

La agroindustria, ante la paradoja de una compra por salud o por precio

DINagro reunió a 200 personas para tomar el pulso a los retos del sector

En la jornada, celebrada en Baluarte, se habló de temas como los hábitos del consumidor y el impacto del contexto geopolítico actual

M. CARMEN GARDE Pamplona

“El precio se ha convertido es un factor determinante a la hora de compra. La cesta de la compra se llena ahora con más productos básicos. Hay un incremento claro de la marca propia y vemos que se retrasan la compras no esenciales”. El director del hipermercado Ca-

refour de Pamplona, **Antonio López**, se refirió con estas palabras a los cambios que desde su cadena de distribución observan en el comportamiento de los consumidores. No obstante, Antonio López también subrayó que existen consumidores que “buscan el producto local y de calidad”. “Este consumidor está dispuesto a pagar un poco más porque sabe que, al comprarlo, genera riqueza en su entorno y son productos con los que cuidar su salud”, agregó el directivo de Carrefour, que el año pasado compró alimentos a 133 proveedores por 185 millones.

López fue uno de los componentes de la mesa titulada ‘El reto de crecer: mercados, tendencias e in-

novación’ con la que se abrió el IV Día de la Industria de la Industria Agroalimentaria (DINagro), organizado por *Diario de Navarra* con la colaboración de CaixaBank, Norgestión, Nagrifood, CNTA y UAGN.

La jornada, celebrada en Baluarte, tuvo como lema ‘Tradición, industria y futuro compartido’ y contó con más de 200 asistentes. La gerente del Clúster Agroalimentario de Navarra (Nagrifood), **Sandra Aguirre**, recordó que la entidad cumple este año su décimo aniversario y que nació con el objetivo “de que todos los eslabones de la cadena de valor se conecten de manera eficiente”.

Aguirre defendió al sector primario. “Necesita apoyo con planes

e inversiones para aumentar la capacidad productiva y les ayuden a los ganaderos y agricultores a enfrentarse a retos como el cambio climático”, afirmó.

Y para industria agroalimentaria, consideró la “eficiencia” como palabra clave, al tiempo que destacó la salud, la circularidad y la sostenibilidad como palancas importantes en su desarrollo.

“El consumidor cada vez busca alimentos de conveniencia, que estén ricos. Es exigente, aunque en los últimos años busca precio aunque el binomio salud y alimentación es ya indisoluble. Se mira a la alimentación como medicina”.

El director de Innovación del Centro de Investigación en Nutri-

ción de la Universidad de Navarra, **Carlos González**, destacó que la agroindustria ha incorporado tecnologías farmacéuticas para el bienestar en sus procesos. Y subrayó que el consumidor busca que detrás de un alimento que se vende como bueno para la salud “exista una evidencia científica”.

Para el director comercial de Conservas El Navarrico, **Patxi Pastor**, se puede innovar desde la tradición “manteniendo la calidad”. En su opinión, se debe dar mayor empujón a la marca Navarra para apoyar la venta tanto dentro de Navarra como en las exportaciones, en la línea como hacen otras comunidades como Castilla y León con “Tierra de Sabor”.



PONENTES Y ORGANIZADORES Foto de familia de ponentes de DINagro y organizadores, una jornada celebrada en Baluarte.

DAVID RODRÍGUEZ

Un “motor” que garantiza el futuro

El director general del Grupo La Información, **José Manuel Erro**, se refirió a la industria agroalimentaria de Navarra “como el gran motor de Navarra” y destacó el esfuerzo de un sector por reinventarse sin perder su tradición. Habló de que existen retos, pero confió en que Navarra “cuenta con los recursos, el conocimiento y la capacidad para decidir nuestro propio destino alimentario, algo que no todo el mundo puede decir”. La directora de la Territorial Ebro de CaixaBank, **Isabel Moreno**, destacó que Navarra se ha convertido “en una potencia agroalimentaria” y se ha convertido “en un referente por la calidad y el prestigio de sus productos”. “El sector ha conseguido aunar la tradición con la vanguardia tecnológica dando lugar a un tejido agroempresarial”, dijo Moreno, que recordó que la entidad “ofrece soluciones adaptadas a cada cliente”.

MANUEL PIMENTEL EXMINISTRO DE TRABAJO, EDITOR Y ESCRITOR

“Nos dicen que comer carne es pecado”

M.C. GARDE. Pamplona

El colofón a la cita agroalimentaria la puso el exministro de Trabajo, editor y escritor, Manuel Pimentel (Sevilla, 1961). Habló de su nuevo libro ‘La guerra por la proteína animal’. En su intervención, expuso que la Unión Euro-

pea está renunciando a producir proteína animal. “Hay una guerra ideológica, que es legítima porque estamos en democracia, pero que ha influido en la normativa. Nos dicen que comer carne es pecado”, expuso.

Pimentel defendió que se debe respetar a quienes deciden co-

mer carne o pescado. “Somos una especie omnívora. ¿Tiene derecho un león a devorar a una gacela o sencillamente hace lo que le pide su cadena atrofica (alimentaria)?”, apuntó el exministro. Y añadió que si el ser humano no come carne, como hacen “en todo su derecho” perso-

nas vegetarianas, necesitan complementos de determinados aminoácidos para no enfermar.

Defendió que la sociedad no ha valorado suficientemente la alimentación y, mientras, han calado otros valores como el medio ambiente y el animalismo. Sin embargo, a pesar de lamentar

que desde la UE se preocupen más por tener los hangares llenos de misiles que de tener la nevera llena, el futuro pasa porque los ciudadanos van a protestar por el encarecimiento de los alimentos. “Habrá algunos que pidan intervenir los precios de los alimentos...”, añadió antes de concluir que la reacción de los consumidores provocará que los políticos den mayor relevancia a agricultores y ganaderos.