

Guía de consumo ecológico de Madrid

Proyecto subvencionado por



Guía de Consumo Ecológico de Madrid

Subvenciona: Ayuntamiento de Madrid, Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana

Coordinación técnica y redacción: UNCUMA y Andaira Sociedad Cooperativa Madrileña (Susana Clemente e Inés Llinás)

Diseño y maquetación: Marcos Méndez (UNCUMA)

Edición digital, Madrid, octubre 2012

Este proyecto ha sido subvencionado por el Instituto de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, siendo su contenido responsabilidad exclusiva de la Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Madrid, UNCUMA

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO..... | 5 |
| 2. ¿ DE QUÉ HABLAMOS CUANDO DECIMOS “CONSUMO ECOLÓGICO Y SOSTENIBLE”?..... | 8 |
| 3. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO ECOLÓGICO..... | 16 |
| 4 CONSUMO ECOLÓGICO EN EL HOGAR..... | 27 |
| 5 ¿CÓMO ACCEDEMOS A LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS?..... | 37 |
| 6 ¿CÓMO CONTRIBUIR A LA SOSTENIBILIDAD DESDE EL CONSUMO?..... | 45 |

Proyecto subvencionado por



INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO

¿Por qué esta guía sobre consumo ecológico?

UNCUMA, entidad representativa de las cooperativas de consumidores y usuarios y promotora de esta guía, ha detectado dos dificultades básicas en el escenario agroecológico de Madrid: por una parte existe una creciente demanda de producto ecológico desde los consumidores y consumidoras madrileñas por no tener o desconocer los espacios para adquirirlos, y por otra entre consumidores y consumidoras existe confusión en torno a lo que se considera o no ecológico.

UNCUMA tiene un doble objetivo en este ámbito: por una parte pretende aumentar la información y concienciación de una ciudadanía responsable, convencida de que las opciones de consumo son vitales en la transformación del actual sistema de producción.

Unido a ello pretende contribuir a la articulación de los mercados de productos ecológicos en el ámbito local, haciendo hincapié en el fortalecimiento de las empresas sociales, concretamente las cooperativas de consumidores y usuarios.

La promoción de un mercado local de ecológicos es una apuesta por el desarrollo y madurez de un territorio que diseña los mecanismos necesarios para reinvertir la riqueza local, realizar un consumo responsable y contri-

buir a la protección del medio natural. Estas claves de desarrollo comunitario coinciden con el ideario de las diversas entidades que componen UNCUMA, desde vertientes económicas, sociales y culturales.

El desarrollo del consumo responsable y por tanto de mercados ecológicos es un vector natural en la actuación de UNCUMA y para contribuir a dicho desarrollo desde los medios que tenemos a nuestro alcance hemos de incidir en varios ámbitos: la mejora en la accesibilidad de los productos agroecológicos, la generación de nuevas ideas de negocio que desarrolle el sector, emerger las iniciativas económicas sumergidas, la promoción de sinergias entre todos actores del mercado ecológico y la capacidad informativa a consumidores y consumidoras.

Entre las entidades socias de UNCUMA destacan [Besana](#), la primera cooperativa integral madrileña; [La huerta del sol](#) y [La Repera](#), nuevas iniciativas de eco-emprendimiento en ecológicos; o [La Garbancita Ecológica](#), con una experiencia de más de una década como grupo de consumo, hoy cooperativa de consumidores y usuarios.

Esta guía pretende facilitar el acceso a unas prácticas y hábitos de consumo más ecológicos en el ámbito del hogar. Es una guía orientada a la acción: el principal objetivo es ayudar a “hacer”, ayudar a poner en marcha una forma de consumo más saludable y transformadora.

Cuando hablamos de consumo, tenemos que tener en cuenta que hay muchos estilos de vida, hay necesidades diferentes y circunstancias personales distintas. No todas las personas nos parecemos, y por lo tanto, tampoco se parecen nuestras formas de consumir. Pero aunque haya diferentes maneras de comprar, todas las personas tenemos grandes posibilidades para ir mejorando nuestro consumo y adaptándolo a un comportamiento más ecológico.

En un mundo cada vez más complejo y globalizado, realizar un consumo ecológico y responsable puede convertirse en una tarea ardua. Hay muchísima información al respecto y no siempre se adapta a aquello que estamos buscando. Aquí trataremos de ayudar a que cada persona encuentre la información que busca aprovechando la multitud de trabajos realizados desde diferentes iniciativas sociales.

En cada apartado se encontrará la información más relevante al respecto y enlaces a los sitios más destacados y activos en la promoción del consumo ecológico, de manera que al recorrer cada una de sus secciones, se pueda adquirir una visión panorámica en el ámbito del consumo ecológico de Madrid.

Cambia el mundo, cambias tú. Razones ecológicas, sociales y de salud.

Los patrones de consumo de las sociedades occidentales se han visto profundamente modificados a lo largo de las últimas décadas, en paralelo a la globalización de las relaciones económicas y a la generalización de la producción in-

dustrial a gran escala. Como consecuencia, el pequeño comercio o comercio de proximidad, que se abastecía principalmente de productos locales y elaborados de manera tradicional, se ha visto desbancado por las grandes superficies y día a día continúa perdiendo terreno.

La distancia entre el lugar de origen y el punto de venta de los productos que consumimos, junto con las condiciones de anonimato y ausencia de comunicación en las que se produce el abastecimiento en las grandes superficies, hacen que no sepamos, por poner el ejemplo de la producción agroalimentaria, qué comemos; quién lo ha cultivado; dónde se ha envasado; si es un producto de temporada; si es importado o local, cuánto se le paga a la persona que lo produce, etc.

Sin embargo, al mismo tiempo, o más bien como reacción ante estas circunstancias, presenciamos la aparición y consolidación de una tendencia opuesta: hoy en día es bien conocido el hecho de que esta ventaja competitiva de la producción y distribución a gran escala se basa en una reducción de costes, que tiene su origen tanto en la pérdida de calidad de los procesos productivos, como en la imposición de condiciones económicas injustas y desventajosas, que empobrecen a los productores y productoras, los cuales cada vez perciben un menor porcentaje sobre el precio final de venta de sus productos.

Además, la competencia de las grandes corporaciones y las condiciones abusivas impuestas por los intermediarios hunden las posibilidades de las pequeñas y medianas empresas de distribución, en su mayor parte de carácter local, con un gran

arraigo en los territorios y generadoras de empleo estable y riqueza a largo plazo.

El incremento de la información disponible sobre las graves consecuencias que implica el modelo de producción a gran escala, tanto para la salud, como

para las condiciones socio económicas de las comunidades locales y para el medio ambiente, está produciendo un rápido aumento de la conciencia social sobre la importancia de adoptar modelos de consumo más responsables, lo cual se traduce en un interés creciente por el consumo ecológico.

“Creo que estamos madurando en nuestras actitudes, y nos estamos dando cuenta de que centrarnos en formas más locales, más pequeñas y más saludables de hacer negocios no resulta nada ingenuo ni despreciable: es una cuestión de supervivencia, de pragmatismo. Es lo que tenemos que hacer si queremos ajustarnos a la nueva realidad de la vida en el planeta.”

