

Eroski aumentó sus compras en Navarra un 16% en 2020, hasta alcanzar 78 millones

DN
Pamplona

Eroski elevó las compras de producto local a pequeños productores agroalimentarios de Navarra un 16% durante el último año, alcanzando más de 78 millones de euros, dentro de su modelo comercial para apostar por los alimentos locales. Actualmente, colabora con 160 pequeños agroalimentarios y más de 400 proveedores de Navarra. Sus compras anuales son de más de 223 millones de euros en la Comunidad foral y en sus tiendas comercializa más de 3.000 productos locales.

Su apuesta por las economías locales a través de la colaboración con los proveedores del entorno, indica Eroski, se apoya también en acuerdos con las organizaciones sectoriales y asociaciones agroalimentarias de la zona. "Acuerdos que en estos tiempos de crisis sanitaria persiguen el objetivo de ayudar a la comercialización de las partidas de producción de pequeños agricultores y ganaderos que han perdido sus canales habituales de venta (restauración, colectividades, etc.) por la situación de alerta sanitaria provocada por la covid-19", apunta el grupo en una nota. Para ello, añade, ha desarrollado un sistema colaborativo de ayuda al sector primario para integrar sus excedentes en su red de tiendas.

Entre los más destacadas está la colaboración que mantiene EROSKI con el Instituto Navarro de Tecnologías e Infraestructuras Agroalimentarias (INTIA) para la promoción de productos regionales navarros bajo la marca Reyno Gourmet a través del cual ha puesto en marcha campañas como la de "Comamos en casa" para promover el consumo de vacuno, queso, txistorra, relleno y conservas vegetales como espárrago y pimiento.

Asimismo, participa en el Clúster Agroalimentario de Navarra y mantiene un acuerdo con la Unión de Agricultores y Ganaderos de Navarra (UAGN) para dar salida en sus tiendas a productos locales como espárragos, alcachofas, pimientos, carnes de ternera y ovino, quesos, vinos, entre otros.

Las categorías donde mayor incremento de ventas se ha constatado han sido las conservas vegetales de origen Navarra (+20%) y el vino D.O. Navarra (+30%). "Apostamos por una colaboración estrecha con nuestros proveedores locales que nos permita alcanzar acuerdos estables a largo plazo y contribuir al desarrollo agroalimentario y socioeconómico de la región", señala la directora comercial de Productos Locales de Eroski, Asun Bastida.

La red comercial de esta marca en Navarra suma 117 establecimientos entre hipermercados, supermercados, gasolineras, agencias de viaje, y tiendas de Forum Sport y Dooers, así como su supermercado online. Cuenta

El grupo cuenta con 117 establecimientos en la Comunidad foral y emplea a 1.699 personas

además con una plataforma logística de más de 5.000 metros cuadrados de superficie. El equipo de trabajadores se eleva a 1.699 personas y el programa de fidelización tiene 210.000 socios.