

Listos para alimentar futuros?

FEED

N. 07

Diciembre 2022

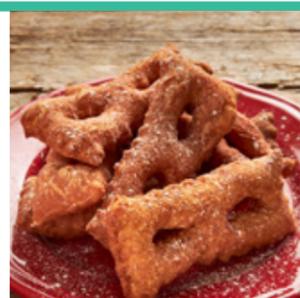


► *So Yummy* ► *Up to Date* ► **What's up?** ► **B-side**

04

So Yummy

Maravillosas recetas para una Navidad perfecta



12

Up to Date

Entrevista a Loara Costa
Directora de Marketing y
Trade Marketing de Sovena

16

What's up

Iniciativas que refuerzan nuestro compromiso con la sostenibilidad



38

B-side

Gil Menezes y su pasión por la música

Recetas para una Navidad muy especial

La Navidad es una época festiva en la que la familia se reúne para celebrar. En estas fiestas, es habitual tener una mesa llena de cosas ricas para compartir en buena compañía. Celebra la Navidad con las sabrosas sugerencias que tenemos para ti, recetas navideñas para sorprender a todos y hacer tus comidas en familia mucho más especiales!





Pierna con salsa de piña

Tiempo: 1h30

Raciones: 10

INGREDIENTES PARA LA MARINADA:

1 pierna de cerdo con hueso y piel

(alrededor de 4 kg)

1 piña

1 pimiento

½ taza de vino blanco

4 cebollas

6 dientes de ajo

3 hojas de laurel

3 clavos

1 rama de canela

5 granos de pimienta

INGREDIENTES PARA LA SALSA:

Todo el líquido de la marinada

1 cucharada de aceite de oliva Virgen Extra

½ cebolla

1 cucharada de harina

1 ½ cucharada de miel

sal y pimienta negra molida

PREPARACIÓN:

De la marinada:

Preparar los ingredientes de la marinada: pela y corta la piña en trozos, pon en la licuadora y bate con vino blanco hasta que quede suave; machaca los dientes de ajo; corta las cebollas en cuartos.

Utiliza una fuente profunda, ya que la pierna suelta mucho líquido y grasa al hornear. Preparamos ahora la marinada: colocar la pierna, agregar las cebollas, dientes de ajo, hojas de laurel, clavo, canela y granos de pimienta negra. Bañar toda la carne con el jugo de piña, cubrir con film transparente y dejarlo macerar en la nevera al menos 3 horas - voltear la carne durante este tiempo para que todos los lados se queden sumergidos en la marinada. Si lo prefieres, deja en el frigo durante la noche.

Para el asado:

Precalentar el horno a 180°C. Coger la pierna del frigorífico y dejar a temperatura ambiente mientras el horno se calienta - la carne no debe ir tan fría para el horno.

Ponga la pierna sobre una tabla, y cuele el marinado líquido sobre un tazón, descartando la canela, las hojas de laurel, el clavo y los granos de pimienta. Las cebollas y los ajos los ponemos en la fuente de horno. Reservamos el líquido colado en el frigorífico, se utilizará para hacer la salsa.

Con papel absorbente, seque bien la piel de la pierna. Con un cuchillo bien afilado hacer cortes en diagonal sobre la piel, superficialmente, sin llegar a la carne. Ponga la pierna en la fuente, añada 2 cucharadas de sal y riegue la piel con aceite de oliva. Cubra la bandeja para hornear con 2 hojas de papel de aluminio, y ponga a hornear durante 3h30 hasta cocción. Para verificar, pinche con un cuchillo en el centro de la pieza y compruebe que el líquido esté limpio. Si aún tiene sangre, déjelo cocer más (el cálculo es 1 hora de horno por kilo de carne).

Una vez horneado, retire el papel de aluminio y devuelva la pierna al horno,

suba a 240°C y hornee por otros 30 minutos hasta que la piel esté crujiente. Mientras se termina, preparamos la salsa.

Para la salsa:

Picar finamente la mitad de la cebolla y el pimiento.

En una cacerola pequeña, poner el aceite, añadir la cebolla y los pimientos y sazonar con una pizca de sal. Saltear durante unos 3 minutos hasta que se ponga tierna.

Agregue la miel y mezcle bien. Espolvorear harina y remover durante unos 3 minutos, hasta que parezca pegamento. Retire la sartén del fuego, rocíe con 1/2 taza (té) del líquido de la marinada y mezclar bien con un batidor para disolver todos los grumos de harina. Agregar el resto de líquido gradualmente, revolviendo hasta que quede fino.

Dejar la cacerola a fuego lento, tapar y dejarlo cocinar por otros 20 minutos, removiendo de vez en cuando para no pegarse al fondo. Apagar el fuego, salpimentar y pasar para una salsera.

Retire la pierna del horno y sirva a continuación, con la salsa de piña y la cebolla y pimientos que quedaron en la sartén.



Migas de bacalao con menta

INGREDIENTES

1,5 kg de bacalao desalado
1,5 kg de pan en rodajas finas
5 dientes de ajo picado
5 huevos
5 cucharadas de menta o hierbabuena
2,5 dl de aceite de oliva Virgen Extra
Sal
Pimienta molida

PREPARACIÓN:

Cocer el bacalao con cuidado para no dejar que hierva. Escurrir y limpiar de pieles y espinas. Reservar el agua de la cocción. En una fuente de horno, colocar la mitad del pan, encima la menta y bañar con 5dl del caldo de cocer el bacalao. Tapar y dejar reposar 10 minutos. Añadir el bacalao desmenuzado, los huevos y mezclar todo hasta que quede homogéneo. En una sartén perfumar el aceite caliente con el ajo. Retirar el ajo y agregar el preparado a base de bacalao. Dejar cocinar cuidando que las migas no queden secas.



Coscorões

INGREDIENTES

500g de harina
 3 huevos
 1,5 dl de zumo de naranja
 10 cucharadas de aceite de girasol
 azúcar para espolvorear
 canela en polvo
 pizca de sal

PREPARACIÓN:

- Poner la harina en un bol con una pizca de sal, el zumo de naranja, los huevos y el aceite de girasol
- Amasar muy bien y, si queda líquido añadir un poco más de harina, amasando hasta obtener una masa que pueda ser extendida y moldeada con un rodillo.
- Retirar del bol y amasar encima de la mesa, mezclando bien hasta que se despegue sin problemas de la mesa.
- Formar una bola con la masa y dejar reposar durante aproximadamente 1 hora.
- Estirar pequeñas porciones de masa con un rodillo a un espesor de aproximadamente 1 mm y cortar rectángulos largos (10 cm por 3 cm), hacer 2 pasadas a lo largo y freírlos en aceite caliente.
- Espolvorear con azúcar y canela.



