAS MUÑANA
Sector: Vinos
Ctra. Graena-La Peza.
18517 Cortes y Graena (Granada)
Tel.: 958 670 715 - 666 559 409
bodegasmunana@gmail.com
www.bodegasmunana.com

BODEGAS PÉREZ BARQUERO S.A.
Sector: VINOS
Avda. de Andalucía, 27
29007 Montilla (CÓRDOBA)
Tel.: 957 65 05 00
Fax.: 957 65 02 08
info@perezbarquero.com
www.perezbarquero.com
www.ecovinos.com

BODEGAS RODRÍGUEZ CHIACHÍO
(PRODUCTOS EL GUISO)
Sector: VINOS
Avda. Belén, 2. 14940 Cabra (CÓRDOBA)
Tlf 957 52 06 64
Fax 957 52 19 20
administracion@elguiso.es
www.elguiso.es

BORNAY DESSERTS S.L.
Sector: HELADOS
Cooperacion,1 - Paque Tecn. de Jerez 11591
Jerez de la Frontera, Cádiz
Tel./Fax: 856 81 84 06
marketing@laibensebornay.com
www.bornaydesserts.com

CADELMAR, S.A.U.
Sector: PESCADOS Y CONGELADOS
Francesco Boggiani
Parque Empresarial Antequera
Parcela 10
Antequera (MÁLAGA)
Tel.: 951 060 390
Fax: 951 060 399
francesco.boggiani@cadelmar.es

CAMPO DE TEJADA S.C.A.
Sector: GARBANZOS
Ctra. de la Estación, s/n
21870 Escacena del Campo (HUELVA)
Tel.: 959 42 32 11
Fax: 959 42 31 61
atomasmm@campodetejada.es

CELESTINO GÓMEZ PARRA S.A.
Sector: CHACINAS Y JAMONES
Pol. Ind. El Caño I, s/n
14220 Espiel (CÓRDOBA)
Tel.: 957 36 41 28
Fax: 957 36 41 90
direcc@celestinogomezparra.com
www.celestinogomezparra.com

CENTRO SUR, SOC. COOP. ANDALUZA
Sector: CONSERVANTES VEGETALES
Ctra. de la Estación, s/n
18360 Huétor-Tajar (GRANADA)
Tel.: 958 33 20 20
958 33 23 52
Fax.: 958 33 25 22
info@centro-sur.es
www.centro-sur.es

CONCHIFRIT S.L.
Sector: PATATAS FRITAS Y APERITIVOS
C/ La Coruña, Naves 13-14-29
Pol. Tecnológico Ogijares
18151 Ogijares (GRANADA)
Tel.: 958 50 66 91
Fax: 958 50 67 51
info@conchifrit.com

CONDE DE BENALÚA
Sector: ACEITES
Puente del Ventorro, s/n
18564 Benalúa de las Villas (GRANADA)
Tel.: 958 39 04 02
Fax.: 958 39 00 78
administracion@condebenalua.com
www.condebenalua.com

CONSERVERA CÁRNICA DEL SUR S.L.
Sector: PRODUCTOS CÁRNICOS
Ctra. Añora-Dos Torres P.K. 0,5
14450 Añora (CÓRDOBA)
Tel./Fax: 957 15 15 14
Info@productosdelaabuela.com
www.productosdelaabuela.com

COPROHNIJAR S.C.A.
Sector: HORTOFRUTÍCOLAS
C/ Olivar, S/N - 04006
San Isidro-Níjar (ALMERÍA)
Tel.: 950 36 60 15
Fax: 950 36 60 89
coprohnijar@cajamar.es
www.coprohnijar.com

C.O.V.A.P.
Sector: LACTEOS Y CHARCUTERÍA
Avd. del Gran Capitán, 46 - 4º - Oficina, 6
14008 CÓRDOBA
Tel.: 957 47 30 35
Fax: 957 47 99 24
covap@covap.es
www.covap.es

DESPENSA LA NUESTRA
ENVASADOS LOLA, S. A.
Sector: CONSERVAS VEGETALES
Caminos de las Cuevas, s/n.
4710 Villarubia (CÓRDOBA)
Tel.: 957 45 88 71
envasadoslola@terra.es
www.envasadoslola.com

