

Entrevista con **MARIANO RODRÍGUEZ**, responsable de la línea de productos Calidad Tradición Carrefour

«El apoyo a sectores agrarios autóctonos y a PYMES, pilares básicos de Carrefour en España»

La multinacional de la distribución apuesta por su label "Calidad Tradición Carrefour"

La multinacional de la distribución Carrefour está apostando fuerte por demostrar su apoyo tanto a sus proveedores, con acciones destinadas a las PYMES y a los sectores agrarios autóctonos, como a los consumidores, con la potenciación de su label "Calidad Tradición Carrefour" y con una política de precios "justos".

Vicente de Santiago. Periodista.

El responsable de la línea de productos "Calidad Tradición Carrefour", Mariano Rodríguez, nos explica cuál es la política de esta compañía de distribución en España.

Vida Rural: Tras la fusión de Pryca y Continente, ¿cuál va a ser la política de la nueva Carrefour en cuanto a sus líneas de alimentos con denominación de calidad? ¿se van a seguir manteniendo la línea Calidad Tradición Carrefour y la de Alimentos de Nuestra Tierra?

Mariano Rodríguez: Carrefour va a mantener y potenciar los productos de marca propia con denominación de calidad, desarrollados por Pryca y Continente, ya que son compatibles con la política de calidad del nuevo Grupo: los alimentos "Calidad Tradición Carrefour" pertenecen al sector de productos frescos y los "Alimentos de Nuestra Tierra", incluidos en el sector al que denominamos alimentación seca.

VR: Nos interesa especialmente hablar de los productos con denominación de calidad Calidad Tradición Carrefour, por su estrecha relación con el producto agrario. ¿Nos puede comentar, brevemente, cuál es la filosofía de esta línea de productos?

M.R.: Los productos Calidad Tradición Carrefour implican un compromiso duradero de Carrefour con los clientes, los proveedores (a los que preferimos denominar colaboradores o participantes), con el entorno y con el medio ambiente.

En primer lugar, es un compromiso con los consumidores ya que se les ofrecen productos sabrosos, auténticos, sanos y seguros. Se logran productos con sabor gracias a la puesta en marcha de un proceso, que implica la selección de las mejores variedades, razas y la aplicación de técnicas que influyen de forma positiva en el mantenimiento de las características organolépticas del producto. De esta forma se llevan los productos a su estadio óptimo de madurez o desarrollo. Además, se tienen en cuenta las distintas fases de su ciclo de vida (origen, producción, transformación, transporte y distribución).

Asimismo, los productos que se ofrecen al consumidor, son auténticos en cuanto a que se sigue una política de preservación y promoción de nuestro patrimonio agrícola, se respeta el ciclo natural de los cultivos y su estacionalidad y se vigila la alimentación de los animales, para que sea lo más próxima a la alimentación natural.

Por último, los alimentos Calidad Tradición Carrefour que adquiere el cliente son sanos y seguros, gracias a la utilización de técnicas agrícolas que eliminan el uso de tratamientos y fertilizantes químicos de síntesis; además de reducir los límites máximos de residuos de pesticidas y plaguicidas, se elimina o limita el

de Carrefour esté presente y asegurar una retribución justa del trabajo de los agricultores, ganaderos y piscicultores.

En cuanto al compromiso adquirido para respetar el entorno y el medio ambiente, se impide el trabajo de los niños y se prohíbe la utilización de tratamientos potencialmente peligrosos. Además,

se llevan a cabo prácticas de agricultura "razonada" para desarrollar la gestión de la agricultura duradera y se ponen en marcha las medidas adecuadas para preservar los recursos y la calidad del agua, el aire y la tierra, favorecer el acondicionamiento de la tierra y garantizar el reciclaje de los materiales utilizados y de desecho

generados por las explotaciones agrícolas, ganaderas, piscícolas y de los centros de transformación.

VR: ¿Cómo se selecciona un producto para la línea Calidad Tradición Carrefour y qué pasos se dan para conseguir productos de alta calidad que puedan elaborar ese producto?

M.R.: Los productos Calidad Tradición Carrefour tienen en cuenta las demandas de los consumidores que piden alimentos más frescos, con más sabor y que garanticen su salud y seguridad a un precio justo. Por este motivo, en el desarrollo de un producto Calidad Tradición Carrefour, se siguen seis pasos: estudio del mercado, definición del producto, identificación de las zonas productoras, desarrollo técnico del producto, lanzamiento comercial y seguimiento



Mariano Rodríguez.

uso de productos veterinarios y se elimina el uso de antibióticos como factor de crecimiento en las crías, se controla la cadena del frío para eliminar todos los riesgos de contaminación sanitaria, se asegura la trazabilidad del producto desde el origen hasta la venta y se asegura el alto valor nutritivo de los productos Calidad Tradición Carrefour.

Por lo que respecta al compromiso adquirido con los colaboradores/participantes, éste consiste en valorar las tareas de producción empleadas para potenciar los productos locales o regionales; mantener el saber-hacer agrícola tradicional; asegurar las relaciones duraderas con los ganaderos, agricultores y piscicultores, a través de la colaboración recíproca; favorecer los intercambios comerciales y técnicos, entre los productores de las diferentes autonomías o países don-

del alimento Calidad Tradición Carrefour.

VR: ¿Qué se le exige a una empresa para poder ser proveedor de un producto Calidad Tradición Carrefour?