Woody Tasch, fundador de Slow Money;
citado en ConSuma Responsabilidad

Si queremos ser más consecuentes en nuestras pautas de consumo, es importante informarnos de lo que consumimos y de todo el proceso que ha seguido aquello que compramos hasta que ha llegado a nuestras manos y el proceso que seguirá después de que lo hayamos utilizado, de modo que podamos ser responsables en nuestro consumo, y tomar en cuenta las repercusiones sociales y ambientales que lleva asociadas.

Dice Jorge Riechmann que ninguna pauta de consumo puede considerarse moralmente aceptable si es intrínsecamente imposible de universalizar, si sólo puede disfrutar de ella una minoría, en tanto que la mayoría quede excluida de ella.

Pues bien, las dietas de los países del norte, además de poco saludables, no cumplen esta pauta de universalización. Una minoría de los habitantes de la tierra despilfarra y tira grandes cantidades de comida diariamente, mientras una mayoría está subalimentada. El gasto energético que implica el modelo alimentario actual es bestial, tanto que si este modelo impuesto por los países del norte se extendiera a todo el mundo, harían falta más planetas que el actual, con sus fuentes energéticas y sus recursos, para poder abastecerlo. Está claro que este sistema alimentario no funciona, por ello han surgido muchas experiencias de comercialización de alimentos que permiten una alternativa de consumo responsable que se vincule a estructuras de participación y acción colectiva que den un sentido a las respuestas individuales.

Ecologistas en Acción

¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO DECIMOS “CONSUMO ECOLÓGICO Y SOSTENIBLE”?

Para entender mejor qué formas de consumo son más ecológicas que otras es importante que tengamos en cuenta que toda actividad humana tiene algún tipo de impacto sobre el medio ambiente. Por supuesto, no todas las formas de actividad humana tienen las mismas consecuencias, y es por eso por lo que desde la ecología se trata de que ese impacto sea el menor posible. Partiendo de este punto, encontramos un amplio debate sobre los límites de la ecología que nos tocará hacer nuestro poco a poco.

Un ejemplo claro lo encontramos en las energías renovables. Este tipo de consumo energético tiene un impacto claramente menor que el de otros tipos de energía. Si toda la energía que consumiésemos fuese renovable habríamos logrado un gran avance a nivel ecológico y sería un paso muy importante de cara a lo que llamamos “soberanía energética”,

que comportaría la no exclusión y la relocalización de la riqueza generada.

Aunque es importante buscar el equilibrio energético sostenible, no siempre es fácil de encontrar: los entornos urbanos superan la huella ecológica que nos corresponde como personas. Cuando vivimos en ciudades hacemos uso de unas infraestructuras comunes que son insostenibles a medio y largo plazo. Cambiar estas estructuras sobrepasa nuestra capacidad de acción individual. Sin embargo, hay multitud de mejoras que sí podemos hacer cada una de las personas por nosotras mismas.

Es importante que los cambios necesarios para tener una vida sostenible no nos sobrepasen y nos impidan ir transformando aquéllos hábitos que sí podemos cambiar fácilmente a nivel individual.



Cada grano de arena cuenta en el cuidado del medio ambiente y el camino hacia la sostenibilidad. Trazar ese camino de cambio que se adapte a nuestras circunstancias personales, a nuestros intereses y a nuestra forma de vida, es un proceso de transformación progresivo que nos llevará a tomar conciencia de la importancia de nuestro objetivo, al mismo tiempo que lo hará posible y realizable.

¿Pero por dónde empezamos repensar nuestro consumo?

Si bien la sostenibilidad ambiental global necesita que nos planteemos incidir en marcos más amplios, el primer acercamiento al consumo ecológico es el consumo individual en el hogar. Uno de los mayores consumos en el hogar es el destinado a la alimentación y es, además, el consumo fundamental sobre el que se basa la reproducción de la vida. Por lo tanto merece una especial atención y es uno de los que más se ha desarrollado desde la ecología.

Tanto desde las instituciones y autoridades oficiales, como desde las iniciativas comunitarias y las organizaciones agroecológicas se ha establecido una serie de criterios básicos para considerar un producto como ecológico.

Para determinar el carácter ecológico de un producto se hace referencia detallada a los métodos de producción, distribución, envasado y etiquetado, insistiendo en cuestiones técnicas como el uso de acondicionadores del suelo para su utilización en la producción ecológica de conformidad con la normativa en vigor; la prohibición de utilizar fertilizantes minerales nitrogenados; la necesidad de que todas las técnicas de producción utilizadas prevengan o minimicen cualquier contribución a la contaminación del medio ambiente; la prevención de daños causados por plagas, enfermedades y malas hierbas basada fundamentalmente en la protección de enemigos naturales; la elección de especies y variedades; la rotación de cultivos, etc.

Los objetivos generales de la producción ecológica serían:

- a) *asegurar un sistema viable de gestión agrario que:*
 - i) *respete los sistemas y los ciclos naturales y preserve y mejore la salud del suelo, el agua, las plantas y los animales y el equilibrio entre ellos,*
 - ii) *contribuya a alcanzar un alto grado de biodiversidad,*
 - iii) *haga un uso responsable de la energía y de los recursos naturales como el agua, el suelo, las materias orgánicas y el aire,*
 - iv) *cumpla rigurosas normas de bienestar animal y responda a las necesidades de comportamiento propias de cada especie;*
- b) *obtener productos de alta calidad;*
- c) *obtener una amplia variedad de alimentos y otros productos agrícolas que respondan a la demanda de los consumidores de productos obtenidos mediante procesos que no dañen el medio ambiente, la salud humana, la salud y el bienestar de los animales ni la salud de las plantas.*

Artículo 3 del Reglamento del Consejo Europeo de 28 de junio de 2007 sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos.



Además de los objetivos recogidos por la Unión Europea, existe otra serie de criterios que están hoy en día en el centro del debate sobre el consumo ecológico.

Desde un enfoque más ligado al ámbito comunitario, se ponen en valor como cuestiones centrales en el desarrollo de un consumo sostenible, criterios y factores que desde las instituciones se abordan de forma tangencial, como puede ser la importancia de apostar por la cercanía, el consumo local y la eliminación de intermediarios siempre que sea posible; esto redundaría en la baja dependencia de infraestructuras de transporte y comunicación. Así mismo, se pretende fomentar una producción que reduzca en la medida de lo posible la dependencia del uso de maquinaria y combustible, y de grandes inversiones en general.

Se introducen otra serie de cuestiones de carácter social y cultural, como el reconocimiento del saber campesino, y se

apuesta decididamente por la vinculación entre la economía solidaria y la sostenibilidad del ecosistema, comparando la biodiversidad biológica con la ecología humana. Esto lleva a destacar la necesidad de garantizar unas condiciones de trabajo dignas para las agricultoras y agricultores, fomentando la autonomía con respecto a las políticas agrarias oficiales y sus subvenciones.

El derecho de todo el mundo a una alimentación sana y a un consumo responsable, no sólo para los hogares con niveles de renta privilegiados, es también un factor central en el debate. El consumo local y la eliminación de intermediarios, así como las nuevas formas de organización a través de grupos de consumo son elementos que facilitan el acceso al consumo ecológico desde diferentes niveles de renta.

