

# AGROFORESTALES DE

# La Palma

## PILOTO DE COMERCIALIZACIÓN, FORMACIÓN Y DIVULGACIÓN DEL PROYECTO

“Una Almendra Bonita” es nuestro prototipo o proyecto piloto de puesta en valor de los productos generados, en el que se ha contado con agricultores y consumidores a la hora de diseñar la campaña de comercialización de almendra y los trabajos conjuntos del marketing. Partiendo de una encuesta de consumo para conocer la potencial demanda del producto y su valoración, se elaboró una propuesta de packaging y diseño de marca para la comercialización de envases con almendra natural de La Palma. De forma paralela se desarrollaron contenidos para la divulgación de la campaña promocional y se diseñaron expositores para la venta. También se trabajó de manera conjunta con empresas locales privadas para la elaboración de productos diferenciados a partir de los subproductos obtenidos de la selección de la almendra.

Otras líneas de trabajo en el proyecto han sido la formación y la divulgación. Con las acciones formativas se ha intentado dotar de herramientas de mejora y de generación de oportunidades, vinculando el crecimiento a un manejo sostenible de la interfaz urbano-forestal. Para conseguir generar impacto social se han realizado acciones y actividades dando a conocer el proyecto y sus objetivos.

# AGROFORESTALES DE *La Palma* **ÍNDICE**

<b>1. Introducción</b>	<b>3</b>
<b>2. Objetivos</b>	<b>4</b>
<b>3. Campaña de comercialización</b>	<b>6</b>
3.1 Elaboración de encuesta de consumo	
3.2 Compra de almendra a productores y procesado	7
3.3 Desarrollo de la campaña piloto de comercialización	9
3.4 Valoración de opciones de diversificación con los subproductos de destrío	12
<b>4. Formación</b>	<b>14</b>
4.1 Programación y desarrollo de las actividades formativas	
4.2 Desarrollo de contenidos de material divulgativo y difusión	16
<b>5. Divulgación</b>	<b>17</b>
5.1 Elaboración de panel de divulgación del proyecto	
5.2 Sitio web	18
5.3 Visita Escuela Capacitación Agraria (ECA) de Los Llanos de Aridane	19

# AGROFORESTALES DE *La Palma* **INTRODUCCIÓN**

La Palma, conocida por su impresionante paisaje y biodiversidad, ha sido históricamente una isla agrícola donde el cultivo de almendros ha jugado un papel esencial en la economía rural. En los últimos años, la producción de almendra ha adquirido una relevancia renovada, no solo como un cultivo tradicional, sino también como una fuente innovadora con alta proyección en los ingresos para los agricultores locales. Este cultivo, que forma parte de un sistema agroforestal sostenible, no solo aporta valor económico a través de su cosecha directa, sino que también juega un papel crucial en la preservación del paisaje y la prevención de incendios forestales.

Los productos derivados de la almendra, tanto en su forma natural de pipa, como en productos procesados o envasados, son cada vez más demandados tanto en el mercado local como en mercados más amplios. La venta de almendra local no solo beneficia a los agricultores, sino que también promueve el consumo kilómetro 0, fomenta el desarrollo de productos agroalimentarios de calidad y apoya la economía circular.

Además, los subproductos generados en el proceso de producción de la almendra, tales como la almendra partida, la almendra con muescas o las cáscaras, abren nuevas oportunidades para la diversificación de la actividad económica. Estos subproductos pueden transformarse en cremas, productos de repostería, aceites o incluso en bioproductos, ampliando la gama disponibles en el mercado y aumentando el valor de la cosecha original.

Este proyecto busca resaltar la importancia de la almendra como motor de la economía local de La Palma, mostrando no solo su potencial como producto primario, sino también las múltiples posibilidades que ofrecen sus subproductos. Así, el proyecto no solo contribuye a la revitalización de la agricultura tradicional, sino que promueve una estrategia económica sostenible, basada en la valorización de todos los componentes de la almendra, desde el fruto hasta sus derivados, impulsando tanto el empleo como el emprendimiento en la isla.