DELGADO ZULETA, S.A.
Sector: VINOS
Avda. de Rocío Jurado s/n
11540 Sanlucar de Barrameda (Cádiz)
Telf. 34-956-360133
Fax-34-956360780
direccioncomercial@delgadozuleta.com
www.delgadozuleta.com

D.O. CONDADO DE HUELVA
Sector: VINOS
Avda. 28 de febrero, s/n
21710 Bollullos Par del Condado (HUELVA)
Tel: 959 410 322
Fax: 959 413 859
www.condadodehuelva.es
cr@condadodehuelva.es

NUESTRAS MARCAS Y SOCIOS

DUQUE DE LA ISLA
Sector: ACEITES
P.I. Carretera de La Isla
C/ Acueducto 12-14
41703 Dos Hermanas (Sevilla)
Teléfono: +34 954 931 845
mjcasado@forma5.es
www.duquedeisla.com

E. MORENO S.L.
Sector: MANTECADOS
Avd. de Andalucia, 65
41560 Estepa (SEVILLA)
Tel.: 955 91 26 96
Fax: 955 91 29 08
emoreno@emoreno.com
www.emoreno.com

EL FOGÓN REAL S.L.
Sector: PICOS Y PATATAS FRITAS / SNACKS
Pol. Ind. Las Pompas
C/ Romeral, 9-11
41130 La Puebla del Río (SEVILLA)
Tel.: +34 955 77 21 38
955 77 09 08
info@elfogonreal.com
www.elfogonreal.com

EL TIO DE LAS PAPAS
Sector: SNACKS
P. Ind. Ctra. Martín de la Jara.
C/ Sabadell
29328 Sierra de la Yeguas (MÁLAGA)
Tel.: 952 74 65 71
Fax: 952 74 65 71
info@eltiodelaspapas.com

FRAMOLIVA S.A.
Sector: ACEITE
C/ Avd. De los Esparragales s/n
Huevar del Aljarafe
41830
Sevilla
Tf.- 954757080
Fax.- 954757081
framoliva@framoliva.com
www.framoliva.com

GONZÁLEZ BYASS S.L.
Sector: VINOS
Manuel Mª González, 12
11403 Jerez de la Frontera (CÁDIZ)
Tlf.: 956 35 70 00
91 490 37 00
Fax: 956 35 70 43
tiopepe@gonzalezbyass.es
www.gonzalezbyass.es

GRUPO CABALLERO
Sector: VINOS
C/ San Francisco,32 11500, El puerto de Santa María (Cádiz)
Tel: 956 85 17 51
F ax: 956 85 92 04
marketing@caballero.es
www.caballero.es

GRUPO INÉS ROSALES
Sector: TORTAS DE ACEITE
P.E. Vereda de la Herrería, s/n
41830 Huévar del Aljarafe (SEVILLA)
Tel.: 954 75 64 27
Fax: 954 75 63 35
grupo@inesrosales.com
www.inesrosales.com

GRUPO OSBORNE S.A.
Sector: VINOS
Calle Fernán Caballero 7
11500 Puerto de Santa María (CÁDIZ)
Tel.: 956 869 000
Fax: 956 869 036
comunicaciones@osborne.es
www.osborne.es

GRUPO YBARRA
Sector: ACEITES
Ctra. Isla Menor, km 8
41703 Dos Hermanas (SEVILLA)
Tel.: 955 675 060
Fax: 954 722 866
ybarra@ybarra.es
www.ybarra.es

HEINEKEN ESPAÑA S.A.
Sector: CERVEZAS
Avda. de Andalucía, 1
41007 SEVILLA
Tel.: 954 97 99 99
Fax: 954 97 98 51
ana.garrido@cruzcampo.es
www.cruzcampo.com

HERBA RICEMILLS
Sector: ARROZ
C/ Real, 43
41920 San Juan de Aznalfarache (SEVILLA)
Tel.: 954 58 92 26
Fax: 954 476 95 79
correo@herba.es
www.herba.es

HERMABAR NUEVA, S.L.
Sector: SNACKS
Autovía A-92 km 46,2
41610 Paradas (SEVILLA)
Tel: 954 84 91 49
Fax: 955 84 41 84
info@saladitos.com
www.saladitos.com