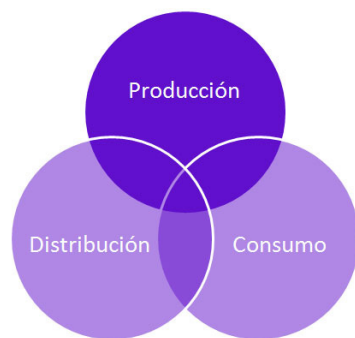


Además, la histórica fórmula de las cooperativas de consumidores y usuarios está experimentando un importante auge en los últimos años:

Igual que tras la Guerra Civil muchos pueblos a los que no llegaba la luz o el agua corriente montaron cooperativas para autoabastecerse, el modelo puede servir ahora para hacer frente a los recortes de los Gobiernos en muchos ámbitos sociales. Las cooperativas están resistiendo firmemente a la crisis respondiendo a demandas ciudadanas en todos los ámbitos, y más especialmente en el agroalimentario. Hablamos de ciudadanos y ciudadanas que se unen para disfrutar de productos ecológicos e incluso llegan a ocuparse de todos los eslabones de la cadena, desde la producción hasta el consumo, en una misma empresa: la cooperativa integral.

Ana Isabel Ceballo, Presidenta de la Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Madrid (UNCUMA).

Cooperativa Integral



Fuente: elaboración propia.

Toda esta visión comunitaria y social se sustenta en un modus operandi basado en la recuperación de relaciones sociales más allá del acto de compra-venta, a favor de un conocimiento del producto y de las y los productores desde las relaciones de confianza entre las personas. En este sentido, el pequeño comercio y la fórmula de las cooperativas de consumidores y usuarios es sin duda un eslabón clave de la cadena, donde pueden ponerse de acuerdo tanto productores como consumidores a partir de circuitos cortos de distribución.

Algunas preguntas que suscitan debates

¿Se puede considerar que un alimento sigue siendo ecológico si ha sido producido mediante técnicas agroecológicas, pero ha viajado a través de miles de kilómetros para llegar a nuestra mesa? ¿Podemos comer carne ecológica de forma habitual, desde una práctica de consumo eco-responsable?

O en el sentido contrario, ¿sólo los productos certificados con sellos ecológicos pueden considerarse como tales? ¿Qué criterios ecológicos siguen los distintos sellos existentes? ¿Es ecológico un consumo si no es socialmente responsable? ¿Es necesario que un producto tenga un sello ecológico para saber que realmente lo es?

Estas y otras cuestiones llaman a la reflexión a las personas interesadas en acercarse a la realidad del consumo

ecológico. El ámbito es tan amplio y las implicaciones y repercusiones que tiene se interconectan con tantos otros temas esenciales y complejos (salud, economía, solidaridad, supervivencia de la biodiversidad en el planeta...) que no es posible ofrecer fórmulas generalizables, rápidas y sencillas. Además, entran en juego los factores personales: la situación, posibilidades e intereses de cada persona o grupo de personas condicionan su modelo de consumo y hasta dónde pueden o quieren llegar a profundizar, para establecer y poner en práctica sus propios criterios de consumo ecológico.

Es importante realizar un proceso de reflexión propio para saber:

¿Qué es lo que cada persona quiere/necesita como consumidora de productos ecológicos?

¿Qué grado de implicación se puede y se quiere tener, en el camino hacia la sostenibilidad?

¿Cómo usar la guía para sacarle el mayor provecho?

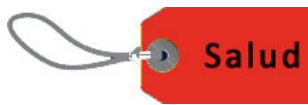
Para intentar facilitar el camino a las personas que desean iniciar este proceso que supone la transformación del propio consumo hacia la ecología, hemos elaborado las siguientes etiquetas en relación con las formas de acceso al consumo. Con ellas, podrás saber mejor qué tipo de beneficio recibes en función de tu forma de acceso al consumo. Esperamos que sirvan para que cada persona pueda adaptar sus pautas de consumo en función de sus intereses e inquietudes.

Cada forma de acceso al consumo implica un tipo de relación diferente con nuestro entorno económico y social. Cuando nos acercamos a una gran superficie, en función de cuál sea tendremos más oportunidades o menos de encontrar productos ecológicos, pero difícilmente podremos informarnos sobre el origen de los productos o las condiciones de trabajo de quienes los producen. Si donde compramos es en tiendas especializadas en productos ecológicos, tenemos más probabilidades de que la persona que nos atiende nos pueda responder a nuestras preguntas y nos será más fácil informarnos y encontrar maneras de verificar el etiquetado de los productos o ampliar la información.

Además de estas dos formas de consumo individual, hay multitud de opciones a través de las cuales consumir si nos organizamos con otras personas. Cada día hay más interés por iniciativas como los grupos de consumo o las cooperativas de consumidores. Participando de estas formas de acceso al consumo, nuestra relación con lo que consumimos, nuestro papel como consumidores y consumidoras, da un salto cualitativo y no sólo profundizamos en la información sobre lo que consumimos, sino que recibimos otros beneficios como son espacios en los que compartir un modo de vida (y de consumo) en los que lo comunitario cobra un papel esencial.

Cada forma de acceso al consumo significa, por lo tanto, un tipo de relación y nos aporta en consecuencia unos beneficios diferentes. Las etiquetas que utilizamos en esta guía pretenden ayudarnos a comprender mejor qué beneficios podemos encontrar en cada forma de consumo para que podamos elegir mejor en fun-

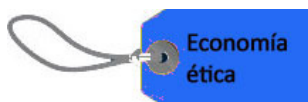
ción de nuestros intereses y nuestras circunstancias personales.



Los productos ecológicos nos ayudan a mantenernos con salud, a no enfermarnos. El beneficio que obtendremos en este sentido es únicamente individual.



Otra de las características del consumo ecológico es que su producción permite ganar pasos hacia un modelo social sostenible. Como hemos visto el debate en lo ecológico es tan amplio como la vida misma; aspectos como el transporte o el sistema de embalaje no afectan únicamente a nuestra salud, sino también a la de nuestro entorno. Con esta etiqueta queremos señalar el tipo de acceso al consumo que respeta en mayor medida una concepción amplia de la ecología teniendo en cuenta criterios como la cercanía. Con este ejercicio de autorresponsabilidad, además de contar con los beneficios individuales anteriores, contribuimos a generar un espacio más saludable y equilibrado para todas las personas con las que compartimos el planeta.



En el mundo tan complejo en el que vivimos, además de las preocupaciones por la salud y la sostenibilidad, cada día hay más personas interesadas en construir un modelo económico más ético: un modelo en el que las personas estén en el

centro, y no sólo los beneficios económicos, puesto que el equilibrio del ecosistema global ha de incluir también la ecología humana. En consecuencia, cada día son más y más variadas las formas de acceso al consumo que tienen en cuenta los criterios de equidad, ayuda mutua e igualdad en sus transacciones económicas.



La economía es una de las actividades humanas más presentes y transversales de nuestras vidas, y una de las que más consecuencias tienen sobre las mismas. La toma de conciencia de la importancia que tenemos como consumidores y consumidoras, ha llevado a que se desarrollen cada vez más formas de acceso al consumo en las que la participación es un elemento central para ejercer como agentes económicos que aspiran a incidir en la transformación social.