# AGROFORESTALES DE

*La Palma*

## OBJETIVOS Y ACCIONES

Este apartado del proyecto tiene como principales objetivos poner en valor los productos generados y promover la comercialización de la almendra local, así como potenciar la formación para tratar de optimizar la producción de los cultivos agro-forestales.

Para la consecución de estos objetivos se han realizado un conjunto de acciones:

- Elaboración de una encuesta de consumo de almendra de La Palma a la población local.
- Compra de almendra a productores de la isla y procesado.
- Desarrollo de la campaña piloto de comercialización y desarrollo de contenidos para material

divulgativo relacionados con el marketing y la publicidad.

- Valoración de opciones de diversificación de la oferta con los subproductos de
- Programación y desarrollo de las actividades formativas.
- Desarrollo de contenidos de material divulgativo, y difusión del proyecto.



**AL COMPRAR  
NUESTRAS ALMENDRAS  
TRANSMITES ESTE  
PAISAJE COMO  
TU LEGADO**



**Gobierno  
de Canarias**



# AGROFORESTALES DE *La Palma* **CAMPAÑA DE COMERCIALIZACIÓN**

El planteamiento de la comercialización fue asociar el proyecto, un producto de gran valor como es la almendra local y la capacidad de generar un incentivo para poder lograr continuidad y crecimiento.

Para cumplir con los objetivos marcados en este apartado del proyecto, se realizó primeramente una encuesta de consumo de almendra de La Palma entre la población local, desarrollando en base a los resultados una campaña comercial con la compra de almendra a productores de la isla. De forma paralela a esta comercialización se trabajó con empresas locales para elaborar productos diferenciados a partir de los subproductos derivados de la selección, aprovechando esta acción para darle difusión al proyecto.

## **3.1 ELABORACIÓN DE ENCUESTA DE CONSUMO**

Se trabajó en una encuesta de consumo dirigida a la población insular como herramienta para conocer de primera mano la demanda de almendra de La Palma, su percepción y valoración como producto. Los resultados a su vez permitirían valorar las estrategias a seguir en la comercialización y sensibiliza-



Ilustración 1. Distintivo comercialización de almendra de La Palma



ción de los consumidores.

Con un total de 376 respuestas los datos obtenidos a modo de resumen fueron los siguientes:

- El 99% de los encuestados valoran positivamente comprar productos locales.
- Casi el 70% de los encuestados compran almendras.
- Un 63% compran almendra de La Palma.
- El 60% con frecuencia mensual.
- Casi el 85% compra en mercadillos o supermercados de cercanía.
- El 88% compra almendra natural.
- Cerca del 80% consideran que 18-20€/kg en un precio justo.
- Valoran positivamente el precio justo, el fomento del paisaje la prevención de incendios forestales, la economía local, la diferencia de sabor y calidad.
- Valoran negativamente la facilidad para encontrar el producto en el mercado.

## 3.2 COMPRA DE ALMENDRA A PRODUCTORES Y PROCESADO

Para conseguir almendra para la campaña piloto de comercialización se contactó con agricultores con fincas de almendro en activo que tuviesen disposición e interés en vender su cosecha.

Se consiguieron para la campaña un total de 848 kilos de almendra en cáscara de dos productores. La almendra fue cascada con el servicio de la cooperativa de Puntagorda cuantificando todas las fracciones obtenidas del proceso y valorando los rendimientos de almendra cáscara a almendra pepita.



Ilustración 3. Almendra pepita sin seleccionar para la campaña piloto de comercialización "Una almendra bonita".

Para el proceso de selección, envasado y etiquetado de la almendra se contó con el servicio de La Destiladera S.L.U.

La almendra seleccionada se envasó en recipientes de cristal de 100 gramos. Las etiquetas fueron diseñadas para identificar claramente el producto utilizando como nombre comercial 'Una almendra bonita', cumpliendo con la normativa de etiquetado e incluyendo menciones de consumo responsable.