HNOS. CASTAÑO FERNÁNDEZ S.A. (TARTESSOS)
Sector: CÁRNICOS
C/ Tendaleras, 20
21001 HUELVA
Tel.: 959 245 541
direccion@tartesso.es
www.jamonestartessos.com

HNOS. RODRÍGUEZ BARBANCHO S.L.
Sector: JAMONES IBÉRICOS
C/ Marqués de Santillana, 141
14270 Hinojosa del Duque (CÓRDOBA)
Tel.: 957 14 02 44
Fax: 957 14 06 65
info@rodriguezbarbancho.com
www.rodriguezbarbancho.com

HUERTA CAMPO RICO S.L

Sector: CONSERVAS VEGETALES
P.E Cuarto de la Huerta s/n,
41220 Burguillos (SEVILLA)
Tel.: 955 738 980
Fax: 955 738 980
info@huertacamporico.es
www.huertacamporico.es

INDDECO, GANSO IBÉRICO DE LA DEHESA

Sector: CARNES
Juan de Toledo, 10 - 1º F
28200 San Lorenzo del
Escorial (MADRID)
Almenso, 18
21120 Gelves (SEVILLA)
Tel: 91 279 63 69
info@gansoiberico.com
www. iberico.com

INDUSTRIA ACEITUNERA MARCIENSE, S.A.

Sector: ACEITUNAS
Travesia de San Ignacio, s/n
Aptdo de Correos, 2 - 41620
Marchena (Sevilla)
Tel.: 955 845 400
Fax: 955 846 484
iamar@marciense.es
www.marciense.es

INDUSTRIAS CÁRNICAS DE BENAOJÁN, S.L.

Sector: Industria cárnica
Zona de la Vega, s/n. 29370
Benaoján
Teléfono - Fax: 952 167 325 -
952 167 391
E-mail: info@icarben.com
Web: www.icarben.com

INDUSTRIAS ESPADAFOR S.A.

Sector: REFRESCOS
Avd. de Andalucía, S/N. 18015
GRANADA
Tel.: 958 80 03 04
Fax: 958 80 04 05
industrias@espadafor.es
www.espadafor.es

J. GALLEGO GÓNGORA S.A.

Sector: VINOS Y BRANDIES
C/ Stmo. Cristo de la
Vera Cruz, 59
41808 Villanueva del Ariscal
(SEVILLA)
Tel.: 954 11 37 00
Fax: 954 11 32 39
gongora@bodegasgongora.com
www.bodegasgongora.com

JAMONES JAROTE S.L.

Sector: JAMONES
Avenida del Matadero, 40
14440 Villanueva de Córdoba
(CÓRDOBA)
Tel.: 957 12 08 34
Fax: 957 12 17 41
info@jamonjarote.es
www.jamonjarote.es

JAMONES Y EMBUTIDOS JABUGO S.A.

Sector: JAMONES Y EMBUTIDOS IBÉRICOS
C/ Marqués de Aracena, 98
21360 El Repilado-Jabugo
(HUELVA)
Tel.: 959 12 26 78
Fax: 959 12 28 00
info@felixdemurtigajabugo.com
www.felixdemurtigajabugo.com

JOLCA, S.A.

Sector: ACEITUNAS
Autovía Sevilla-Huelva,
km 22,5
Apartado de Correos 13
41830 Huévar del Aljarafe
(SEVILLA)
Tel.: 954 154 032
Fax: 954 151 689
jolca@jolca.es
www.jolca.es

LA ABUELA CARMEN

Sector: AJOS
C/ La Vega, s/n
Pol. Ind. Horcajo
14548 Montalbán (CÓRDOBA)
Tel.: 957 31 04 52
Fax: 957 31 04 45
info@laabuelacarmen.com
www.laabuelacarmen.com

LA FLOR DE RUTE S.L.

Sector: MANTECADOS
Blas Infante, 20-22. Ctra.
Lucena-Loja
14960 Rute (CÓRDOBA)
Tel.: 957 53 86 61
Fax: 957 53 86 34
calidad@laflorderute.es
www.laflorderute.es

LEGUMBRES PEDRO, S.L.

