

¿Listos para alimentar futuros?

FEED

N. 01

Ago/Sep' 20




sovena
Feeding Futures

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



Nota del CEO

Bienvenido a la Revista FEED

Hoy lanzamos la primera edición de FEED, la nueva revista digital del Grupo Sovena, que compartirá información y ayudará a un mejor conocimiento de lo que nos inspira: la comida y la alimentación, unidas al bienestar de las personas y del planeta, a nuestras marcas, a las innovaciones y tendencias en el mundo y a todo el universo tan fértil que es el negocio de Sovena.

Esta será una comunicación con una imagen renovada y un enfoque fresco, un vehículo para que podamos sembrar nuestra esencia en todos nuestros colaboradores y socios, y también trazar juntos el camino que queremos recorrer. Cuento con cada uno de vosotros para saborear y acompañar este nuevo capítulo de la comunicación corporativa de Sovena.

Gracias,
Jorge de Melo (CEO Sovena).

Tiempo de lectura: 15 minutos

03

So Yummy

Ensalada colorida de atún y alubias



Consejos de menú para picnics al aire libre



07

Up to Date

Bienestar:

Meditación para principiantes

Decoración:

Todo lo que necesitas saber para conectarte con la tierra y cultivar tu propia huerta urbana

12

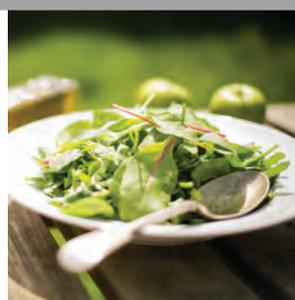
What's up?

Destakes:

Grupo Sovena apuesta por el futuro de la alimentación mundial

El legado de 150 años de Alfredo da Silva

Actualidad del universo de Sovena



16

B-side

Las prendas de encaje de la abuela inspiran la creación de las piezas de cerámica de Carla Marques, ingeniera de alimentos del Grupo Sovena

Texto: Carolina Ribeiro. Fotos de divulgación.



Ensalada colorida de atún y alubias

Receta para un picnic saludable





Tipo de comida
Ensalada



Tiempo de preparación
10 min



Raciones
4 Personas



Dificultad
Fácil



Ingredientes:

1 frasco de alubias bien escurridas
4 latas de atún
¼ de col lombarda cortada muy fina
1 zanahoria grande rallada
1 manojo de verdolagas
cilantro picado
1 cebolla picada
2 cucharadas de aceite de girasol Fontasol
Jugo de 1 limón
Sal al gusto

Preparación:

Escurre el atún y sazónalo con zumo de limón

Pon en una ensaladera la col lombarda, la zanahoria, la cebolla, las verdolagas y el cilantro junto con las alubias

Añade el aceite y remueve bien. Agrega el atún, mezcla y verifica si necesita más limón o sal

Rectifica los condimentos y refrigera unas horas antes de servir



En compañía

En el balcón, en la terraza o en el césped: consejos para un picnic saludable

La primera imagen que aparece en la imaginación de la nutricionista de Sovena Carmo Cabral cuando se habla de picnic es un mantel a cuadros rojos y blancos sobre la hierba y una cesta de mimbre. A esto añadimos el sol y alimentos que se puedan comer con las manos, sin platos, como ingredientes que no pueden faltar en una comida al aire libre. “El sol y el aire libre son súper importantes para el bienestar. Si no podemos salir, lo haremos en el balcón, en la terraza o en el jardín de la casa”, sugiere Carmo. La nutricionista propone una comida ligera y sabrosa para el menú. Con opciones para todos los gustos:

“Podemos hacer una sopa fría para beber en vasitos, tortillas, brochetas de frutas con sandía, melón, uvas y ciruelas, palitos de verduras con hummus y barritas energéticas”, detalla Carmo, quien señala una tendencia: “Las ensaladas en frascos están muy de moda hoy en día. Garbanzos y bacalao, o judías y atún. Son muy nutritivas, y son recetas rápidas y fáciles para preparar”. El secreto de las ensaladas es preparar una vinagreta especial con 120 ml de aceite de oliva virgen extra Flor de Olivo, 1,2 g de mostaza de Dijon, 30 ml de vinagre de vino, 60 ml de

yemas de huevo, sal y pimienta. Esta vinagreta combina con cualquier receta. Para beber, en lugar de refrescos, ¿qué tal preparar té helado o aguas aromatizadas? Carmo sugiere una bebida preparada con agua con gas, rodajas de limón y hojas de menta. Para la especialista, son bebidas prácticas para llevar a un picnic porque podemos dejar que el líquido se congele en el frigorífico la noche anterior y durante el día siguiente se irá derritiendo – se puede mantener frío si se usa un termo. Tampoco se debe descartar un vino blanco bien fresquito. ¿Todo listo para el picnic?



