

O GOBERNO DE NAVARRA E EROSKI UNEN FORZAS PARA IMPULSAR A COMPETITIVIDADE E O FUTURO DO SECTOR AGROALIMENTARIO NAVARRO

- **O acordo establece un marco de colaboración ata 2029 para fomentar os produtos agroalimentarios navarros, impulsar a innovación no sector e a sustentabilidade.**
- **Eroski traballa actualmente con 186 provedores comerciais navarros, dos cales o 86 % son pequenos produtores agroalimentarios, e comercializa máis de 3.300 referencias de produto de Navarra nas súas tendas.**
- **A sinatura do convenio por parte da CEO do Grupo Eroski, Rosa Carabel, e o conselleiro de Desenvolvemento Rural e Medio Ambiente, José María Aierdi, deu lugar a unha mesa de diálogo sobre remuda xeracional, rendibilidade e sustentabilidade, os grandes desafíos do sector agroalimentario navarro.**

Pamplona, 16 de xuño de 2026.- O departamento de Desenvolvemento Rural e Medio Ambiente do Goberno de Navarra e [EROSKI](#) asinaron hoxe o primeiro convenio de colaboración entre ambas as entidades para fomentar a competitividade e o desenvolvemento do sector agroalimentario navarro. O acordo, con vixencia ata 2029, é un paso adiante no compromiso da cooperativa de distribución alimentaria coa xeración de riqueza local e establece un marco de traballo conxunto orientado a fortalecer a produción agroalimentaria navarra (con énfase nos produtos con distintivos de calidade e orixe), fomentar a innovación e a sustentabilidade do sector e favorecer o crecemento de produtores e empresas. Na actualidade, a cooperativa xa traballa con 186 provedores comerciais de Navarra, cun volume de compras que supera os 200 millóns de euros anuais.

O convenio asinouse en Pamplona e foi presidido polo conselleiro de Desenvolvemento Rural e Medio Ambiente, José María Aierdi, e a CEO do Grupo EROSKI, Rosa Carabel. Tamén contou coa participación de Asier Guridi, director comercial de Produtos Locais de Eroski, e Natalia Bellostas, directora xerente de INTIA. O acto celebrouse no marco dun encontro cuns cincuenta axentes do sector, entre provedores locais, asociacións do sector e representantes institucionais.

A **CEO do Grupo EROSKI, Rosa Carabel**, salientou que *«este acordo reflicte o noso compromiso de poñer ao servizo do crecemento, a competitividade e a sustentabilidade do sector agroalimentario navarro todos os recursos de EROSKI. Impulsar o produto local é unha forma de construír comunidade e de xerar un impacto real na nosa contorna. Como cooperativa, o noso compromiso é crear valor compartido tanto con quen produce como con quen consume, reforzando a conexión coa contorna rural»*.

Pola súa banda, o **conselleiro de Desenvolvemento Rural e Medio Ambiente, José María Aierdi**, destacou o carácter estratéxico do sector agroalimentario para Navarra, que representa o 6,5 % do PIB da Comunidade Foral, agrupa a máis de 1.200 empresas con arraigamento no territorio e xera arredor de 30 000 empregos. **Aierdi** salientou que *«nun momento no que o modelo agroalimentario europeo está a vivir un momento crítico por diversas crises que se superpoñen, os nosos produtos deben competir en compoñentes ambientais e sociais, en calidade e saúde, porque iso é o que nos diferencia e nos dá identidade. E para iso, resulta fundamental tecer e reforzar alianzas entre todos os elos que integramos a cadea de valor agroalimentaria»*.

O convenio establece un marco de colaboración estable para fomentar os produtos agroalimentarios de Navarra, impulsar a innovación e a transformación dixital, favorecer o emprendemento e avanzar cara a modelos de produción e comercialización máis sostibles. Ademais, inclúe accións co obxectivo de incrementar a presenza de produtos navarros nos puntos de venda de EROSKI e mellorar a súa visibilidade entre os consumidores, con especial atención aos que contan con selos e distintivos de calidade que certifican a súa orixe, rastrexabilidade e valor diferencial, como Reyno Gourmet, a produción integrada ou ecolóxica e os Alimentos Artesanos de Navarra.

A colaboración tamén prevé iniciativas para acompañar os produtores e empresas agroalimentarias para afrontar algúns dos grandes desafíos do sector. Nese sentido, desde 2022 a cooperativa impulsa un programa de acompañamento que axuda aos pequenos produtores a profesionalizarse e afrontar os retos dun mercado cada vez máis esixente. Na actualidade, uns cincuenta produtores locais xa participan neste programa de EROSKI en Navarra, contribuíndo a ampliar un modelo que garante a frescura e a calidade dos alimentos, reduce a pegada de carbono ao minimizar os quilómetros de transporte e fortalece o sector.

Ademais, o acordo reforza a colaboración entre EROSKI e axentes clave do ecosistema agroalimentario navarro, como INTIA ou centros tecnolóxicos, co obxectivo de fomentar proxectos relacionados coa innovación, a calidade e a seguridade alimentaria, así como acelerar a transferencia de coñecemento.

Un compromiso xa consolidado con Navarra

A sinatura do convenio continúa unha relación consolidada entre EROSKI e o sector agroalimentario navarro. Na actualidade, a cooperativa traballa con 186 provedores comerciais de Navarra, cun volume de compras que supera os 200 millóns de euros anuais. Deles, o 86 % son pequenos produtores agroalimentarios.