El reto de cambiar nuestro modo de vida: se hace camino al andar

Muchas personas sensibilizadas hacia la necesidad de promover estilos de vida más sostenibles, encuentran que no disponen del tiempo y espacio para participar e implicarse activamente en la consecución de esas transformaciones estructurales. En ocasiones podemos tener la sensación de no estar haciendo lo suficiente o de que cada vez que damos un paso tratando de profundizar, nuevos descubrimientos hacen que parezca in-

significante nuestro esfuerzo. Es importante evitar caer en la angustia. Como ya se ha dicho, no existe un solo modelo de consumo ecológico, no hay unas pautas fijas que puedan ser generalizables, ya que las circunstancias y las necesidades varían enormemente en cada caso.

Es necesario situar el acercamiento al consumo ecológico como un proceso personal o grupal único: este proceso puede ser gradual y progresivo, con objeto de seguir profundizando cada vez más, o bien encontrar su punto de equilibrio en el que mantenerse.

Se trata de no obsesionarnos, pero que sepamos hasta dónde podemos llegar, conocer los grados de incidencia ecológica y de participación, por si podemos ir asumiéndolos, pero entendiendo que debemos planteárnoslo como un proceso, una progresividad, o bien, simplemente, llegar hasta donde cada persona pueda.

Muchas personas, al acercarse al consumo ecológico por vez primera, tras el descubrimiento de la amplitud y complejidad del “mundo de lo ecológico”, se embarcan en una transformación vital muy compleja, sin tener suficiente información para dimensionar adecuadamente el tiempo y el esfuerzo que supone el cambio. Esto puede provocar sensación de sobrecarga y desánimo, mientras que un nivel de compromiso realista, progresivo y acorde a nuestras circunstancias vitales, es más fácilmente sostenible en el tiempo, más estable y, por lo tanto, su incidencia, puede llegar a ser mayor.

Así mismo, podemos pensar que hay prácticas que sin ser completamente integrales, son preferibles a otras, menos ecológicas o más perjudiciales, o dicho de forma coloquial: “más vale poco que nada”.

Construye tus referentes

Como hemos podido ver, transformar nuestro consumo para que sea más ecológico y sostenible supone un proceso que implica no sólo unos determinados cambios en nuestros hábitos de consumo, sino también respecto a la búsqueda de información sobre lo que estamos consumiendo.

Para ayudarnos en este camino, podemos ir construyendo poco a poco nuestros referentes: los espacios y organizaciones que nos aportan confianza y de quienes podemos aprender, o a quienes podemos acudir para informarnos, participar o pedir asesoramiento.

Si te interesa profundizar en tus conocimientos y mejorar tus pautas de consumo, es muy aconsejable que intentes enterarte de qué es lo que promueven en tu territorio las ONG y entidades de ecología y consumo en las que confíes.

Puedes preguntarles o ver en qué están metidas en tu territorio. Esta es una importante vía para filtrar información sobre confianza y transparencia en torno a la ecología, ya que se trata de colectivos que llevan ya un camino recorrido, con conocimientos, experiencia y tiempo de

dedicación. Si tú no puedes dedicarle ese tiempo y esfuerzo para informarte y aprender, su criterio te puede servir de guía.

UNCUMA (Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Madrid) tiene una larga experiencia en asesoramiento sobre cooperativismo de consumo y defensa de las personas consumidoras. Greenpeace ha desarrollado más el ámbito de los transgénicos. En Konsumoresponsable puedes encontrar un espacio

donde confluyen diferentes entidades y personas que comparten el consumo responsable como un objetivo fundamental en su desarrollo.

Organizaciones como [ASGECO Confederación \(Alimentos 100% libres de transgénicos: ¿para cuándo un debate serio?\)](#) o [La Garbancita Ecológica](#) también han tratado a menudo temas relacionados con la seguridad alimentaria, los transgénicos y el consumo responsable.

IDENTIFICACIÓN DEL CONSUMO ECOLÓGICO

Sellos y certificaciones ecológicas

Los sellos y certificaciones tratan de ofrecer a los consumidores unas garantías mínimas sobre el proceso de elaboración de los productos, siguiendo las exigencias impuestas por el marco jurídico comunitario que regula el sector de la producción ecológica.

Su objetivo es asegurar la coherencia general en la aplicación de este marco jurídico, garantizando la competencia leal y un funcionamiento apropiado del mercado interior de productos ecológicos, así como mantener y justificar la confianza del consumidor en los productos etiquetados como ecológicos. Los sellos y certi-

ficaciones, por lo tanto, deben contribuir a fomentar la armonización de criterios y requisitos exigidos a los productos ecológicos.

[EL REGLAMENTO \(CE\) Nº 834/2007 DEL CONSEJO de 28 de junio de 2007](#) sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento (CEE) nº 092/91, en su exposición de motivos considera argumentos ecológicos, sociales, de bienestar animal y mercantiles, ocupando un papel destacado el aumento de la demanda ecológica en el mercado y la necesidad de potenciar dicho mercado. Si bien su título hace referencia a productos ecológicos, el reglamento se centra en la producción de alimentos, tal como se puede observar en el extracto que se ofrece a continuación:

La producción ecológica es un sistema general de gestión agrícola y producción de alimentos que combina las mejores prácticas ambientales, un elevado nivel de biodiversidad, la preservación de recursos naturales, la aplicación de normas exigentes sobre bienestar animal y una producción conforme a las preferencias de determinados consumidores por productos obtenidos a partir de sustancias y procesos naturales. Así pues, los métodos de producción ecológicos desempeñan un papel social doble, aportando, por un lado, productos ecológicos a un mercado específico que responde a la demanda de los consumidores y, por otro, bienes públicos que contribuyen a la protección del medio ambiente, al bienestar animal y al desarrollo rural.

La participación del sector agrícola ecológico va en aumento en la mayor parte de los Estados miembros y resulta notable el aumento de la demanda de los consumidores en los últimos años. Es probable que las recientes reformas de la política agrícola común, con su énfasis en la orientación al mercado y al suministro de productos de calidad para cubrir la demanda de los consumidores, estimulen aún más el mercado de productos ecológicos. En este contexto, la legislación sobre productos ecológicos desempeña un papel cada vez más importante en el marco de la política agrícola y está estrechamente relacionada con la evolución de los mercados agrícolas.

¿Quién puede certificar?

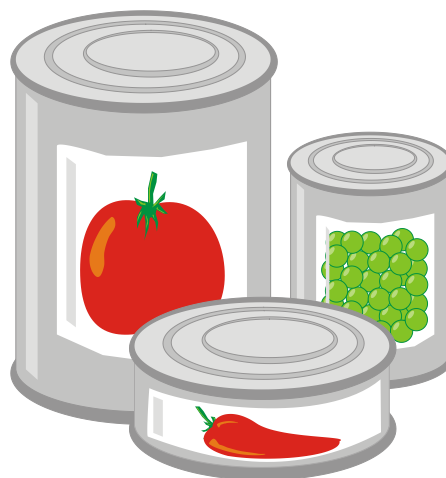
Existen tres niveles de organismos autorizados para expedir certificaciones ecológicas: las autoridades competentes, las autoridades de control y los organismos de control.

