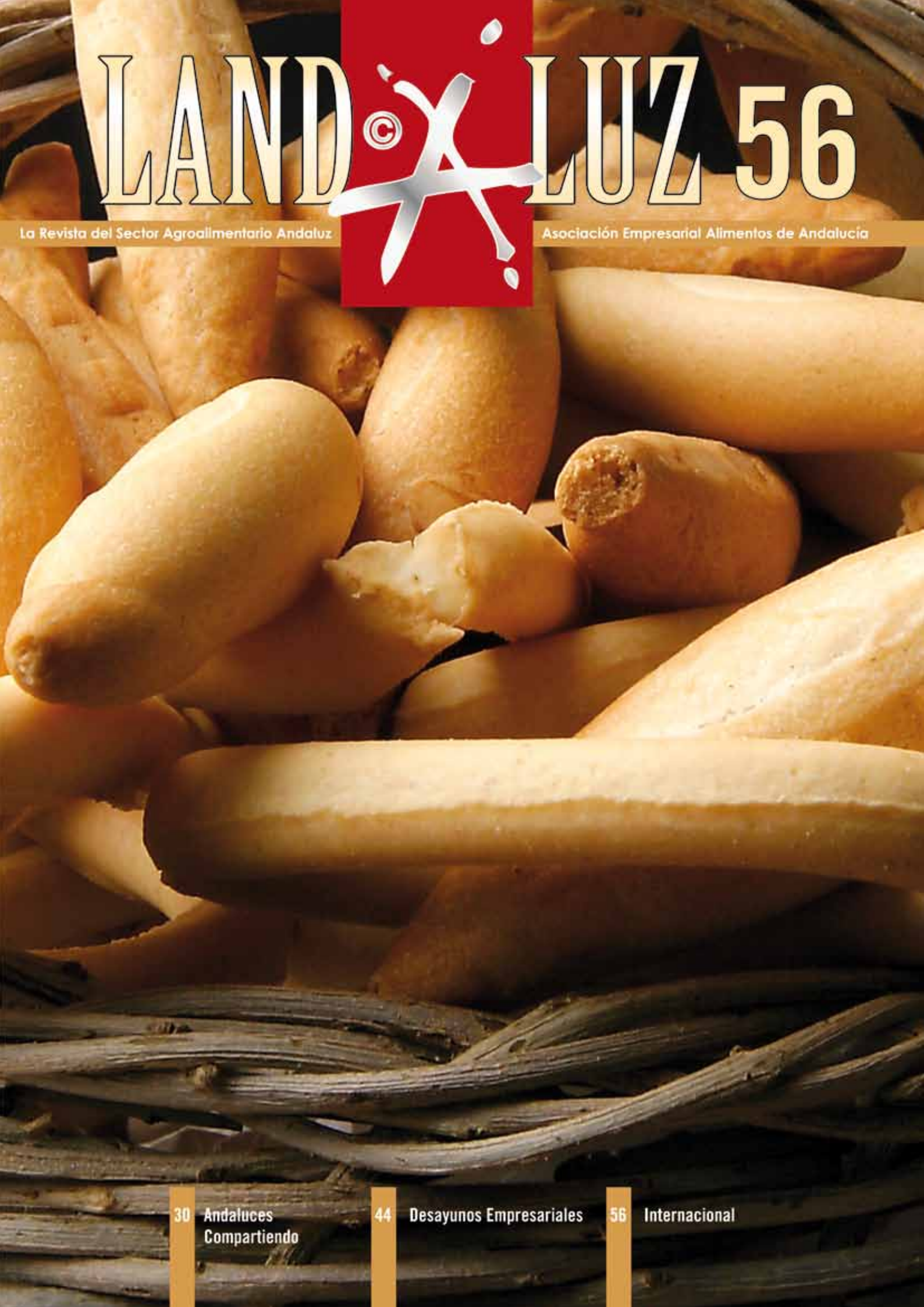


# LANDALUZ 56

La Revista del Sector Agroalimentario Andaluz

Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía


30 Andaluces Compartiendo

44 Desayunos Empresariales

56 Internacional

# 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** 22

**PLAN PROMOCIONAL NACIONAL 2014** 26

**ANDALUCES COMPARTIENDO** 30

"ANDALUCES COMPARTIENDO" SE DAN CITA EN LA SEDE DE LA FUNDACIÓN CAJASOL EN UNA GALA SOLIDARIA

**TRIBUNA LANDALUZ** 36

LANDALUZ OTORGA EL DISTINTIVO DE CALIDAD A LA FUNDACIÓN CAJASOL, POR LA CAMPAÑA ANDALUCES COMPARTIENDO MARCAS ANDALUZAS SOLIDARIAS

**DESAYUNOS EMPRESARIALES** 44

LA INNOVACIÓN, CLAVE PARA CUBRIR LAS NECESIDADES DEL MERCADO

**ANDALUCÍA COCINA ANDALUCÍA** 48

LANDALUZ PREPARA SU QUINTA ENTREGA DE ANDALUCÍA COCINA ANDALUCÍA

**INTERNACIONAL** 52

PLAN PROMOCIONAL INTERNACIONAL 2014

LANDALUZ Y EXTENDA ORGANIZAN, POR QUINTO AÑO CONSECUTIVO, UNA MISIÓN INVERSA CON COMPRADORES DEL GRUPO MERCACENTER ANDORRA

LANDALUZ SE DA CITA CON LA MARCA BLANCA EN LA PLMA ÁMSTERDAM 2014

**ANDALUCÍA COCINA** 56

NUEVO LIBRO

PORRA DE LA COMARCA DE ANTEQUERA
CON ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA VENTA DEL BARÓN

**NUESTRAS MARCAS Y SOCIOS** 60

# EDITORIAL
## PRESIDENTE

Estimados socios:

Parece que todas las predicciones económicas indican que 2014 debería ser el año en el que nuestra economía comenzase a mostrar los primeros signos de recuperación. Desde LANDALUZ estamos trabajando con firmeza para que así sea.

Estamos superando una situación complicada que atravesó la asociación, y es de agradecer el apoyo de las instituciones, entidades financieras, cadenas de distribución, proveedores y clientes, que han creído en esta reinvención de LANDALUZ con apenas dependencia de la administración, un referente de asociación empresarial gestionada por recursos propios; y es por eso que el número de acuerdos con terceros, promociones a nivel nacional e internacional, y de servicios a nuestros asociados va a continuar la senda creciente que ya pudimos apreciar a finales de 2013. En este sentido, quiero agradecer al equipo que forma LANDALUZ, su esfuerzo y dedicación en este tiempo, dónde con recursos humanos justos, estamos en más actividad que nunca.

Estamos convencidos que 2014 augura una mejora en los resultados de nuestras empresas, y LANDALUZ prentende seguir siendo una herramienta que ayude a ello. No obstante, seguiremos requiriendo un plus de dedicación, esfuerzo y actitud para la seguir en la tendencia de recuperación que hoy empezamos a vislumbrar en el sector.

A nivel nacional estamos orgullosos de contar con un calendario de promociones en puntos de ventas repartidos entre grandes cadenas de distribución como Euromadi, Alcampo, Carrefour, Makro, Miquel Alimentació, MAS, Hipercor / El Corte Inglés y Covirán.

No menos interesantes es el programa promocional a nivel internacional en la que LANDALUZ tiene prevista la participación en ferias tales como PLMA Holanda, CIBUS, en Parma; Summer Fancy Food, en Nueva York; Speciality Fine Foods, en Londres; Food and Hotel, en China, además de en negociaciones para futuras acciones en otros países. Creemos en los buenos resultados en promoción y ventas que podemos conseguir con una comunicación bien gestionada y coordinada.

Seguimos aumentando el portfolio de empresas y productos a nuestra asociación, y en este sentido quiero también aprovechar estas líneas para darle la bienvenida a los nuevos socios, Bodegas Barón, Montealbor, La Cultivada y Agropecuaria Valcaliente.

Creemos además que 2014 será el año de la consolidación de la marca de responsabilidad social corporativa Andaluces Compartiendo, iniciativa de LANDALUZ que en apenas 6 meses se ha afianzado en nuestra sociedad con una aceptación y notoriedad sin igual; además, ya estamos trabajando en un plan de actividades junto a la Fundación Cajasol, que unido al apoyo de nuevas marcas y de las cadenas de distribución, nos van a permitir conseguir más recursos si cabe, para las familias más desfavorecidas de nuestra comunidad.

Observamos el futuro con cautela pero con optimismo, pidiendo vuestro apoyo y confianza, y sobre todo, con el firme compromiso de seguir trabajando para ayudar a nuestras empresas a que 2014 sea un buen año.

Muchas gracias.

## Bodegas Tío Pepe, "Best Visitor Center" de 2014

Bodegas Tío Pepe ha recibido el galardón al "Mejor centro de turismo del vino" de 2014 por parte de la revista especializada del Reino Unido "The Drinks International". Los "Wine Tourims Awards" promueven y reconocen la excelencia e innovación en el enoturimo que, en la actualidad, no deja de crecer en las principales regiones vitivinícolas del mundo, como sucede en Jerez de la Frontera, "Ciudad Europea del Vino del 2014", y donde Bodegas Tío Pepe es un referente.

En su tercera edición, el jurado de los "Wine Tourims Awards" ha decidido otorgar este galardón a Bodegas Tío Pepe por su fuerte compromiso con el enoturismo y su amplia y heterogénea oferta enoturística que, basada en la calidad e innovación, logra atraer al año alrededor de 200.000 visitas, que la convierten en la bodega más visitada de Europa y en una de los primeros puestos a escala mundial.

El jurado destaca de Bodegas Tío Pepe el gran número de atracciones, instalaciones y la atención que reciben todos aquellos que visitan estas bodegas centenarias. En esta línea, se proponen actividades tan diversas como espectáculos flamencos o hípicos, catas dirigidas por enólogos, actividades típicas del viñedo, como como la "pisa de la uva" en la vendimia, o conciertos. Y siempre con la historia de la bodega como hilo conductor de una visita que se puede realizar en 8 idiomas.

### GONZÁLEZ BYASS Y GRUPO EMPERADOR CREAN UNA JOINT VENTURE DE 120 MILLONES DE EUROS

González Byass y Grupo Emperador, filial española de Emperador Inc., la mayor compañía de licores de Filipinas, tienen la satisfacción de anunciar que han alcanzado un acuerdo, mediante el cual Grupo Emperador invierte 60 millones de euros para adquirir el 50% de Bodega Las Copas, una filial de González Byass.

Bodega Las Copas es una compañía que integra todos los procesos de elaboración de brandy y otras bebidas espirituosas. Para ello cuenta

con viñedos especializados en Toledo, una destilería en Tomelloso (Ciudad Real) así como las instalaciones de producción denominadas “Las Copas” en Jerez.

El proyecto de viñedos especializados, iniciado en una finca cercana a Toledo, es pionero en España y producirá uvas de calidad para la obtención de destilados y elaboración de brandy. Sus 275 hectáreas plantadas utilizarán la última tecnología disponible, innovación que ayudará a mejorar la sostenibilidad y la eficiencia a la hora de producir brandy de alta calidad.

## SOLERA 1847 APOYA EL CARNAVAL DE CÁDIZ, UN AÑO MÁS

Este año Solera 1847 se sube al Carnaval de Cádiz con una amplia campaña de la mano del Comandante Luis Lara, el ingenioso “Pica, Pica” de este simpático Bus. Podrán seguir sus peripecias en www.picapicaconsolera.com. Solera 1847 anima así a los gaditanos y visitantes a dejar el coche en casa y usar el transporte público para acudir de manera responsable a disfrutar de la fiesta.

El Bus del Carnaval de Solera llevará por los mejores establecimientos de hostelería de la ciudad, apoyando a la gastronomía de Carnaval con un concurso con el que se pueden ganar entradas para el Falla o la estancia en un balcón VIP en el Carrusel de Coros.

Solera 1847, vino de gran acogida entre el sector femenino, apoyará la Recepción a las Ninfas y la Coronación de la Diosa, además del Pregón de la Chirigota de “El Love”, y, cómo no, el Concurso del Falla, en el hall para recibir a los espectadores y en los camerinos para ayudar a ‘calentar voces’ a las agrupaciones con una copa de Solera.

## II Ruta Muñana

Desde el 14 de marzo hasta el 27 de abril de 2014 los cordobeses, granadinos, malagueños, sevillanos y onubenses pueden disfrutar de la promoción “II Ruta Muñana” en los más de 500 establecimientos de hostelería adheridos a la misma.