De todo el proceso resultaron un total de 1.369 envases listos para comercialización.

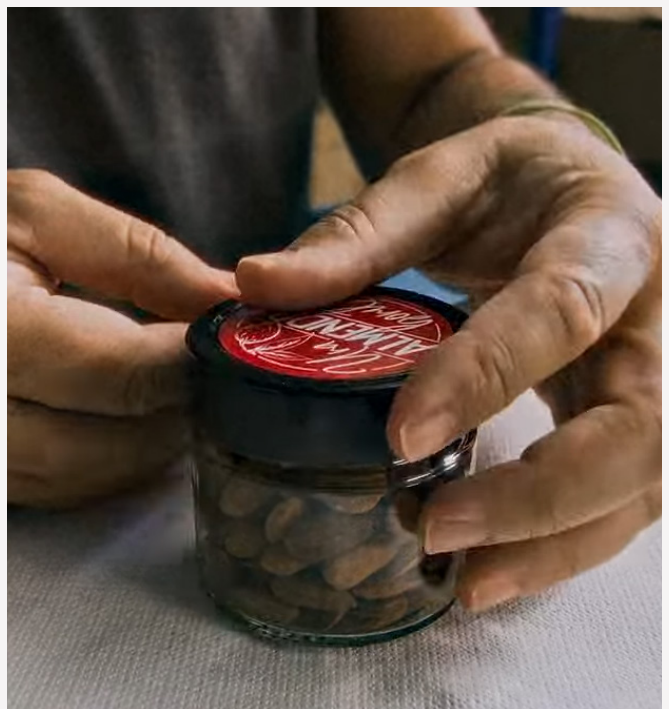


Ilustración 4. Producto final envasado y etiquetado.

Ilustraciones 4 y 5. Selección, envasado y etiquetado.





Ilustración 6. Diseño etiqueta campaña comercial.

### 3.3 DESARROLLO CAMPAÑA PILOTO COMERCIALIZACIÓN

Para el desarrollo de la campaña piloto de comercialización de almendra de La Palma se trabajó en la creación de contenidos y material divulgativo relacionado con el marketing y la publicidad y en buscar los canales de comercialización del producto envasado final.

Se trabajó juntamente con una empresa de audiovisuales para elaborar un vídeo promocional de lanzamiento de la campaña de comercialización. En el vídeo se trataba de sensibilizar a la población de la necesidad de apoyar el pro-

ducto local como medio de protección frente a los incendios forestales, quedando también plasmada la identidad del proyecto. Para el diseño de los expositores destinados a la venta de los envases de almendra se contó con la colaboración de un artista canario.

Para definir los canales de comercialización se tuvo en cuenta la información obtenida a través de la encuesta de consumo y se pensó en el mercado local como salida prioritaria para promover el consumo en la isla y generar conciencia del mantenimiento de las medianías. Se decidió como mejor opción centrar la venta en una cadena de supermercado local con distribución en los municipios de la isla



Ilustración 7. Fragmento vídeo promocional 'Una almendra bonita'



Ilustración 9. Expositor campaña comercial

La campaña comercial 'Una almendra bonita' se inició a principios de julio de 2024 y finalizó a mediados de enero de 2025, teniendo una duración de 6 meses y medio. A lo largo de ese período se comercializaron el 96% de los envases entregados con almendra de La Palma, concentrando los meses de julio y agosto más de la mitad de las ventas.

Para lanzar la campaña se hizo una presentación oficial y de forma paralela para facilitar la información a los consumidores, apoyar la comercialización de los envases y divulgar el proyecto se difundió publicidad a través de un periódico digital insular.

La campaña comercial tuvo una buena respuesta de compra y fue el reflejo de los datos obtenidos de la encuesta de consumo; la almendra de La Palma es un producto bien valorado y con buena salida comercial.