El Reglamento Europeo 2092/91 y 834/2007 habla de «autoridad competente» para referirse a la autoridad central de un estado miembro de la UE, para la organización de los controles oficiales en el ámbito de la producción ecológica. El reglamento contempla la posibilidad de conferir este reconocimiento a autoridades equivalentes de terceros países. Las autoridades competentes, pueden delegar estas funciones en organismos y administraciones públicas. Estas son designadas por el reglamento como «autoridades de control»:

[...] una organización pública administrativa de un Estado miembro a la que la autoridad competente le haya conferido, total o parcialmente, sus competencias de inspección y certificación en el ámbito de la producción ecológica de conformidad con las disposiciones establecidas en el presente Reglamento;

Por último, los «organismos de control», son entidades certificadoras privadas, autorizadas por una autoridad competente o por una autoridad de control:

[...] una entidad tercera privada e independiente que lleve a cabo la inspección y la certificación en el ámbito de la producción ecológica de conformidad con las



disposiciones establecidas en el presente Reglamento; en su caso, incluirá asimismo al organismo correspondiente de un tercer país o al organismo correspondiente que actúe en un tercer país;

Las agencias certificadoras privadas, según el reglamento, deben cumplir, además de requisitos técnicos específicos, otros relacionados con la transparencia del proceso evaluador y la imparcialidad de la entidad. De hecho la norma se refiere a la necesidad de que existan pruebas de que el ente certificador no tiene ningún conflicto de interés. Tema delicado y hasta cierto punto difícil de concretar y cuantificar, dadas las grandes consecuencias que podría implicar esta falta de imparcialidad cuando su labor consiste en permitir o denegar la cualidad de ecológicos a los productos que aspiran a insertarse en este mercado en auge:

La autoridad competente solo podrá delegar funciones de control en un organismo de control determinado en caso de que se cumplan las condiciones establecidas en el artículo 5, apartado 2, del Reglamento (CE) no 882/2004, y, en particular, si:

- a) existe una descripción precisa de las funciones que el organismo de control puede desempeñar y de las condiciones en que puede desempeñarlas;*
- b) existen pruebas de que el organismo de control:*
 - i) posee los conocimientos técnicos, el equipo y la infraestructura necesarios para desempeñar las funciones que se le deleguen,*
 - ii) cuenta con personal suficiente con la cualificación y experiencia adecuadas,*
 - iii) es imparcial y no tiene ningún conflicto de intereses por lo que respecta al ejercicio de las funciones que se le deleguen;*
- c) el organismo de control está acreditado respecto a la Norma Europea EN 45011 sobre los «Requisitos generales para entidades que realizan la certificación de productos» (ISO/IEC Guía 65), en la versión publicada más recientemente en el Diario Oficial de la Unión Europea, serie C, y será aprobado por las autoridades competentes;*
- d) el organismo de control comunica a la autoridad competente, de manera periódica y siempre que esta lo solicite, el resultado de los controles llevados a cabo. En caso de que los resultados de los controles revelen o hagan sospechar un incumplimiento, el organismo de control informará inmediatamente de ello a la autoridad competente;*
- e) existe una coordinación eficaz entre la autoridad competente y el organismo de control en que haya delegado.*

Reglamento (CE) NO 834/2007 del Consejo de 28 de junio de 2007 sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos. Título v. Controles. Artículo 27. Régimen de control.

¿Cuántos tipos de sellos hay?

Sólo existe un sello oficial de productos ecológicos agroalimentarios a escala europea, que garantiza el cumplimiento del Reglamento 2092/91, si bien hay otro para productos ecológicos no alimentarios, la llamada “ecoetiqueta”.

La percepción de multiplicidad que tienen los consumidores con respecto a sellos y certificaciones la ponen las entidades certificadoras que pueden acom-

pañar o no al sello oficial y, sobre todo, las etiquetas “bio”, “orgánico” o “sostenible” que utilizan las grandes marcas comerciales y cadenas de distribución para atraer al público hacia un producto que no tiene por qué cumplir estándar ecológico alguno.

Como decíamos, dentro de la UE se ha hecho un esfuerzo de armonización con la elaboración de dos sellos, uno para los [alimentos de producción ecológica](#), y otro, [la ecoetiqueta](#), para otros productos de producción ecológica.

La ecoetiqueta evalúa los efectos medioambientales de un producto a lo largo de su ciclo de vida: consumo de materias primas, producción, distribución, utilización y desecho. Se otorga a los productos que garantizan un alto nivel de protección ambiental dentro de los siguientes grupos: equipos de ofimática, productos de papel, ordenadores, productos de limpieza, electrodomésticos, productos de bricolaje y jardinería, iluminación, camas y colchones, ropa y zapatos.



El sello europeo para los productos alimentarios garantiza el cumplimiento de las normas desarrolladas en el [Reglamento Europeo 2092/91 y 834/2007](#). En este sentido, certifican el uso restringido de plaguicidas químicos, la ausencia de transgénicos y el uso responsable de los recursos naturales. En los productos ecológicos y sobre todo en los alimenticios se valoran aspectos como su origen, proceso de fabricación, ausencia de plaguicidas y aditivos químicos, así como la elaboración mediante métodos tradicionales.



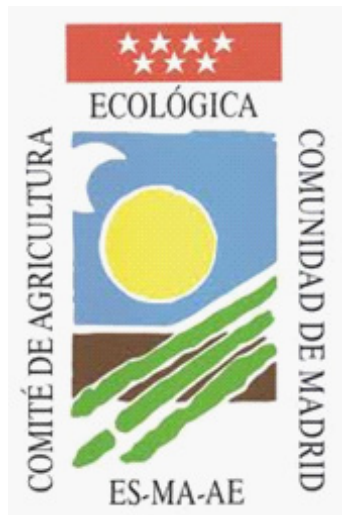
El sello para los productos agroecológicos certifica que el producto en cuestión cumple los requisitos sobre producción ecológica exigidos en el conjunto de la Unión Europea, y es de uso obligado para todos los productos envasados. Sin embargo, tanto para los productos frescos como para las importaciones sigue siendo un sello opcional.

Por otra parte, para evitar prácticas fraudulentas y cualquier posible confusión sobre el origen comunitario o no comunitario del producto, siempre que se utilice el logotipo UE, la normativa exige que se informe a las personas consumidoras del lugar en el que se obtuvieron las materias primas agrarias que componen los productos. Además, los alimentos procesados sólo pueden etiquetarse como ecológicos si al menos el 95% de los ingredientes de origen agrario son ecológicos.

Las actividades realizadas por los operadores en todas las fases de producción, preparación y distribución de productos ecológicos están sometidas a un sistema de control creado y gestionado de conformidad con las normas establecidas en el Reglamento (CE) nº 882/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de abril de 2004, sobre los controles oficiales efectuados para garantizar la verifi-

cación del cumplimiento de la legislación en materia de piensos y alimentos, y la normativa sobre salud animal y bienestar de los animales.

Ambos sellos europeos pueden utilizarse simultáneamente con otros sellos nacionales o privados.



En España hay 17 sellos para la producción ecológica alimentaria, que corresponden a las comunidades autónomas, emitidos la mayoría por organismos públicos. Estos sellos autonómicos cumplen los mínimos estipulados por la UE.

