ASAJA-Soria premia a ‘El pedido más esperado’de McDonald’s

McDonald’s ha sido galardonado con el Premio Espiga 2023 de ASAJA-Soria por su iniciativa “El pedido más esperado”.

El premio, entregado en la Asamblea Navideña anual de ASAJA-Soria, reconoce la campaña por su apoyo y reconocimiento al sector primario, y resaltar la importancia de respetar los tiempos necesarios a la hora de producir alimentos de calidad que la compañía utiliza como ingredientes de su menú.

La iniciativa también ha sido premiada por su capacidad para conectar con el público joven y urbano, y por su valiente apuesta en un contexto donde la actividad agrícola y ganadera a menudo enfrenta grandes desafíos. Con “El pedido más esperado” no solo se muestra el gran trabajo detrás de los alimentos que consumimos, sino que también pone de manifiesto la importancia de cuidar todo el proceso, desde el cultivo hasta la entrega.

Natalia Echeverria, Chief Marketing & Digital Officer de McDonald’s España, ha expresado su gratitud y añade: “Con “El pedido más esperado” mostramos el tiempo que conlleva cultivar los

ingredientes de nuestros productos y así ponemos en valor la gran labor de agricultores y ganaderos con los que trabajamos, en contraste con la rapidez del servicio que tanto nos caracteriza.”

El encuentro también fue una oportunidad para la reflexión y el debate sobre los retos del sector primario, incluyendo una exposición sobre el kit digital y una ponencia sobre la nueva PAC, destacando la necesidad de flexibilidad y ajustes en las políticas agrarias.

Sobre “El pedido más esperado”

“El pedido más esperado", una iniciativa que comenzó hace seis meses y que ha contado con la participación de más de 15.000 personas, muestra el tiempo necesario que conlleva el cultivo de los ingredientes de los productos de McDonald’s, así como la dedicación y esfuerzo de agricultores y ganaderos para elaborarlos.

De esta forma, se ha querido dar a conocer, por primera vez al consumidor, cómo es el ciclo de producción y crecimiento de los ingredientes que a diario se sirven en sus restaurantes.

La campaña ha contado con la participación de varios proveedores de la cadena de suministro que han ayudado a visibilizar y a documentar el origen de los productos de McDonald’s, como Beatriz Pablos Blázquez, para la carne, Fernando García Duque, para la cebolla, Miguel Vicioso, lechuga, Luis Regany Reñé, trigo, Joaquín Sánchez Parejo, tomate para el kétchup, y Jose Ramón González Menéndez, para la leche.