Piden premiar el trabajo del campo consumiendo producto local esta Navidad

Unión de Uniones de Agricultores y Ganaderos, como cada año con la proximidad de las fiestas, pide a los consumidores que compren productos locales, algo más necesario que nunca dada la situación. En la campaña de compras de productos de alimentación durante la Navidad, la organización hace un llamamiento a las familias y hogares a que comprueben el etiquetado de origen de sus productos y fomenten la economía local y de proximidad.

Así, señala que este 2020 ha sido un año muy difícil para todos los sectores económicos y también para el agrario y ganadero debido a la disminución del turismo, el cierre de la hostelería y el mal funcionamiento aún de la cadena alimentaria.

Pese al miedo de desabastecimiento que había al principio de la pandemia, recuerdan desde la organización, “los agricultores y ganaderos han cumplido su labor para que no faltasen alimentos a nuestros vecinos y paisanos”. En este sentido, Unión de Uniones confía en que todo el esfuerzo se tendrá en cuenta a la hora de escoger el producto local, el cordero, el vino o el cochinillo, producciones que, además, atraviesan crisis graves debido al cierre del canal HORECA y la cancelación de fiestas y eventos.

La organización, ante la disminución del presupuesto navideño que se va producir este año y que según el estudio de la OCU puede rondar cerca del 20 %, por el descenso de comidas y cenas fuera a causa del coronavirus, pide a los consumidores que comprueben el origen de los alimentos que llenarán sus mesas.

Según Unión de Uniones, se trata también de una decisión responsable desde el punto de vista de la calidad, de la seguridad alimentaria y de la salud, porque los estándares con los que se produce son los más elevados en cuanto a trazabilidad, responsabilidad ambiental y bienestar animal. “Esto siempre hay que valorarlo y recompensarlo, pero las Navidades son una excelente oportunidad para ello”, afirman desde la organización.

Igualmente, pide compromiso en la transparencia y formación de precios en los lineales y advierte que la brecha entre origen y destino no puede seguir creciendo como lo ha hecho todo este año, pese al complicado escenario de la COVID19.