Debajo de los sellos aparecen unos números y letras. El formato general del número de código es AB-CDE-999, en el que AB es el código ISO del país donde se realiza el control, CDE es un término que establece un vínculo con la producción ecológica, tal como "bio", "org" o "eko" y 999 es un número de referencia.

Algunas de las principales entidades certificadoras privadas autorizadas en la UE son Ecocert (mundial), AB (Francia), Oko y Bio (Alemania), Naturland, y Eko (Holanda), SoilAssociation (Gran Bretaña), Biogarantie (Bélgica).

En relación a los productos de terceros países, el Reglamento Europeo 2092/91 y 834/2007 afirma que debe permitirse que los productos ecológicos importados a la comunidad europea se comercialicen en el mercado comunitario como ecológicos, cuando estos se han producido de conformidad con normas de producción y disposiciones de control equivalentes a las establecidas por la legislación comunitaria. No obstante, esta normativa exige que los productos importados estén cubiertos por un certificado emitido por la autoridad competente o autoridad u organismo de control reconocido del tercer país en cuestión.

La Unión Europea se rige por las normas internacionales establecidas en el Codex Alimentarius, las cuales establecen la equivalencia o no de las distintas normativas. Si ambas se rigen por los criterios establecidos en este documento, se considera que las normativas son equivalentes en cuanto a calidad y valor ecológico de los productos, por lo que la circulación de los mismos adquiere la misma consideración que los reconocidos con sellos europeos. La Comisión europea, teniendo a la vista este sistema de equivalencias ha elaborado una lista de terceros países en los que reconoce la existencia de normas de producción y control equivalentes a las previstas en la legislación comunitaria.

En las etiquetas de los productos deberá constar el lugar en que se hayan obtenido las materias primas agrarias de que se compone el producto, que deberá figurar también en el mismo campo visual que el logotipo y adoptará una de las formas siguientes, según proceda:

— «Agricultura UE», cuando las materias primas agrícolas hayan sido obtenidas en la UE,

— «Agricultura no UE», cuando las materias primas agrarias hayan sido obtenidas en terceros países, — «Agricultura UE/ no UE»: cuando una parte de las materias primas agrarias haya sido obtenida en la Comunidad y otra parte en un tercer país.

La mención «UE» o «no UE» a que se refiere el párrafo primero podrá ser sustituida por el nombre de un país o completada con dicho nombre en el caso de que todas las materias primas agrarias de que se compone el producto hayan sido obtenidas en el país de que se trate.

Uso de términos referidos a la producción ecológica, bio, eco y orgánico

La utilización de distintos términos en relación a la producción ecológica hace que mucha gente se pregunte qué diferencia hay entre un producto bio, ecológico, biológico u orgánico. En la legislación española los términos bio, ecológico, biológico y orgánico son considerados sinónimos.

Las denominaciones “bio, biológico, eco, ecológico y orgánico”, corresponden a productos cuya elaboración y producción están libres de sustancias químicas y sintéticas, tales como aditivos, pesticidas y organismos manipulados genéticamente (transgénicos). El uso diferenciado de estos términos se explica por las

características que se quieren resaltar. Así, generalmente la palabra “ecológico” se emplea para referir que no daña el medio ambiente; “bio”, que no tiene alteraciones de tipo genético; y orgánico, que está libre de transgénicos o pesticidas que alteren el producto, etc., pero, a efectos de certificaciones oficiales, son equivalentes.

La normativa europea dedica algunos párrafos a tratar la cuestión del mal uso y el abuso que se han hecho de los términos relacionados con la producción ecológica, prohibiendo expresamente que los productos y las marcas registradas hagan referencias a estos conceptos (eco, bio, orgánico) para mencionar productos que no hayan sido elaborados según la normativa europea de certificación ecológica. De hecho, una sentencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas obligó a conocidas marcas de alimentación a cambiar el nombre de productos que empleaban estos términos como estrategia de marketing, no estaban relacionados con el proceso de producción.

Otros sellos ecológicos

Cuando salimos de los sellos respaldados por las instituciones oficiales, ¿de qué sellos podemos fiarnos?; ¿qué es lo que debemos preguntarnos para desarrollar unos criterios que nos permitan interpretar adecuadamente la información disponible al respecto?; ¿cómo podemos valorar realmente el impacto ecológico de los productos y servicios que adquirimos? En estos casos no nos queda más remedio que indagar un poco y ver qué confianza nos aportan.

¿Reciclable o reciclado?

Una clave importante y útil para orientarnos es la transparencia y la facilidad de acceso a la información que se nos ofrece.

Se da transparencia cuando la información sobre los productos, los productores, las entidades que sustentan los proyectos y los objetivos que persiguen está fácilmente accesible, ya sea en una página web o en cualquier otro medio de difusión. Se trata de que ofrezcan la posibilidad de obtener la mayor información posible rastreando el origen, la procedencia y el modo de producción de las cosas, de modo que entres y lo veas claro.

En el apartado 4 de esta guía, cuando profundicemos en algunos de los productos más consumidos en los hogares, presentaremos algunos de los sellos más frecuentes.

Otra de las etiquetas que merecen una especial atención a pesar de no referirse directamente a productos ecológicos, son los símbolos de “reciclado” y “reciclable”. Su variedad da pie a muchas confusiones, por lo que requieren un poco de atención.

Un producto es reciclable si el residuo que quedará una vez que su vida útil haya terminado cuenta con la tecnología, infraestructura, mecanismos y conocimiento para ser clasificado, recolectado y procesado dentro de un ciclo productivo. Entre los residuos que se incluyen en esta clasificación se encuentran el papel, el cartón, el metal y el plástico.

Por otro lado, un producto es reciclado si ha sido elaborado a partir de otros residuos. En este sentido el papel se incorpora al ciclo de la fabricación de papel y cartón, el plástico al ciclo de fabricación de productos plásticos, etc.



Punto verde. Cuando un producto lleva este símbolo en su envase significa que su empresa responsable cumple con la Ley de Residuos. Es decir, se garantiza que al convertirse en residuo este envase se reciclará y valorizará, normalmente mediante el Sistema Integrado de Gestión de Residuos de Envases (SIG). Los envases que pueden llevar este distintivo son los de plástico, los envases metálicos y envases tipo brik, de cartón y/o papel, y los de vidrio.

Anillo o círculo de Möbius



El producto o envase está hecho con **materiales que pueden ser reciclables**. Si figura un porcentaje en el centro, significa que ese es el porcentaje reciclable del conjunto del producto.



Si el anillo está dentro de un círculo, quiere decir que **parte de los materiales del producto o envase se han reciclado**. En este caso el porcentaje se refiere a la cantidad del producto reciclado.



Estos símbolos se utilizan para **diferenciar los tipos de plástico y su posibilidad de reciclaje**. En este caso, las flechas del anillo - señal de que puede reciclarse de alguna forma - son más estrechas y contienen un número y unas letras que señalan el tipo de material. [Puedes ampliar la información aquí](#).



Estos dos símbolos indican, respectivamente, que el **aluminio y el acero con los que están compuestos los productos son reciclables**. Los emisores de ambas etiquetas son asociaciones privadas de productores/as de envases y embalajes.