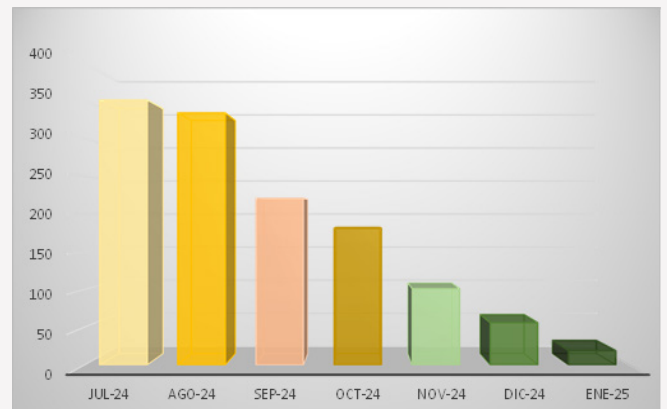



Gráfico 1. Datos de venta por meses.

**ALBARÁN ENTREGA**

  
**GMR Canarias**  
 GMR CANARIAS S.A.U.  
 A38075750  
 C/ Jesús Hdez. Guzmán, 2 - Planta C  
 Pol. Ind. El Mecerazgo - 38110 - S/C TFE

número \_\_\_\_\_  
 fecha \_\_\_\_\_  
 Cliente: \_\_\_\_\_ CIF/DNI \_\_\_\_\_  
 Domicilio \_\_\_\_\_

cantidad	producto	kilos/litros
TOTALES		

OBSERVACIONES:

Firma cliente: \_\_\_\_\_



Ilustración 11. Modelo albarán entrega

Ilustración 10. Modelo albarán entrega

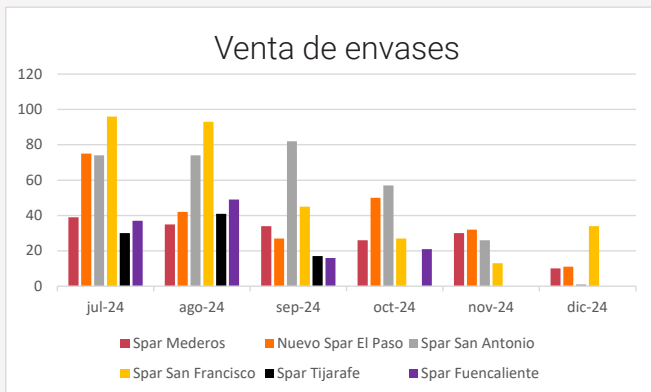


Gráfico 2. Ventas mensuales por punto de venta

Centros	Jul-24	ago-24	sep-24	oct-24	nov-24	dic-24	Total	%
Spar Mederos	39	35	34	26	30	10	174	14%
Nuevo Spar El Paso	75	42	27	50	32	11	237	19%
Spar San Antonio	74	74	82	57	26	1	314	25%
Spar San Francisco	96	93	45	27	13	34	308	25%
Spar Tijarafe	30	41	17				88	7%
Spar Fuencaliente	37	49	16	21			123	10%
<b>Ventas totales</b>	<b>351</b>	<b>334</b>	<b>221</b>	<b>181</b>	<b>101</b>	<b>56</b>	<b>1244</b>	
<b>Pendientes de venta</b>	<b>969</b>	<b>635</b>	<b>414</b>	<b>233</b>	<b>132</b>	<b>76</b>		

Tabla 1. Datos venta envases trimestre julio – diciembre 2024.



### 3.4 VALORACIÓN DE OPCIONES DE DIVERSIFICACIÓN CON LOS SUBPRODUCTOS DE DESTRÍO

Del proceso de selección de la almendra para envasado quedaron excluidos dos sub- productos; almendra partida y almendra con muescas. Para aprovecharlos y darles valor, se consideró que era necesario asignarles una salida diferenciada de forma que en un futuro la comercialización de estos subproductos pudiese maximizar las rentas a percibir por los productores. En el caso del proyecto esta acción también serviría como herramienta de divulgación.