Los consumidores del delirio, Muñana Rojo, Muñana 3 Cepas o Muñana Petit Verdot, dispondrán de una cartilla en la que ir pegando unos adhesivos que el mismo establecimiento les proporcionará cada vez que pidan una copa. Cuando el consumidor consiga ocho pegatinas en su cartilla de al menos cuatro establecimientos diferentes, obtendrá una botella del Muñana 3 Cepas totalmente gratuita.

La promoción está coordinada por el equipo comercial de Los Cármenes en Granada, Narbona Solís en Málaga y Córdoba, y por último, por Federico Flores en Sevilla y Huelva. En las sedes de las mismas se podrá recoger la botella del Muñana 3 Cepas una vez completada la cartilla.

Cada establecimiento tendrá un distintivo que le identificará como participante, donde los participantes podrán recoger las cartillas con toda la información donde se indican los nombres de todos los establecimientos seleccionados.

Este año como novedad incluyen el Sorprendente vino Joven delirio 2012, en la promoción a petición de muchos clientes y hosteleros tras la Ruta Muñana del pasado año.

## Inés Rosales en Winter Fancy Food Show 2014

Inés Rosales, empresa andaluza dedicada a la fabricación y venta de productos de repostería y dulcería, ha acudido, por décimo año consecutivo, a la reconocida feria de alimentación Fancy Food de San Francisco. Ha ido de la mano de su importador estadounidense, Blue Marble Brands, una de las empresas más importantes en el sector de la distribución de productos naturales en Estados Unidos.

La feria ha acogido a más de 1.300 expositores de 35 países diferentes, que han mostrado más de 80.000 productos de tendencia o que se han presentado como lo mejor de su categoría, en quesos, café, chocolates, snacks, repostería, charcutería, entre otros.

Inés Rosales, que es exponente de los productos andaluces premium en el mercado estadounidense, ha presentado las variedades saladas y dulces de sus tradicionales Tortas de Aceite, junto a quesos y salsas de otras marcas de productos naturales comercializados también por su importador.

- Tortas de Aceite Saladas: con romero y tomillo y con sésamo y sal.
- Tortas de Aceite Dulces: con almendras, con canela, con naranja y la torta de aceite original.

Los formatos presentados han sido "single serve", que está teniendo gran aceptación entre los consumidores estadounidenses, y en el canal foodservice; y el formato retail, de 6 unidades por paquete.

La torta de aceite Inés Rosales cuenta con una presencia cada vez más importante en la distribución dentro de Estados Unidos. Presente en cadenas tan prestigiosas y populares como Wholefoods o Fresh Market, en aeropuertos muy transitados como Newark (New Jersey), La Guardia (Nueva York), O'Hare (Chicago) y el Aeropuerto Internacional de Miami; o incluso en el cuartel general de la empresa Nike (Oregón); el 2014 se presenta como un año de nuevos retos para la compañía. Para ello, Inés Rosales ha realizado cambios en su red de distribución, incorporando a una nueva empresa estadounidense que contribuirá a potenciar las ventas de las Tortas de Aceite en toda su geografía.

### TURISMO INDUSTRIAL EN FITUR 2014

La empresa sevillana de tortas dulces Inés Rosales presentó en el marco de la Feria Internacional de Turismo (Fitur), que se celebró en Madrid, su adhesión al plan de Turismo Industrial promovido por Prodetur, mediante el cual se quiere mostrar el patrimonio industrial de Sevilla y provincia.

La iniciativa pretende instaurar nuevos negocios y promover la recuperación de ejemplos de patrimonio poco reconocido a pesar del valor histórico que atesora en muchos casos y en ella, el Ayuntamiento de Sevilla trabaja junto con otras ciudades, presentando a Inés Rosales como un espacio industrial histórico activado.

Para poner en marcha la red de Turismo Industrial de la provincia, Prodetur ha colaborado con ayuntamientos, asociaciones empresariales y con la Universidad de Sevilla.

# SALADITOS®

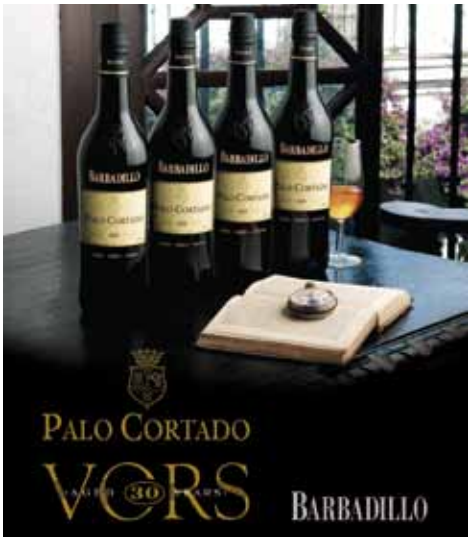
*Maestros Altramuceros*

## *Auténtico Sabor a Tradición Andaluza.*

*Bajo en grasas y colesterol, rico en proteinas y fibra....*
*!tu aperitivo saludable!*

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

## Palo Cortado Barbadillo VORS, de Bodegas Barbadillo, elegido uno de los 11 Magníficos 2014



Palo Cortado Barbadillo VORS, de Bodegas Barbadillo, ha sido elegido por la prestigiosa guía "Vivir el Vino" como uno de los 11 Magníficos de 2014, un reconocimiento que tiene como objetivo fundamental reconocer, por categorías, los mejores vinos del año. El acto de entrega del galardón se celebró recientemente en el escenario del Teatro Cofidís de Madrid y se contó como maestra de ceremonias con la periodista Pilar Cisneros, conductora del programa "La Mañana" de COPE Madrid. El vicepresidente de Bodegas Barbadillo, Joaquín Barbadillo, fue el encargado de recoger el premio en una gala en la que se dieron cita bodegueros, políticos, lectores, sumilleres y prensa especializada.

El jurado destacó sus matices aromáticos que nos recuerdan a las almendras tostadas, nueces y pasas. Su tacto suave y persistente. Esta excepcionalidad lo ha hecho merecedor de ser considerado "uno de los once vinos para la Gloria", tal y como destaca la Guía Vivir el Vino 2014.

En dicha gala se presentó la nueva edición Vivir el Vino La Guía 2014, que reúne a los mejores vinos disponibles en el mercado este año. El sumiller Raúl Serrano ha conformado su personal selección, mediante catas a ciegas, entre los más de 1.500 vinos aspirantes, uno a uno, para poder seleccionar los 365 mejores, un vino diferente para cada día del año. Vivir el Vino La Guía presenta, además, los 11 Magníficos de 2014. Los 11 mejores vinos del año en cada una de sus categorías. Vivir el Vino La Guía está pensada para su utilidad, por lo que se presenta de una manera clara para que el consultor pueda acceder a la información de la manera más rápida y detallada de cada Denominación de Origen, bodega, precio, temperatura de servicio y fecha óptima de consumo.

La convocatoria contó además con la asistencia de Pedro Barato, presidente de ASAJA, César Lumbreras, director del programa Agropopular de la Cadena COPE, Josep Puxeu, bodeguero y exsecretario de Estado de Medio Rural y Agua, y Rafael del Rey, director del Observatorio Español de Mercados del Vino, entre otros.

## Bodegas Delgado recupera ABUELAMARIA

Bodegas Delgado rescata de sus orígenes un oloroso dulce que a partir de ahora se comercializará como ABUELAMARIA, en honor a su fundadora, allá por 1874.

De las centenarias soleras de oloroso y abocado ligeramente con Pedro Ximénez este vino generoso de licor rinde un merecido homenaje a la fundadora Ana María Estrada, quién hace más de un siglo elaboraba artesanalmente este deleite al paladar.

De color ámbar, bouquet a vino viejo y sabor dulce licoroso, puede consumirse tanto en el aperitivo como en el postre acompañando a quesos, dulces y chocolates.

## Legumbres Pedro Alta Selección

Legumbres Pedro lanza la Garbanza cocida Don Pedro Alta Selección. Esta nueva referencia se trata de la una legumbre excepcional por su tamaño y cochura. La garbanza seca Don Pedro tan apreciada por los consumidores, llega ahora como legumbre cocida. Con este lanzamiento Legumbres Pedro presenta su mejor garbanza en un formato listo para consumir.

Legumbres PEDRO®

## La empresa agroalimentaria Ángel Camacho calcula la Huella Hídrica de sus aceitunas y obtiene la Certificación EMAS

La empresa sevillana agroalimentaria Ángel Camacho Alimentación, fabricante entre otros muchos productos de las aceitunas Fragata y de las mermeladas La Vieja Fábrica, se convierte en la primera empresa en el mundo que ha conseguido calcular y verificar la Huella Hídrica de sus aceitunas, así como, en la primera empresa alimentaria perteneciente al registro de empresas ecoauditadas de Andalucía con la verificación EMAS (Eco-Management and Audit Scheme). Estos hechos avalan la estrategia de sostenibilidad que la compañía ha implantado en todos sus procesos productivos.

La verificación EMAS es una normativa voluntaria que supone el estándar europeo en gestión ambiental y reconoce a aquellas organizaciones que han adquirido un compromiso de mejora ambiental continua. Se obtiene mediante auditorías independientes y además de incluir y exigir el cumplimiento de todos y cada uno de los requisitos de la norma ISO 14001, EMAS contiene otros requerimientos y exigencias adicionales. Con esta certificación, Ángel Camacho va más allá del cumplimiento estrictamente legal demostrando su implicación en el campo ambiental y posicionándose como una organización ejemplar en su compromiso con el medioambiente.

Esta implicación con la sostenibilidad y la preocupación en temas como la disponibilidad y contaminación de un recurso tan escaso y valioso como el agua, han llevado a Ángel Camacho a calcular la Huella Hídrica de sus aceitunas, principal producto de la actividad de la empresa. La Huella Hídrica de un producto supone conocer el uso que se hace del agua a lo largo de su ciclo de vida, obteniendo el volumen total de agua dulce usada directa o indirectamente para producirlo, además de buscar la mejora y eficiencia en su gestión. El cálculo de la Huella Hídrica ha aportado a la compañía andaluza, la información necesaria no sólo para conocer en qué puntos de su producción puede mejorar la gestión del agua sino como puede contribuir a disminuir los efectos del consumo y comercio en el uso de los recursos hídricos mundiales.

"Estos indicadores son una excelente herramienta de análisis que avalan nuestro compromiso medioambiental", explica Pedro Cruces, director de Ingeniería y Medioambiente de Ángel Camacho.

Añade que "la incorporación del cálculo de la Huella Hídrica a nuestro sistema de gestión nos permite seguir trabajando en la depuración de aguas industriales para uso agrícola y en nuestros planes de recuperación y reutilización de aguas. Conocer y reducir la dependencia de los recursos hídricos en nuestra cadena de producción, nos ayuda a disminuir los impactos sobre los sistemas hídricos y a su conservación para poder garantizar el desarrollo económico y social de todos.

Con respecto a EMAS, estamos convencidos que este certificado es un elemento diferenciador que dará más valor a nuestra organización, además de afianzar y establecer una relación de confianza con nuestros clientes actuales y potenciales concienciados ambientalmente".

Ángel Camacho, vuelve a ser una empresa pionera en el sector de la aceituna de mesa. EMAS y la Huella Hídrica ratifican la incorporación de una estrategia respetuosa con el medioambiente en la gestión global de la empresa y consolidan su posición como una organización socialmente responsable.

La verificación del cálculo de la Huella Hídrica ha sido realizada por una entidad certificadora de prestigio internacional y acorde con los requisitos establecidos por The Water Footprint Nerwork.

La compañía trabaja intensamente desde hace años llevando a cabo importantes actuaciones ambientales con objeto de ser más eficientes y minimizar el impacto de su actividad sobre el medioambiente. EMAS y la Huella Hídrica se suman a otros logros ya alcanzados por Ángel Camacho en materia medioambiental. La certificación de su Sistema de Gestión Ambiental cumpliendo con todas las directrices de la norma ISO 14.001:2004 en 2005 y el cálculo de la Huella de Carbono de sus aceitunas y mermeladas en 2012, son dos claros ejemplos.

## SUSARON ENDULSANA,LA FORMA MÁS SANA DE ENDULZAR TU VIDA

Susarón acaba de ampliar su gama con el lanzamiento de su nuevo producto Endulsana, la alternativa natural y saludable al azúcar. Este lanzamiento responde a las nuevas tendencias y necesidades que se están produciendo en los consumidores, quienes apuestan cada día más por llevar un estilo de vida saludable con mejores hábitos en alimentación que enriquezcan su calidad de vida. De esta forma, Susarón se mantiene fiel a su eslogan “Saborea tu bienestar” y ofrece una nueva manera de endulzar de forma natural y sin renunciar al sabor.