¿Comenzamos a meditar?



Si tu relación con la meditación es casi imposible, este artículo es para tí. Olvida la idea de vaciar tu mente. Piensa solo en reducir la velocidad y liberar el estrés. Elige un rincón acogedor de tu casa y siéntate cómodo. Un buen comienzo es establecer un tiempo: cinco, diez, quince minutos. La combinación de ojos cerrados y respiración profunda es inseparable. Inhala por la nariz (y cuenta hasta cuatro), toma un descanso (cuenta hasta tres), exhala por la boca (cuenta hasta cinco). Repite este proceso diez veces. En este momento, vendrán a tu mente temas como la lista de compra, la reunión de trabajo o las facturas por pagar. Deja que los pensamientos entren por un lado y se vayan por el otro. Agarra la palabra mágica *mindfulness*, que se traduce como atención plena. Está en este lugar la conciencia interior que queremos alcanzar. Si necesitas una fuerza motivadora, no hay milagros que las aplicaciones no ayuden a resolver. La aplicación [Headspace](#) es una buena referencia. Ofrece opciones para personas más o menos ansiosas, para oír por la mañana o antes de irte a dormir, y sugiere la posibilidad de elegir entre una voz femenina o masculina para el ritual. Otras referencias son [Insight Timer](#), [Calm](#), [Let's Meditate](#) y [Meditate.se](#). Al final de la práctica, el consejo de Lodo Rinzler, cofundador del estudio MNDFL Meditation de Nueva York, es levantarse lentamente y observar un factor externo como la luz del sol en la cara hasta recuperar el estado inicial.



Decoración
Huertos urbanos



“Quien cultiva se cuida”

Hay una condición humana esencial para cultivar un huerto en casa: el deseo de conectarse con la tierra. “Los que se cultivan se cuidan a sí mismos. Hay una conexión. Suelo decir que si hay un acto íntimo con la naturaleza, ese es comer. La tierra da el tomate, yo me lo como y este alimento se convierte en parte de mi cuerpo. Es casi espiritual”. La reflexión es de Pedro Rocha, agricultor urbano de Noo City, una start-up para el desarrollo de productos y servicios inteligentes para la práctica de la agricultura urbana doméstica. Antes de comenzar cualquier proyecto, ya sea en casa, en el campo, o en un entorno corporativo, Rocha da un consejo.



“Hacer un pequeño huerto es trabajar con un sistema dinámico que es como la vida. Nadie puede esperar hacerlo todo bien. Fracasarás. Y esto es lo mejor que puede suceder para ser conscientes de que no podemos controlarlo todo”. Partiendo de esta premisa, uno puede cultivar sus propios ingredientes. ¿Por dónde empezar? Si la idea es germinar el alimento desde la semilla, Rocha recomienda comenzar con rábano, zanahoria y cilantro, ya que son brotes resistentes. En el caso de las plántulas, sugiere tomates, lechugas, cebollas, remolachas y pimientos. Sobre la diferencia entre uno y otro, el especialista hace una analogía: “La plántula es como un niño y la semilla es como un bebé. Necesita que hagas todo,



no puede sobrevivir sola”. En la práctica, la lechuga tiene un ciclo promedio de ocho a 12 semanas; y el tomate de 16 semanas. En cuanto a las hierbas aromáticas, Rocha las divide en dos categorías. El perejil, el cilantro y la albahaca, por ejemplo, son anuales. “Plantamos, cortamos y llega un punto en que morirán”. Menta, orégano, romero y salvia son plantas perennes. “Plantamos una vez y listo”.