Pensando en valorar las diferentes opciones de transformación y utilización de estas fracciones para elaborar productos diferenciados a partir de almendra, se contactó con empresas locales que tuviesen interés en la propuesta, canales de distribución y posibilidades de envasado.

Para la distinción del producto en el mercado como 'producto colaborativo' con el proyecto se les planteó a las empresas añadir una etiqueta distintiva con información de este.



Ilustración 12. Detalle almendra partida de destrío.



Ilustración 13. Etiquetas de 'producto colaborativo'.



Ilustración 14. Productos colaborativos elaborados con los destríos de almendra.

Los productos elaborados a partir de los destríos del proceso de selección fueron una crema de almendra y un panettone.

Con la almendra partida una empresa de Puntagorda elaboró la crema, siendo esta la única empresa en Canarias que elabora este producto y con la almendra con muescas otra empresa insular dedicada a la repostería, panadería y bollería artesanal elaboró el panettone para la campaña navideña.

# AGROFORESTALES DE *La Palma* **FORMACIÓN**

Dentro de este apartado del proyecto se planteó como objetivo el potenciar la formación para tratar de optimizar la producción de los cultivos agroforestales enfocándola en los siguientes pilares: el atendimiento y manejo para mejorar las producciones y la obtención de un producto de calidad, el aprovechamiento de los recursos generados, fórmulas para la tenencia y atendimiento de terrenos de cultivo y el asociacionismo. Dado que los trabajos que se están ejecutando con el proyecto se centran en el cultivo del almendro, la formación también se enfocó hacia este cultivo.

Para abordar el apartado formativo, además de tener en cuenta los principios que se querían tratar se tuvo en cuenta la situación actual del cultivo del almendro en la isla, las necesidades que existen para su continuidad y los aspectos que son susceptibles de mejora para que pueda ser un cultivo de futuro.

## **4.1 PROGRAMACIÓN Y DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES FORMATIVAS.**

En base a los principios y la temática que se quería abordar y a los condicionantes mencionados anteriormente, se desarrollaron unos contenidos formativos enfocados hacia la gestión agronómica de las fincas, el asociacionismo y la tenencia de terrenos. Teniendo en cuenta la situación actual del cultivo en la isla la parte agronómica se dividió en gestión en nuevas plantaciones y gestión en plantaciones tradicionales de secano. Para la programación se tuvo en cuenta el perfil de asistentes a los que se iba a dirigir la formación, las zonas de la isla en las que el cultivo tiene mayor representación (oeste y noroeste) y los contenidos a desarrollar.

En cuanto al perfil de asistentes se pensó en productores de almendra en activo, propietarios con cultivo en abandono que se hubiesen beneficiado de los trabajos de actuación del proyecto, alumnos en fase de formación de la Escuela de Capacitación Agraria de Los Llanos y PFAE en materia de agricultura y/o forestal, con la idea de captar personas con posible interés en el atendimiento de fincas de almendro, entidades promotoras de proyectos con almendro y personas



interesadas en el cultivo.

Dado que actualmente hay en la isla dos zonas potenciales y con interés en el cultivo de almendro, se programó la formación en dos comarcas, de forma que cada jornada se desarrollara en horario de tarde en la comarca noroeste y en horario de mañana en la oeste y de esta forma dar cabida y facilidad de asistencia a los interesados.

Se programaron tres jornadas formativas con los contenidos que se consideraron adecuados para conseguir los objetivos que se habían planteado inicialmente. La primera jornada enfocada hacia nuevas plantaciones, la segunda hacia el cultivo tradicional en secano y la tercera al asociacionismo y el atendimiento de terrenos de cultivo. En la programación se tuvo también en cuenta un espacio para divulgar la información del proyecto agroforestal.