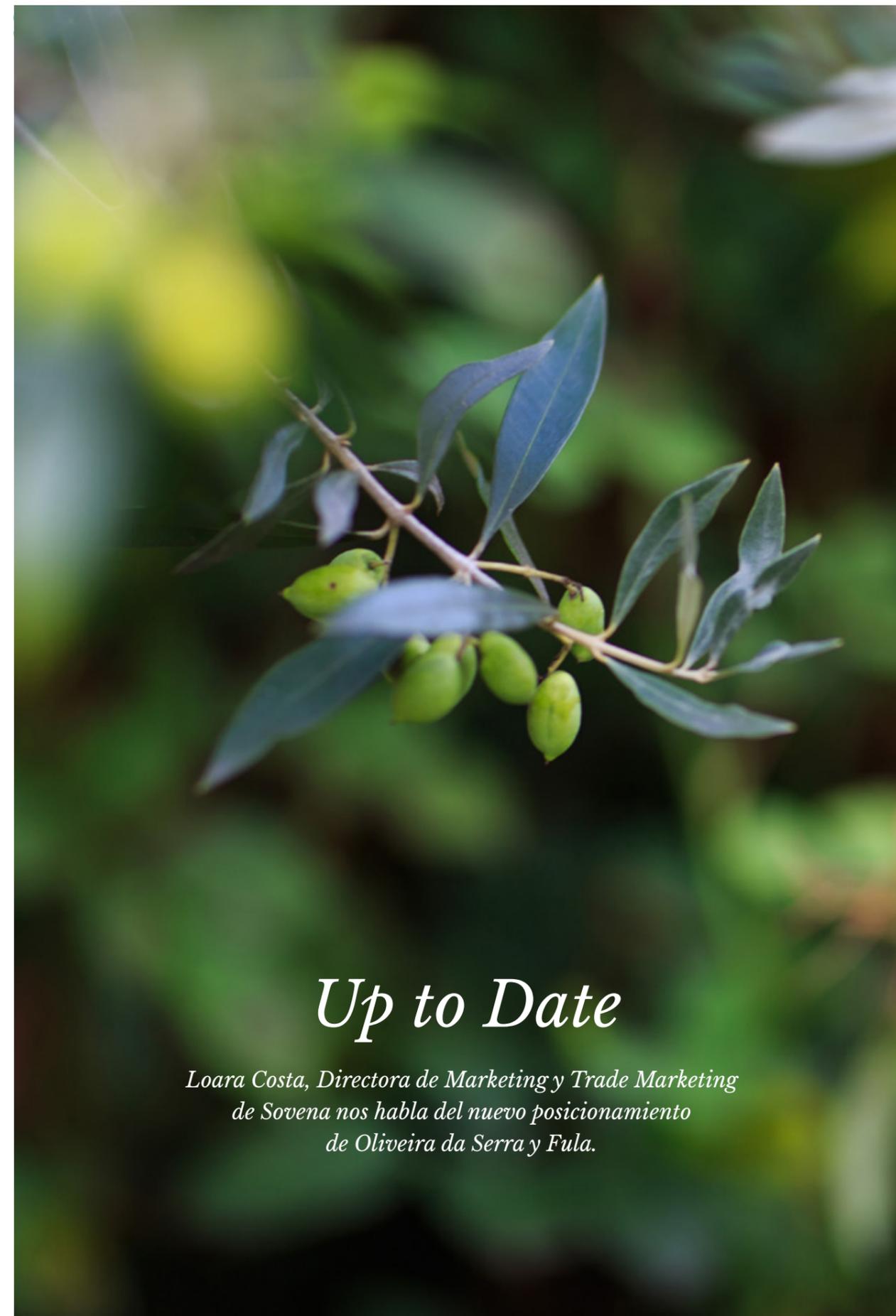
Galletas de canela

INGREDIENTES

400g de azúcar
300g de harina
1.5dl de jugo de naranja
50 g de mantequilla
1,5 dl de aceite de oliva VE
Canela en polvo

PREPARAÇÃO

- Poner todos los ingredientes excepto la canela, en el recipiente para hornear y batir hasta obtener una masa homogénea.
- Luego estirar la masa finamente sobre un film o papel anti-adherente, y espolvorear con canela en polvo
- Hornear durante 5 minutos a 190°C
- Nada más sacar la masa del horno, darle forma de galletas antes de que se enfríe o solidifique.
- Conservar las galletas en un lugar fresco y seco.



Up to Date

Loara Costa, Directora de Marketing y Trade Marketing de Sovena nos habla del nuevo posicionamiento de Oliveira da Serra y Fula.



No es suficiente sólo con tener un buen producto.

“O Bom, Pela Terra” es la firma del nuevo posicionamiento de Oliveira da Serra. El objetivo es comprometerse con todo el ciclo de la alimentación?

Sí, sin duda. nuestro propósito es “crear un impacto positivo en todo el ciclo de la alimentación”, premisa que es inherente a la razón de ser de Oliveira da Serra y que siempre ha estado presente, desde su origen. Siempre hemos sido de la tierra y para la tierra y queremos hacer más y mejor.

El producto Oliveira da Serra es líder de mercado, pero ya no es suficiente con tener solo un buen producto, ¿verdad?

Cierto. Producir productos excelentes ya no es suficiente, especialmente cuando vemos que la Tierra está cambiando. Las marcas tienen que cambiar por ella y acompañar al consumidor que nunca ha estado tan informado y consciente. Por otro lado, las personas cada vez hacen más y ponen más de su parte a favor del planeta y de la sociedad, incluso con decisiones pequeñas. Por lo tanto, nunca tuvo tanto sentido presentar este nuevo posicionamiento como en los tiempos que corren. Es importante que la marca tenga la capacidad de hacer el bien, dentro y fuera de la botella.

La sostenibilidad es uno de los ejes principales que han preocupado al sector empresarial en todo el mundo. ¿Cómo de importante es para Sovena y qué cambios han implementado para cumplir con determinados objetivos?