Susarón Endulsana es un endulzante natural procedente 100% de frutas (algarroba, manzana y uva). Es de origen natural y está fabricada a través de procesos físicos, es decir, no se utilizan ni productos químicos, ni aditivos en su elaboración, lo que hace que sea un producto sin conservantes. Posee un bajo índice glucémico y tiene un 25% menos de calorías que el azúcar, por lo que es ideal para llevar un estilo de vida sano y una dieta equilibrada.

Endulsana se puede utilizar en cualquier alimento (yogourt, tortitas, tostadas…) o bebidas (café, leche, infusiones…) y en todo tipo de repostería, sin perder un ápice de dulzor. Es la forma más sana de endulzar tu vida.

El innovador endulzante Susarón Endulsana se presenta en cómodas y atractivas botellas (440g / 300ml) con sleeve retráctil y tapón dosificador muy limpio, práctico y fácil de usar.

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)

## Acesur se adapta a la normativa de irrellenables para hostelería

Desde el 1 de marzo está en vigor la normativa que prohíbe el uso de formatos rellenables para bares y restaurantes. Acesur no ha pasado por alto esta necesidad, adaptando formatos a los tapones irrellenables para ofrecer la más amplia gama de productos posibles a sus consumidores. De este modo, ha puesto a disposición de sus clientes vinagre en tarrinas, monodosis o sobres, aceite de oliva virgen extra tanto en formato cristal como pet y sobres de salsas, bien con Coosur, bien con La Española.

La normativa que impide el uso de aceiteras rellenables se enmarca dentro del Plan de acción sobre el sector del aceite de oliva de la Unión Europea y tiene como objetivo cuidar un producto tan nuestro como es el aceite de oliva y que el consumidor sepa qué tipo de aceite está consumiendo.

### COMERCIALIZACIÓN DE PASTAS GAROFALO EN ESPAÑA Y PORTUGAL

El grupo aceitero sevillano Acesur ha asumido desde el 1 de enero la distribución en exclusiva para España y Portugal de las pastas y salsas del fabricante italiano Garofalo, que está registrando una fuerte expansión desde que entrara en 2011 en el mercado español.

Pastas Garofalo es una multinacional italiana de ámbito internacional que produce, distribuye y comercializa principalmente pastas y salsas de la máxima calidad, además de otros productos de origen italiano, siguiendo las técnicas tradicionales y siendo la empresa referente del sector y con más crecimiento en la última década.

Carlos Guillén Benjumea, perteneciente a la familia que controla la mayoría del capital de Acesur, pasará a encargarse de la dirección comercial para la península del grupo aceitero. Precisamente, la implicación de Carlos Guillén que ya venía ejerciendo la Dirección General de la Sociedad Pasta Garofalo en la Península Ibérica ha sido el principal desencadenante de la operación de integración en Acesur, que absorberá la mayoría de la plantilla que trabajaba en la filial española del grupo italiano.

La integración optimizará las sinergias de ambos grupos, ampliando el ya de por si completo porfolio de productos de Acesur y aprovechando por tanto la red de ventas de este grupo.

Garofalo ha conseguido en apenas tres años una implantación importante en retail, posicionándose como la marca premium de mayor presencia en los lineales. Así, este ejercicio prevé finalizar con un volumen comercializado de 4.250 t, un 14,6% más que el año precedente, con unas ventas entre ambos países de 12 M€ (+18,6%), en ambos casos con crecimientos de dos dígitos. La evolución será previsiblemente más contenida el próximo 2014, para el que contempla alcanzar las 4.550 t, con una facturación de 8 M€ en España. Su progresión en retail está siendo muy importante y acaba de firmar acuerdos para desembarcar con su marca de bandera, 'Garofalo', en los lineales de 'Lupa' (Semark), Froiz, 'Supermercados Moldes' (Victoriano Moldes), 'Maskom', 'HiperDino' y los grupos canarios Cencosu y Agrucan. Estas cadenas se suman a las que ya tenía presencia con su marca propia, como grupo El Cor-

te Inglés para todos sus anagramas de alimentación, Eroski, Caprabo, Makro, Gadisa, El Arbol, Alimerca, Supersol e Hiperber entre otras. Así, de las ventas mencionadas de 2013, aproximadamente el 64% correspondieron a la enseña 'Garofalo', porcentaje que en volumen cae hasta el 51%. El resto, pertenece a acuerdos de MDD, línea de negocio en el que también sumó nuevos contratos. El último, con el grupo Eroski, tanta para los centros homónimos como para Caprabo, para el que ha iniciado el suministro de una gama de especialidades bajo la marca 'Seleqtia'. Garofalo también mantiene acuerdos de MDD para las líneas premium de El Corte Inglés, Alimerka, Híper Usera, Dinosol y Musgrave.

### EL MINISTRO ARIAS CAÑETE, PROTAGONISTA EN EL FORO JOLY

El ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Miguel Arias Cañete, participó en el Foro del Grupo Joly, patrocinado por Acesur, realizando una amplio repaso a la actualidad del sector agroalimentario español y más concretamente acerca del oleícola. Cañete admitió que el aceite de oliva es uno de los pilares de la alimentación nacional y se mostró convencido de su capacidad de internacionalización. "Tenemos que vender la imagen del aceite de oliva español", para a continuación remarcar la importancia de mantener unos altos estándares de garantía de este producto. "He firmado un protocolo de caliad del aceite de oliva, apuesto por ello", aseguró.

También se refirió el ministro de Agricultura a la reforma de PAC, señalando que se ha tratado de ser lo más justo posible y que "los agricultores van a recibir la misma cantidad que estaban percibiendo". También aprovechó para hacer al sector agroalimentario invitando a llevar a cabo un cambio en las cooperativas para que estas sean más competitivas a nivel internacional.

## Huerta Camporico presenta su nuevo packaging

Desde que Huerta Camporico comenzó su andadura empresarial dedicada a la elaboración de platos preparados vegetales su gama de productos ha ido haciéndose cada vez más extensa.

En sus inicios, tan solo preparaba básicamente un producto, el pimiento asado en distintas presentaciones, y ha ido incorporando otros elaborados vegetales, siempre inspirados en la dieta mediterránea y con base vegetal. A sus ya reconocidos pimientos asados, se han sumado otros platos caseros y tradicionales, como el pisto tradicional, las espinacas con garbanzos, las patatas a lo pobre, el tomate frito casero, sofrito casero... elaborados con materias primas de calidad y siguiendo un exhaustivo control de calidad basado en las normas vigentes de seguridad alimentaria.

En 2013, siguiendo nuestra tendencia a innovar y adaptarnos a las exigencias del mercado, Camporico apuesta por una gama de envases más prácticos y acordes a las necesidades del consumidor de hoy, la gama de 250 g.

En abril de 2013 Camporico exporta a Japón. Un distribuidor japonés de productos ibéricos en el país nipón se interesa en esta gama de productos y juntos, se emprende la tarea de introducir la dieta mediterránea en un país ávido de conocer otras culturas.

Este enero de 2014 en Huerta Camporico ha dado un salto más, apostando por un diseño con matices más caseros a sus productos y se ha lanzando al mercado la gama de conservas vegetales en frascos de cristal. Profesionales del diseño packaging cuidado, apostando por la gran proyección comercial de los productos, llenos de sabores y aromas, que representan la base de la dieta mediterránea.

La gama la integran: los pimientos asados en horno de leña, espinacas con garbanzos, pisto tradicional, escalivada asada en horno de leña, tomate frito casero y sofrito casero.

## Ron Dos Maderas, en el Top Ten Mundial

El Ron Dos Maderas, de la firma Williams & Humbert, ha sido incluido en el "Top Ten Trending Brands" tras la encuesta realizada por la prestigiosa publicación Drinks International a los 50 mejores bares de todo el mundo.

The Artesian, en Londres, encabeza esta lista de los 50 mejores bares del mundo, a los que se suman otros como Black Pearl en Melbourne, Schumann's en Munich, Employees Only en Nueva York, Hive Five en Tokio, Floreira Atlántico en Buenos Aires, Le Forum en Paris, Quinary en Hong Kong, el bar Delicatessen en Moscú, el Dry Martini en Barcelona o el Tippling Club en Singapur.

Los "bartenders" al frente de estos establecimientos han votado y elegido las marcas de bebidas según dos categorías: aquellas que son más vendidas junto con las que están más de moda y están cobrando cada vez más protagonismo en sus establecimientos: las Top 10 Best Sellers Brands y las Top 10 Trending Brands.

En esta última categoría, estos selectos establecimientos han incluido el Ron Dos Maderas, el cual ocupa el noveno lugar de esta lista.

Así, la publicación da la bienvenida a la marca, la cual aparece por primera vez en esta lista, a la vez que destaca el proceso de elaboración conocido como 5+5 que hace que esta bebida tenga un carácter tan especial.

Hay que recordar que el Ron Dos Maderas PX (5+5) pasa 5 años en botas de roble en el Caribe (Guayana y Barbados) y continua su proceso de elaboración durante dos fases más en Jerez: 3 años en botas que han contenido Palo Cortado de 20 años y otros dos años más en botas que han contenido Pedro Ximénez de 20 años. Este proceso conocido como 5+5 es lo que otorga a esta bebida ese color oscuro y el toque dulce que la hace tan especial.

## El diestro Manuel Escribano y la joven rejoneadora Lea Vicens, imagen de Los Romeros de Alanís

La empresa de ibéricos de bellota Los Romeros de Alanís, ha llegado a un acuerdo de colaboración de imagen con el conocido diestro, Manuel Escribano, y la rejoneadora francesa, Lea Vicens.

Tanto Lea como Manuel, van a ser la imagen publicitaria de la marca sevillana de Ibéricos de Bellota durante toda la temporada taurina, paseando "Los Romeros de Alanís" por todo el territorio nacional, sur de Francia y Latinoamérica.

Este novedoso y original acuerdo de imagen, apuesta fuerte por la armonía y el vínculo que existe entre esta importante fiesta nacional y el producto más preciado de nuestra tierra, el Jamón Ibérico de Bellota.

Ibérico de Bellota
5 DEHESAS
LOS ROMEROS
DE ALANIS
ALANÍS DE LA SIERRA

## Helado frito de La Ibense Bornay

Ice Quality Dreams, tras un largo periodo de prueba en su departamento de I+D+i, ha lanzado al mercado el helado frito. Bajo el paraguas de You by Bornay, una de sus marcas, nace este postre pensado especialmente para las estaciones del año menos dadas al helado, como son el otoño y el invierno.

Dadas sus características, se trata de un producto de consumo perfecto tanto para el hogar como para el sector profesional. Una bola de helado artesano de vainilla, con la receta original de La Ibense Bornay, recubierta por una capa de rebozado compuesto por bizcocho, huevo y harina que, tras freírse, da como resultado un postre sorprendente. El contraste entre el crujiente exterior y la cremosidad interior lo convierten en algo único.

Para su elaboración solo son necesarios 10 ó 20 segundos, logrando un postre jamás visto, ideal para acompañar con distintos siropes o nata montada, y que Ice Quality Dreams comercializa en formato de cuatro unidades por caja.

Ice Quality Dreams es una compañía española con alcance internacional que se dedica a la distribución y comercialización de postres congelados de producción nacional e internacional. Todos estos productos tienen como seña de identidad el modo de producción artesanal optimizado, con la aplicación de las últimas tecnologías en los procesos productivos. El resultado es un producto de máxima calidad al estilo tradicional, a la vez que innovador y competitivo, que atiende las continuas exigencias del mercado.

## Antonio Carmona, nuevo director general de COVAP

Antonio Carmona ha sido nombrado director general de la Cooperativa Ganadera del Valle de los Pedroches (COVAP). Licenciado en Derecho, Antonio Carmona cuenta con una dilatada experiencia en el sector y conoce a la perfección COVAP, empresa en la que inicia su carrera profesional en 1992, y en la que desempeña distintos cargos, hasta alcanzar la Dirección de la Actividad Láctea de la Cooperativa.

