



**COAG**

Canarias

# NOTICIAS

Domingo, 6 de agosto de 2023



## Actualidad Agrícola y Ganadera en **Canarias**

*“Los/as agricultores/as y ganaderos/as somos imprescindibles”*

**EL DÍA**

LA OPINIÓN DE TENERIFE

**NARVAY QUINTERO CONSEJERO DE AGRICULTURA,  
GANADERÍA, PESCA Y SOBERANÍA ALIMENTARIA DEL  
GOBIERNO DE CANARIAS**

**NARVAY QUINTERO: «NOS COMPROMETEMOS A MEDIAR  
EN LA NEGOCIACIÓN DEL CONVENIO DEL CAMPO»**

«Exigiremos a Madrid el aumento de las cuotas del atún para Canarias»,  
afirma

<https://www.eldia.es/canarias/2023/08/06/comprometemos-mediarnegociacion-convenio-campo-90720621.html>

**(\*): Contenido exclusivo para suscriptores digitales**



**COAG**  
Canarias

Las Palmas de Gran Canaria: C/. Miguel Sarmiento, 2 – 35004. Telf. 928 369 806 – Fax. 928 385 634

La Aldea de San Nicolás: Avda. Los Cardones, 25 – 35470. Telf. 928 885 085 – Fax. 928 891 288

Santa María de Guía: C/. Sancho de Vargas, 19, interior bajo – 35450. Telf. 928 896 790 – Fax. 928 896 790

Tenerife (Tegueste): Ctra. El Portezuelo-Las Toscas, 269. Telf. 922 299 655 – Fax. 922 242 060

## LA SIEGA TRADICIONAL VUELVE A LAS MEDIANÍAS DE ORO DE LOS REALEJOS

Cientos de personas participan en una actividad que rescata toda la riqueza de la recogida de los cereales al estilo de antaño

<https://www.eldia.es/tenerife/2023/08/06/siega-tradicional-vuelve-medianias-oro-90724570.html>

**(\*): Contenido exclusivo para suscriptores digitales**

**LA PROVINCIA**

DIARIO DE LAS ISLAS

LA PROVINCIA ES UNO DE LOS MEDIOS

## NARVAY QUINTERO: «NOS COMPROMETEMOS A MEDIAR EN LA NEGOCIACIÓN DEL CONVENIO DEL CAMPO»

Cuando el presidente canario Fernando Clavijo llamó a Narvay Quintero para ofrecerle que volviera a ser consejero del sector primario, el representante de la Agrupación Herreña Independiente puso la «responsabilidad» y el «honor» por encima de su vida personal y se fijó como objetivo hacer que a los agricultores, ganaderos y pescadores se les dé la importancia que merecen por «hacer que la comida llegue a la mesa»

<https://www.laprovincia.es/canarias/2023/08/06/comprometemos-medar-negociacion-convenio-campo-90720622.html>

**(\*): Contenido exclusivo para suscriptores digitales**



## EL CABILDO RESPALDA LA PRODUCCIÓN DE VINO DE CALIDAD EN TENERIFE



Las Palmas de Gran Canaria: C/. Miguel Sarmiento, 2 – 35004. Telf. 928 369 806 – Fax. 928 385 634  
La Aldea de San Nicolás: Avda. Los Cardones, 25 – 35470. Telf. 928 885 085 – Fax. 928 891 288  
Santa María de Guía: C/. Sancho de Vargas, 19, interior bajo – 35450. Telf. 928 896 790 – Fax. 928 896 790  
Tenerife (Tegueste): Ctra. El Portezuelo-Las Toscas, 269. Telf. 922 299 655 – Fax. 922 242 060

Se trata de una infraestructura que se ubica en el municipio de Güímar y que ofrecer a los viticultores una completa gama de determinaciones analíticas en uvas

El Cabildo de Tenerife ha expresado su respaldo a la producción de vino de calidad en la isla a través de la actividad que desarrolla el Laboratorio Insular de Vinos, una infraestructura que se ubica en el municipio de Güímar y que tiene como objetivo ofrecer a los viticultores y bodegueros de Tenerife una completa gama de determinaciones analíticas en uvas, mostos y vinos.

### **Producción de vino**

Los consejeros de Industria y Sector Primario, Manuel Fernández y Valentín González, visitaron recientemente las instalaciones de este laboratorio, que el año pasado atendió a un total de 539 usuarios, que realizaron 1.233 solicitudes de análisis, incrementando casi un 3% la actividad del año anterior.

Ambos consejeros anunciaron la intención de este gobierno insular de «implementar medidas de apoyo al sector primario de Tenerife, con la intención de que se consolide como una herramienta para la diversificación económica de la isla». «La producción de vino tendrá un papel muy importante en el desarrollo de la estrategia para el sector primario de Tenerife durante los próximos cuatro años, ya que el vino que se produce aquí se caracteriza por ser un producto que destaca por su gran calidad».

## **CANARIAS SUMA EL 2,5% DE LAS NUEVAS ALTAS DEL PROGRAMA UNICO RURAL TRAS UN MES DE FUNCIONAMIENTO**

La compañía refuerza con estos números su apuesta por hacerse con el



90% de los hogares interesados en conectarse a la red durante los próximos cuatro años



Las comunidades autónomas de Andalucía (18,7%), Castilla y León (14,9%), Comunidad Valenciana (13,4%) y Cataluña (10,1%)

suman el 57% de las nuevas altas tras un mes de funcionamiento del Programa UNICO rural, según datos de Eurona, compañía especializada en servicios y soluciones de conectividad para zonas rurales y remotas que ha elaborado estos datos después de analizar los 1.200 contratos de conexión al internet por satélite de 100 Mbps que ha realizado.