Sovena siempre se ha preocupado por el tema de la sostenibilidad y continuamente busca adoptar las mejores prácticas en todas las fases del proceso de producción, con un desempeño sostenible, aplicando prácticas

responsables y reforzando las apuestas en la investigación, innovación y desarrollo. Toda nuestra cadena de valor está integrada con nuestros principios de sostenibilidad. Nuestra producción agrícola tiene cero desperdicio. Esto sucede gracias al aprovechamiento máximo de subproductos. Por ejemplo, incorporamos los restos de poda en el suelo para aumentar la materia orgánica, y utilizamos el hueso de la aceituna como fuente de energía en la almazara. Trabajamos con cero desperdicio de agua, debido a nuestros modernos sistemas de riego por goteo que garantizan una eficacia superior al 90% en el uso del agua, que aumentan el uso eficiente de este importante recurso natural. También dedicamos cerca de 1000 hectáreas con alto valor ecológico para la conservación con un enfoque en agua, suelo y biodiversidad. Este enfoque es extensivo a todas nuestras áreas de negocio, concretamente en el componente industrial, donde a lo largo de los años hemos optimizado nuestros recursos y realizado una reducción drástica de los residuos que generamos. También estamos invirtiendo en energía procedente de fuentes renovables, mediante uso de calderas de biomasa, con certificados energéticos de electricidad verde y por la instalación de paneles solares en algunas de nuestras fábricas. Tratamos de inculcar a nuestros socios el mismo propósito que nos mueve y hemos encontrado una gran receptividad por parte de todos. Quien está unido a la tierra debe tener mucho respeto por ella. En este tema podemos, por ejemplo, hablar de nuestra búsqueda de soluciones con el objetivo de obtener envases con mayor capacidad de reciclabilidad y una circularidad más sostenible, sin comprometer la calidad.

Trabajamos bajo la lógica del ecodesign, un diseño alineado con el mundo actual y del mañana, que examina todos los aspectos sobre cómo puedes mejorar tu actitud hacia el planeta, a través de técnicas y estrategias que reducen el uso de materiales y aumentan su compatibilidad con los flujos de reciclaje existentes.

Oliveira da Serra se enorgullece de recibir el primer certificado de reciclabilidad Recyclclass emitido en Portugal, y por lo tanto también el 1º en aceite de oliva!

Como resultado, logramos la clasificación máxima para envases de plástico de la marca. También hemos reducido el uso de plástico virgen, consiguiendo botellas más livianas, e incorporamos RPET reciclado en todos nuestros envases de plástico.

Pero nuestra preocupación va más allá del plástico. Rediseñamos las etiquetas y optimizamos su diseño, reduciendo una cantidad significativa de la tinta utilizada. En las cajas de transporte, también reducimos la cantidad de tinta y colores, además de contar con la certificación FSC.



Cabe señalar que la sostenibilidad no es sólo medioambiental y, por tanto, también prestamos mucha atención a la parte social. En ese sentido, nos preocupamos por las personas que trabajan con nosotros, y también por las comunidades locales y por supuesto por nuestros consumidores. En este contexto, venimos desarrollando a través de nuestras marcas iniciativas de sensibilización por la alimentación y el fomento de prácticas más sanas y nutritivas.

En cuanto a Fula, también hay un nuevo enfoque: desafiar a los consumidores a utilizar el aceite de otra manera. ¿Por qué?

Fula presentó este año un nuevo propósito en el que desafía a los portugueses a salir de su zona de confort y les inspirar a crear nuevos platos en la cocina, demostrando que es posible hacer más con ingredientes simples y cotidianos. Queremos inspirar un futuro más diverso e inclusivo y ayudar a las personas para reinventar su forma de cocinar y preparar recetas.

Una nueva era llena de sabores y posibilidades. Esta es nuestra invitación a la mesa del consumidor: "¿Preparado para experimentar?" es el slogan basado en este nuevo posicionamiento.

Hablamos de una marca histórica muy querida por los portugueses, que se extiende por generaciones. ¿El objetivo es también tratar de unirse a los más jóvenes?

Fula quiere estar cerca de todas las generaciones. Nuestro propósito es inspirar un futuro con alimentos más diversos e inclusivos para cualquier persona. Tratamos de responder a las necesidades de audiencias diferentes, creando relevancia para diferentes perfiles de consumidores. En esta nueva etapa de Fula, mostraremos

que somos una marca que acompaña las perspectivas de nuevos públicos y que renace modernizada, junto con los consumidores de siempre. Con un aspecto interesante y diferenciador, seremos capaces de generar conversaciones más completas e interesantes también con los más jóvenes.

Cuéntanos un poco sobre la campaña

Ya que queremos llegar al mayor número de consumidores posible, apostamos por una comunicación 100% integrada, estando en TV, radio, exterior, digital y punto de venta. La comunicación tiene un tono ligero y desafiante. "¿Otra vez la misma pasta? ¿Filete también hoy? ¿Más buñuelos?" son las frases que dan inicio al nuevo anuncio de Fula y que demuestran que no siempre hay variedad en las comidas del día a día. El anuncio continúa con un desafío de Fula, mostrando experiencias donde el gusto por la cocina y la creatividad dan como resultado un nuevo "menú" de platos sabrosos y diversos.



El regalo de las primeras aceitunas

Es tiempo de abrir este regalo y ver el fruto de las primeras aceitunas en las mesas portuguesas esta Navidad. El aceite de 1ª Cosecha 22/23 ya fue lanzado y nuestra campaña contempla materiales de comunicación, en la calle, digitales y en zonas comerciales del norte al sur del país. El regalo de las primeras aceitunas es el slogan que presenta el que para nosotros es uno de nuestros aceites más especiales. No solo porque son las primeras aceitunas del año, sino también por tratarse de un virgen extra con un sabor único. Por eso te retamos a vivir esta campaña como si fuera la primera. Si tú ves un anuncio, haz una foto y comparte las imágenes con nuestro hashtag #PrimeiraColheita22_23 y etiqueta a @azeiteoliveiradaserra. Vamos a saborear juntos esta 1ª cosecha.





Hace un tiempo nos hicimos una pregunta a nosotros mismos: ¿qué podemos hacer por la tierra?

Descubrimos que podemos hacer mucho. Siempre hemos sido de la tierra. Es nuestro origen. Creemos que todo lo que hacemos por ella nos es devuelto a nosotros. Creemos que el trabajo contra la naturaleza nunca tendrá futuro y que nuestras acciones hablan por nosotros. Este año, hemos lanzado un nuevo posicionamiento. Un nuevo tono de comunicación. Una nueva imagen, un nuevo packaging y una campaña multimedia. Pero más que eso, también queremos compartir una idea:

No se trata sólo de cambiar, sino también de inspirar el cambio.

De comportamientos, de ideas, de elecciones. Se trata de hacer que cada uno de nosotros crea que podemos cambiar el mundo porque juntos, realmente podemos hacerlo.

Gracias a todos por formar parte de la historia de Oliveira da Serra.