Más allá de los sellos oficiales

Desde diferentes ámbitos de la producción y el consumo ecológico se plantean debates críticos con las certificaciones oficiales en cuanto a su idoneidad como herramienta de fomento de este sector. Las objeciones hacen referencia a diversos aspectos e implicaciones de su aplicación.

En los últimos años en España se ha cedido la certificación oficial a entidades privadas. No en todos los países europeos se ha llevado a cabo el mismo proceso de privatización de la capacidad certifica-

dora. Como se puede ver en el apartado correspondiente, el extracto del reglamento que describe las condiciones que ha de cumplir el operador privado para que la autoridad competente o de control pueda delegarle el proceso de certificación, reconoce que la transparencia es un tema sensible y sujeto a debate, ya que los agentes privados se ven fácilmente implicados en el flujo de intereses del mercado.

Desde distintos ámbitos de la ecología y del consumo se han levantado voces críticas con esta práctica, por considerar que se pierde el carácter público de garantía, restando transparencia en el proceso certificador. Desde estos sectores

críticos, la práctica de estas agencias privadas se compara con la de las agencias de certificación a nivel financiero.

Se reprocha que, si bien dentro de las entidades certificadoras hay entidades sin ánimo de lucro con una trayectoria transparente de implicación y trabajo por la sostenibilidad, hay otras que no aportan este componente, sino que se mueven por el ánimo de lucro exclusivamente.

Desde las entidades más implicadas en la defensa de lo ecológico, se anima a las personas motivadas por saber cómo consumen, a investigar sobre la transparencia de las entidades, indagando sobre los apoyos que reciben desde los agentes socio-comunitarios sin ánimo de lucro. Otro dato que puede dar cuenta de la transparencia de la entidad es el grado en que su protocolo de funcionamiento facilita o dificulta el control externo y la participación en el proceso.

Así mismo, para una parte importante de los agentes implicados en el consumo ecológico, los criterios exigidos por la normativa oficial son demasiado limitados, ya que se ciñen a aspectos técnicos del proceso productivo, sin considerar la sostenibilidad social de las relaciones económicas y laborales que se establecen. Se destaca que dentro de los aspectos técnicos se centran en el proceso de

producción, pero no en el de distribución, dejando fuera de la valoración la distancia recorrida por el producto, el modo de transporte, los embalajes, el procesado de los alimentos y otros criterios no exclusivamente ecológicos, sino de consumo responsable.

Por otra parte, uno de los debates más enconados sobre las consecuencias negativas de los procesos de certificación que establece la normativa oficial, es que resultan muy costosos y poco adecuados para las pequeñas producciones.

Se reprocha que desde lo ecológico no se puede equiparar el modo de producción industrial con el artesanal. El modelo de producción exigido por la norma está orientado a grandes procesos de producción, por lo que suponen un coste económico muy elevado, basado en exigencias técnicas sobre la elaboración, almacenamiento e infraestructuras. Se argumenta que si, por ejemplo, se procesan diariamente 2.000 o 5.000 quesos que se almacenan en una nave industrial, los criterios aplicables deben ser diferentes a los de una producción artesanal que hace 30 ó 40 quesos. Hay prácticas artesanales que se han hecho toda la vida, que a pequeña escala no tienen problema y que a gran escala, sí.

El propio reglamento europeo afirma el carácter problemático de esta consideración que equipara las grandes producciones con las pequeñas en cuanto a las exigencias técnicas del proceso, mencionando que podría parecer desproporcionado en el caso de las pequeñas producciones y previendo una excepción a estos requisitos en la distribución de productos en el ámbito de la venta directa:

Si quieres saber si un producto es ecológico, lo oportuno es investigar acerca del sello que lo certifica: cuáles son los protocolos y los mecanismos de control y de participación que permiten.

Dado que en algunos casos podría parecer desproporcionado aplicar requisitos de notificación y control a determinados tipos de operadores al por menor, como los que venden directamente los productos al consumidor o usuario final, conviene permitir a los Estados miembros que eximan a dichos operadores de estos requisitos. Sin embargo, resulta necesario excluir de la excepción, para evitar el fraude, a los operadores minoristas que producen, preparan o almacenan productos que no tienen relación con el punto de venta, que importan productos ecológicos o que han subcontratado dichas actividades con terceros.

Reglamento (CE) NO 834/2007 del Consejo de 28 de junio de 2007 sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos. Consideraciones preliminares, Artículo 32 (pág. 3).

Certificación participativa o de confianza

Muchos productores y productoras no pueden y/o no quieren conseguir una certificación ecológica oficial para sus productos. Este tipo de casos suele darse entre pequeños productores y productoras, a quienes resulta más difícil cumplir con los requisitos técnicos, aunque su proceso de producción sea igualmente ecológico. Con frecuencia también pesan razones socio-políticas: hay productores y productoras que prefieren distribuir sus productos en redes más cercanas de consumidores y consumidoras, con quienes buscan crear criterios de confianza y ayuda mutua o corresponsabilidad, y hace mucho tiempo que los grupos de consumo están utilizando redes denominadas de confianza para comercializar artículos no certificados oficialmente.

Hace unos meses una serie de grupos de consumo de Madrid, en consonancia con este planteamiento, está desarrollando el concepto de la certificación participativa, que viene a ser un sistema de mu-

tuo acuerdo y de confianza establecido entre las personas productoras y las personas consumidoras para “certificar” que los productos son ecológicos, dentro de unos parámetros establecidos de mutuo acuerdo entre las dos partes. En estos parámetros normalmente se tienen en cuenta otros factores además de lo ecológico, como las condiciones laborales y de los animales si los hubiera, la implicación social del proyecto (desarrollo rural, integración, igualdad, educación,...), etc.

En función de los argumentos expuestos, se propone la certificación participativa como un proceso alternativo, en el que intervienen voluntariamente personas productoras y consumidoras, y mediante el que se trata de superar las limitaciones de las certificaciones oficiales:

- Los Sistemas Participativos de Garantía son sistemas de garantía de calidad que operan a nivel local.
- Certifican a productores y productoras, tomando como base la participación activa de los actores implicados en el proceso.

- Se construyen a partir de la confianza, las redes sociales y el intercambio de conocimiento.
- Desde el punto de vista de la producción, ofrecen una alternativa real a la certificación, de bajo coste, la cual facilita el acceso a mercados para pequeñas producciones agroecológicas (son más flexibles).

La certificación participativa significa que con unos criterios razonables, e incluso más flexibles, los agentes implicados en un proceso de producción y consumo dan garantía de que este es de calidad y ecológico. Contemplan la posibilidad de que si en un momento puntual, el proceso no es completamente ecológico porque se ha tenido que solventar un problema, como puede ser una plaga utilizando algún producto químico, porque no hay un remedio ecológico razonable

que se pueda usar, las personas responsables de la producción lo puedan explicar. Se prioriza la transparencia y la cercanía de las personas en red. En un sello oficial, un supuesto como el del ejemplo quedaría fuera de la certificación. En un proceso de certificación participativa, si la persona responsable de la producción lo expone, se puede llegar a asumir que es aceptable.