En 2006, y gracias a su conocimiento del sector lácteo, se responsabiliza de la puesta en marcha y desarrollo de Lactiber, proyecto conjunto de COVAP e Iparlat, en el que trabajará como Director General logrando consolidar la empresa e incrementar tanto su producción como su plantilla. Posteriormente, y dentro de su plan de desarrollo profesional, Antonio Carmona se incorpora como responsable de compras de Mercadona, cargo en el que permanece durante un breve período de tiempo antes de asumir la dirección general de Caladero, empresa líder en España de venta de pescado en atmósfera protectora.

Para Ricardo Delgado, presidente de COVAP, "el nombramiento de Antonio Carmona es una gran noticia pues supone recuperar a una persona que inició su carrera profesional con nosotros y que ha demostrado su capacidad para aceptar nuevos retos y liderar proyectos, consolidándolos y haciéndolos rentables.

Antonio Carmona, nuevo Director General de COVAP, ha manifestado que "quiero devolver a su Consejo Rector, a su Presidente y a cuantos forman parte de nuestra Cooperativa la confianza que han depositado en mí y la oportunidad que me dieron de poder ampliar mi experiencia profesional con otros retos distintos. Todo ello me ha permitido reforzar mi experiencia en la gestión y dirección de empresas y ampliar mi conocimiento del sector agroalimentario, que ahora espero aprovechar para reforzar el crecimiento de COVAP".

## Mostagre, novedosa combinación de sabores

La firma jerezana El Majuelo, dedicada a la elaboración y crianza de vinagres de Jerez y comercialización de productos gourmet a nivel nacional e internacional, lanza al mercado dos nuevos y novedosos productos: salsas basadas en Vinagre de Jerez y con el nombre "Mostagre", en sus fórmulas se incluyen mostaza y el vinagre.

La primera de las referencias: Mostagre Salad, es un aderezo especialmente elaborado para ensaladas en él maridan la mostaza con un vinagre Reserva. La otra, Mostagre Original, esta especialmente destinada para la barbacoa, un poco más densa y un ligero toque dulzón que se potencia con los matices que le confieren las especias secretas del producto.

Las dos nuevas salsas, que se presentan en un envase con dosificador antigoteo de 400 gramos se están comercializando ya en Horeca así como para supermercados y tiendas gourmets, sectores a los que va dirigido el producto en esta primer fase comercial. Joaquín Gómez Beser, director general de El Majuelo, señala que "nuestra intención es acercarnos con estas salsas a todos los públicos. Tratamos de facilitar las cosas. Con este envase es muy fácil dar el punto a una ensalada tanto en casa como para el profesional ya que es muy sencillo dosificar y además damos ya la mostaza y el vinagre juntos, no hay que ocuparse de acertar en las proporciones. Lo mismo ocurre con la salsa barbacoa. Va perfecta para ponerle algo a las hamburguesas con patatas fritas, las salchichas o la carne asada e incluso se puede tener un tiempo macerando la carne en la salsa y luego ponerla en el fuego. También así está muy buena".

Gómez Beser señala que el producto "está siendo bien recibido. Apenas hace dos meses que lo hemos empezado a distribuir y ya tenemos pedidos desde Japón y Nueva Zelanda, donde tiene gran aceptación". El Majuelo señala que estas dos salsas son pioneras en el sector que además crean una nueva categoría y supone un nuevo paso "en nuestra intención de mostrar las posibilidades del vinagre de Jerez".

El Majuelo ya comercializa otras salsas basadas en productos jerezanos. Así las tiene basadas en vinagre y en vino de Pedro Ximénez, así como otra basada en vino oloroso. Estas salsas les han llevado a comercializar sus productos ya en Estados Unidos, además de Japón y en Europa.

## La Pedriza modifica su imagen

La Pedriza ha realizado el restyling de la imagen de su marca basándose en respetar los elementos gráficos que otorgan valores reconocibles a la marca, conservar color corporativo principal y mantener el nombre comercial. Cadigrafía, empresa encargada de esta renovación de imagen, ha apostado por por una tipografía más legible que traslada los valores de la empresa (tradición, calidad, producto natural…) y tras rediseñar la ilustración de la ermita, conseguir que se uniese al nombre de la marca.

Una vez finalizado el restyling, se ha realizado la aplicación de esta nueva imagen al packaging de La Pedriza utilizando los mismos materiales y formatos en los que se comercializan los productos. El resultado es unas bolsas más llamativas y visiblemente diferentes con respecto al diseño antiguo, en el que se hace una diferenciación del tipo de legumbre mediante colores, para que el consumidor frente al lineal pueda reconocer las variedades y a su vez apreciar toda la gama de productos que ofrece Legumbres La Pedriza.

## Grupo Caballero reafirma su compromiso con la ONG Acción Contra el Hambre

Los más de doscientos treinta comensales, repartidos en dieciséis boutiques de moda de Madrid, pudieron disfrutar de un exclusivo menú elaborado por dieciséis chefs nacionales, maridados todos ellos con los siguientes vinos de Grupo Caballero: Jerez Seco Lustau Fino Jarana, Blanco Marqués de Irún Rueda Verdejo 2013, Tinto Viña Herminia Rioja Excelsus 2009 y Jerez Dulce Lustau East India Solera.

Además, Grupo Caballero ofreció durante la fiesta que se celebró en el Jardín de Serrano como colofón de este evento solidario y que reunió a más de 300 personas gin&tónics elaborados con su ginebra floral BLOOM de la mano del coctelero Adrián Sehob, del restaurante Punk Bach, y Ramón Parra, de Macadamia; "El Diplomático" elaborado con Ponche Caballero y creado ad hoc por Carlos Moreno, del bar coctelería Charly's. También el coctelero Mariano Ferrante elaboró en exclusiva un sugerente cóctel de nombre "Clandestine Colada" y un exótico cóctel "Señorita Lee", con Ron Contrabando.

Dieciséis grandes nombres de la gastronomía española, que reúnen doce estrellas Michelín, cambiaron ayer sus habituales cocinas por reconocidas boutiques del madrileño Barrio de Salamanca, dentro de la II Edición de Soul Food Nights con el fin de recaudar fondos para Acción Contra el Hambre. En concreto dichos fondos irán destinados a proyectos de actividades generadoras de ingresos con mujeres, como los que se realizan en el campamento de refugiados de M'Bera, en Mauritania.

Una vez más, y tras su colaboración en la I edición de febrero 2013, Grupo Caballero reafirma su compromiso con la ONG colaborando de manera desinteresada con sus vinos y espirituosos para maridar las cenas preparadas por los chefs Ramón Freixa, Darío Barrio, David Muñoz, Juan Pozuelo, Mario Sandoval, Pepa Muñoz, Andrea Tumbarello, Óscar Velasco, Juan Pablo Felipe, Luis Arévalo, Iván Muñoz, Fernando Del Cerro, Ricardo Sanz, Joaquín Felipe y Sushita, capitaneados por Paco Roncero.

TEJERO

USISA

EL DECANO

CONSERVAS Y SALAZONES

# LA TRADICIÓN DE CONSERVAR LO NATURAL

www.usisa.com

# MONTEALBOR ALIMENTACION



Montealbor Alimentación S.A. es una empresa familiar del sector alimentario con una larga trayectoria de negocios, que les llevará a cumplir medio siglo de existencia el año próximo.

Las instalaciones productivas, enclavadas en Alcalá de Guadaíra (Sevilla), han sido totalmente renovadas, para lo que recientemente destinaron 1,4 M €. Actualmente dispone de unas instalaciones modernas y eficientes, que le permiten seguir elaborando sus productos con la calidad y saber hacer de siempre, bajo los más altos estándares de seguridad alimentaria.

Montealbor, consciente de que uno de los pilares de su éxito se encuentra en la calidad de sus productos, selecciona cuidadosamente sus materias primas y optimiza constantemente sus procesos para asegurar que los productos lleguen al consumidor con el sabor natural que estos esperan. También es consciente de las nuevas necesidades de los consumidores, para lo que ha realizado un importante esfuerzo por eliminar alérgenos de la formulación de sus productos, como la lactosa o el gluten. El sistema de calidad y APPCC esta implantado conforme a ISO 9001:2008 y además es auditado regularmente por nuestros clientes. Otro aspecto a destacar, es la preocupación medioambiental, que ha llevado a la empresa a acometer inversiones que han reducido las emisiones contaminantes. Cuenta con una flota de vehículos comerciales híbridos, y sistemas de cogeneración

La familia que cuenta con más volumen de producción es la de los platos preparados, con una gama de productos amplia y que aplica diferentes tecnologías de envasado y regeneración, entre los que se encuentras los callos precocinados de cerdo y ternera, además de primeros platos con base cárnica como la carrillada de cerdo. Otras familias importantes, son las salchichas cocidas, -con multitud de variedades y formatos-, las salsas, entre las que destacan el mojo picón, la salsa verde o la salsa al Whisky. El porfolio de productos se completa con toppings para pizzas, embutidos y mantecas.

El ámbito comercial de Montealbor es nacional y sus productos pueden encontrarse en la mayoría de cadenas de hipermercados y supermercados, así como Cash, distribuidores y hostelería.

Montealbor goza de la experiencia suficiente, recursos, capital humano e ilusión, como para seguir proporcionando a los consumidores productos de calidad, y adaptándose a la rápida evolución del mercado.

# VALCALIENTE

Valcaliente es una finca familiar dedicada a la producción y comercialización de productos ibéricos de bellota. Ubicada en Constantina, corazón de la Sierra Norte de Sevilla, un lugar privilegiado para la cría del cerdo ibérico de bellota en libertad y un entorno clave para su protección medioambiental.

Situada en el corazón de la Sierra Norte de Sevilla la dehesa permite criar, alimentar y mimar en libertad al ganado. La dehesa, está formada por extensos bosques de encinas y alcornoques, donde también abundan las hierbas aromáticas como el tomillo y el romero.

Este hábitat, del que el cerdo ibérico siempre ha formado parte, le proporciona una alimentación rica y equilibrada que resulta clave en la calidad organoléptica de su carne.

La alimentación es uno de los factores determinantes de la calidad de nuestros productos. Los componentes alimenticios de mayor importancia para el cerdo de Valcaliente son la hierba y la bellota.

Durante el periodo de la Montanera, los cerdos se alimentan de bellotas de encinas y alcornoques, así como de los pastos propios de la dehesa. En este espacio, gracias a la estacionalidad y variabilidad de la producción de bellotas, en cantidad y calidad, contamos con una montanera de octubre a marzo, permitiendo que los cochinos engorden sus últimas siete arrobas con bellota y hierba exclusivamente.

El cerdo ibérico puro es un animal de piel oscura, pelo escaso, hocico afilado y patas finas y largas. Esta raza tiene la característica genética de poder almacenar grasa en su tejido muscular, que es la clave del inconfundible sabor y textura de sus productos. Desde Valcaliente son muchos los años que llevan seleccionando, por su genética, los mejores ejemplares de esta raza, que en su hábitat de su dehesa y gracias a la magnífica montanera se convertirán en inmejorables piezas ibéricas del mercado.

Manteniendo un exhaustivo control de calidad, en Valcaliente sólo se seleccionan las piezas que reúnen las características organolépticas exigidas por su maestro jamonero, y que pasarán a formar parte del catálogo de productos de esta empresa sevillana. Jamón, paleta, lomo y carnes, siempre ibéricos de bellota, conforman una selección imprescindible para los amantes del sabor de este animal, siempre con la calidad en su producción y elaboración como bandera.

# LA CULTIVADA

Arbequino Andaluz es una sociedad familiar que comercializa el aceite de oliva virgen extra extraído de sus propios olivares, al suroeste de la provincia de Córdoba. Se constituye en los años 90 para dar continuidad a la tradición de sus antepasados, impulsores del cultivo del olivo por toda la campiña cordobesa. Fue entonces cuando Pedro Vecino, ingeniero agrónomo y amante del buen aceite, reconvirtió el legado familiar del Molino de Santa Ana, incorporando nuevas variedades de aceitunas y con el propósito de elaborar frescos aceites elegantes y equilibrados.

El Molino de Santa Ana se ubica en los términos municipales de Guadalcázar y Fuente Palmera, en un paraje donde predominan campos de regadíos y tierras de labor que fueron repobladas por colonos centro europeos en tiempos de Carlos III, y desde donde se puede disfrutar de la extraordinaria vista del Castillo árabe-musulmán de Almodóvar del Río. La finca alberga la estructura de una almazara artesanal del siglo XIX y dedica casi 100 hectáreas al cultivo ecológico, siguiendo principios de desarrollo sostenible y de conservación de los recursos naturales.

