

"Vamos a seguir apostando por la estrategia Frescos Global consiguiendo una mayor adaptación al surtido local"

iedades. Estos movimientos estuvieron motivados por los cambios de hábitos del consumidor, por tanto, una vez la sociedad fue volviendo su rutina, como ir al colegio o comer en la oficina, se fue retomando progresivamente la tendencia anterior.

VF. *El surtido de proximidad es uno de los retos que se marcaba Mercadona en Frescos Global, ¿en qué punto de ese reto se encuentran? ¿se han abierto a un mayor número de proveedores?*

Mercadona. Mercadona ha seguido impulsando su estrategia Frescos Global, con la que ofrece a los clientes un surtido de frescos diferencial, con la mayor calidad y calidez posible. La compañía ha destinado una inversión de 516 millones de euros en 2020 para incorporar este modelo de venta que integra todas las mejoras en frescos a prácticamente toda la cadena, hasta alcanzar las 1.563 tiendas, incluidas las 20 que se hallan en Portugal. El objetivo es continuar por esta dirección.

VF. *¿Notan que los consumidores buscan cada vez más la procedencia de las frutas y verduras? ¿O sigue primando el factor precio?*

Mercadona. El consumidor está cada día más concienciado con la economía local, y en Mercadona llevamos apostando desde hace años de forma decidida por la incorporación a nuestro surtido de productos de proximidad y especialidades locales. Con esto conseguimos, por un lado, ofrecer mayor frescura y calidez al cliente y, por otro lado, optimizar los recursos naturales y reducir el impacto de nuestra actividad. Y respecto al precio, la compañía en lo que está centrada es en garantizar una calidad contundente todos los días.

VF. *¿Qué requisitos ha de reunir un productor de hortalizas o fruta fresca para pasar a ser parte de la oferta de Mercadona?*

Mercadona. La relación de Mercadona con sus Proveedores Totaler (fabricantes especialistas en productos) se caracteriza por ser una relación a largo plazo (siempre que se cumplan las condiciones pactadas en cada producto), y que, junto con Mercadona, desarrolle el mejor producto garantizando siempre la calidad definida desde el cliente y con el cliente todos los días; el servicio; un precio competitivo en el mercado; y que sus procesos de elaboración sean sostenibles y socialmente responsables.

VF. *¿Se han planteado la creación de espacios para productos ecológicos?*

Mercadona. En Mercadona vamos adaptando el surtido acorde a las demandas de nuestros clientes y, en ese sentido, hacia donde vamos es a continuar apostando por potenciar los ingredientes naturales; reducir las gra-

sas, azúcares añadidos, sales y otros aditivos en nuestros productos, y adaptarnos a las nuevas tendencias, como, por ejemplo, a través de productos aptos para personas veganas. Y, en relación con la fruta y a la verdura, a continuar con la apuesta por productos de proximidad y especialidades locales.



Las relaciones de Mercadona con sus proveedores son a largo plazo.

VF. *¿Preparan alguna novedad destacada en su oferta de frutas y verduras o van a incidir en la mejora continua de la actual?*

Mercadona. Vamos a seguir apostando por la estrategia Frescos Global comentada anteriormente, consiguiendo una mayor adaptación al surtido local. Y, en breve, por destacar alguna novedad, es que empezará la campaña nacional de productos como albaricoques, nísperos, cerezas y sandías, entre otros; todos ellos de origen 100% nacional.



30 años creciendo juntos

+ de 30 años ofreciéndote
el mejor envase de madera

FEDEMCO®
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DEL ENVASE DE MADERA Y SUS COMPONENTES

GROW

GARANTIA GROW QUALITY

SOSTENIBILIDAD GROW

VERSATILIDAD Y RESISTENCIA

MADERAS CERTIFICADAS

HIGIENICO Y ANTIBACTERIANO

I + D + I

BIOECONOMÍA CIRCULAR