Oliveira da Serra, o Bom pela Terra

El nuevo posicionamiento nace para marcar el comienzo de una nueva era. Este no es un nuevo propósito, es más bien el despertar de la razón de ser de Oliveira da Serra, porque siempre hemos sido de la tierra y para la tierra. Nuestro objetivo es crear un impacto positivo en todo el ciclo de la alimentación, compromiso que se refleja en el slogan "O Bom, pela Terra".

MANIFESTO

Sempre fomos da terra.

Crescemos com cada oliveira que plantámos, colhemos os frutos da nossa ambição e produzimos o melhor azeite do mundo.

Mas fazer bons produtos, já não chega. A Terra está a mudar, e marcas como a nossa têm de mudar por ela.

As peessoas nunca estiveram tão informadas e conscientes. Já não são consumidores, mas sim alimentadores, que fazem a sua parte, mesmo nas escolhas mais pequenas.

Oferecer um bom produto não é apenas sobre ser o melhor. É também sobre fazer o melhor que podemos, dentro e fora da garrafa.

Impactar todo o ciclo da alimentação.

Por isso, somos proativistas, otimistas e transparentes, ao longo de toda a cadeia, alimentando conversas regenerativas com a natureza e diálogos sem filtros com as pessoas.

Acreditamos que um bom produto é um produto que faz bem: à nossa terra, a quem a trabalha, a todos os que nos escolhem e, acima de tudo, ao planeta.

A nossa marca conta a nossa história e inspira o nosso futuro.

Sempre fomos terra. Agora, somos da terra para a Terra.



prontos para

experimentar?



Fula fomenta la experimentación en la cocina

La marca que quiere desafiar la creatividad de los consumidores

Fula presenta un nuevo propósito, a través del que desafía a los portugueses a salir de su zona de confort y les inspira a crear nuevos platos en la cocina, demostrando que puedes hacer más con ingredientes sencillos y cotidianos. La marca recuerda que cocinar no tiene que ser algo muy elaborado o difícil, todo lo contrario, puede ser fácil y divertido. “¿Preparado para experimentar?” es el slogan de Fula basado en el nuevo posicionamiento, que invita a la experimentación, la creatividad y la diversidad alimentaria.

Según Loara Costa, directora de Marketing y Trade Marketing de Sovena, el propósito de Fula es inspirar un futuro más diverso e inclusivo.

Queremos ayudar a las personas a reinventar la manera de interpretar las recetas. Una nueva era llena de sabores y posibilidades. Esta es nuestra invitación a la mesa portuguesa.

La campaña de Fula en éste año 2022 pretendía profundizar en las experiencias en la cocina, donde el gusto por cocinar y la creatividad dan como resultado un nuevo “menú” de platos innovadores. La campaña contó con presencia en TV, radio, vallas publicitarias, digital y punto de venta. McCann fue la agencia que desarrolló firma, campaña y diseño de etiquetas de embalaje y With Company fue la empresa responsable de la definición estratégica del nuevo posicionamiento.



¡FULA CELEBRA 60 AÑOS!

Fula celebra 60 años y, no hay mejor excusa que un cumpleaños y también la Navidad, para recordarte que la mejor combinación surge cuando unimos la tradición a la experimentación, dando a las recetas ese toque especial.

En esta época festiva Fula ha lanzado una campaña digital e interna en la que invita a los consumidores y colaboradores de Sovena a recrear un dulce de navidad. En unas fechas mágicas en las que los postres tienen una presencia obligada en nuestras mesas, Fula, una vez más, desafía a los portugueses a usar su imaginación y a reinventar la cocina.



Una edición más de Casa Andorinha

Casa Andorinha abrió sus puertas a una increíble experiencia sobre el mundo del aceite de oliva y trajo un poco del mundo del olivar a Brasil. El espacio ubicado en São Paulo, estuvo abierto entre el 2 y 25 de septiembre, y presentaba al público, de forma libre, varias experiencias inmersivas y multisensoriales. Entre ellas, una exploración sobre el viaje del aceite de oliva desde la tierra hasta el plato y cómo los cinco sentidos se relacionan con toda la producción, además de ofrecer a los visitantes la posibilidad de probar, crear y comprender el rico universo del aceite de oliva.



Casa Andorinha también contó con otras actividades que acercaron al consumidor al producto. En la barra multisensorial, el público fue invitado a realizar una inmersión visual en la producción de aceites de oliva, además de degustar el portfolio de la marca.



Dentro de tantas actividades, el Restaurante Casa Andorinha también fue una de las estrellas de la acción. Capitanado por el Chef Gil Gondim y con una carta de irresistibles recetas firmadas por chefs colaboradores, como Rodrigo Oliveira, Bela Gil, Carla Pernambuco, Vítor Sobral, Priscilla Herrera, Juliano Valse, Pizzerías de Erick Momo 1900 y Bar do Juárez. Se ofrecieron también experiencias únicas con bebidas hechas con aceite de oliva.



En el año de celebración del 95 aniversario de la marca, dos de las atracciones de Casa Andorinha fueron el lanzamiento de la segunda edición de Azeite Brasileiro, con producción 100% nacional y una Collab Store, con marcas asociadas y productos exclusivos de Andorinha, asegurando que todos pudieran llevarse a casa una parte de esa experiencia inolvidable.

Parte del beneficio recaudado en Casa Andorinha fue empleado en proyectos sociales de los que la marca Andorinha se enorgullece en participar.



Descubriendo el aceite

Inspirado en uno de los momentos más tiernos y desafiantes de la infancia, Andorinha trae una novedad única. Un aceite pensado para aquellos que se aventuran a hacer sus primeras comidas. Creemos en la comida de verdad, en el poder que una buena alimentación puede ejercer sobre nuestra vida desde temprana edad, y por eso la introducción de los alimentos es muy importante porque impacta futuras decisiones y la salud de los niños. El aceite de oliva ayuda mejorar la consistencia y el sabor de las papillas, además de aportar una cantidad adecuada de grasas, según la Guía Alimentaria para la población brasileña y reafirmado por la Sociedad Brasileña de Pediatría. Ácidos grasos y grasas en el aceite de oliva son esenciales para el desarrollo del cerebro y habilidades cognitivas de los niños, además de ayudar en los procesos de absorción de vitaminas y en la regulación inflamatoria del organismo. Como fuente de vitamina E, es un gran aliado del sistema inmunológico del bebé.



¡Andorinha cumple 95 años!