Arbequino Andaluz distribuye el aceite más seleccionado del Molino de Santa Ana a través de La Cultivada, una marca vinculada a manifestaciones creativas tales como la poesía y la pintura y que promueve valores culturales integrando una visión holística de la tierra y el ser humano. Su emblema es el Ave Cultivada, que simboliza el compromiso con las sabias prácticas agrícolas y que evoca a Palas Atenea, diosa de las artes y la agricultura en la mitología griega.

Las aceitunas se cosechan entre octubre y noviembre y son transportadas inmediatamente a la almazara donde su esencia se obtiene a baja temperatura y mediante procedimientos mecánicos. El zumo resultante, un producto sano y nutritivo, sin aditivos químicos, permanecerá en la bodega hasta el momento de su envasado. La calidad del aceite de La Cultivada está garantizada a través de una impecable trazabilidad productiva, inofensiva con la tierra y comprometida con la calidad del proceso de trasformación y con el resultado. Se privilegia la excelencia organoléptica, así como el cuidado de las relaciones personales, desde el entorno rural hasta el punto de venta urbano. Se apuesta por el tradicional envase de lata, siendo el que mejor conserva la frescura, el aroma y el sabor de La Cultivada, un aceite complejo a la par que delicado.

La Cultivada deleita por su gusto equilibrado, característico de una cosecha temprana, y por su fragante bouquet de aromas frescos y frutados. Se puede disfrutar en versión monovarietal, a través de la perfumada y almendrada arbequina; de la elegante y herbácea hojiblanca; y de la fresca y singular lechín, o en versión coupage a través de La Cultivada Selección, una combinación que reúne las tres variedades.

El equipo de La Cultivada promueve la divulgación de la cultura del aceite, a través de sus “catas a la carta” en inglés y castellano.

# BODEGAS BARÓN

La familia Rodríguez Carrasco, propietarios de Bodegas Barón, son de esas familias bodegueras que mantienen la tradición de este negocio único. Mantienen el equilibrio en sus manzanillas y vinos de Jerez, cultivando sus propias cepas, cortando sus propias uvas y produciendo mosto para abastecer y refrescar sus más de 5.000 botas, en su bodega en la Calle Molinillo en Sanlúcar de Barrameda.

Son más de veinte generaciones las que han pasado por esta bodega, su fundador Manuel Barón Fernández inició este negocio en 1895 adquiriendo unas soleras de Anselmo Paz y del saber hacer de la familia de su mujer, Dolores de la Balsa.

Desde sus inicios, se han criado manzanillas jóvenes, maduras y pasadas, todas con un sabor característico. Los vinos de Jerez no se quedan atrás, Bodegas Barón cría desde siempre con un exquisito gusto, los Olorosos, Amontillados, Cream, Pedro Ximénez, Fino, Moscatel y Medium.

Para este 2014 se ha hecho una fuerte inversión en el cambio de imagen de todas nuestras marcas, Atalaya, Micaela, Pino Viejo y La Pasada de Barón han sufrido un rejuvenecimiento merecido, y que, a partir del mes de abril se presentarán sus nuevas vestimentas.

Que para este año, la familia de marcas de esta bodega se verá ampliada con dos nuevas líneas Premium (Xixarito y Soluqua). Xixarito representará el cambio de una etapa en Bodegas Barón, este vino representa un trozo de la familia Rodríguez Carrasco. Soluqua ofrecerá al mercado una selección, de las botas de la familia, que nunca se han vendido antes, su producción será limitado.

Desde que la familia Rodríguez Carrasco cogió las riendas de Bodegas Barón, han ido paso a paso consiguiendo introducir sus caldos en el mercado nacional, ya con una madurez consolidada, llevan exportando el 35% de su producción en países como Bélgica, Irlanda, Italia y Japón.

Bodegas Barón ha resurgido como un ave Fénix, de la mano de la familia Rodríguez Carrasco, colocándola en una situación inmejorable dentro de las bodegas familiares de Sanlúcar de Barrameda, no sólo la calidad de sus vinos, “como mayor exponente nuestra Manzanilla Pasada”, si no la calidad personal y profesional del equipo de trabajadores, son la clave del éxito de esta gran bodega.

# LANDALUZ
# PLAN PROMOCIONAL NACIONAL 2014



## LANDALUZ SEGUIRÁ APOSTANDO POR UN MODELO DE GESTIÓN CONSOLIDADO DURANTE LOS ÚLTIMOS AÑOS Y QUE TIENE COMO PILARES FUNDAMENTALES UNA GESTIÓN NETAMENTE EMPRESARIAL Y LA FIGURA DE LA ASOCIACIÓN COMO VEHÍCULO INSTITUCIONAL DE UN SECTOR ESTRATÉGICO

Para este ejercicio de 2014, LANDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía, tiene prevista una serie de acciones que continúen fomentando y potenciando la presencia de las marcas agroalimentarias andaluzas en el mercado. Para ello, se seguirá apostando por un modelo de gestión consolidado durante los últimos años y que tiene como pilares fundamentales una gestión netamente empresarial, basado en un modelo participativo que aprovecha la creación de sinergias entre las empresas y la figura de la asociación como vehículo institucional de un sector estratégico para el desarrollo económico andaluz.

Así, de cara a potenciar a los socios y sus marcas, se ha configurado un calendario de Promociones en Punto de Venta repartido entre las grandes superficies comerciales. A nivel nacional, estas acciones se desarrollarán en los centros de Euromadi, Alcampo, Carrefour, Makro, Miquel Alimentació, MAS, Hipercor / El Corte Inglés y Covirán.

Por otra parte, y de cara a facilitar las condiciones que tienen las empresas socias de LANDALUZ, está previsto continuar con los acuerdos suscritos por la asociación con entidades directamente relacionadas con el sector, como CESCE, Mercadona, Banco Sabadell o Caja Rural del Sur.

LANDALUZ también tiene como uno de sus principales objetivos consolidar la línea implantada de creación de espacio de debate. Así, confirmar apuestas como los Desayunos Empresariales o Tribuna LANDALUZ son un reto que permita configurar a la Asociación como un referente en el análisis de las nuevas tendencias que afectan al sector.

En materia de comunicación, se sigue apos-

tando por la revista corporativa como elemento estratégico y vía de comunicación de todas las acciones desarrolladas por la asociación, consolidando mediante este medio de comunicación la imagen de la asociación ante proveedores, clientes y los propios socios. Además, 2014 será el año de presentación del Directorio Empresarial LANDALUZ que recoge información de contacto de todas los socios y que será la carta de presentación de la asociación en todas las acciones promocionales, tanto nacionales como internacionales, que se desarrollen en este ejercicio.

LANDALUZ también tiene como uno de sus principales objetivos consolidar la línea implantada de creación de espacio de debate. Así, confirmar apuestas como los Desayunos Empresariales o Tribuna LANDALUZ son un reto que permita configurar a la Asociación como un referente en el análisis de las nuevas tendencias que afectan al sector

EL 2014 será el año de presentación del Directorio Empresarial LANDALUZ que recoge información de contacto de todas los socios y que será la carta de presentación de la asociación en todas las acciones promocionales, tanto nacionales como internacionales, que se desarrollen en este ejercicio

HACIENDA DE QUINTO

DISEÑO
internacional
marketing y
comunicación
DESAYUNOS
EMPRESARIALES
HACIENDA DE QUINTO
una receta de éxito

# PRESENTACIÓN DE ANDALUCES COMPARTIENDO



"ANDALUCES COMPARTIENDO" ES UN PROYECTO SOLIDARIO, PUESTO EN MARCHA POR LA FUNDACIÓN CAJASOL Y LANDALUZ, CUYO OBJETIVO ES AYUDAR A LAS FAMILIAS ANDALUZAS MÁS NECESITADAS Y, A SU VEZ, PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN ANDALUCES PARA POTENCIAR EL CONSUMO DE LAS MARCAS DE NUESTRA COMUNIDAD E IMPULSAR NUESTRO DESARROLLO ECONÓMICO

"Andaluces compartiendo" es una iniciativa solidaria, puesta en marcha por y para andaluces, que se llevará a cabo gracias a la colaboración de las grandes empresas y marcas andaluzas que realizarán una acción humanitaria de aportación de productos de alimentación que se harán llegar a las entidades sociales de Andalucía que atienden las necesidades básicas de las personas más desfavorecidas.

En definitiva, se trata de una cadena de favores en la que se promocionarán los productos y marcas andaluzas, con el fin de que repercutan positivamente en la economía de nuestra Comunidad, y además se ayudará y colaborará con los colectivos andaluces que sufren en primera mano las consecuencias devastadoras de la crisis, ofreciéndoles productos alimenticios de primera necesidad.

Se trata de una cadena de favores en la que se promocionarán los productos y marcas andaluzas, con el fin de que repercutan positivamente en la economía de nuestra Comunidad

Andaluces Compartiendo®
Marcas Andaluzas Solidarias
Andaluces Compartiendo
Fundación | Cajas
LANDALUZ

Andaluces Compartiendo
Marcas Andaluzas Solidarias
Andaluces Compartiendo

Para trasladar esta campaña al público final, se ha puesto en marcha una importante campaña de comunicación, con el objeto final de sensibilizar la conciencia social. De esta forma, se han desarrollado campañas en medios online y offline y la creación de un website propia, donde ofrecer información de las marcas y establecimientos adheridos.

La estrategia se complementa con acciones en los puntos de venta, mediante la información directa tanto dentro como fuera de los establecimientos.

## PRIMERA GALA ANDALUCES COMPARTIENDO

El acto se ha celebrado en la sede de la Fundación Cajasol, en la plaza San Francisco de Sevilla, y ha contado con la presencia de Antonio Pulido, presidente de la Fundación Cajasol; Álvaro Guillén, presidente de Landaluz, y multitud de personalidades y rostros conocidos del ámbito de la cultura, la educación, el deporte, y representantes de distintas instituciones; todos ellos andaluces.

Durante la gala todos los asistentes han podido adquirir la chapa de “Andaluces Compartiendo” para colaborar con la iniciativa y formar parte del proyecto.

En definitiva, “Andaluces Compartiendo” es un proyecto a largo plazo, para abastecer a las familias más necesitadas de nuestra comunidad durante todo el año y, además, promocionar las marcas de nuestra tierra. Esta gala solidaria es el punto de partida de un proyecto que se irá consolidando poco a poco con la ayuda de todos los andaluces y andaluzas que se irán sumando a la iniciativa en futuros actos y eventos que se organizarán para que no se olvide la idea principal, y es que hay que compartir y ser solidarios durante todo el año para que los andaluces salgan adelante.

Muchos andaluces conocidos ya se han sumando al proyecto como Antonio Banderas, Paloma San Basilio, César y Jorge Cadaval (Los Morancos), Francisco Rivera, Sara Baras, Caballero Bonald, Miguel Guillén (presidente del Betis), Argentina (cantaora), Vittorio y Luccino; entre muchos otros. Todos ellos ya se han convertido en andaluces que comparten y han estado presente en la gala respaldando el proyecto o participarán en eventos futuros para hacer público su apoyo.

Álvaro Guillén destacó que esta iniciativa, es un ejemplo y modelo de los valores que deben imperar en los difíciles momentos en los que nos encontramos, animó a otros sectores productivos a que se unan a esta cadena solidaria y agradeció a la Fundación el favor hacia las marcas por permitir, con una gran campaña en medios, incorporar el valor de la responsabilidad social con la visibilidad que merece el sector agroalimentario andaluz.

Instituciones Colaboradoras

FUNDACIÓN PERSAN

fundación Cruzcampo

Marcas Colaboradoras

PULEVA · Flota · Viñaverde · YBARRA · PEDRO · La Vieja Fábrica · Tragata · La Española Aceites · ALSUR · Espadafor · brillante sabroz · TIO PEPE · COVAP · Inés Rosales · E. Moreno · La Pedriza

Para trasladar esta campaña al público final, se ha puesto en marcha una importante campaña de comunicación, con el objeto final de sensibilizar la conciencia social. De esta forma, se han desarrollado campañas en medios online y offline y la creación de un website propia, donde ofrecer información de las marcas y establecimientos adheridos

Cajasol

Andaluces
Compartiendo®
Marcas Andaluzas Solidarias
TIO PEPE
PEDRO
Fragata
La Española
MUÑANA
TIO PEPE

Patatas Fritas Hispalana, s.l.

