





## INTRODUCCIÓN

El sector de gran consumo, y todas las empresas que operan en su cadena de valor, lleva sufriendo desde hace más de tres años los mayores obstáculos de su historia: primero fue la pandemia con las restricciones más estrictas jamás conocidas; después una guerra en Europa; unos incrementos de costes sin precedentes, especialmente materias primas e insumos; una crisis energética de escala mundial; los paros de transportistas, la sequía... Todos estos factores han conducido a una inflación récord en décadas, subidas de los tipos de interés, caída de bancos internacionales, y una sociedad cada vez más asfixiada y con menor poder adquisitivo.

A nivel de comunicación y opinión pública, si bien tras la pandemia el sector salió reforzado por haber garantizado el abastecimiento y las medidas de seguridad y salud pública en las tiendas en un momento de máxima dificultad, siendo aplaudidos en los balcones y reconocidos públicamente por todos, en el contexto político actual, en año electoral, el populismo y su interesado desprestigio de la figura de la empresa y del empresario ha hecho que se acuse públicamente al sector de la distribución comercial de aprovechar la situación para incrementar sus márgenes, causando un daño reputacional al mismo.

No obstante, los estudios realizados y las fuentes oficiales, incluso el propio Gobierno de España, la CNMC, la Agencia Tributaria y el Banco de España, concluyen lo contrario, el comercio de gran consumo no sólo no ha ampliado márgenes, sino que ha servido como dique de contención frente a la inflación para evitar una subida de precios mayor, gracias a la competitividad y amplia competencia que existe en el mismo.

## OBJETIVO



El objetivo de la jornada es informar, reflexionar y profundizar en la información económica especializada que ofrecen los medios de comunicación sobre el sector comercial de gran consumo, así como la percepción que la opinión pública pueda tener sobre la misma.

Para ello, participan en la jornada los principales periodistas expertos de los medios de comunicación de Andalucía que ofrecen información económica del sector comercial y de la cadena de valor de gran consumo, para intercambiar impresiones y exponer los distintos puntos de vista sobre el tratamiento de la información que se ofrece del sector comercial andaluz. Paralelamente, también participan los DIRCOM de las principales empresas asociadas a la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y a la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS).



## PROGRAMA



### 9:30h. Acto de apertura

- D<sup>a</sup>. Virginia González Lucena, presidenta de CAEA.
  - Representante de CaixaBank Andalucía.
- D<sup>a</sup>. Cecilia Ortiz, directora general de Comercio de la Junta de Andalucía



### 10:00h. Mesa debate

#### **“La comunicación desde el sector de la distribución comercial de gran consumo”**

- D. Francisco Torres, Coviran.
- D<sup>a</sup>. Pilar Hermida, Grupo Día.
- D<sup>a</sup>. Alba Poveda, Mercadona.
  - D. Matías Bueno, Lidl.
- D<sup>a</sup>. Teresa Bayarri, Consum.



**Modera:** D<sup>a</sup>. Raquel Ruiz Galán, vocal de la Comisión de Comunicación de CAEA y directora general de Supermercados Ruiz Galán.



### 11:00h. Pausa – Café Networking



### 11:30h. Mesa debate

#### **“Medios de comunicación e información sobre el sector de la distribución comercial de gran consumo”**



- D<sup>a</sup>. María Jesús Pereira, jefa Sección Economía ABC de Sevilla.
- D. Alberto Grimaldi, Subdirector Diario de Sevilla en Grupo Joly.
- D<sup>a</sup>. Beatriz Castillo, jefa de Economía de los Servicios Informativos de Canal Sur TV.
- D. Juan Esteban Poveda, delegado de El Economista en Andalucía.
  - D. Diego García Cabello, Onda Cero Andalucía.

**Modera:** D. Álvaro González Zafra, director general de CAEA.



### 12:30h. Acto de cierre y de presentación del I Premio CAEA de Comunicación

#### **“A la mejor información sobre el sector de la distribución comercial de gran consumo”**

**Presenta y conduce la jornada:** D<sup>a</sup>. Patricia García Mahamud, DIRCOM de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA).



**CAEA**

Confederación Andaluza Empresarios  
Alimentación y Perfumería

**WWW.CAEA.ES**

**f** @SOMOSCAEA

**X** @SOMOSCAEA

**in** /CAEA

**▶** /CAEA