COAG Canarias

NOTICIAS

Domingo 29 de agosto de 2021

Actualidad Agrícola y Ganadera en Canarias

"Los/as agricultores/as y ganaderos/as somos imprescindibles"

EL DÍA.es

EL CABILDO Y CAJASIETE IMPULSAN LA VENTA "ONLINE" DE ALIMENTOS D ELA GOMERA

La Corporación insular y la entidad bancaria suscriben un acuerdo para la integración de los productos de esta marca en la plataforma de comercio electrónico Seseo Canarias

El Cabildo de La Gomera y Cajasiete han suscrito, esta semana, un acuerdo que establece las condiciones comerciales y económicas correspondientes a la integración como colectivo de los productos de la marca denominada Alimentos de La Gomera en la plataforma de comercio electrónico Seseo

Canarias, una herramienta digital de Cajasiete para apoyar a productores y artesanos de las islas.
El presidente insular, Casimiro Curbelo, destacó que este nuevo espacio de comercialización abre la puerta a reforzar la dinamización del sector agroalimentario de la isla, caracterizado por la calidad de los productos y la aceptación que tienen en el mercado regional, por lo que apuntó que este acuerdo «brinda una excelente oportunidad para llegar a más puntos de las islas y contribuir a incrementar la capacidad de las pequeñas empresas insulares dedicadas a este fin».

Asimismo, valoró el compromiso de Cajasiete con la isla y la cooperación que desde la Institución se ha materializado a lo largo de los últimos años, con ámbitos de colaboración que van desde la promoción de la artesanía hasta la venta online de la gastronomía insular.

José Manuel Garrido, director de Relaciones Institucionales de Cajasiete, se mostró muy ilusionado con el acuerdo firmado, del que espera que sea un éxito y manifestó «que la voluntad de Seseo Canarias es promover los productos canarios y dotar de los medios necesarios para la venta online de los productos autóctonos en las mejores condiciones».

Hay que destacar que el convenio regula el procedimiento para su difusión y comercialización, además de establecer las condiciones de los productos y servicios financieros que Cajasiete pone a disposición de los productores integrados en la marca Alimentos de La Gomera.

Marketing digital

Asimismo, se podrán beneficiar del apoyo para crear y dar de alta los productos en la plataforma de venta y su promoción en las redes de la misma, detalló la consejera de Desarrollo Rural, Angélica Padilla.

En estos casos, se beneficiarán de acciones de marketing digital, disposición de espacios en cada una de la islas para crear rincones de degustación en la red de oficinas de la entidad, que se unirá a la producción audiovisual de un spot, campaña de comunicación e impacto en redes sociales. En cuanto a los productores, se pondrá a disposición jornadas dedicadas a la venta online y el uso de la plataforma.

Canarias7

40 AGRICULTORES VENDEN CIRUELAS DE MADIANÍAS CON LA MISMA MARCA

La campaña pone cajas de 2,5 kilos y tarrinas de 500 gramos, que paga desde 2,45 a 0,80 euros el kilo, en las grandes superficies comerciales
Alrededor de 40 productores participan en la campaña Ciruelas de Medianías de 2021 con la que el Cabildo y el Gobierno de Canarias intentan poner en valor la calidad de esta fruta templada y mejorar su salida comercial en las grandes superficies de alimentación.

Con el objetivo de superar los 26.000 kilos recogidos el verano anterior, la campaña que comenzó en junio y se extenderá hasta octubre abona a los productores entre 2,45 euros y 80 céntimos por kilo de ciruela, en función de la categoría, la variedad y la época de recogida de una fruta que se cultiva por encima de los 700 metros de altitud sobre el nivel del mar.

La empresa pública regional Gestión del Medio Rural (GMR) se encarga de la recogida de las ciruelas y de su promoción y comercialización y la Consejería de Soberanía Alimentaria del Cabildo subvenciona los envases en

los que se vende la fruta y colabora en la financiación del personal y el material divulgativo de la campaña.

La marca Ciruelas de Medianías se vende en cajas de 2,5 kilos y en tarrinas de 500 gramos que ya no son de plástico y ofrece piezas recogidas en diez municipios de la isla, sobre todo en San Mateo, Teror, Tejeda y San Bartolomé de Tirajana, pero también en Gáldar, Valsequillo, Santa Brígida o Valleseco.

De momento la campaña de este año, que no se adelantó como en otras temporadas, marcha bien y la fruta está encontrando buena salida en las estanterías de Carrefour, Lidl o Alcampo, entre otras grandes superficies comerciales de la isla, donde se diferencia la producción local como un producto de cercanía, temporada y calidad.

Las distintas variedades de ciruelas plantadas en Gran Canaria crecen fundamentalmente en huertos y en los márgenes de las parcelas agrícolas, como cultivo complementario, aunque también hay algunos productores que han apostado por esta fruto como cultivo principal.

La campaña de valorización de las ciruelas se puso en marcha después de la del albaricoque de San Bartolomé de Tirajana, que se recoge antes y lleva más años en activo. Es en el mes de mayo cuando esa otra fruta alcanza la madurez necesaria para su vendimia y venta.

Un precio justo para el agricultor

Las campañas de valorización de las ciruelas de Medianías y el albaricoque de San Bartolomé de Tirajana intenta posicionar estas frutas en el mercado con un precio justo para el agricultor, mejorar su presentación comercial y contribuir al fomento de su cultivo y con ello al mantenimiento del paisaje y del medio ambiente de la isla.

La mayoría de las variedades de ciruelas cultivadas hoy en Gran Canaria son de las especies Prunus domestica, de origen europeo, y Prunus salicina, de

origen asiático. Las primeras son más antiguas y muy apreciadas por sus características organolépticas. Las segundas son jugosas, de buen calibre y las preferidas para su consumo en fresco.