Carrefour refuerza su compromiso con las empresas locales y regionales

El 90% de los productos frescos que comercializa Carrefour **son de origen nacional, lo que la convierte en la primera empresa exportadora de frutas y verduras españolas.**

Luis Planas, Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, presidió la pasada semana la XVII edición de la "**Jornada Nacional de pequeñas y medianas empresas agroalimentarias Carrefour"**, con la que la cadena refuerza su compromiso con las empresas regionales y locales españolas. El evento, que ha contado además con la presencia de J**orge Ybarra Loring, Director Comercial de Alimentación de Carrefour**, se celebró como clausura del programa de promoción de empresas agroalimentarias, que Carrefour ha desarrollado en los hipermercados de toda España.

Carrefour ha trabajado durante el pasado año con más de 8.300 empresas españolas y, en el caso

concreto de los productos frescos, más del 90% de los que comercializa la cadena son de origen nacional. Durante los últimos meses la compañía ha incluido a los ganaderos, agricultores y pescadores españoles en la campaña #JuntosPorLoNuestro, con la que quiere dejar constancia el papel esencial que cumple el sector agroalimentario español para surtir cada día sus establecimientos con productos cercanos, de Km0, frescos y sostenibles.

Además, para fomentar su apoyo a los productos del país, Carrefour ha impulsado durante el último ejercicio, 15 campañas específicas en las cuales han participado 800 empresas con 4.000 productos. Jorge Ybarra Loring ha manifestado "*que la realización de estas campañas responde al compromiso de proximidad, cercanía y apoyo a los proveedores locales y regionales y ponen en valor el saber hacer de las explotaciones ganaderas, agrícolas y pesqueras, cooperativas, emprendedores y pequeñas y medianas empresas de nuestro país*".

Por su parte, Luis Planas ha resaltado que "*el conjunto de la cadena debe estar unido ya que juega un papel fundamental en la futura salida de la crisis. El mundo agroalimentario ha recibido de Carrefour y su apuesta por el producto español ese año la estabilidad necesaria*".

Primera exportadora de frutas y verduras españolas

Por lo que respecta a los productos hortofrutícolas españoles, Carrefour cuenta con una central de compras, S**ocomo, que desde su sede en Valencia realiza compras en las principales zonas agrícolas españolas para suministrar estos productos a los establecimientos de la cadena en España, así como a otros países en los que el grupo está presente.**

La filial de Carrefour ha adquirido durante este periodo 418.000 toneladas de fruta y verdura del campo español y se ha consolidado como primera exportadora de productos hortofrutícolas nacionales a más de 12 países europeos, iberoamericanos y asiáticos.

En cuanto a la comercialización de productos del mar, Carrefour mantiene relaciones con 60 lonjas del país y sólo durante el pasado ejercicio, comercializó 7.600 toneladas de pescado.

Premios Carrefour a las Mejores Empresas Agroalimentarias

La XVII Jornada ha servido además para reconocer el trabajo de 12 empresas locales y regionales que han obtenido los "*Premios Carrefour a la Mejor Empresa Agroalimentaria*" y los "*Premios Carrefour a la Empresa más Innovadora*". Estos galardones, que tienen carácter bianual, se han entregado durante el pasado año en seis comunidades autónomas: Aragón, Comunidad de Madrid, Comunidad Foral de Navarra, Comunidad Valenciana, Islas Baleares y País Vasco. En este acto se ha entregado además el premio Pyme Nacional a la empresa aragonesa "**Pastores Grupo Cooperativo" y el premio a la empresa más innovadora a la navarra "Conservas Martiko, S.A".**

Apoyo a las economías locales

Carrefour ofrece al consumidor una propuesta omnicanal y multiformato para adaptarse a las necesidades que plantea el consumidor actual. La compañía afronta el desafío de liderar la transición alimentaria y tiene entre sus señas de identidad, ofrecer a sus clientes un surtido amplio en el que tienen cabida tanto los productos de grandes empresas nacionales, como los productos de pequeñas y medianas empresas de cada una de las regiones en los que la cadena está presente.

Asimismo contribuye a potenciar el empleo indirecto de las economías locales con un modelo de negocio en el que se prioriza la relación con las empresas locales y regionales. Esta política por lo tanto ayuda a mantener la actividad comercial de estas compañías y contribuye a la generación de empleo en las economías locales y regionales.