Para la impartición de los contenidos se contó con varios ponentes especialistas en la temática a abordar; el técnico de la Asociación de almendra de Gran Canaria, técnicos del Servicio de Asociacionismo agrario del Gobierno de Canarias y un abogado de la isla con experiencia en asociacionismo y tenencia de tierras. Se hicieron gestiones con el Ayuntamiento de Puntagorda y la Escuela de Capacitación Agraria de Los Llanos para la cesión de los espacios y se contactó con los responsables de los PFAE con planes de formación en materia de agricultura y/o forestal.

Las jornadas se desarrollaron a lo largo de los meses de octubre a diciembre de 2024 y a ellas pudieron asistir un total de 116 personas entre los que se encontraban agricultores, alumnos de la Escuela de Capacitación Agraria, usuarios de los PFAE de Tijarafe, Puntagorda y Puntallana, técnicos y capataces y personas interesadas en el cultivo. Al finalizar la formación se les facilitó un certificado de asistencia de la/s jornada/s en la/s que participaron.

En base a los datos de asistencia cabe decir que hubo buena aceptación a la convocatoria de las jornadas, mejor respuesta a la parte agronómica del manejo del cultivo y valorando los perfiles de asistencia y pensando en los más interesantes de cara al proyecto, queda reflejado en el gráfico que es necesario motivar al perfil de agricultores y propietarios, aunque cabe decir que hay interés por parte de los agricultores con nuevas plantaciones. En cuanto al perfil formativo (alumnos de ECA y usuarios de PFAE) queda claro que podrían enfocar su salida profesional hacia la gestión de parcelas agroforestales.



Gráfico 2. Perfil de asistentes a las jornadas formativas



Ilustraciones 15 y 16. Jornadas en Puntagorda y Los Llanos.

## 4.2 DESARROLLO DE CONTENIDOS PARA MATERIAL DIVULGATIVO Y DIFUSIÓN

Para facilitar información de las jornadas, así como herramientas para la difusión y la inscripción en las mismas se prepararon carteles divulgativos y formularios online para la inscripción.

Para difundir las jornadas, antes del inicio de cada una se remitieron carteles a través de

correo electrónico y servicio de mensajería rápida de móvil a los servicios municipales de AEDL de la isla, coordinadores de PFAE, Escuela de Capacitación Agraria de Los Llanos, agencias de extensión agraria, reserva de la biosfera, ADER La Palma y otros organismos relacionados, también a los agricultores con cultivo de almendro así como propietarios de parcelas incluidas en los trabajos de limpieza del proyecto.



Ilustración 17. Modelo cartel para difusión de las jornadas.

# AGROFORESTALES DE La Palma **DIVULGACIÓN**

## 5.1 ELABORACIÓN PANEL DE DIVULGACIÓN DEL PROYECTO

Para informar, concienciar y promover los cultivos agroforestales en la interfaz urbano-forestal, sensibilizando al público sobre la importancia que tiene mantener en producción estos cultivos tradicionales, como el almendro, para preservar la biodiversidad y el paisaje, así como el papel que desempeñan en la prevención de incendios forestales, se ha trabajado en el diseño de un panel divulgativo del proyecto. Se trata de una herramienta educativa que ofrece información completa sobre el proyecto, los antecedentes, objetivos y las acciones que se están llevando a cabo en su contexto. Esto ayuda a que los visitantes comprendan la importancia de la iniciativa y su impacto en las medianías de la isla de La Palma.

Este panel explicativo se instaló en el centro del barrio de Las Tricias en un mirador desde el que se observa el paisaje característico de las medianías de la isla, en el que se entremezclan bancales de cultivo, con áreas forestales y zonas urbanizadas. La ubicación también permite al visitante conectar directa-

mente con una zona intervenida en el marco del proyecto, de manera que desde allí se pueden ver los esfuerzos realizados en la recuperación del cultivo y comprender el contexto. Se trata de un lugar de fácil acceso, situado junto a un aparcamiento que facilita la llegada de los visitantes.