De forma resumida, las plantas viven de la luz, la temperatura, el agua y los nutrientes. Por lo tanto, para elegir el mejor lugar en casa para cultivar una huerta urbana, en primer lugar busca el sol. “La exposición al sol es esencial”, dice Rocha. Luego viene el agua. Es importante

regar las plantas una vez al día, en verano dos veces. “Hay muchos fracasos debido al riego. En exceso mata a las plantas, y si es escaso, también”, advierte. El especialista aconseja un recipiente de entre 20 y 30 centímetros de profundidad, una altura que considera suficiente para el desarrollo adecuado de las raíces. La elección de la tierra también tiene su valor. “Es importante que las personas se den cuenta de que las plantas se alimentan. Y no tienen bocas. Si no se alimentan de nutrientes y compuestos orgánicos, mueren. La agricultura nos hace darnos cuenta de que tenemos que nutrirla tierra” concluye Rocha, que recomienda el uso de un sustrato de fibras de coco.



Grupo Sovena apuesta por el futuro de la nutrición global

Grupo Sovena, una empresa portuguesa con marcas líderes en la industria agroalimentaria, renovó su marca corporativa. 'Feeding Futures' es la nueva firma del Grupo, cuyo objetivo es reflejar su capacidad de reinención constante y su visión para el futuro de la alimentación mundial. Para Loara Costa, Directora de Marketing del Grupo Sovena, "La nueva imagen traduce mejor cuál es la identidad y el propósito de Sovena: Una referencia global en los sectores en los que opera y que no se limita al aceite de oliva y al aceite vegetal; una marca que está atenta a la evolución de las tendencias alimentarias y una empresa comprometida con la conexión sostenible entre la tierra y la mesa". La responsable también asume la importancia que tiene la marca corporativa en el proceso de crecimiento y evolución de la empresa: "Más que la creación de un nuevo símbolo y una nueva firma, creemos que el significado que acompaña al cambio de marca de la marca Sovena refleja la visión que nos

mueve, que es ser parte de la alimentación del futuro. Un nuevo propósito que debería guiar los próximos pasos de nuestra empresa y que tiene aún más sentido en vista de la situación actual, en la que todos los esfuerzos se concentran en una causa común, el bienestar de las familias y del planeta". Los cambios acompañan la creación de una nueva e importante área: New Ventures & Sustainability, que será dirigida por João Basto y refuerza el posicionamiento de la nueva marca corporativa de Sovena, con el desafío de sembrar posibilidades que darán frutos en el futuro. Orgulloso y motivado, explica que "Crear una nueva área dentro de una compañía del tamaño de Sovena es un gran desafío. A pesar de ser una empresa centenaria, Sovena siempre tuvo una visión innovadora, casi futurista, basada en la persistencia y la ambición del liderazgo. Fue esta personalidad lo que la convirtió en la primera empresa del sector en controlar toda la cadena de valor y ahora, una vez más, demuestra su espíritu audaz al crear un área totalmente enfocada al futuro, un futuro más completo que no está centrado en aceites de oliva y vegetales".

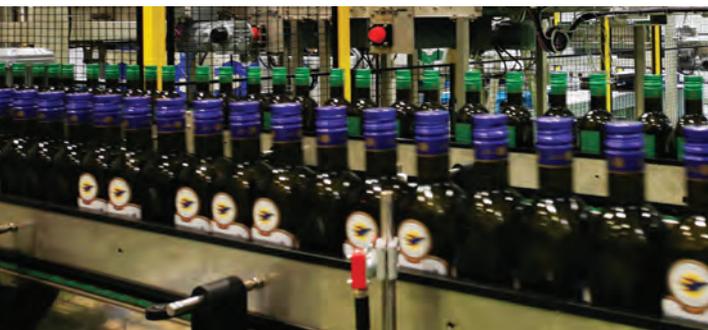


El legado de Alfredo da Silva

“Más y mejor”. La expresión es de Alfredo da Silva, considerado el mayor industrial portugués del siglo XX, que habría celebrado 150 años de su nacimiento el 30 de junio de 2021. Su legado inspiró la creación de una serie de actividades conmemorativas, basadas en el tema “El futuro como tradición”, que tendrá lugar de junio de 2020 a junio de 2021. Las celebraciones tienen como objetivo eternizar la vida y el trabajo de Alfredo da Silva, figura única por su espíritu empresarial y por su liderazgo al frente del CUF (Companhia da União Fabril) y la consiguiente transformación industrial y económica en Portugal. Involucrando a academia y escuelas, el programa incluye la celebración de 13 conferencias, un concurso dirigido a jóvenes de educación básica, secundaria y profesional, la concesión de tres premios, el apoyo al desarrollo de estudios y trabajos de investigación, una película sobre su vida y la emisión de cuatro sellos conmemorativos por parte de CTT. Entre las conferencias destacan “Historia corporativa y sus protagonistas”, “CUF, aceites de oliva y oleaginosas - Pasado, presente y futuro”, “Globalización en portugués - revoluciones y