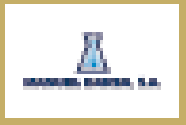
Sector: LEGUMBRES
Pol. Ind. La Palmosa. Manzana 3
Calle C, 13-1 7
11180 Alcalá de los Gazules
(CÁDIZ)
Tel. 956 42 01 26
Fax: 956 42 00 07
pedro@legumbrespedro.com
www.legumbrespedro.com

MANCHENIETO PASCUAL NIETO, S.L.

Sector: CHACINAS Y JAMONES
C/ Fomento 9, P.I.S.A
41927 Mairena Aljarafe
(SEVILLA)
TEL. 955 60 04 76
Fax: 955 60 04 08
correo@manchenieto.com
www.manchenieto.com

MANTEQUERÍAS ARIAS (QUESOS ANGULO)

Sector: QUESOS
Polígono Industrial El Fuerte
Calle Genal, 8
29400 Ronda (MÁLAGA)
Tel.: 952 18 70 18
914 17 47 40
arias@arias.es
www.arias.es



MANUEL BAREA S.A.

Sector: DISTRIBUCIÓN
Poli. Ind. Crta Amarilla.
C/ Rafael Beca Mateos, 20.
41007 SEVILLA
Tel.: 954677226 - 954518722
Fax: 954 67 02 11
lopez@barea.com
recepcion@barea.com
www.barea.com

NUESTRAS MARCAS Y SOCIOS

MATADEROS IND. SOLER S.A.
Sector: CHACINAS Y JAMONES
Plaza de Prolongo, 1
29580 Cártama-Estación
(MALAGA)
Tel.: 952 42 00 00
Fax: 952 42 01 15
prolongo@prolongo.es
www.prolongo.es

MONTERO ALIMENTACIÓN S.L.
Sector: POSTRES
Avda. Severo Ochoa, 62.
29590 PTA. Campanillas
(MÁLAGA)
Tel.: 952 20 05 02
Fax: 952 29 77 57
info@monteroalimentacion.es
www.monteroalimentacion.es

MORENO PLAZA
Sector: CÁRNICO
Pol. Ind. La Rosa, c/ Río Fahala
S/N. Parcela 7 a 13
Alhaurín el Grande.
29120. MÁLAGA
Tel.: 952 59 57 61
Fax.: 952 59 44 36
comercial@morenoplaza.es
www.morenoplaza.es

MUELOLIVA S.L.
Sector: ACEITES
C/ Ramón y Cajal, 85
14800 Priego de Córdoba
(CÓRDOBA)
Tel.: 957 02 72 00
Fax: 957 70 02 60
mueloliva@mueloliva.es
http://www.mueloliva.es

MUÑOZ VERA E HIJOS, S.A.
Sector: ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA
Ctra. Doña Mencia, s/n.
Aptdo. Correos 131
14940 Cabra (CÓRDOBA)
Tel.: 957 52 92 00
Fax: 957 52 21 16
comercial@mvera.com
www.mvera.com

NAVISA S.A.
Sector: VINOS
Ctra. De Montalbán, s/n
14550 Montilla (CÓRDOBA)
Tel.: 957 65 04 50
Fax: 957 65 17 47
abaena@navisa.es
www.navisa.es

NÚÑEZ DE PRADO C.B.
Sector: ACEITES
Avd. de Cervantes, 15
14850 Baena (CÓRDOBA)
Tel.: 957 67 01 41
Fax: 957 67 00 19
nunezdeprado@hotmail.com

OLEO MÁGINA S.L.
Sector: ACEITES
Ctra. A-401, km. 42
23568 Bélmez de la Moraleda
(JAÉN)
Tel.: 953 39 40 50
Fax: 953 39 40 12
cristina@oromagina.com
jlopez@oromagina.com
www.oromagina.com

OLIVAR DE SEGURA, S.C.A.
Sector: ACEITES
PILAR MOLINA
Ctra.Córdoba-Valencia, S/N
Puente de Genave (JAÉN)
Tel.: 953 435 400 - 953 435 376
pedidos@olivardesegura.es
www.olivardesegura.es

OLEOCAMPO, S.C.A.
Sector: ACEITES
Avda. Constitución, 101, Bajo
23640 Torredelcampo (JAÉN)
Tel.: 953 41 01 11
Fax: 953 41 51 64
Info@oleocampo.com
www.oleocampo.com