Transformar positivamente las relaciones de las personas con la comida es lo que nos mueve día tras día. Hace 95 años, desde la primera lata de aceite de oliva, que llevó #AzeiteDeVerdade al mercado, hasta estos días, Andorinha ha formado parte de la mesa y de la historia de muchas familias. Andorinha 95 años: Porque el aceite de oliva no es todo igual.



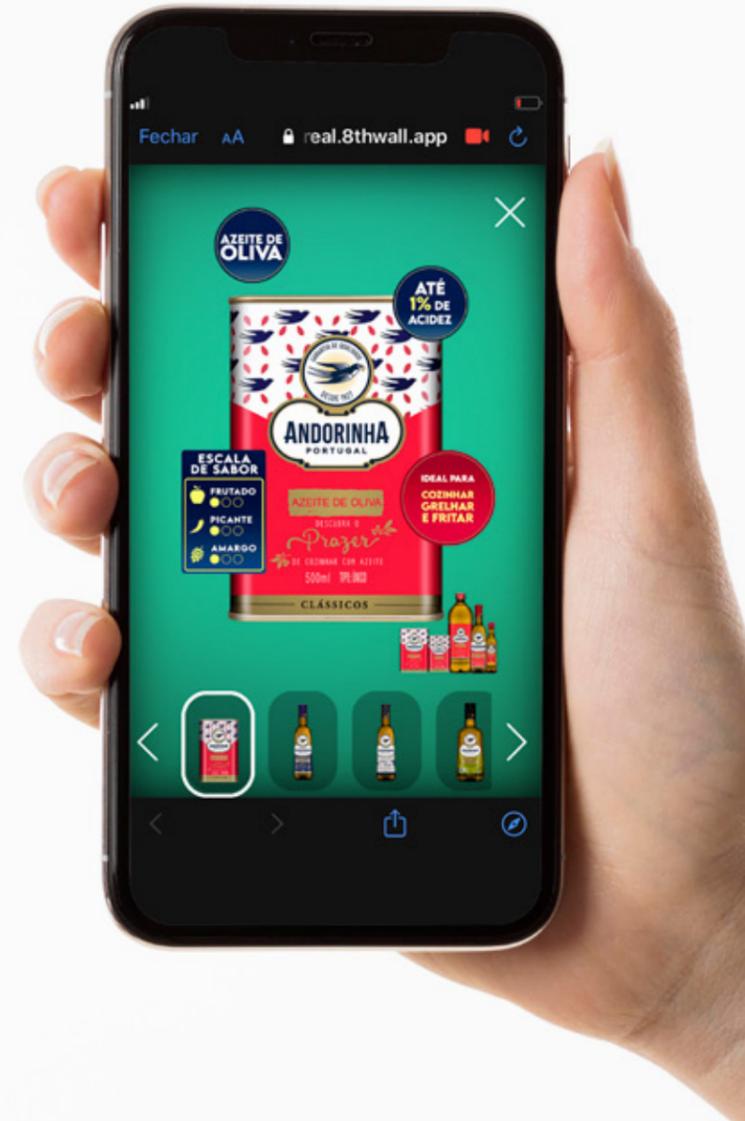
Realidad aumentada

Andorinha lanza una nueva campaña con la tecnología de Realidad Aumentada. La herramienta, que ayuda al consumidor en el momento de la compra, surge para reforzar la idea de que el "aceite no es todo igual", ofreciendo todas las informaciones de cada producto en la palma de tu mano.

"Andorinha trae tecnología, innovación y educación al punto de venta, lugar donde precisamente se produce el 70% de la decisión de compra del consumidor. Además de tener una experiencia única con la realidad aumentada alrededor de nuestra botella, ofrecemos información relevante sobre toda nuestra gama", dice Paula Guedes, Responsable de Trade Marketing del Grupo Sovena.

Desde el mes de abril, en los lineales de los supermercados de todo Brasil tienen un Código QR que lleva al consumidor la realidad aumentada a su teléfono móvil. Al enfocar con la cámara un producto de la marca, la tecnología entra en acción y muestra las características de ese aceite. A partir de ahí también es posible acceder a la información de otras referencias del portfolio. Con este lanzamiento pionero, Andorinha ofrece tecnología y dinamismo en los puntos de venta y crea una forma de transmitir al consumidor todo el trabajo que hay detrás de los productos. La idea es unir el mundo real con el digital, fomentando el consumo de productos saludables y de calidad.

Loara Costa, Directora de Marketing y Trade Marketing de Sovena, explica la idea que hay detrás de la nueva tecnología: "Andorinha trae una innovación que va de la mano con lo que la marca cree: educar es la forma de transformar las relaciones de las personas con el aceite de oliva. ¡Estamos muy orgullosos de este proyecto!"



Projeto RevoA.



El Nordeste brasileño es una región con un gran número de familias agricultoras. Sin embargo, es donde existe el mayor déficit de acceso a herramientas, tecnología y conocimiento.

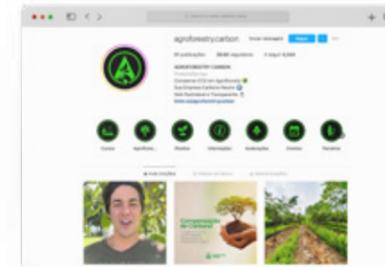
El Proyecto Revoa nace para apoyar a las empresas y emprendedores innovadores con soluciones que impactan la vida de la población a través de la alimentación.

Aceite de Oliva Virgen Extra Andorinha Proyecto Revoa es un aceite de oliva muy especial, delicioso y con un objetivo. Tiene un aroma afrutado, resultado de aceitunas maduras y dulces, recolectadas en un lote especialmente seleccionado. Con acidez de 0,4%, es perfecto para armonizar y combinar con diferentes tipos de alimentos, transformando cualquier plato, y la vida de muchas personas.

Aceleramos negocios innovadores y start-ups con soluciones probadas y validadas que, en su aplicación, provocan cambios e impactos reales en la vida de la población nororiental.

Y es con la venta de aceite de oliva Andorinha Virgen Extra Proyecto Revoa que vamos a apoyar proyectos que dan solución a los problemas de acceso y seguridad alimentaria en las comunidades del Nordeste brasileño.

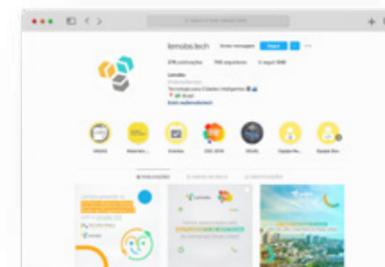
Negocios seleccionados:



AGROFORESTRY CARBON

(@agroforestry.carbon)

Conecta empresas que quieren compensar sus emisiones de carbono y ser más sostenibles con pequeños agricultores y agroforestadores, que son remunerados para diversificar su producción, recuperar áreas degradadas y reducir los impuestos al carbono.