Ademais, a cooperativa comercializa actualmente 3.367 referencias de produto navarro nos seus establecementos, o que axuda a achegar ás persoas consumidoras os alimentos producidos e elaborados na Comunidade Foral e xera oportunidades de crecemento para toda a cadea de valor do sector agroalimentario.

O compromiso de EROSKI co produto agroalimentario navarro tamén se reflicte na evolución que se rexistrou durante a última década. Entre 2016 e 2025, as vendas de produtos

etiquetados como locais e que se venderon en Navarra practicamente se duplicaron. O crecemento foi especialmente significativo en categorías vinculadas ao valor engadido e á calidade diferenciada, como os produtos da marca Reyno Gourmet e outros selos de calidade, cuxas vendas aumentaron un 93 %, ou as conservas vexetais, que medraron un 114 %. Tamén destacan os incrementos que se rexistraron en categorías como o vacún (+125 %), os queixos (+102 %) ou os lácteos (+104 %). Estes datos reflicten tanto o compromiso do grupo cooperativo cos produtores locais como o crecente interese das persoas consumidoras de Navarra polo produto local da súa comunidade.

Remuda xeracional, rendibilidade e sustentabilidade

Tras a sinatura do convenio, o encontro continuou coa mesa de diálogo «Remuda, rendibilidade e sustentabilidade: o triplo reto do sector agroalimentario navarro» na que ademais de Carabel e o conselleiro Aierdi, interviñeron a presidenta de Nagrifood, Berta Anaut; o director xeral de CNTA, Héctor Barbarin; e o director da Área Cárnica do Grupo AN, Iokin Zuloaga.

En primeiro lugar, o conselleiro **Aierdi** mencionou algúns aspectos que se poderían mellorar para favorecer a remuda xeracional. «*Ao sector agroalimentario en Navarra non lle damos o valor que ten, a pesar de xerar empregos de calidade. Debemos trasladar á cidadanía que hai 1.200 empresas agroalimentarias en Navarra. E é que a solidez do futuro da Comunidade Foral está ligada ao crecemento da industria agroalimentaria*», sinalou para defender acto seguido que «*non podemos afogar unha parte da cadea de produción. É fundamental que todos sexamos conscientes do noso papel ao mesmo tempo que valoramos o traballo dos demais*».

A continuación, tomou a palabra a **presidenta de Nagrifood, Berta Anaut**, que explicou como se pode mellorar o sector agroalimentario para convertelo nun ámbito máis atractivo para a mocidade e para as mulleres. «*Non os imos convencer con cuestións románticas, senón amosando que é un ámbito laboral rendible e con capacidade para conciliar. A muller sempre estivo ligada á actividade rural, pero non tivo a suficiente visibilidade nin a posibilidade de acceder a postos de dirección. Temos que ser capaces de comunicar que é un sector innovador, tecnolóxico e con futuro*», destacou **Anaut**. En paralelo, salientou a importancia de «*protexer e acompañar as pequenas empresas porque as cadeas adoitan romperse polo elo máis débil*».

Héctor Barbarin, director xeral de CNTA, foi o seguinte en intervir para definir a innovación como a peza clave que une remuda, rendibilidade e sustentabilidade. «*Debemos reconquistar o consumidor porque o orzamento que as familias destinan á alimentación non é tan relevante como no pasado. E probablemente sexa porque hai outras prioridades. A biotecnoloxía e a robotización poden funcionar como un atractivo favorable para volver atraer a sociedade*», sinalou. Ademais, **Barbarin** tamén enxalzou a innovación como un factor capaz de reducir custos ou xerar un maior valor engadido. «*A sensórica e a análise de datos deben axudarnos a reducir gastos. O foco debe estar en que sustentabilidade e rendibilidade, en liñas xerais, van da man*», sentenciou.

Posteriormente, o **director da Área Cárnica do Grupo AN, Iokin Zuloaga**, detallou as necesidades que teñen os mozos e mozas á hora de incorporarse a unha explotación. «*Se un municipio consegue que unha parella nova queira traballar no campo, hai que apoiala con axilidade administrativa. Os conflitos en Irán e Ucraína provocaron unha conseguinte subida nos prezos das materias primas, e é entón cando xorden as dúbidas sobre se escolleron o camiño correcto*», defendeu. Nesa liña, **Zuloaga** apuntou que «*se a sustentabilidade non é rendible, non é sostible*».

Por outra banda, **Carabel** demostrou como se traduce o compromiso do Grupo EROSKI co produto local, non só en termos de rendibilidade, senón tamén na xeración de riqueza para Navarra. «*En EROSKI considerámonos responsables porque creamos relacións estables para os negocios locais, con garantías e compromisos de que os seus produtos terán saída no mercado*». E de cara ao futuro, avanzou que «*temos que traballar na diferenciación, na formación dos nosos equipos e na eficiencia da cadea de valor*».

O evento concluíu cunha serie de fitos que deberían acadarse nos próximos cinco anos para poder afirmar que o sector agroalimentario navarro avanza na boa dirección e segue xerando riqueza local, emprego, tecido empresarial e oportunidades para o territorio. Por exemplo, mencionouse a atracción de talento feminino e novo, a simplificación normativa, a consolidación da innovación como valor engadido, o aumento da visibilidade dos produtos navarros ou o impulso da colaboración público-privada.

EROSKI: Responsable de comunicación corporativa

Patricia Martín Sanchidrián

comunicacion@eroski.es

Servizo de Comunicación do Goberno de Navarra

Responsable de comunicación

Itxaso Ibarra

itxaso.ibarra.garcia@navarra.es