# Las más sabrosas

POLÍGONO INDUSTRIAL LA RED SUR, CALLE 41 NAVE 3
41500 ALCALÁ DE GUADAÍRA, SEVILLA
TELÉFONO 955 631 942 - FAX 955 630 389
www.patatasfritashispalana.com

EL PREMIO, QUE CUMPLE SU DECIMOPRIMERA EDICIÓN REÚNE A EMPRESARIOS, ENTIDADES E INSTITUCIONES ANDALUZAS EN LA CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE ANDALUCÍA CON MOTIVO DEL II FORO DE LA DISTRIBUCIÓN Y LA EMPRESA AGROALIMENTARIA

# LANDALUZ OTORGA EL DISTINTIVO DE CALIDAD A LA FUNDACIÓN CAJASOL, POR LA CAMPAÑA ANDALUCES COMPARTIENDO MARCAS ANDALUZAS SOLIDARIAS

EL RECONOCIMIENTO SUPONE EL COLOFÓN A UNOS AÑOS DE MUTUA COLABORACIÓN ENTRE LANDALUZ Y CAJASOL, DESDE QUE EN 2010 REALIZARAN LA PRIMERA DONACIÓN DE ALIMENTOS CON MOTIVO DE LA CAMPAÑA SOLIDARIA DE NAVIDAD

La Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía, entregó en la sede de la Confederación de Empresarios de Andalucía en el seno del II Foro de la Distribución y la Empresa Agroalimentaria el decimoprimero premio "Distintivo de Calidad" a la Fundación Social y Cultural Cajasol, por el continuo apoyo que dicha entidad viene mostrando desde hace años hacia el sector agroalimentario andaluz y por su impulso a la campaña Andaluces Compartiendo Marcas Andaluzas Solidarias.

Con este premio, que en la edición anterior recayó en el presidente los Centros Comerciales Alcampo – España, Patrick Coignard, LANDALUZ reconoce el esfuerzo que desde la entidad que Antonio Pulido preside, y que viene desarrollando en la promoción de las empresas andaluzas del sector agroalimentario en la campaña puesta en marcha de forma conjunta denominada Andaluces Compartiendo Marcas Andaluzas Solidarias. Además, es el colofón a unos años de mutua colaboración entre LANDALUZ y Cajasol, desde que en 2010 se realizaran la primera donación de alimentos con motivo de la campaña solidaria de navidad.

A través de este galardón, LANDALUZ distingue todos los años a personas, empresas u organizaciones que hayan impulsado a la Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía en la consecución de sus fines y objetivos.

LANDALUZ es la Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía entidad referente del sector agroalimentario de Andalucía, aglutinando casi el 40% de la facturación total

En la actualidad, LANDALUZ agrupa a 100 empresas que en su conjunto facturan 4.000 millones de euros y generan más de 20.000 empleos director en la Comunidad

del sector en la comunidad. Durante sus veinte años de trayectoria, la Asociación ha crecido en su nivel de representatividad sumando socios que han apostado por producir alimentos bajo el paraguas de la calidad, por la promoción comercial de sus marcas, por la unión de la industria agroalimentaria y por desarrollar acciones en común en la conquista de mercados. En la actualidad, LANDALUZ agrupa a 100 empresas que en su conjunto facturan 4.000 millones de euros y generan más de 20.000 empleos director en la Comunidad.

### FUNDACIÓN CAJASOL

La Fundación Cajasol es una institución de referencia a nivel regional y nacional, comprometida con las personas, el desarrollo, la educación y la igualdad de oportunidades; todo ello a través de la promoción, colaboración y puesta en marcha de actividades culturales, sociales y educativas en Andalucía. Una entidad conectada a los ciudadanos y a la situación, económica y social, que atraviesa la comunidad andaluza; por ello, en

## GALARDONADOS "DISTINTIVO DE CALIDAD A LA PERSONA"

**Manuel Albendín** (Gerente de Abasa, primera empresa a la que la Consejería de Agricultura concedió el distintivo de calidad Alimentos de Andalucía).
**José María Vara Izquierdo** (Director regional de Continente Andalucía, cuando recibió el premio), por el impulso que dio a los productos y empresas integrados en Alimentos de Andalucía, en la red de hipermercados andaluces.
**Alejandro Martín Pulgar** (Director regional de PRYCA de Andalucía), por el impulso de los productos de las empresas integradas en la Asociación Empresarial de Usuarios del Distintivo de Calidad "Alimentos de Andalucía".
**Al cuerpo técnico de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía,** por el trabajo desarrollado para la mejora, potenciación y conocimiento del distintivo de calidad Alimentos de Andalucía.
**Carlos Núñez Pol** (Director gerente de SADRYM y expresidente de la Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía), por su labor al frente de la Asociación durante dos legislaturas en las que colaboró a impulsar sus fines y objetivos.
**Julio Moreno Ventas,** (Director general de la Comercializadora de Productos Andaluces (CdeA), hoy en día Extenda), por el impulso en la internacionalización de las empresas agroalimentarias.
**Santiago Herrero León,** (Ex-presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía), por el apoyo y fomento del sector agroalimentario andaluz.
**José Luis Utasá,** (Director general de Makro España) por su labor del producto andaluz a nivel internacional.
**Diario ABC** con motivo de su 75 aniversario por la labor de difusión a la sociedad civil del sector agroalimentario andaluz a través de su cabecera ABC de Sevilla.
**Patrick Coignard,** (Presidente de Centros Comerciales ALCAMPO, S. A.), como distinción a la cadena que preside por su colaboración y lucha en pro de la promoción del sector agroalimentario andaluz.

WORLD'S BEST OLIVE OILS

Mejor

Virgen Extra del Mundo

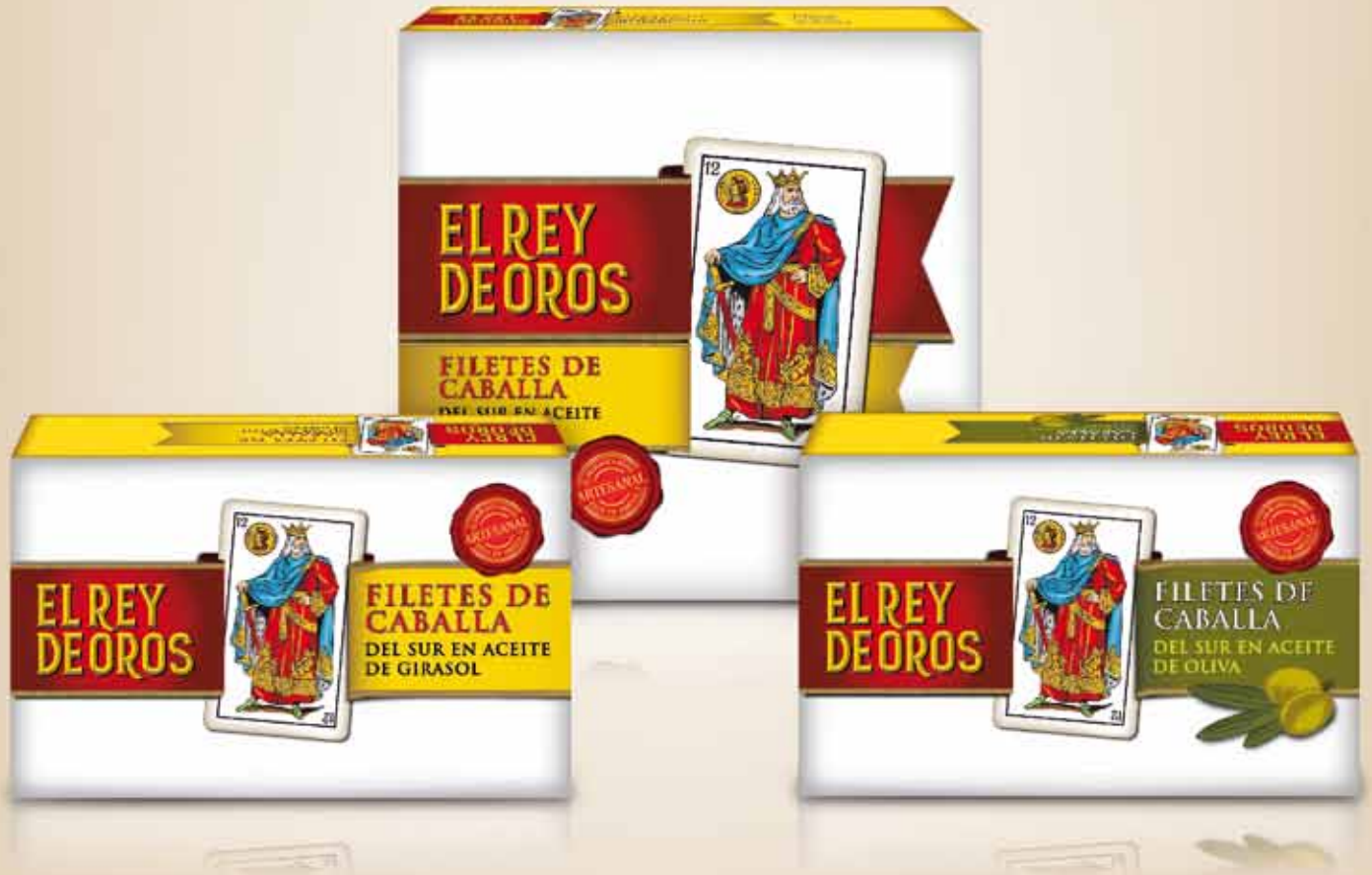
2012 / 2013

Ctra. A339 Km 24.5
14800 Priego de Córdoba, Córdoba
t. 957 54 70 17
f. 957 54 34 85
**mueloliva@mueloliva.es**
**www.mueloliva.es**

los últimos tiempos el componente social ha sido el eje central en el que se han enfocado todos sus ámbitos de actuación: cultura, emprendimiento, educación e investigación, acción social y patrimonio. En definitiva lo social es valor común a todos ellos.

# EL REY DE OROS

RIQUEZA DE LOS MARES DESDE 1925.




elreydeoros.com

Conservas El Rey de Oros S.L. · Polígono Industrial El Olivar 11160 Barbate, Cádiz · Tel. 956 430 000 · info@elreydeoros.com

LANDALUZ, ASOCIACIÓN EMPRESARIAL ALIMENTOS DE ANDALUCÍA, CELEBRA LA IV EDICIÓN DE LOS DESAYUNOS EMPRESARIALES, ENCUENTRO QUE SE HA CENTRADO EN LAS CLAVES DE LA INNOVACIÓN AGROALIMENTARIA EN ANDALUCÍA



# LA INNOVACIÓN, CLAVE PARA CUBRIR LAS NECESIDADES DEL MERCADO

## LANDALUZ Y MERCADONA RENUEVAN SU ACUERDO DE COLABORACIÓN PARA TENDER VÍAS DE COMUNICACIÓN ENTRE LOS DISTINTOS AGENTES DE LA CADENA AGROALIMENTARIA, CUYA SOSTENIBILIDAD PASA POR ABOGAR POR LA PRODUCTIVIDAD

LANDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía, conocedora 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, ha celebrado la cuarta edición de sus "Desayunos Empresariales Hacienda de Quinto".

En esta ocasión se ha abordado un tema de candente actualidad: Claves de Innovación Agroalimentaria en Andalucía. 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.

Este desayuno ha contado con la inestimable presencia de la consejera delegada de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior, Extenda, Vanessa Bernad, quien ha avanzado las líneas de actuación de Extenda para 2014, poniendo en valor la importancia que hoy más que nunca tiene la in-

Los participantes han destacado la necesidad de establecer la innovación desde la convicción de los órganos de decisión de la empresa, con dotación de recursos específicos que permitan una innovación abierta, donde prime la cooperación, pero siempre en un marco de protección de la propiedad intelectual e industrial

ternacionalización y el emprendimiento para las empresas andaluzas.

Los participantes han destacado la necesidad de establecer la innovación desde la convicción de los órganos de decisión de la empresa, con dotación de recursos específicos que permitan una innovación abierta, donde prime la cooperación, pero siempre en un marco de protección de la propiedad intelectual e industrial. También se ha puesto en valor el enfoque intersectorial de la innovación, que ha permitido por ejemplo, unir a la alimentación con otros sectores como el farmacéutico, el turístico o el aeroespacial, dando lugar a los alimentos saludables, la gastronomía o los alimentos convenience.

El desayuno ha contado con una cátedra plural, donde han estado representados la Corporación Tecnológica de Andalucía (CTA), a través de su Responsable técnico del sector agroalimentario, Nathalie Chavrier, así como empresas agroalimentarias con distinto volumen de negocios y experiencias en innovación como son: Acesur Grupo, con su director de I + D, Jesús Jiménez; Ganso Ibérico de la Dehesa, con su director de Calidad, Román Sayago y La Muralla de Estepa, con su director general, José Luis Olmedo.