El resto de comunidades autónomas donde se localizan nuevas altas se encuentran todas ellas por debajo del 10%. Galicia lidera con un 7,5% un grupo en el que figuran Asturias (6,3%), Castilla-La Mancha (5,7%) y que cierran Navarra, La Rioja y Cantabria, con un 0,5%, y País Vasco, con un 0,4%. En el caso de Canarias, suma el 2,5% de las nuevas altas.

## Programa Único

Valencia, con un 8,42%, encabeza la nómina de diez provincias en las que más personas se han conectado al internet por satélite. Le siguen Asturias, con 6,3%, Ávila (4,7%), Málaga (4,6%), Barcelona (4,1%), Murcia (4%), Islas Baleares (3,6%), Alicante (3,3%), Tarragona (3,2%) y Jaén, con un 3%.

La compañía refuerza con estos números su apuesta por hacerse con el 90% de los hogares interesados en conectarse a la red durante los próximos cuatro años, y que el Gobierno ha calculado en 60.000 hogares

potenciales en un estudio previo que ha elaborado con el impacto de este programa.

El Programa UNICO rural busca garantizar al 100% de la población y en todo el territorio nacional la conectividad de banda ancha de al menos 100 Mbps a un precio asequible de 35 euros/mes para cerrar la brecha digital en las zonas rurales, de baja densidad de población, dispersas y remotas.

## El Periódico de Canarias

### **LA CESTA DE LA COMPRA SIGUE MENGUANDO EN UN PRIMER SEMESTRE SIN TREGUA EN LOS PRECIOS**

Mientras que la inflación generalizada se mantiene en un entorno del 2 %, los precios por llenar la nevera y la despensa siguen aumentado, lo que deriva en una caída del volumen de hasta el 2,6 % en el caso de los alimentos y del 1,1 % en el de las bebidas durante el primer semestre. Así se deriva del informe semestral de la consultora Circana, que aglutina el gasto de los españoles en supermercados e hipermercados durante los seis primeros meses del año, en los que la marca blanca siguió ganando adeptos en todos los canales y la compra a golpe de clic se debilitó.

A la espera del dato detallado del incremento de precios de los alimentos y bebidas no alcohólicas que ofrecerá el Instituto Nacional de Estadística el próximo 11 de julio, estas son las cinco claves del consumo de los españoles en la primera mitad del año.

#### **1. LA FACTURA EN EL SÚPER: 42.755 MILLONES DE EUROS**

Las familias españolas gastaron en el súper 42.755 millones de euros en

bienes de consumo (alimentos e higiene) de alta rotación, lo que se conoce como «gran consumo» o FMCG por sus siglas en inglés.

Se trata de un 10,6 % más que en el mismo periodo de 2022 y se debe, exclusivamente, al incremento de precios registrado el 11,6 %, de acuerdo con los datos de la consultora; el peso (volumen) de estos carros de la compra se contrajo un 1 %.

## **2. AZÚCAR, LECHE Y ACEITE, LO QUE MÁS SE ENCARECE**

Dentro del abastecimiento familiar, la alimentación es la que registra un mayor incremento de precios, hasta un 14,3 % más; es también donde más han recortado los consumidores, pues la caída en volumen fue del 2,6 %.

Y en la clasificación de las familias que más se encarecen se encuentran el azúcar (+ 50,7 %), la leche (+ 48,7 %) y el aceite de oliva (+32,4 %).

## **3. SECCIONES: LOS FRESCOS Y LAS BEBIDAS**

Mantener una alimentación saludable es el objetivo de muchos consumidores; estos patrones, como es el caso de la dieta mediterránea, se componen principalmente de los alimentos frescos en los que los españoles se dejaron 12.930 millones de euros en seis meses.

Es un 9,3 % más presupuesto que hace un año, ya que a pesar de haber comprado un 1,3 % menos, el precio medio se incrementó un 10,6 %.

La sección de bebidas también ha subido de precio, un 12 % en esta ocasión, si bien su importancia dentro de la cesta de la compra sólo ha caído un 1,1 %.

Dentro del gran consumo, los productos con mayor incremento de consumo no son alimentarios, pues se trata de productos de cosmética facial, decorativa o corporales.

## **4. LA MARCA BLANCA, SUMA Y SIGUE**

Para mirar el bolsillo, la marca blanca o de distribuidor se ha convertido

en un gran aliado; de hecho, aunque sus precios también han aumentado -casi un 14 % en un semestre- sigue ganando espacio en los hogares de los españoles y en todos los departamentos.

Los precios de las marcas de fabricantes, atosigados igualmente por el incremento de los costes de producción, sólo se elevaron un 11 %.

## **5. LOS ESPAÑOLES Y LOS SUPERMERCADOS**

La estructura de la distribución comercial en España hace que el supermercado sea la opción más elegida por los consumidores.

La evolución del consumo «online», con una evolución en entredicho después del «boom» en la pandemia, representa ahora el 2,6 % del total de las compras de gran consumo; es un 6,7 % más que hace un año en valor, pero el volumen cae más que la media, un 2,5 %.