continuidades africanas”, “Marketing con propósito”, “Innovación y proceso creativo”, “Reconstrucción urbana del patrimonio industrial”, entre otras. El formato de cada actividad se dará a conocer durante este año y el próximo, y se espera que parte de las conferencias se realicen en inglés. El proyecto es una iniciativa de la Fundación Amélia de Mello, que lleva el nombre de su hija, en colaboración con su familia, así como con universidades y escuelas. Grupo Sovena celebra 150 años de su historia y elogia su influencia e impacto desde su fundación.



Inversión en Barreiro

El Grupo Sovena realizó una inversión de 4 millones de euros en la unidad industrial ubicada en Barreiro, con el objetivo de mejorar su capacidad de envasado y almacenamiento. Como se publicó en el [Jornal Expresso](#), la apuesta también refuerza la estrategia

de internacionalización del grupo. La inversión incluye una nueva línea que duplicó el volumen de envasado de aceite de seis mil botellas de vidrio por hora a quince mil. También se amplió el área de almacenamiento, lo que representa un fuerte apoyo para la exportación de la marca Andorinha, con gran importancia en el mercado brasileño.

Vítor Sobral, chef colaborador de la marca Oliveira da Serra, lanza una línea de conservas con aceites de oliva

En un año en que los tradicionales Santos Populares no se han podido celebrar en Portugal, el chef Vítor Sobral decide honrar a la sardina, comida típica de la ocasión, y presenta el proyecto Varina. “Son siete conservas de sardinas, cada una con un aceite de autor creado por siete chefs de renombre: Henrique Sá Pessoa, João Rodrigues, Diogo Rocha, Bertílio Gomes, Noélia Jerónimo, Rui Paula y yo mismo”, explica el chef en la web [Notícias ao Minuto](#).



Impactos de la pandemia

En [Executive Digest](#), el CEO del Grupo Sovena, Jorge de Melo, habla sobre los impactos de la pandemia. “Esta pandemia ha demostrado que es necesario contar con retaguardias logísticas seguras”.



Vida profesional y personal en armonía

El Grupo Sovena da un paso más hacia la promoción del bienestar de su gente con el lanzamiento en Portugal del Programa de Apoyo Emocional y Psicosocial. El nuevo programa incluye una línea con servicios de apoyo psicológico (educación infantil, conflictos matrimoniales, manejo del estrés) y psicosocial (problemas de apoyo o subsidios, asistencia familiar, entre otros) y está disponible para los empleados y sus familias. El proyecto, diseñado

por el departamento de People & Culture en colaboración con Pulso Europe Portugal, tiene como objetivo promover el equilibrio entre vida personal y profesional. El servicio está disponible las 24 horas a través de la línea telefónica + 351 214 195 551 o por correo electrónico pac@pulso-europe.eu.

En este momento, el Grupo Sovena ya ofrece Programas de Apoyo a los empleados en Estados Unidos (Rome) y Portugal, y se están estudiando programas similares en otras geografías.

La 'nueva normalidad' para Sovena

En un artículo publicado en [Marketeer](#), la responsable de Marketing de Sovena, Loara Costa, respondió la pregunta que todos queremos saber. El mundo ha cambiado y las marcas también tendrán que cambiar la forma en que comunican y construyen relaciones de confianza. ¿Qué trabajo se está haciendo en este sentido? “Comprender y adaptarse a la ‘nueva normalidad’ ha sido la clave para que nuestras marcas sigan a los consumidores y evolucionen en esta nueva realidad”, explica Loara.