La apertura del acto corrió a cargo de Nathalie Chavrier, quien habló en su ponencia de las oportunidades que todavía existen mediante la incorporación dentro del sector agroalimentario de tecnologías de información y comunicación, así como biotecnologías, las nano ciencias o ciencias ómicas.

También ha intervenido Jesús Jiménez, director de I+D de Acesur Grupo, quien ha insistido en que la competitividad, la inversión, la no improvisación, el contacto con los clientes y la convicción, son claves para la innovación, haciendo valido el eslogan de la empresa que representa “Acesur, Innovamos por Tradición”.

Román Sayago, director de Calidad de Ganso Ibérico de la Dehesa, ha defendido el compromiso de su empresa no sólo en comercializar un producto gourmet, también prestando especial atención al bienestar animal, una de las líneas estratégicas de su proyecto, cuidando la tierra y criando a sus animales en extensivo y en ecológico.

Por último ha intervenido José Luis Olmedo, director general de Dulces Olmedo (La Muralla), quien ha hecho hincapié en la implantación de la innovación en su empresa: tecnológica, de formatos, en producto y organizativa, lo que le ha permitido crecer de forma significativa en facturación, producción y número de empleados. Todo ello gracias al acuerdo estable que mantiene con Mercadona, empresa de la que es interproveedor de mantecados y pastelería variada.

## COLABORACIÓN

Al inicio del desayuno, LANDALUZ y Mercadona han renovado su acuerdo de colaboración de cara a 2014. El objetivo de dicho acuerdo es establecer vías de comunicación entre los agentes de la cadena agroalimentaria andaluza, cuya sostenibilidad pasa por la productividad y por tener siempre al consumidor como faro.

# PARA LLEGAR MÁS LEJOS

## ◆ MARKETING ONLINE / OFFLINE ◆

**Acciones personalizadas para potenciar el lanzamiento de productos agroalimentarios**

| GABINETE DE PRENSA | NEWSLETTER CORPORATIVO | NEWSLETTER PROMOCIONAL |
|---|---|---|
| 250 € | 250 € | 250 € |

PARA MÁS INFORMACIÓN: IBERPRESS, MARKETING Y COMUNICACIÓN
AVDA. DE JEREZ, 9. BLQ 4. 3ºE
954 127 072
AMUNIZ@IBERPRESSCOMUNICACION.COM

# X PREMIOS SOLIDARIOS 2013

El Festival de las Naciones entregó el lunes, 21 de octubre, en el Alcázar, sus X Premios Solidarios, que tienen como objetivo es reconocer iniciativas individuales, institucionales y colectivas, actitudes, talantes y formas de actuar que mitigan el sufrimiento de muchas personas en todo el mundo.

Según la organización, con este premio, pretender distinguir a LANDALUZ por su "trayectoria demostrada en el fomento de la solidaridad en la comunidad andaluza".

En esta ocasión, los premios han recaído en Reyes de la Lastra, Carlos Telmo, Asociación de Fundaciones Andaluzas, LANDALUZ, City Sightseeing, ONCE, Vitorio & Lucchino, Banco de Alimentos, Asociación Belén de la Solidaridad, Los del Río, Aguas Santas Ocaña, Costaleros del Padre Leonardo y Genoveva Casanova.

Estos premios cuentan con el madrinazgo de la duquesa de Alba y coincide con la celebración del Festival de las Naciones en los Jardines del Prado de San Sebastián que este año, igualmente, cumple 10 años.

# 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

# PLAN PROMOCIONAL INTERNACIONAL 2014

## LANDALUZ VUELVE A TENER PREPARADA UNA SERIA DE ACTIVIDADES INTERNACIONALES QUE PERMITIRÁN AL ASOCIADO ENCARAR TANTO LA PROMOCIÓN DE SUS PRODUCTOS COMO SU PROPIA COMERCIALIZACIÓN A NIVEL SUPRANACIONAL

Desde hace ya un par de años, con el conocido cambio de estructura, LANDALUZ ha venido lanzando un nuevo modelo de ferias internacionales de carácter rotatorio que permite al asociado participar en ferias agroalimentarias de importancia internacional a un precio muy asequible, compartiendo los gastos que conlleva la participación en tales eventos con otros socios también participantes. Previa organización del stand, el uso efectivo de este es total. Degustaciones, reuniones con clientes, presencia corporativa y el propio aprovechamiento que lleva intrínseco una feria están al alcance de los asociados que así lo deseen.

Para este año LANDALUZ tiene prevista la participación en ferias tales como PLMA Holanda, ya convocada y cerrada; CIBUS, en Parma; Summer Fancy Food, en Nueva York; Speciality Fine Foods, en Londres; Food and Hotel, en China y aquellas propuestas por los propios asociados que susciten el interés de un quórum necesario para sacar la feria adelante.

Igualmente, LANDALUZ prosigue con su labor de promo-

ción del producto andaluz en el mundo. Tras los cambios sufridos en el panorama económico andaluz, con su reducción de ayudas públicas aparejados, la asociación ha seguido, pese a las dificultades, con el modelo de Promoción en Punto de Venta Internacional.

Tras el éxito de la promoción de Mercacenter Andorra 2013 se retoma la acción en abril 2014. Igualmente, para este 2014 se vuelve a colaborar con CITYSHOP China en una acción a desarrollar durante los meses de mayo y junio. Para este año también se ha programado un evento promocional en Luxemburgo, concretamente con la cadena LA PROVENÇAL, con la que actualmente se está perfilando la promoción. Y, de forma paralela, continúan las negociaciones con otras cadenas, tratando de cerrar nuevas acciones promocionales que lleven a promocionar el producto andaluz por todo el mundo.

Finalmente, y todavía como gran novedad, continúa el desarrollo del servicio de Consolidación Internacional, aún joven. Ser los intermediarios de cadenas e importadores internacionales en España es una ardua tarea que permite a la asociación poder comercializar directamente productos de sus propios asociados. Seguimos en China y, recientemente, se ha abierto abierto una gran puerta en Estados Unidos. Se consolida la presencia en Tailandia y Hong Kong, se tienen puentes hacia Suiza y Luxemburgo y se depositan grandes esperanzas en el Oriente Medio. El camino es largo, como en lo internacional, aunque ya empieza a dar sus frutos este excelente servicio.

Misiones comerciales inversas, showrooms and show cookings, resolución de consultas y mucho más, que a buen seguro este año se pondrá en marcha. Otra año mas, LANDALUZ Internacional estará a su entera disposición.

# PROGRAMACIÓN INTERNACIONAL LANDALUZ 2014

**• PROMOCIONES EN PUNTO DE VENTA**
LA PROVENÇALE, Luxemburgo. Marzo.
MERCACENTER, Andorra. Abril.
CITYSHOP CHINA. Mayo

LANDALUZ continúa sus labores de búsqueda de nuevas colaboraciones con cadenas internacionales para nuevas promociones.

**• FERIAS INTERNACIONALES**
En colaboración con ICEX, EXTENDA y FIAB y siempre que se obtenga un quórum mínimo de empresas participantes:

SIAL Canada. 30 abril - 2 de mayo. (Convocada)
ALIMENTARIA Barcelona. Marzo – Abril 14. (Cerrada)
PLMA AMSTERDAM, Mayo 2014 (Cerrada)
SUMMER FANCY FOODS USA. Verano 2014.
SPECIALITY FINE FOOD, Septiembre 2014.
HOFEX, FOOD And HOTEL China. 13 – 15 noviembre.

A lo largo del año se irán convocando ferias internacionales según intereses de los asociados. Para cerrar una feria se necesitará un mínimo quórum de participación por parte de los asociados.

**• CONSOLIDACIÓN INTERNACIONAL**
LANDALUZ continuará con su labor de promoción de este servicio, además de reforzar a los actuales clientes. Para este año se pondrá especial atención en los siguientes mercados, sin descantar potenciales oportunidades:

ORIENTE MEDIO
CHINA
HONG KONG
TAILANDIA
SUIZA
LUXEMBURGO
ESTADOS UNIDOS

**• SHOWROOMS / SHOWCOOKINGS y MISIONES COMERCIALES INVERSAS**
Nuestra asociación sigue con la estrategia e organizar eventos promocionales para atraer el interés de los potenciales clientes. Se desarrollarán a lo largo del año, con fechas aún por confirmar. Así mismo, LANDALUZ participará en la misión inversa organizada conjuntamente con la feria ALIMENTARIA Barcelona.

SPAIN
SPAIN
LANDALUZ
ANDALUSIAN FINE
FOOD
2741
LANDALUZ

SERVICIOS PARA LA INTERNACIONALIZACION
DE LA EMPRESA ANDALUZA
www.extenda.es
extenda
extenda

# LANDALUZ Y EXTENDA ORGANIZAN, POR QUINTO AÑO CONSECUTIVO, UNA MISIÓN INVERSA CON COMPRADORES DEL GRUPO MERCACENTER ANDORRA



## RESPONSABLES DE COMPRAS DEL GRUPO DE DISTRIBUCIÓN ANDORRANO MERCACENTER ACUDIERON A SEVILLA PARA REUNIRSE CON EMPRESAS DEL SECTOR AGROALIMENTARIO, APOYADAS POR LANDALUZ, ASOCIACIÓN EMPRESARIAL ALIMENTOS DE ANDALUCÍA

La misión, que se enmarca dentro de la programación anual de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, entidad dependiente de la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia, y organizada conjuntamente con LANDALUZ, tiene como objetivo la celebración de entrevistas con las empresas interesadas en participar en la Promoción en Punto de Venta que tendrá lugar en almacenes de la cadena en el mes de abril.

Las entrevistas tuvieron lugar los días 20 y 22 de enero, a las que acudieron más de cuarenta empresas, muchas de las cuales repiten participación tras los buenos resultados obtenidos el año pasado.

Es el quinto año que se organiza esta promoción de productos andaluces en Mercacenter Andorra, que en 2013 cosechó importantes éxitos, tanto por el volumen de ventas, como por el número de productos que se quedaron referenciados en la cadena.

Para este año se ha logrado reunir a empresas de diferentes sectores como los de cárnicos, aceites, vinos, dulces, productos elaborados, conservas de pescado y vegetales. Concretamente, los participantes de LANDALUZ fueron: Marciense, Montealbor, Torregonza, Inddeco, La Flor de Rute, Romero Álvarez, Ubago, Valcaliente, Bornay, Sierra de Jabugo, Icarben, Camporico, Oleocampo, La Abuela Carmen, Bodegas Muñana y LANDALUZ.

El grupo Mercacenter cuenta con una posición de liderazgo comercial en Andorra, siendo además la única empresa minorista que continúa creciendo tanto en volumen de ventas como en cuota de mercado.

# LANDALUZ SE DA CITA CON LA MARCA BLANCA EN LA PLMA ÁMSTERDAM 2014



LANDALUZ regresa a la PLMA Holanda con stand propio. Gracias a la colaboración que mantiene con EXTENDA, Agencia Andaluza de Promoción Exterior, LANDALUZ podrá poner a disposición de los asociados interesados un stand rotatorio en el evento ferial de Holanda que tendrá lugar entre los días 20 y 21 de mayo en la ciudad de Ámsterdam.

Serán cinco las empresas que podrán disfrutar de esta gran oportunidad a un coste reducido: Ubago, Industrias Espadafor, Huerta Camporico, Productos Majuelo y la reciente incorporación como asociado Bodegas Barón.

La feria PLMA, que da cabida a expositores y visitantes procedentes de toda Europa, es el principal punto de encuentro para la gran distribución europea. Este evento reúne a minoristas y fabricantes para ayudarles a encontrar nuevos productos, establecer nuevos contactos y descubrir nuevas ideas en el mundo de la marca de distribuidor.

En 2013, la feria profesional contó con 3802 stands. El total de empresas expositoras fue de 2119, 1465 en la sección "Food" y 654 en la "Non - Food". En esta edición estuvieron representados 70 países de todo el mundo, lo que nos da una idea del carácter internacional de la feria y, además, cabe destacar que todos los distribuidores e importadores de las grandes cadenas estuvieron presentes.

Los pabellones con mayor número de participación fueron Alemania, Italia, Países Bajos y Francia. En cuanto al número de visitantes fue de 10.811 procedentes de 115 países durante dos días de feria.