M.R: La selección de los socios colaboradores es muy rigurosa. En primer lugar, Carrefour potencia a las PYMES (locales o regionales), que se ubican en las zonas en las que la compañía está presente o en los lugares donde se encuentran las mejores producciones. A continuación, se analizan otra serie de variables como la capacidad técnica, la motivación real y la actividad comercial desarrollada. Además, se tienen en cuenta los valores morales y personales (espíritu abierto, innovador y pionero, que posea sensibilidad por el medio ambiente y la gestión de calidad y capacidad para involucrar a sus colaboradores en este tipo de proyecto).

VR: ¿Nos puede comentar qué tipos de contratos se firman con las empresas proveedoras de productos Calidad Tradición Carrefour, que plazos de pago se fijan, cómo se marcan los precios, etc.?

M.R: Los convenios que se firman con los socios colaboradores son contratos a largo plazo, nunca inferiores a dos años, en los que se refleja un compromiso para adquirir volúmenes mínimos, realizar pagos a 30 días y una exigencia de respeto escrupuloso a las condiciones contenidas en el libro de especificaciones.

En cuanto al precio de los productos Calidad Tradición Carrefour se fija con transparencia, a través de la realización de un análisis de valor de la cadena de producción. A través de esta evaluación, se otorga a cada producto, el precio justo; es decir, aquel que retribuya los esfuerzos de los agricultores/ganaderos en favor de la calidad, y no aplicando un sobre precio de valor añadido en el lineal de venta.

VR: Hasta el momento ¿cuántos productos han entrado



Mandarinas y pan se venden ya bajo la marca Calidad Tradición Carrefour.

en la línea Calidad Tradición Carrefour y cuantos proveedores han firmado contratos con Carrefour?

M.R: En los momentos actuales tenemos desarrollados 26 productos con 26 PYMES. Entre estos, destacan los siguientes: Ternera, Cordero, Trucha, Dorada, Lubina, Salmón, Mejillón, Queso Manchego, Queso de Cabra, Chorizo sin aditivos, Jamón y Paleta Ibérica de Jabugo, Harina Biológica, Sal sin aditivos, Naranja y Mandarina, Patata, Tomate, Manzana, Plantas Aromáticas; hemos firmado contratos con catorce de los colaboradores y con firmas inmediatas.

VR: Algo imprescindible para la venta de estos productos es la forma en que se presentan en los lineales de las superficies de venta. ¿Cómo están diferenciando a nivel de imagen ambas líneas de productos?

M.R: La presentación de los productos Calidad Tradición Carrefour, tanto en el sistema de venta asistida como en el de libre servicio es muy importante para Carrefour. Por este motivo, los productos envasados se exponen con una etiqueta exclusiva, en la que figura el logotipo de estos productos. Además, se ha creado una cartelería visual en la que se indica al cliente, desde la ubicación exacta de los productos en la tienda, hasta los compromisos adquiridos por la compañía y las características de cada producto Calidad Tradición Carrefour. Asimismo, el cliente



tiene a su disposición, en la sección de productos frescos, folletos explicativos, de cada producto Calidad Tradición Carrefour, en los que se informa al consumidor acerca de su producción, transformación y transporte.

VR: Todas estas acciones no sirven de nada si el consumidor no apoya a los productos de calidad con su compra diaria. ¿Se está notando a nivel de ventas el esfuerzo de Carrefour por potenciar este tipo de productos?

M.R: Ofrecemos al cliente lo que nos demanda. En este sentido, no solamente se están cubriendo nuestras expectativas de venta, sino que éstas se están superando. En algunos casos, tal y como ha ocurrido con la Ternera y el Queso Manchego, ha aumentado de forma espectacular la demanda de estos productos, por lo que se puede detectar ya la existencia de un cliente fiel a este tipo de alimentos.

VR: Parece que Carrefour apuesta por los productos de ca-

lidad y por tener una relación más estrecha con las PYMES: es esta una estrategia puramente de "imagen" (para contrarrestar su gran poder de compra) o es realmente una filosofía de la empresa. ¿Qué acciones van a desarrollar en concreto para apoyar a las PYMES agroalimentarias?

M.R: El apoyo a las pymes españolas es uno de los pilares básicos de actuación de Carrefour en nuestro país. En este sentido, durante el último ejercicio, las dos empresas que se integran en Carrefour España, compraron 138.447 millones de pesetas de productos agroalimentarios españoles a pymes.

VR: Otra de las intenciones desveladas por Carrefour es apoyar las producciones autóctonas para ayudar al desarrollo económico de zonas con un fuerte peso agropecuario: ¿qué acciones concretas pondrán en marcha en este tema?

M.R: El apoyo a los sectores agrarios autóctonos es uno de los ejes básicos de actuación del Grupo. Por este motivo, además de los compromisos adquiridos para desarrollar productos Calidad Tradición Carrefour, la compañía renovará acuerdos como el firmado con ASAJA, además de ampliar la actividad desarrollada por Socomo, filial hortofrutícola de Carrefour.

Por lo que respecta al acuerdo firmado con ASAJA, éste ha permitido (durante el último quinquenio) la comercialización, a través de los distintos centros del Grupo, de productos españoles agroalimentarios por valor de 110.000 millones de pesetas. En lo referente a Socomo, la compañía ha adquirido, durante los últimos cinco años, productos hortofrutícolas de nuestro país por valor de 113.000 millones de pesetas. De esta cantidad, 52.223 millones correspondieron a exportaciones de frutas y verduras españolas, las cuáles se vendieron en centros Carrefour de Francia, Italia, Portugal, Gran Bretaña, Polonia o la República Checa. ■