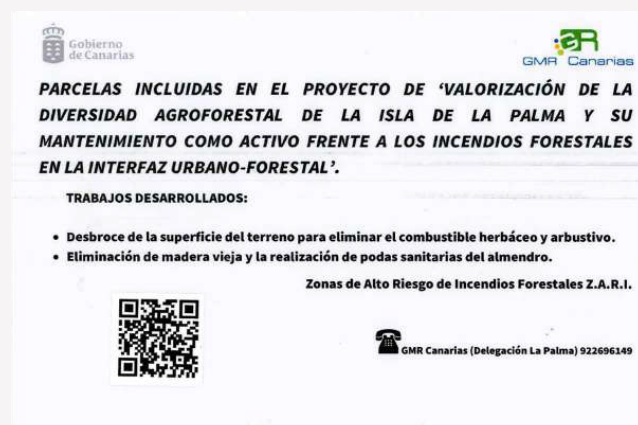


Ilustración 18. Cartel informativo del proyecto.

La instalación de este panel divulgativo ha sido posible gracias al apoyo del Ayuntamiento de la Villa de Garafía, que ha facilitado el espacio para su ubicación.



Ilustración 19. Cartel informativo del proyecto



## 5.2 SITIO WEB.

El espacio web ha sido desarrollado con el objetivo de aumentar la visibilidad del proyecto, lo que puede atraer el interés de nuevos propietarios, colaboradores y otras personas relacionadas con el sector. Servirá como una plataforma para compartir avances, noticias, documentos relevantes y recursos formativos.

La dirección web de la página es <https://agroforestaleslapalma.es/>. Esta dispone de dos versiones, para que pueda ser visualizada tanto en ordenador como en un dispositivo móvil.

La web se ha estructurado inicialmente de la siguiente forma:

- La página inicial o Home, en la cual se transmite claramente la misión, visión y objetivos del proyecto, además de proporcionar información relevante y visualmente atractiva. Está diseñada para facilitar que los visitantes se involucren y aprendan más sobre la iniciativa.
- La segunda página está referida a los tres grandes problemas a los que hace frente el proyecto, el abandono de los entornos agroforestales, la afección de incendios forestales y la pérdida de biodiversidad y paisaje. En objetivo de este apartado es generar conciencia sobre la necesidad de la intervención del proyecto.



Ilustración 20. Fragmento de la página Home

- La página “Buscamos Soluciones” de la página web se resaltan las acciones que el proyecto lleva a cabo para afrontar los distintos problemas presentados. El objetivo de esta sección es, además de dar a conocer los trabajos que se están ejecutando en el marco del proyecto, resaltar el enfoque integral de este, ambiental, económico y social.
- Y, por último, “Una almendra bonita” es la página para presentar el proyecto piloto enfocado a la comercialización de la almendra, destacando no solo su calidad y su potencial para mejorar los ingresos de los agricultores, sino también por su papel en la prevención de los incendios forestales, la lucha contra el cambio climático y el abandono de los entornos rurales.

Este sitio web se encuentra en revisión y actualización, y continuará en este proceso mientras esté en funcionamiento, ya que ha sido creada para ofrecer un espacio dinámico y atractivo para los usuarios.

## 5.3 VISITA ESCUELA CAPACITACIÓN AGRARIA (ECA) DE LOS LLANOS DE ARIDANE

Para dar a conocer los trabajos que se están desarrollando con el proyecto, los alumnos de 1er y 2º curso del Ciclo Formativo de Grado Medio en Aprovechamiento y Conservación del Medio Natural de la Escuela de Capacitación Agraria (ECA) de Los Llanos de Aridane, participaron en una jornada explicativa en la que tuvieron la oportunidad de conocer diversos aspectos del proyecto, especialmente los relativos a los contenidos de los módulos formativos de interés.



Ilustración 21. Alumnos de la ECA de Los Llanos de Aridane durante la jornada explicativa del proyecto.