Campaña “Sabe pela vida” con el apoyo de Sovena

El Grupo Sovena se une a la FIPA (Federación de Industrias Agroalimentarias Portuguesas) y AHRESP_ (Asociación de Hostelería y Restauración de Portugal) para avanzar con la campaña “Sabe pela vida”. El objetivo es garantizar las condiciones necesarias para recibir a los clientes de manera segura en el regreso a las actividades comerciales, según [Marketeer](#).



La gestión de Sovena USA en la pandemia

En el diario “Rome Sentinel”, se puede leer “Sovena, una de las mayores compañías de aceite de oliva en el mundo y en Estados Unidos, mantuvo sus puertas abiertas durante la actual pandemia mundial de coronavirus”, dijo David Winberg, responsable de Recursos Humanos de Sovena USA. Con la declaración, Winberg anunció que están reclutando empleados para 20 puestos en la

empresa. Una fábrica de productos alimenticios que son esenciales no puede detenerse, por lo que Sovena continuó envasando aceite de oliva, aceites vegetales y aceites especiales en la fábrica de Rome, distribuyéndolos al resto del país.



Flor de Olivo amplía gama de aceite de oliva virgen extra

Nuestra marca Flor de Olivo amplía su gama y presenta novedades. Además de nuevos formatos PET para las referencias Virgen Extra y Ecológico, lanzamos 2 nuevos aceites virgen extra: Flor de Olivo Gourmet y Flor de Olivo Selección Cooperativa. Además ya tenemos online la nueva web de Flor de Olivo y las páginas en Facebook e Instagram, con consejos de recetas para compartir con familiares y amigos. ¡Síguenos!

Adquisición del 25% de Chile Soho SpA

El Grupo Sovena anunció la adquisición del 25% de Soho SpA, productor líder en la comercialización de aceite de oliva en Chile, que ayudará a fortalecer mercados como Brasil y Estados Unidos. “Cuando entramos en este mercado con Soho, un productor bien establecido con una posición saludable en el mercado, garantizamos los elementos que han sido la base de una estrategia eficiente en nuestro plan de expansión internacional”, detalló Jorge de Melo, CEO de Grupo Sovena.





B-side

CARLA MARQUES

Ingeniera de alimentos en Grupo Sovena

Entre el desarrollo de productos y el hobby de la cerámica

La ingeniera de alimentos Carla Marques, de 35 años, abrió el baúl de piezas bordadas por su abuela para dar textura a los objetos de cerámica que hace. “Estas piezas tienen un mayor valor sentimental. Uno de mis platos favoritos fue hecho con el encaje de una camisa vieja”, cuenta Carla. Inspirada por su hermano, hace tres años, se inscribió en un curso de cerámica y empezó a asistir a un taller en el área de Anjos, en Lisboa, donde comenzó a producir sus propios platos. Comenzó con una taza que se rompió a mitad del proceso y se transformó en un portavelas. “Quería aprovecharlo. Lo cocí y lo pinté de amarillo tostado. Lo uso para poner una pequeña vela”.



Las piezas están inspiradas en su vida cotidiana. Recientemente decidió reemplazar el champú y el acondicionador líquido con sólidos. Para esto, creó un contenedor personalizado. “Quiero reducir mi huella ecológica, así que creé jaboneras, que no retienen agua en el interior”. También hace tablas de queso con textura de encaje, macetas, tazones, platos y cuencos: todos están en el perfil @maria.tangerina_ceramics en Instagram. La Navidad pasada le regalaron un torno de alfarero y comenzó a producir en casa. A las 6 de la tarde, cuando la jornada laboral termina en Sovena, salta a la habitación contigua para dedicarse al trabajo manual. “Es muy divertido y definitivamente es un momento de desconexión”,

señala Carla, que trabaja en el equipo de Desarrollo de Productos. Desde hace tres años - casualmente al mismo tiempo que se lleva dedicando a la cerámica -, Carla se ocupa de la validación de etiquetas distribuidas por países como Portugal, España, China e Israel. “Es un trabajo muy dinámico. Puedo estar hablando portugués y a la vez enviando un correo electrónico en inglés o español, y validar el contenido legal del etiquetado de acuerdo con el país de destino (y no son pocos), es decir, aprobamos los textos de todos los productos que desarrollamos, de nuestras marcas y de marcas de clientes”, explica.





¿Quieres participar en la próxima edición de FEED?

Envía tus sugerencias, ideas o propuestas a mktcorporativo@sovena.pt