

domingo 14 de abril de 2024

## Más de 200 expertos participan en Hinojos en el II Congreso de Etiquetado Inteligente organizado por la Diputación

La vicepresidenta de Desarrollo Territorial y Huelva Empresa destaca las ventajas de esta tecnología y considera que hay que “continuar avanzando en el impulso del producto local”



Descargar imagen

El II Congreso de Etiquetado Inteligente de Alimentos y Bebidas de Origen Local ha concentrado en Hinojos a 200 profesionales y 40 ponentes de las administraciones, así como a investigadores, representantes de empresas de producción y distribución de alimentos, organizaciones de consumidores y universidades, para avanzar en la información que las empresas productoras deben transmitir al consumidor.

El encuentro, organizado por la Diputación de Huelva y coordinado por la startup Naturcode, ha estado dirigido tanto a marcas y productores como a pymes de distribución de ámbito local, a las administraciones públicas y a las personas consumidoras, dentro del objetivo del organismo provincial de poner en valor la importancia del equilibrio de la economía, el medio ambiente y el ámbito social.

La vicepresidenta de Desarrollo Territorial y Huelva Empresa, Rocío Moreno, ha destacado las ventajas del etiquetado inteligente “para que los consumidores puedan acceder a los productos teniendo como referencia las 6S de la alimentación: segura, saludable, sostenible, satisfactoria, social y solidaria.”

Moreno ha incidido en que, desde la Diputación, “consideramos que debemos seguir avanzando en el impulso del producto local y de su sostenibilidad, teniendo en cuenta a un consumidor consciente y responsable, y siendo igualmente conscientes del papel que juega la digitalización en este objetivo”.

La viceconsejera de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, Consolación Vera, ha hecho hincapié en los cambios que se han producido en la comunicación en el ámbito de la alimentación, subrayando que “con el etiquetado inteligente es posible adquirir los productos alimentarios desde el punto de vista de la transparencia y conocer todas sus bondades y características como su trazabilidad, procedencia o aporte calórico”.

Por su parte, el director de Naturcode, Fernando Vázquez, ha señalado que a través del etiquetado inteligente “potenciamos este mensaje tan necesario de equilibrar la cadena agroalimentaria”. “Tenemos una herramienta poderosa al servicio de los consumidores con el objetivo de empoderarlos, como es la digitalización, además de ayudar a los productores, que le permite llevar al mercado sus mejores productos y ofrecer la información con el máximo detalle”, ha dicho.

### **Las 6S de la alimentación**

En la recta final del Congreso, tras la conferencia ‘Alimentación 6S: claves para el empoderamiento del Consumidor’, se han desarrollado hasta seis mesas redondas centradas en las 6S de la alimentación, con participación de representantes de asociaciones de consumidores, de marcas regionales de productos alimenticios, en empresas y asociaciones de productores, mientras que catedráticos universitarios han abordado la información que, dentro de cada S, se debe incluir en el etiquetado inteligente de cada producto.

Los asistentes del congreso, de forma paralela, han podido disfrutar de las singularidades que ofrece el entorno de Doñana, a través de una jornada de presentación y de puesta en valor de esta zona a los principales representantes de la cadena agroalimentaria de toda España.

Esta cita organizada por la Diputación Provincial de Huelva, ha contado con el patrocinio de Fundación Caja Rural del Sur y Acciona; la colaboración del Ayuntamiento de Hinojos y las asociaciones de consumidores UCA-UCE, UNAE, Avacu y FUCI; y la coordinación de Naturcode, plataforma española de identificación digital nacida en Jabugo.

### **Solución tecnológica**

Este tipo de tecnología puede resolver la necesidad de que el consumidor cuente con la máxima información posible para la decisión de compra, a partir de los datos facilitados por las pequeñas empresas alimentarias, productoras y distribuidoras locales.

Para ello, resulta fundamental que estas empresas cuenten con una plataforma a través de la que puedan informar de todos los aspectos relacionados con sus alimentos y bebidas, y dar a conocer un valor añadido y diferencial más allá de la relación calidad-precio. En este congreso, se ha profundizado en la necesidad de que los diferentes eslabones de la cadena agroalimentaria (consumidor, productor y distribuidor) “compartan información de forma imparcial, transparente y veraz para garantizar la viabilidad de la producción y huella local”.