



Comercio pone en marcha una estrategia para promocionar los mercados y mercadillos tradicionales de Canarias

La Consejería de Turismo, Industria y Comercio ha previsto una inversión de 400.000 euros

Una campaña, en marcha hasta el 25 de diciembre, anima a comprar productos 'del país' destacando que los mercados tradicionales de Canarias son frescos y modernos, sin perder las tradiciones, ofreciendo lo auténtico y apostando por la sostenibilidad

La Consejería de Turismo, Industria y Comercio ha puesto en marcha una estrategia para potenciar los mercados y mercadillos tradicionales de Canarias para la que ha previsto una inversión en 2020 de 400.000 euros.

El objetivo es la potenciación de los mercados y mercadillos a través de actuaciones dirigidas a dinamizar estas infraestructuras comerciales ubicadas en cascos históricos y en municipios rurales y turísticos de Canarias, con el fin de, por un lado, recuperar, mantener y promocionar los centros de compra tradicional, así como su conservación y, por otro lado, de diseñar un espacio no solo de compra, sino también de ocio y de gastronomía.



Campana de promoción de los mercados tradicionales de Canarias

En el marco de esta estrategia, la Dirección General de Comercio y Consumo ha lanzado una campaña, que comenzó el 9 de diciembre y culmina el próximo día 25, para animar a los canarios a comprar productos 'del país', destacando que los mercados tradicionales de Canarias son frescos y modernos, sin perder las tradiciones; son locales y cercanos, ofreciendo lo auténtico y son ricos y sabrosos, apostando por la sostenibilidad.

Para la consejera de Turismo, Industria y Comercio, Yaiza Castilla, algunos de los objetivos planteados a corto plazo son "potenciar la marca propia, Mercados Tradicionales de Canarias, además de dar visibilidad, en las siete islas, a las zonas de venta tradicionales, el apoyo al comercio y el sector primario, y la mejora de la sostenibilidad de nuestro paisaje agrícola".

A su vez, la Consejería entiende que es necesario ejecutar acciones y proyectos que conviertan a los mercados en



una zona comercial de gastronomía y de ocio, en el que se pueda ofertar de manera atractiva la producción industrial canaria. “Se trata de aprovechar el carácter tradicional de los mercados de abastos y, su vinculación a la historia y cultura de nuestras Islas, para comercializar productos manufacturados relacionados con sectores tan importantes para nuestra tierra como el sector textil, la confección, la alimentación, o la industria de productos artesanales tradicionales, que en los mercados de abastos encontrarán el espacio ideal para su oferta al público”, destaca Yaiza Castilla.

En este sentido, las principales actuaciones a desarrollar tienen además un carácter intersectorial y transversal, involucrando al sector industrial en la realización de campañas que potencien la oferta de estos productos en nuestros mercados, potenciando la comercialización de la producción industrial tradicional como un elemento atractivo a ofrecer a clientes y visitantes.

En el conjunto de medidas a desarrollar se incluye, además de la consolidación de la marca Mercados Tradicionales de Canarias, la mejora de la seguridad de estos espacios, la supresión de barreras arquitectónicas, la reforma de fachadas e instalaciones, y acciones publicitarias y de dinamización, tales como expansión de la marca en redes sociales, la edición de folletos de localización de los mismos por municipios, o acciones comerciales centradas en generar experiencias en el usuario.