

# Agama Informa

Nº: 53

Fecha: 15/12/09

## **1.- Pilar Merino expone en el Parlamento los nuevos retos de Gestión del Medio Rural de Canarias**

La consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación del Gobierno de Canarias, Pilar Merino, informó hoy a la Comisión de Agricultura del Parlamento Autonómico sobre los nuevos retos de la empresa pública Gestión del Medio Rural de Canarias, concebida como un instrumento público para la gestión integral y sostenible del medio rural y marino de las Islas, orientado a lograr un sector competitivo.

La empresa ha adoptado un Plan Estratégico que estará vigente en el periodo 2009-2012 y que ya se encuentra está en plena ejecución, ofreciendo al sector las herramientas que necesita para vencer los obstáculos a la hora de producir y comercializar. En la actualidad, se desarrollan un total de 50 proyectos técnicos aplicados directamente al sector que van desde el control de la producción lechera a la erradicación de plagas y enfermedades.

En 2009 desarrolló proyectos por un valor de 11,6 millones. Ha comercializado productos elaborados (fundamentalmente quesos, de los que se comercializan 1,5 millones de kilos al año) por un valor de 7,7 millones de euros, y frutas y hortalizas en otros 7,9. Junto a los 10,4 millones generados por el resto de los proyectos puestos en marcha, arrojan una facturación total por valor de 27,7 millones de euros. Esto supone un mayor peso de la División de Proyectos y de la venta de productos elaborados, respecto a años anteriores.

GMR no sólo comercializa y desarrolla productos, también ha venido incrementando sus acciones de promoción en apoyo al sector en diferentes eventos que van desde el Espacio Canarias en Madrid, hasta la presencia en los World Cheese Awards 2009. Así, durante 2009 se han programado y ejecutado

---

47 acciones promocionales frente a las 24 realizadas en 2008, como signo claro de la apuesta por facilitar la comercialización de productos.

El primer objetivo comercial ha sido redefinir la estructura y procesos de venta. Se ha procedido a la reestructuración formal de las delegaciones, para hacerlas más eficientes tanto en términos de gestión como de planificación de compras y ventas de mercancía. También se ha revisado la aplicación informática comercial y se ha potenciado el Departamento Técnico, una clara necesidad para el sector. Asimismo se ha procedido a redefinir la segmentación comercial, reorientar la actividad promocional en coordinación con la Consejería y a la revisión de las presentaciones de los productos que comercializa.

Un segundo objetivo estratégico para 2009 ha sido impulsar un crecimiento sostenible de la empresa. Para ello se han buscado nuevas alianzas estratégicas, se ha buscado intensificar la explotación de los canales actuales de ventas, se ha apostado por potenciar nichos de mercado en el sector turístico, así como por la búsqueda de nuevos mercados comerciales.

Se ha desarrollado una nueva línea de comercialización con los vinos de Canarias. En este sentido, las primeras experiencias de comercialización han sido un éxito (El Corte Inglés) lo que ha permitido que el modelo se ponga en marcha ya definitivamente este mes de diciembre. Está en estudio la comercialización de productos ecológicos.

#### Objetivos para 2010

En líneas generales, la orientación de la empresa para 2010 se basará en lograr la sostenibilidad financiera de GMR, diversificar las fuentes de financiación y mejora aún más de la gestión en todos los campos. El Plan Estratégico ha conllevado el diseño y adopción de un Plan de Marketing con una clara orientación al cliente.

La División de Proyectos ha trabajado en esta línea con las siguientes acciones: Asesoramiento continuo, Aporte de conocimiento, identificando sus necesidades de información y sus debilidades en esta materia, y Modernización y aplicación de nuevas tecnologías, planteando proyectos internos de I+D que ayuden a la lograr los objetivos de la Empresa y que sirvan al sector, una vez demostrada su utilidad.

En el Área de Frutas y Hortalizas, se ha querido dar más peso al producto desde su origen, creando el puesto de Responsable de Planificación y Cultivos, y se ha venido desarrollando una aplicación informática que permite obtener una

previsión de la producción según factores como superficie cultivada, tipo de cultivo, estación y fecha de siembra, entre otras, que permita planificar los cultivos con el objetivo de distribuir la producción a lo largo del tiempo, así como las entregas que realizaran los agricultores para su venta posterior.

GMR Canarias, a través del Área de Productos Elaborados, principalmente, se plantea un mayor alcance en la promoción de los productos canarios comercializados por la empresa. El primer paso dado para ello, ha sido la definición del marco de relación con las centrales queseras y de las bodegas mediante un modelo abierto de comercialización, creado para cada caso.

El modelo de comercialización de los quesos ya existía desde hace unos años para concentrar una oferta única y de calidad que permitiera negociar de manera más ventajosa frente a la gran superficie, aunque este año se ha trabajado en la marca "Quesos de Canarias", para promocionar y dar a conocer la calidad de la producción isleña.

El modelo de comercialización del vino surge este año a imagen y semejanza del modelo del queso, a iniciativa del sector. Es un modelo abierto en el cual puede participar cualquier bodega siempre que cumpla unos requisitos de calidad y continuidad en el suministro.

El siguiente paso es la creación en este año de dos marcas paraguas denominadas "Quesos de Canarias" y "Vinos de Canarias", creando así un distintivo de calidad que engloba a las diferentes marcas comerciales y que permite singularizar las marcas que se encuentran dentro de ambos modelos.

Fuente: Nota de Prensa del Gobierno de Canarias (14/12/09)

Enlace:

<http://www.gobcan.es/noticias/index.jsp?module=1&page=nota.htm&id=118093>

2.- Orden ARM/3311/2009, de 26 de noviembre, por la que **se homologa el contrato-tipo de suministro de leche de oveja con destino a su transformación en productos lácteos**, que regirá durante la campaña 2009-2010.

Fuente: Boletín Oficial del Estado (10/12/09)

Enlace: <http://www.boe.es/boe/dias/2009/12/10/pdfs/BOE-A-2009-19901.pdf>

.....