PATATAS FRITAS HISPALANA S.L.
Sector: PATATAS FRITAS
Pol. Ind. La Red Sur, calle 41 - nº 3
41500 Alcalá de Guadaíra
(SEVILLA)
Tel.: 955 631 942
hispalana@hotmail.com
www.patatasfritashispalana.com

PREPARADOS Y PRODUCTOS ARTESANOS LA PERLA S.L.U.
Sector:CONGELADOS
Pol. Ind. La Torrecilla
Alicatadores, nave 16
14013 Córdoba
Tel: 957 298810
Fax: 957 297944
comercial@laperla.es
www.laperla.es

PRODUCTOS EL MAJUELO
Sector: VINOS Y VINAGRE
Newton 3
11407 Jerez de la Frontera (CÁDIZ)
956 306 404
joaquin@productosmajuelo.com
www.productosmajuelo.com

PRODUCTOS MATA S.A.
Sector: CONSERVAS Y DULCES
C/ Muralla, s/n
23660 Alcaudete (JAÉN)
Tel.: 953 56 00 75
Fax.: 953 56 12 01
promata@futurnet.es
www.productosmata.com

LACTALIS PULEVA, S.L.
Sector: LÁCTEOS
Camino de Purchil, 66
18004 GRANADA
Tel.: 958 24 01 64
Fax: 958 24 01 99
puleva@puleva.es
www.puleva.es

REY DE OROS S.L.
Sector: CONSERVAS, PESCADOS Y MARISCOS
Pol. Ind. El Olivar, 4, 6
11160 Barbate (CÁDIZ)
Tel.: 956 43 00 00
Fax: 956 43 00 05
molina.ventas@elreydeoros.com
www.reydeoros.com

RIVES-PITMAN S.A.
Sector: GIN, VODKA, REFRESCOS
C/ Aurora, 4
11500 El Puerto de Santa María (CÁDIZ)
Tel.: 956 85 49 00
Fax: 956 54 31 98
comercial@rives.es
www.rives

ROMERO ÁLVAREZ, S.A.
Sector: CHACINAS Y JAMONES
Antonio Villa
San Francisco Javier, 9
P5 Md. 9. SEVILLA
Tel: 954650461
Fax: 954660257
administracion@romeroalvarez.com
www.losromerosdealanis.com

RUIZ TORREÑO,S.L. (TORTAS GAVIÑO)
Sector: TORTAS DE ACEITE
(Ruiz Torreño, S.L.)
C/ Dr. Andrés Gaviño,2
41807 Espartinas (SEVILLA)
Tel.: 955 95 02 84
Fax: 955 12 60 08
administracion@tortasaceite.es
www.tortasaceite.com

SADRYM S.A.
Sector: ACEITUNAS
Ctra. Madrid-Cádiz, km. 550
41700 Dos Hermanas (SEVILLA)
Tel.: 954 69 00 50
Fax: 954 69 00 66
sadrym@sadrym.com
www.sadrym.com

SALYSOL, S.A.
Sector: SNACKS Y FRUTOS SECOS
Pol. Industrial FRIDEX,calle 4, parcela 79
41500, Alcalá de Guadaíra (SEVILLA)
Tel.: 955 63 10 13
955 63 01 79
Fax: 955 63 05 95
info@salysol.es
www.salysol.es

SAT 1941 SANTA TERESA
Sector: ACEITES
Lantejuela,1
41640 Osuna (SEVILLA)
Tfno.: 954 81 09 50
Fax: 955 82 06 21
1881@1881.es
www.1881.es

SELECCIÓN ESPAÑOLA GOURMET
Sector: Distribución
Pol. Ind. Estrella del Sur.
C/ Reino, 13. 41003 Sevilla
Teléfono: 955 678 830
administracion@grupoalv.es
www.seleccionespañolagourmet.com

SEVILLANA DE CAFÉ S.L.
Sector: CAFÉ
Pol. Hacienda Dolores, calle 7
41500 Alcalá de Guadaíra (SEVILLA)
Tel.: 955 63 15 62
hola@cafeab.com
www.cafeab.com

SIERRA DE JABUGO S.L.
Sector: PRODUCTOS IBÉRICOS
Ramón Talero, 14
21360 El Repilado-Jabugo (HUELVA)
Tlf.: 959 12 28 68
Fax: 954 64 93 86
ventas.sierradejabugo@avired.com
www.sierradejabugo.com