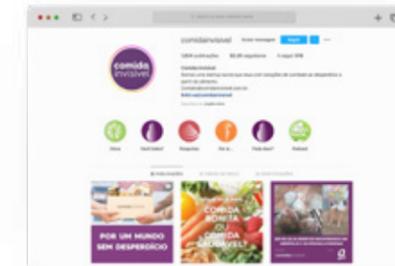
LEMOBS (@lemobs.tech)

Software para la gestión de la alimentación escolar con el objetivo de reducir el desperdicio de alimentos, mejorar la calidad nutricional de las comidas escolares y aumentar el consumo de alimentos producidos por la agricultura familiar.

COMIDA INVISÍVEL

(@comidainvisivel)

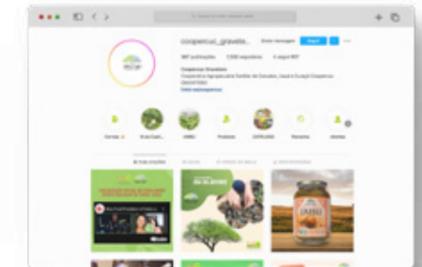
Plataforma con geolocalización que conecta a aquellos que tienen alimentos para donar con quienes los necesitan. El objetivo es reducir el desperdicio y la mala distribución de alimentos y contribuir a la reducción de gases de efecto invernadero en el planeta.



Amitis

(@oamits)

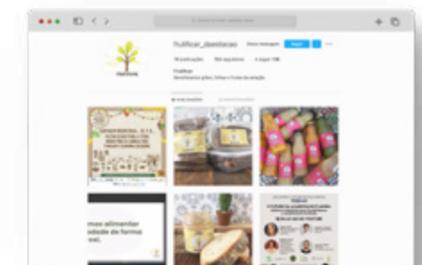
El enfoque del negocio es implantación de huertas hidropónicas, a través de la micro-agricultura distribuida en zonas urbanas (en los barrios de mayor vulnerabilidad social), generando rendimientos y mayor seguridad alimentaria, además de facilitar el acceso a los alimentos naturales para la población.



COOPERCUC - GRAVETERO

(@coopercuc_gravetero)

Es una cooperativa de agricultores familiares de productos de la región semiárida, con más de 16 años en el mercado y con la marca comercial ya consolidada GRAVETERO. El foco está en la consolidación del modelo de asociación (Community Business Hub) que tiene como objetivo integrar la comercialización y logística de sus productos y la creación de nuevos Centros de Distribución asociados en el Nordeste brasileño.



FRUTIFICAR

(@frutificar_daestacao)

Actúan en la producción y comercialización de alimentos saludables, principalmente zumos, basados en el apoyo a la producción sustentable y la agroecología familiar.



SOSTENIBILIDAD Nuestras Acciones y Compromisos

El informe de Sostenibilidad 2021 de Sovena, con el lema Committed for Good, refleja y refuerza, una vez más, el compromiso de Sovena, y el de todos nosotros, con la sostenibilidad. Basados en tres pilares – Calidad, Seguridad Alimentaria e Innovación – juntos implementamos día a día nuestra estrategia de sostenibilidad, basada en la producción sostenible, el compromiso con procesos eficientes y bajos en carbono, el desarrollo de nuestros colaboradores, el desarrollo de las comunidades que nos rodean y en la educación alimentaria, convergiendo con nuestro propósito de acelerar el futuro de la alimentación mundial. En este informe, elaborado con el apoyo de muchos, damos visibilidad a los innumerables proyectos e iniciativas con impacto positivo en todas las geografías y presentamos un

panorama de cada uno de los compromisos que hemos asumido. Son 15 compromisos en total, de los que destacamos la evolución de cinco de ellos. Estamos desarrollando el Plan de Gestión de Valores Naturales de nuestras fincas, que define medidas para la gestión y puesta en valor de todos los valores naturales: biodiversidad, servicios ecosistémicos, especies amenazadas, ecosistemas amenazados y áreas de conservación. El trabajo, iniciado a finales de 2021, fue presentado en 2022 en una sesión de debate público. Redujimos nuestras emisiones de gases de efecto invernadero en un 8%, en gran parte como resultado de una fuerte inversión en energía de fuentes renovables. El 55% de nuestra electricidad proviene de fuentes renovables, resultado de la

instalación de paneles solares en Brenes y la compra de certificados de energía verde en todas las instalaciones en Portugal. Ya hemos incorporado el 19% de PET reciclado en las botellas de plástico de nuestras principales marcas, lo que corresponde a +300 toneladas de plástico. Iniciamos el proceso de certificación de Sovena como Empresa Familiarmente Responsable, una certificación dedicada exclusivamente a la gestión de personas, donde trabajamos temas como la calidad del trabajo diario, la conciliación de la vida personal y profesional, la igualdad de oportunidades, la diversidad, el desarrollo personal y profesional, la salud y el bienestar. Nada de esto sería posible sin el compromiso y dedicación de cada uno. MUCHAS GRACIAS a todos. ¡Juntos, por un futuro mejor!



SOVENA se une a GRACE

En camino a un mayor crecimiento y madurez de Sovena en términos de respeto por la Sostenibilidad (en términos de Ambiental, Social y Gobernanza), nos asociamos a GRACE. GRACE- Empresas Responsables- es una asociación de servicios públicos con muchos años en Portugal, que opera en las áreas de Responsabilidad Social y Sostenibilidad, y que ya cuenta con más de 200 empresas de las más variadas dimensiones y sectores de actividad, comprometidas con su papel en la implementación de soluciones para un crecimiento sostenible. Al asociarnos con GRACE, tenemos, entre otras ventajas, acceso a un serie de cursos de formación, eventos, iniciativas y talleres actualizados e imprescindibles para el tema de la Sostenibilidad que está en constante evolución y transformación, así como el acceso a toda una lista de buenas prácticas, debates y nuevas soluciones. Sin duda será un muy buen compañero relevante para SOVENA! Juntos, Alimentamos Futuros.



What's up?



Sovena USA se une a Rome Clean & Green para limpiar la Ciudad en el Día de la Tierra

Empleados de Sovena USA participaron en la Rome Clean and Green's annual Great American Cleanup en el mes de abril. Rome Clean and Green se une a otros afiliados en todo el país para limpiar nuestros vecindarios, parques, senderos y caminos.

