

Objekttyp: **TableOfContent**

Zeitschrift: **Panorama suizo : revista para los Suizos en el extranjero**

Band (Jahr): **45 (2018)**

Heft 2

PDF erstellt am: **22.07.2024**

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

### **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# El auge de los productos locales

- 5 Buzón
- 6 Tema clave  
El auge de las cervezas regionales
- 10 Política  
Las votaciones del 10 de junio  
Ayuda suiza para Libia  
Revuelo por la “aportación millonaria a favor de la cohesión”
- 16 Economía  
El camión que funciona con hidrógeno  
  
Noticias de todo el mundo
- 17 Serie literaria  
Un suizo en la jungla del sudeste asiático
- 18 Sociedad  
Fritz Osterwalder y el 68: cincuenta años después  
Albinen en busca de nuevos habitantes
- 22 Información de la OSE
- 25 news.admin.ch
- 28 Visto
- 30 Leído/Oído
- 31 Selección/Noticias



Carne de Argentina, fruta del Caribe, vino de Australia... Hasta hace poco prevalecía el lema: cuánto más lejano sea el país de origen de un producto, mejor. En un mundo cada vez más interconectado, consumir productos exóticos era sinónimo de modernidad. Y en la vida cotidiana, uno no quería perderse las oportunidades e insensateces de la globalización.

En la actualidad, es todo lo contrario: cuánto más cercano sea el lugar de origen de un producto, mejor. En estos últimos diez años, la conciencia respecto a los productos locales y de “origen equitativo” ha mejorado sustancialmente: ¿cuál es la huella ecológica de una botella de vino que ha recorrido medio mundo por aire? Sin embargo, no se trata únicamente de preocupaciones ambientalistas; se trata también de un interés por el entorno directamente perceptible y, a la postre, tal vez de un interés más profundo por la propia procedencia.

En Suiza, esta evolución ha llevado a muchos productores de alimentos a ofrecer especialidades locales: apuestan por el queso, el pan o el vino de origen regional. Existe una enorme demanda de variedades locales de manzanas, y si la carne procede del carnicero del pueblo vecino, el consumidor estará dispuesto a desembolsar un poco más.

La cerveza no se ha quedado al margen de esta evolución. En lugar de beber cerveza extranjera o nacional, los suizos optan cada vez más por las pequeñas marcas regionales. En tales condiciones, el número de cervecerías locales ha superado ya las 900. Si bien es cierto que este auge se relaciona con el derrumbe del gran cártel cervecero en 1991, como lo explica el artículo central de esta edición, al mismo tiempo es motivo de sorpresa y satisfacción observar cómo en los últimos diez años ha aumentado la afición de los suizos por los productos regionales: una tendencia que también se percibe en el ámbito de la producción de cerveza.

MARKO LEHTINEN, REDACTOR JEFE

Portada:

La cerveza local es cada vez más popular en Suiza.

Ilustración de iStock