SOC. COOP. AGRA. AND. "SAN FRANCISCO"
Sector: ACEITE
Ctra. Córdoba-Valencia s/n
23330 Villanueva del Arzobispo (JAÉN)
Tel.: 902 19 79 55
953 45 12 56
Fax: 953 45 19 31
info@sierralasvillas.com
www.sierralasvillas.com

SOC. REINA MARÍN, S.L. (ACEITES DEL MEDITERRÁNEO)
Sector: ACEITES
Vicente Molina
Denis del Belgrano, 3
MÁLAGA
Tel.: 952 602 610
Fax: 952 218 441
vicentemolina@aceitesdelmediterraneo.com
www.aceitesdelmediterraneo.com

SOLA DE ANTEQUERA S.A.
Sector: CONSERVAS VEGETALES
Ctra. Córdoba, km. 520
29200 Antequera (MÁLAGA)
Tel.: 952 84 07 62
Fax: 952 84 06 24
alsur@alsurvegetales.com
www.alsurvegetales.com

TORREGONZA S.A.
Sector: DULCES
C/ Realejo, 7
14600 Montoro (CÓRDOBA)
Tel.: 957 16 03 14
Fax: 957 47 59 36
mazapanes@torregonza.com
www.torregonza.com

TRISELECTA, S.L.
Sector: AZAFRÁN
Juan Antonio de la Coba
C/ Manuel Blanco Cubeiro, 35
Torremolinos
MALAGA
952-371250
952-376456
comercial@triselecta.com
www.triselecta.com

NUESTRAS MARCAS Y SOCIOS

UBAGO GROUP MARE S.L.
Sector: CONSERVAS DE PESCADO
C/ Charles Darwin, nº 3
Parque Tecnológico de Andalucía
29590 MÁLAGA
Tel.: 951 01 04 70
Fax: 952 10 31 60
ubago@ubagogroup.com
www.ubagogroup.com

UNIOLIVA
Sector: ACEITES
C/ Córdoba, 9
23400 Úbeda (JAÉN)
Tel.: 953 75 68 40
Fax: 953 75 43 46
almazara@unioliva.es
www.unioliva.es

U.S.I.S.A.
Sector: CONSERVAS PESCADO
C/ Martínez Catena, 35
21410 Isla Cristina (HUELVA)
Tel.: 959 34 35 00
Fax: 959 33 10 72
clientes@usisa.com
www.usisa.com

VALLE GALBARRO S.L.
Sector: LEGUMBRES Y CEREALES
C/ Ctra. de Utrera, 19-A
41760 El Coronil (SEVILLA)
Tel.: 955 83 68 23
Fax: 955 83 69 29
legumbres@legumbresvalle.es
www.legumbresvalle.es

VINAGRES DE YEMA S.L.
Sector: VINAGRES
C/ Alvareda, 5 (Apartado 324)
11500 Puerto Santa María (CÁDIZ)
Tel.: 956 86 01 34
Fax: 956 87 48 66
vinagresdeyema@vinagresdeyema.es
www.vinagresdeyema.es

WILLIAMS & HUMBERT S.L.
Sector: VINOS
Ctra. N-IV, km. 641,75
11408 Jeréz de la Frontera (CÁDIZ)
Tel.: 956 35 34 00
Fax: 956 35 34 12
williams@williams-humbert.com
www.williams-humbert.com

VINICOLA VALVERDEJO, S.L.
Sector: VINOS
Mateo Luis Barba Maestre
Ctra. Gibraleón - Trigueros, km. 2
Gibraleón (HUELVA)
Tel.: 658 882 699
Fax: 615 031 519
mateobarba@vinicolavalverdejo.com

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

de la
COSECHA PROPIA
de la familia

NÚÑEZ DE PRADO

Producción limitada.
Elaborado, embotellado y numerado
en la propiedad

NÚÑEZ DE PRADO, C.B.
14850 BAENA (ESPAÑA)

Una aceituna Fragata
nunca es suficiente.

Aceitunas FRAGATA, el más exquisito sabor del Mediterráneo
que puedes disfrutar cuando quieras. Simplemente irresistibles.

www.unaaceitunasuficiente.fragata.es
www.acomacho.com

Fragata
El sabor del placer