Un equipo de empleados y familiares de Sovena comenzó en su sede en Rome una ruta para recoger basura a lo largo de Olive Grove Street, Brooks Road y alrededores. En solo dos horas, llenaron una camioneta de ocho pies con restos y desperdicios.

"A escala global, era importante para Sovena contribuir al Día de la Tierra porque nos



esforzamos por crear un impacto positivo en la sociedad, fomentando activamente el futuro de nuestro planeta y de las personas", dijo Jonathan Batson, Marketing Manager de Sovena USA. "A nivel local, queremos hacer todo lo posible para mantener Rome y el medioambiente limpios, y dar un buen ejemplo para los demás."

"Definitivamente estamos planeando repetir la iniciativa el próximo año, con mayor conocimiento y experiencia, para que podamos hacerlo mejor", dijo Batson.



What's up?

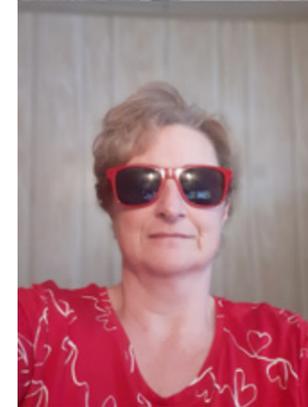


Sovena USA se viste de rojo por las mujeres

A principios de año, empleados de Sovena USA mostraron su apoyo para ayudar a la Asociación Americana del Corazón para luchar contra enfermedades cardíacas y accidentes cerebrovasculares en las mujeres, en la iniciativa "Go Red for Women". Esta iniciativa mundial juega un papel muy importante en la concienciación de que las mujeres también se ven afectadas por enfermedades del corazón, e inspirándolos a controlar su propia salud y bienestar. Como distribuidor de productos saludables para el corazón en USA, esta acción se llevó a cabo cerca de nuestra oficina. Nuestros empleados estaban felices de vestirse de rojo para ayudar a apoyar esta causa. Sovena USA también se asoció con la Asociación Americana del Corazón como patrocinador en su anual Go Red for Women Luncheon, realizado en Rome, NY. Esta iniciativa pretende educar incluso más al público sobre la salud de la mujer. No se trata solo de vestirse de rojo. No se trata solo de compartir datos sobre la salud del corazón. Se trata de todas las mujeres junto a Go Red para cambiar el mundo. Juntas no hay nada que las mujeres no puedan alcanzar.



Go Red for Women to support ending heart disease & stroke in women!





Salud y bienestar de nuestras personas

En Sovena nos preocupamos por la salud y el bienestar de nuestra gente.

En Portugal aprovechamos el mes de mayo, mes del corazón, para organizar la Semana de la Salud y patrocinamos la participación de nuestra gente en la Carrera Nocturna de Barreiro.

Además, en el tema del bienestar, recientemente ampliamos las áreas cubiertas por el Programa de Apoyo al Empleado, para incluir:

- Legal;
- Financiero / Fiscal;
- Psicosocial;
- Psicológico / Personal



Nuevo software de mantenimiento - digitalización

Para apoyar los esfuerzos de digitalización del Grupo Sovena, el área de Mantenimiento en Sovena Oilseeds Portugal implementó un nuevo software de gestión de activos, Glose EAM, que optimiza y automatiza todas las actividades relacionadas con la gestión operativa de equipos en las instalaciones de Sovena.

A través de dispositivos móviles es posible identificar todos los activos de la organización (desde componentes, equipos, vehículos, instalaciones técnicas, etc.) con el uso de chips NFC, previamente instalados, en una perspectiva de gestión de su ciclo de vida.

Esta solución de movilidad permite a los operarios y gerentes recibir solicitudes de trabajo, informar el estado del trabajo que se les ha asignado, la asignación de mano de obra y materiales y la ejecución del plan de mantenimiento de forma totalmente digital a través de equipos móviles como smartphones y tablets.



Carrera nocturna de Barreiro 2022

En el marco de la Campaña de Prevención y Control del Tabaquismo, y con el objetivo de promover hábitos de vida saludable entre los empleados, Sovena se sumó a la Carrera Nocturna'22 de Fórum Barreiro, que tuvo lugar en el mes de mayo y cuyo recorrido discurrió junto a nuestra unidad industrial de Barreiro. Felicidades a los 33 atletas/empleados de Sovena que, corriendo o caminando, participaron e hicieron de esta carrera un momento de convivencia y de compartir. El evento también tuvo un carácter social, ya que el 10% del valor de la inscripción fue donado a la institución Refood Barreiro, y Sovena también contribuyó aportando sus productos a esta institución.





¡Vuelven los Días Sovena!

Tras una interrupción de dos años, hemos retomado una de las iniciativas que más nos motiva, ¡los Días Sovena! Un momento de aprendizaje que es también un momento de implicación con la cultura Sovena, aderezado con muy buen humor. En 2022, además de Portugal, también iniciamos el Día Sovena en España. Hasta el mes de septiembre se celebraron 7 Días Sovena en los que alrededor de 200



empleados conocieron un poco mejor lo que hacemos en nuestras áreas de producción, en Portugal y España. Este año, además del día dedicado a nuestro Olivar (Ferreira do Alentejo), hemos realizado 2 días dedicados a nuestra Zona Industrial (Barreiro y Palença) y un día dedicado a conocer el mundo del Girasol (España). Queda mucho por ver, ¡así que estad atentos! 

Valoramos la formación profesional – Programa de Incentivos a la Formación Profesional

Sovena y la Fundação Amélia de Mello lanzan un programa de 3 años para distinguir y valorar la formación profesional, con énfasis en la atribución de becas de prácticas, premios al mérito en las categorías Industrial y Agrobusiness, además de un Concurso Anual al mejor proyecto de innovación y emprendimiento. Como parte de la alianza con ATEC, Sovena estuvo presente en la 5ª Feria de Negocios en Palmela en el mes de junio, divulgando a los estudiantes un poco más sobre el Grupo Sovena y sus áreas industriales, habiendo integrado también los premios ATEC a través del premio al mérito Sovena/FAM (Fundação Amélia de Mello).