El equipo técnico presentó de manera general el proyecto, explicando los desafíos que enfrenta y los estudiantes pudieron observar in situ los trabajos de recuperación del cultivo del almendro, hablar con los trabajadores que ejecutan los mismos, conocer los medios y equipos empleados, así como aspectos relativos a la seguridad y salud en este tipo de trabajos. Posteriormente, se les mostró el estado de algunas parcelas donde ya finalizaron los trabajos de recuperación, junto con imágenes del estado de la parcela antes de comenzar con estos, aprovechando el momento para comentar algunos de los problemas que surgieron durante su ejecución. Por último, se visitó una de las parcelas experimentales que forman parte del ensayo de mejora de los suelos en el cultivo del almendro, en la cual se explicaron los objetivos que persigue, los materiales y métodos utilizados en la toma de datos, así como los resultados obtenidos hasta la fecha.

**JORNADA EXPLICATIVA DEL PROYECTO**  
"VALORIZACIÓN DE LA DIVERSIDAD AGROFORESTAL DE LA ISLA DE LA PALMA Y SU MANTENIMIENTO COMO ACTIVO FRENTE A LOS INCENDIOS FORESTALES EN LA INTERFAZ URBANO-FORESTAL"

Este formulario recoge datos relativos de la visita realizada el 21/11/2024 al proyecto de recuperación del cultivo del almendro realizado en el marco del citado proyecto, el cual ha sido encomendado por el Servicio de Planificación del Medio Natural de la Consejería de Tránsito Ecológico y Energía a la empresa pública GMR Canarias S.A.U.

gmr@canarias.gob.es [Cambiar de cuenta](#)  
No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

¿Consideras que este proyecto contribuye a la conservación de la biodiversidad y "el paisaje"? ¿Por qué?

Tu respuesta

¿Piensas que este proyecto genera un efecto positivo en la población? ¿Cuál crees que es la razón?

Tu respuesta

¿Consideras que este tipo de proyectos son relevantes para tu formación profesional? ¿Por qué?

Tu respuesta

En general, ¿Cómo calificarías tu experiencia durante la visita al proyecto agroforestal?

Muy buena  
 Buena  
 Regular  
 Mala  
 Otro

[Enviar](#) [Borrar formulario](#)

Ilustración 22. Formulario facilitado a los alumnos una vez finalizada la jornada explicativa del proyecto





# AGROFORESTALES DE *La Palma*



ALMENDRA DE  
*La Palma*

LOCAL · NATURAL · SOSTENIBLE

**DELICIOSAMENTE SOSTENIBLE**

**SUSTAINABLY DELICIOUS**

DELICIOUS AND SUSTAINABLE ALMONDS FROM LA PALMA. A PRODUCT OF THE AGROFORESTRY SYSTEM, WHICH IS A SUSTAINABLE AND ECOLOGICAL WAY OF PRODUCING ALMONDS. THE ALMONDS ARE HARVESTED BY HAND, WITHOUT THE USE OF PESTICIDES OR HERBICIDES, AND ARE DRIED IN A NATURAL WAY. THE RESULT IS A PRODUCT OF HIGH QUALITY AND FLAVOR, WHICH IS IDEAL FOR CONSUMPTION AS IS, OR AS AN INGREDIENT IN SWEET AND SALTY PRODUCTS.

DELICIOUS AND SUSTAINABLE ALMONDS FROM LA PALMA. A PRODUCT OF THE AGROFORESTRY SYSTEM, WHICH IS A SUSTAINABLE AND ECOLOGICAL WAY OF PRODUCING ALMONDS. THE ALMONDS ARE HARVESTED BY HAND, WITHOUT THE USE OF PESTICIDES OR HERBICIDES, AND ARE DRIED IN A NATURAL WAY. THE RESULT IS A PRODUCT OF HIGH QUALITY AND FLAVOR, WHICH IS IDEAL FOR CONSUMPTION AS IS, OR AS AN INGREDIENT IN SWEET AND SALTY PRODUCTS.

