



Te encuentras en Inicio / A fondo / Opinión /



Símbolo es una agencia de publicidad y comunicación de servicios plenos, formada por un equipo de profesionales que abarcan diferentes ramas del sector, tales como la comunicación *on line*, diseño gráfico, edición de vídeo, *motion graphics*, gabinete de prensa, relaciones públicas, gestión de eventos y reputación *on line* y social media.
www.simbolo-ic.es

España aumenta el consumo de productos ecológicos en 2013

11-10-2013

Símbolo

España es un país cada vez más concienciado con el consumo de productos ecológicos. Un consumo que encuentra sus principales razones en el compromiso con el medio ambiente, una mayor preocupación por hábitos de vida saludables y la prevención de enfermedades.

Los principales factores que derivan en una mayor conciencia por la alimentación saludable son fundamentalmente el compromiso con el medio ambiente, una mayor preocupación por hábitos de vida saludables, la prevención de enfermedades, la cada vez más generalizada tendencia a sustituir el consumo de medicamentos por productos naturales, y todo aquello que permita hacer frente a la ya enraizada tendencia del *fast food*. Un dato más que llamativo si tenemos en cuenta la coyuntura económica que atraviesa el país. España ocupa el séptimo lugar en términos de consumición de productos ecológicos, un ranking liderado por Alemania, a escala europea, y por EEUU, a nivel internacional.

Pese a su limitado consumo interno, España se mantiene como la huerta ecológica de Europa. Frutas, verduras, y en su mayoría, productos estrella de nuestra gastronomía, como los vinos (www.directoalpaladar.com) o aceites (www.aceiteecologico.es), son los alimentos más exportados. En total, un 75% de la producción ecológica española se destina a estos fines. Mientras que los productos más importados se relacionan con su condición estacional.

Sin embargo, no debemos olvidar que nos enfrentamos a una cuestión con un fuerte componente cultural o familiar, como es la alimentación. Por ello es fundamental poner el acento en informar a los consumidores sobre las ventajas de estos hábitos. Campañas de concienciación y sensibilización en las que se destaque la importancia de consumir productos exentos de pesticidas, fertilizantes, antibióticos y otros componentes químicos que reducen las propiedades de los alimentos, convirtiéndolos en meros esclavos de las producciones masivas, sabores que pierden su identidad y otros elementos que lesionan el factor natural de su composición. Así nacen iniciativas como *Slowfood* (www.slowfood.es), una asociación sin ánimo de lucro que trabaja por la recuperación de una cultura de la alimentación saludable, y por extender el interés por los valores nutricionales de los productos, fomentando el respeto por la biodiversidad. Trata de implantar filosofías como la del 'Movimiento', que abogan por una vuelta a ritmos de vida más lentos, unido a una defensa del placer gastronómico, y a una mayor preocupación por el valor del producto, y su inherente vinculación a su pasado cultural, histórico y ambiental.

Carlos Martínez, empleado de un negocio local de alimentación ecológica, recomienda fijarse en el etiquetado del producto para saber cuándo estamos ante un producto bio. Los logotipos que aparecen junto a la composición del mismo, los sellos certificados, son los que determinan que se trata de un producto 100% ecológico. Los hay de dos tipos, el de la Comunidad Económica Europea (www.asgeco.org) y el de la comunidad autónoma donde se ha elaborado el producto (es una hoja compuesta por estrellas blancas, sobre fondo verde, conocida como "ecofoja"). Ambos certifican que estos productos han pasado por un proceso de control en manos de organismos públicos, en los cuales se valora el origen producto, y otros aspectos como su proceso de fabricación, la inexistencia de pesticidas y otros compuestos químicos (www.uco.es), o el bienestar del animal.