# LANDALUZ PREPARA SU QUINTA ENTREGA DE ANDALUCÍA COCINA ANDALUCÍA



## TRAS EL ÉXITO OBTENIDO LOS CUATRO ÚLTIMOS AÑOS, SE PONE EN MARCHA LA NUEVA EDICIÓN DEL LIBRO QUE INTENTA PROMOVER EL CONSUMO DE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS ANDALUCES DE CALIDAD EN EL CANAL HORECA DENOMINADO ANDALUCÍA COCINA ANDALUCÍA

LANDALUZ ha querido embarcarse de nuevo en este proyecto en colaboración con la Academia Andaluza de Gastronomía y Turismo así como con la Fundación de la Caja Rural del Sur.

La quinta edición versará conceptualmente en la intención de poner en valor uno de los más insignes baluartes dentro de la amplia y extensa oferta gastronómica de Andalucía: las sopas frías. Andalucía cuenta con una enorme tradición en lo que a este tipo de recetas se refiere. En casi todas las regiones de nuestra Comunidad Autónoma se elaboran todo tipos de sopas frías tales como: salmorejo, gazpacho, gazpachuelo, ajo blanco, así hasta un largo etcétera. Andalucía cuenta con establecimientos, todos ellos de alta cocina, en los que se rinden culto a este tipo de recetas.

En este libro se recoge el recetario tradicional y su evolución a lo largo del tiempo de muchas sopas frías que satisfagan a clientes que quieren recuperar sabores tradicionales y de siempre en sus experiencias gastronómicas por toda la geografía andaluza. Se han seleccionado en torno veinticinco de los mejores chefs de Andalucía para que recreen estas recetas tradicionales andaluzas con una visión renovada, todas ellas maridadas con los productos de aquellas empresas que se muestren interesadas en colaborar en esta acción de promoción.

La selección de dichas establecimientos se ha hecho en base a criterios objetivos como: uso del producto andaluz en cocina, presencia de vinos, cervezas y aceites de la tierra en las mesas, etc. Todo ello supervisado por una consultora de eventos gastronómicos de primer nivel.

Esta edición contará con cocineros de primer nivel como Dani García (Puente Romano), Angel León (Aponiente), Xanty Elías (Restaurante Acanthum), Celia Jiménez (Bodegas Campos), Willy Moya (Taberna Poncio) y así hasta veinte establecimientos y cocineros que realizarán recetas con productos de La Vieja Fábrica, Inés Rosales, Usisa, Hacienda Guzmán, Caballero, Rey de Oros, Grupo Estévez, Ybarra, Barbadillo y un largo etc..

Esta publicación además de ser utilizado como material corporativo por LANDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía, en diferentes ferias nacionales e internacionales a las que asiste, se envía también a la base de datos de hostelería de segmento alto/muy alto de toda España.

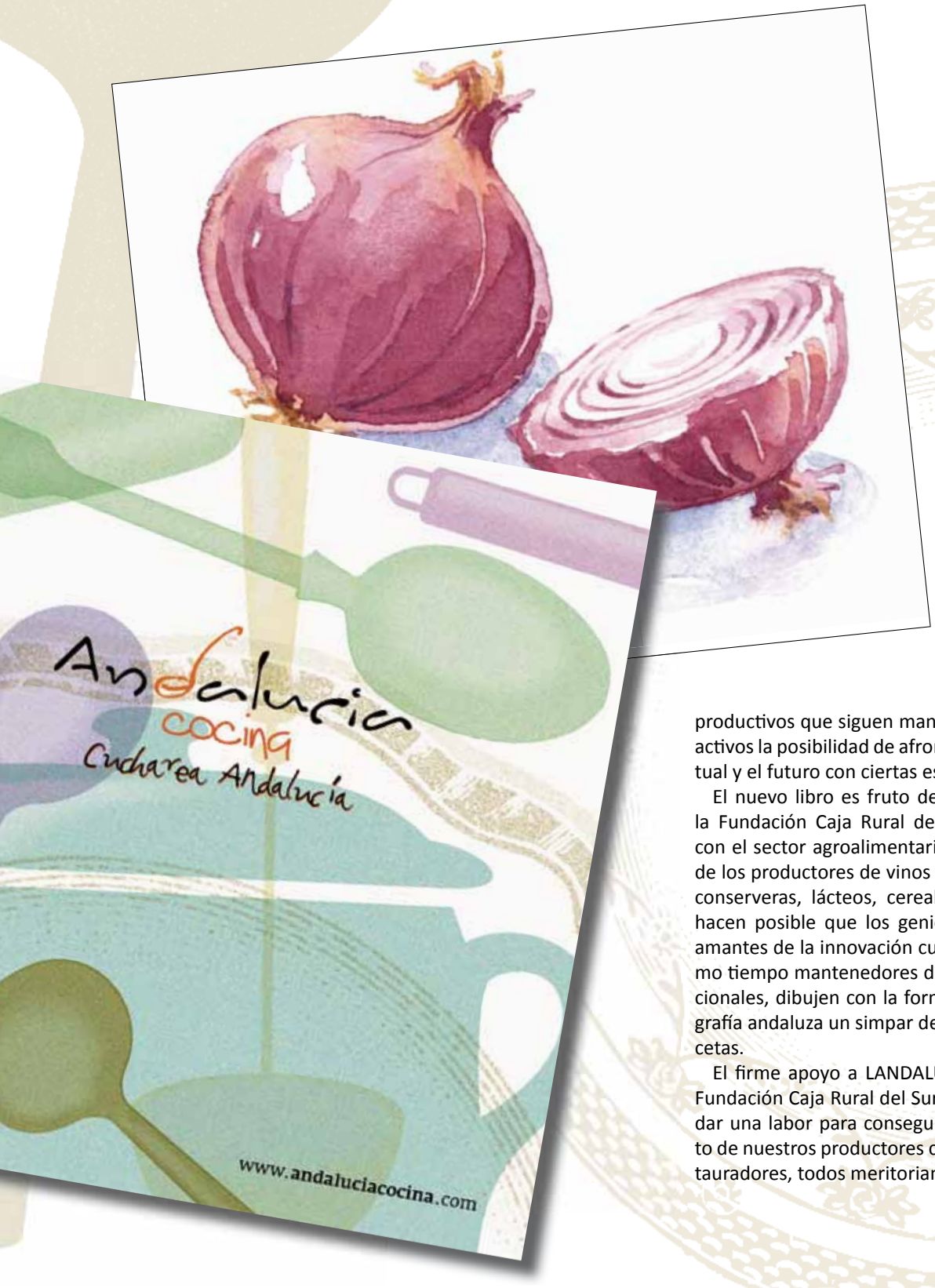
Se trata sin duda de una fantástica guía para cualquiera que desee que le recomienden un establecimiento en Andalucía, por las recetas únicas con las que contará.

Se renueva el convenio de colaboración con la Fundación Caja Rural del Sur para la nueva publicación de Andalucía Cocina Andalucía

Hoy por hoy, el sector agroalimentario andaluz es de los pocos sectores económicos y

*José Luis García - Palacios Álvarez. Consejero y patrono de la Fundación Caja Rural del Sur.*

Esta publicación además de ser utilizado como material corporativo por LANDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía, en diferentes ferias nacionales e internacionales a las que asiste, se envía también a la base de datos de hostelería de segmento alto/muy alto de toda España




productivos que siguen manteniendo entre sus activos la posibilidad de afrontar la situación actual y el futuro con ciertas esperanzas.

El nuevo libro es fruto del compromiso que la Fundación Caja Rural del Sur, tiene para y con el sector agroalimentario. Las exquisiteces de los productores de vinos y vinagres, aceites, conserveras, lácteos, cereales y leguminosas, hacen posible que los genios de los fogones, amantes de la innovación culinaria pero al mismo tiempo mantenedores de los sabores tradicionales, dibujen con la forma de nuestra geografía andaluza un simpar de sorprendentes recetas.

El firme apoyo a LANDALUZ por parte de la Fundación Caja Rural del Sur, no es sino respaldar una labor para conseguir el reconocimiento de nuestros productores con los mejores restauradores, todos meritoriamente laureados.

# PORRA DE LA COMARCA DE ANTEQUERA

## CON ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA VENTA DEL BARÓN

# INGREDIENTES

Para 6 personas

5 tomates maduros
1 huevo cocido
1 vaso de aceite de oliva virgen extra Venta del Barón
1 diente de ajo
2 cucharadas de vinagre de vio
1 pimiento del piquillo
1 cucharadita de sal
medio kilo de pan de pueblo

# ELABORACIÓN

Molerlo todo y rectificar el punto de sal a gusto del comensal.

# NUESTRAS MARCAS Y SOCIOS



### A.P.A. SAN SEBASTIÁN S.C.A.
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

### 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

### 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 VALCALIENTE
Sector: IBÉRICOS
Exposición, 7
41013 SEVILLA
Tel.: 618336216
gjimenez@valcaliente.es
www.valcaliente.es

### 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

### AL ANDALUS DELICATESSEN
Sector: MIELES
Peñoncillos, s/n 18420
Lanjarón (GRANADA)
Tel.: 958 77 21 11
Fax: 958 77 22 28
info@alandalussca.com
www.alandalussca.net

### ALIMENTOS "LA PEDRIZA" S.L.
Sector: LEGUMBRES
C/ 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
C/ 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

### BIO DIS
Sector: PARAFARMACIA Y HERBOLARIOS
Pol. Ind. Majaravique, nave 30 D
41309 La Rinconada (SEVILLA)
Tel.: 954 90 06 90
Fax: 954 90 55 77
gerencia@boi-dis.com
www.bio-dis.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 BARON, S.A.
Sector: VINOS
C/ Molinillo 2ª, 2 y 3
11540 Sanlúcar de Barrameda (CÁDIZ)
Tel.: 956 36 07 96
Fax: 956 36 52 56
info@bodegasbaron.es
www.bodegasbaron.es

## 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

## 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

## 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

## 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

## CAPRICHO ANDALUZ
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

## 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

## CONSERVAS UBAGO 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

## 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

## 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

## EMBUTIDOS MORENO PLAZA S.A.
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

# NUESTRAS MARCAS Y SOCIOS

## ENVASADOS LOLA 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

## EXPLOTACIONES INTER. AQUAÍFERAS S.A. SIERRA DE 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

## 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 MEDINA 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

## 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

## 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 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

## HIJOS DE YBARRA S.A.
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

## 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

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

## ICE QUALITY DREAMS 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

## 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

### 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 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

### INÉS ROSALES S.A.U.
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

### INVERSIONES ANUDA S.L. 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

### 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

### 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

### 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 CULTIVADA (ARBEQUINO ANDALUZ,S.L.)
Sector: ACEITE
Julio Cesar, 2 - 1º
41001 (SEVILLA)
Tel.: 954 56 39 49
info@lacultivada.com
www.lacultivada.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

### LUIS CABALLERO CIAL. Y DISTRIBUCION, S.A.
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

### 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

# NUESTRAS MARCAS Y SOCIOS

## 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

## 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

## MONTEALBOR, ALIMENTACION, S.A.
Sector: PLATOS PREPARADOS
Pol. La Red, calle 17, nº 34
41500 Alcalá de Guadaíra (SEVILLA)
Tel.: 955 63 01 03
Fax: 955 63 03 18
alopez@montealbor.com
www.montealbor.com

## 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

## 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

## 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

## 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

## 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

## 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

## PATATAS FRITAS Y APERITIVOS 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

## 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.es

### 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

### 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

### 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

### 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

### 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

### 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

### 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

### 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

# NUESTRAS MARCAS Y SOCIOS



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

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

*El aperitivo por Excelencia.*

Aceitunas Guadalquivir S.L., Camino Alcoba S/N
41530 Morón de la Frontera - Sevilla - ESPAÑA
Tfno: +34 955 85 47 10 Fax: +34 954 85 25 13 www.agolives.com

PRODUCTOS VEGETALES

ALSUR

Te esperamos en
**Alimentaria** 2014

**Palacio 2. Pabellón Expoconser.**
**Nivel 0. Stand E 112.**

# DE LA HUERTA A SU MESA

## FROM THE GARDEN TO YOUR TABLE

**SOLA DE ANTEQUERA SA:** Ctra. Córdoba-Málaga Km 520 - 29200 Antequera (Málaga) www.alsurvegetales.com
**ALSUR PERÚ:** Sector pecuario II Mz.Q lote 1 Umapalca – Sabandia. Arequipa. T. 5154438631 www.alsurperu.com
**AGRÍCOLA ALSUR CUSCO:** Urb. Tres Reyes S/N C.C, Marjko Distrito y Provincia de Anta, Departamento de Cusco.