Conciliación y EFR

Para Sovena, el tema de la conciliación es un elemento fundamental para seguir alimentando el futuro, comenzando por lo que más nos inspira, nuestra gente y sus familias, pero también las comunidades donde operamos. Creemos que una gestión eficaz de la conciliación permite mejorar la vida de todas las personas de Sovena y sus familias, equilibrando sus distintas dimensiones con los aspectos inherentes a nuestro negocio, siempre desde un profundo sentido de la responsabilidad y el rigor. Por ello, en 2021, con esta orientación en mente, se decidió iniciar el proceso de certificación efr (empresa familiarmente responsable) en todas las empresas del Grupo Sovena en Portugal. En agosto y septiembre de 2022, realizamos las primeras charlas efr, con el objetivo de dar a conocer el concepto de conciliación en Sovena y el Plan de Medidas efr, fomentando una mejor comunicación interna.

sovena

Código de Ética y Conducta

¡Consulta aquí!

Promovemos la Ética
Accede aquí al Código de Ética y Conducta del Grupo Sovena.
Para más información, contacta con el Área de People & Culture.

Código Ético y de Conducta

En 2022, actualizamos nuestro Código Ético y de Conducta del Grupo Sovena, reforzando nuestra posición y compromiso en áreas clave, como Derechos Humanos, Sostenibilidad y Medio Ambiente. Para asegurar un amplio conocimiento del Código Ético y de Conducta del Grupo Sovena, se han llevado a cabo acciones de comunicación y sensibilización, con el fin de llegar a todas las partes interesadas.

sovena

Conciliação & Orientação Estratégica efr 2022 - 2025
People & Culture



Brenes: Certificado Energía verde

Nuestra fábrica de Brenes obtuvo el certificado de Energía Verde, que garantiza el uso de energía 100% procedente de fuentes renovables. Este hito representa un paso más en nuestro compromiso con la sostenibilidad y la protección del medio ambiente.

Esta planta de Brenes cuenta con una instalación fotovoltaica para autoconsumo, capaz de captar la energía del sol para producir el equivalente al consumo medio anual de más de 600 hogares. Para ello, cuenta con casi 3.500

módulos instalados, que evitan la emisión anual de 650 toneladas de CO2 a la atmósfera, lo que no solo refuerza nuestro compromiso con la sostenibilidad, sino que contribuye a generar importantes ahorros y, en consecuencia, aumentar nuestra competitividad en el mercado. Está previsto seguir invirtiendo y ampliar esta apuesta por la sostenibilidad a la fábrica de aceitunas de mesa de Plasencia, la almazara de Monteolivo (Jaén), otras propiedades en Portugal y la fábrica de Barreiro (Portugal).



B-side

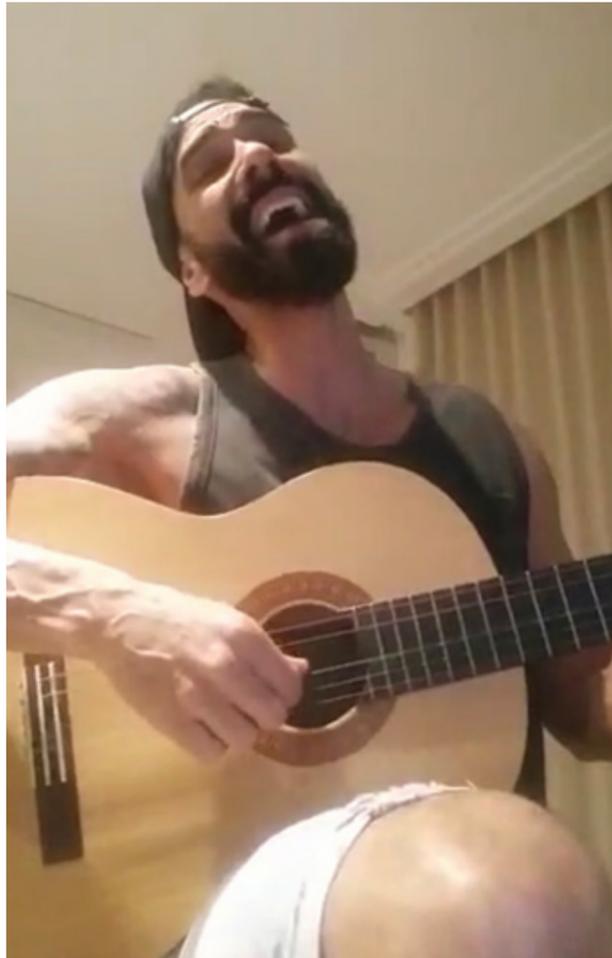
GIL MENEZES

Gerente de Ventas de las regiones Norte y Nordeste de Brasil

Entre las ventas y su pasión por la música

Gil Menezes nació en el interior de Bahía (Brasil) y, con apenas 13 años se fue a vivir a Salvador.

Tiene una gran conexión con la música. A los 10 años, Gil ya iba micrófono en mano sorprendiendo a familiares y amigos, cantando en bandas infantiles en su ciudad natal. En Salvador, tocó con grupos como Odara, Gula, Vía Brasil y Axé Bahia. Mucha música, mucha diversión. Y el éxito trajo consigo mucho trabajo: una gira por su país, pasando por los carnavales, incluso fuera de temporada y en el Carnaval de Salvador, que es la consagración de todos los artistas bahianos.



Gil estaba en una banda, “un trío eléctrico” como le gusta llamarlo, con quien vivió increíbles experiencias cuando era más joven. Empezó su carrera profesional con tan solo 17 años y allí permaneció hasta los 22 años. Luego, la vida adulta hizo que no pudiera conciliar esta pasión con tu trabajo en el área comercial. A pesar de todo, su sueño no acabó ahí. Participó en varios programas de televisión, como Faustão, Video Show en TV Globo y otros programas en todo Brasil, llegando a grabar dos discos. “Hoy sigo cantando, pero como hobby. No es por dinero, es porque me da vida”. Pero la vida no puede ser simplemente divertida. 75,5 millones de habitantes. Región Norte y Nordeste de Brasil, 16 estados. La zona más pobre del país de la samba también es uno de los más

desafiantes, donde el hambre está presente en todos los rincones”.

Gil Menezes está en Sovena desde que comenzó la actividad de la empresa en esa geografía. Así que su historia en la compañía comienza en 2015, liderando un equipo de representantes comerciales que trabajan para desarrollar el negocio en las principales cadenas de cash & carry, mayoristas y distribuidores de estas regiones. Y durante todos estos años, Gil siente que el ambiente de trabajo es genial, haciendo posible construir una operación fuerte con clientes totalmente comprometidos con el proyecto de Sovena en Brasil. Y aquí es donde entra Andorinha, la marca de aceite preferida en esta región, que permite apostar por el liderazgo y continuar creciendo. S



¿Quieres participar
en la próxima edición
de FEED?

Envía tus sugerencias e ideas
a marketing@sovena.pt

APENAS PARA USO INTERNO