En Madrid no hay productos que lleven un sello de certificación participativa. Pero en muchos grupos de consumo y cooperativas de consumidores/as y usuarios/as los productos cuentan con ese tipo de certificación, en la que los propios grupos certifican los procesos de elaboración desde el conocimiento mutuo. Para un grupo es mucho más fácil que para una persona a nivel individual realizar las comprobaciones necesarias que certifiquen la confianza.

CONSUMO ECOLÓGICO EN EL HOGAR

Una vez vistos los distintos tipos de certificación y la variedad de sellos posibles, en este apartado queremos ofrecer algunas orientaciones para hacer más ecológico nuestro consumo con respecto a los productos que más consumimos en nuestros hogares. Para cada uno de los productos, indicaremos los principales aspectos a tener en cuenta y daremos algunas referencias para seguir investigando y construyendo nuestros propios criterios.

Ropa y calzado

La ropa es uno de los productos de consumo más sometidos a las modas y, por lo tanto, en el que más podemos encontrar una amplia distancia entre las necesidades a cubrir y el consumo que hacemos de ella. De media, en España cada persona compra al menos un par de prendas de vestir de todo tipo cada mes. Esta cifra está muy por encima de lo que necesitamos para abrigarnos y también para vestir acorde a nuestro gusto.

RECOMENDACIONES PARA UN CONSUMO MÁS SOSTENIBLE:

- **Revisar el armario** y pensar qué necesitamos antes de salir a comprar.

Nos ayuda a ajustarnos a nuestras necesidades y a no caer en el consumismo.

- **Intercambiar ropa con otras personas** de nuestro entorno.

Muchas veces la ropa que tenemos ya no nos sienta tan bien como cuando la compramos o nos hemos cansado de llevarla, pero las prendas se encuentran en buen estado. En estos casos podemos dársela a otra persona para que haga uso de ella y la disfrute. También podemos visitar alguna [tienda gratis](#). En Madrid hay varias.

- **Reparar la ropa cuando sea posible.**

Si no sabemos hacer la reparación que necesitamos, o no tenemos tiempo, siempre podemos buscar un taller de costura cercano. En casi todos los barrios tenemos bastantes opciones.

- **Cuidar la ropa para que dure**, informarnos de cómo se debe lavar y planchar.

Las prisas son en general anti-ecológicas. Todas las prendas deben llevar al menos información de dos tipos en su etiqueta, la composición y el modo de conservación. Seguir los consejos para su cuidado puede suponer un gran ahorro para nuestros bolsillos y para el medio-ambiente. Sin contar el ahorro de tiempo de volver a tener que salir a comprar.

¿CÓMO HACER UNA COMPRA MÁS ECOLÓGICA?

Algunos de los sellos que puedes encontrar en la ropa y el calzado son [Made in Green](#) y en el calzado [Ecolabel](#).

LUGARES EN LOS QUE BUSCAR MÁS INFORMACIÓN:

Para ampliar nuestra información y seguir reflexionando sobre el consumo de ropa, dos buenos lugares para visitar son la revista [Opciones](#), que desarrolla este punto en varios números, y el apartado de [Criterios de Consumo de ropa](#) de *Ecologistas en Acción*.

Productos de limpieza

Los productos de limpieza son otro tipo de artículo muy consumido y que tiene un gran impacto medioambiental. Curiosamente las sociedades más “desarrolladas”, en las que tenemos una gran preocupación por la limpieza, son en las que más ensuciamos nuestro entorno con productos tóxicos para mantenernos limpios y limpias.

Cuando hablamos de productos de limpieza es importante diferenciar entre los detergentes para lavar la ropa y el resto de productos. En el caso de los detergentes, además de encontrar los productos ecológicos, hay [muchos trucos](#) que nos permitirán reducir la cantidad de detergente usado y, además, eliminar me-

por las manchas! En el caso del resto de productos de limpieza hay multitud de [opciones tradicionales](#) para abandonar su consumo y sustituirlo por productos mucho menos tóxicos. Mezclando agua, vinagre y jabón, podemos limpiar la mayoría de las superficies. Para zonas con suciedad más incrustada encontramos recetas con ingredientes como bicarbonato sódico o bórax.

RECOMENDACIONES PARA UN CONSUMO MÁS SOSTENIBLE:

- **No ensuciar es mejor que limpiar.**

De nuevo, evitar ensuciarnos, ya sea utilizando delantales al cocinar o teniendo cuidado de mantener la casa limpia, es la mejor manera de cubrir nuestras necesidades con el menor impacto posible.

- **Cuanto antes limpiemos, más fácil salen las manchas.**

Cuanto más tiempo pasa en contacto una mancha con la superficie sobre la que ha caído, más se fija la mancha y, por lo tanto, más difícil nos resultará quitarla. Una vez nos hemos manchado, existen diferentes remedios caseros para diferentes tipos de manchas, pero en cualquier caso es importante evitar el agua caliente y no meter prendas manchadas en la secadora.

- **Alargar la vida útil de los objetos.**

Los artículos que más se estropean con la limpieza son las prendas de ropa. El uso de suavizantes y blanqueadores acorta su vida y puede ser sustituido fácilmente con esencias de flores en el caso del suavizante (para dar buen olor) y añadiendo percarbonato sódico al detergente en el

caso del blanqueador. El exceso de detergente y las altas temperaturas en la lavadora también envejecen la ropa, así como mezclar la ropa clara con la oscura.

¿CÓMO HACER UNA COMPRA MÁS ECOLÓGICA?

En las grandes superficies es fácil que nos confundamos por la multiplicidad de mensajes “verdes” que en realidad pueden no tener ningún tipo de certificación ecológica oficial. De nuevo el sello Ecolabel es el que viene garantizado por la UE. En cualquier caso nos resultará mucho más fácil encontrar productos de limpieza ecológicos en tiendas especializadas.

Entre los detergentes convencionales es importante leer las etiquetas para evitar aquellos productos que lleven fosfatos. También debemos evitar los fosfonatos, percarboxilatos, EDTA, NTA. Una vez elegida la composición, es mejor comprar los detergentes concentrados y en polvo y elegir los envases de cartón y de tamaño grande.

LUGARES EN LOS QUE BUSCAR MÁS INFORMACIÓN

Como en el resto de ámbitos, lo mejor es informarse sobre la naturaleza de estos productos y su efecto sobre el medio ambiente. Nuestra sugerencia para ampliar esta información está tanto en la web de [Consumoresponsable](#) y la revista [Options](#) como en el sitio web de UNCUMA y su [Guía de la Compra Responsable](#). También puedes encontrar información relevante en [la revista TACHAI que edita y](#)

[distribuye La Garbancita Ecológica](#), todo un referente del ecologismo en Madrid.

Higiene personal

La higiene personal es otro de los ámbitos en los que la publicidad hace grandes esfuerzos por moldear nuestros hábitos, y de hecho lo consigue con bastante éxito. La industria cosmética ejerce una gran presión para que consumamos productos con los que no sólo limpiar nuestro cuerpo, sino también moldearlo. Si duda nuestro cuerpo es una de nuestras principales señas de identidad y como tal nos es muy importante cuidarlo y sentirnos a gusto con nuestra imagen, pero, ¿realmente es sano y saludable todo lo que nos venden?

Derivados del petróleo y sustancias químicas sintéticas conforman gran parte de los componentes que incluyen los productos para la higiene no ecológicos. Con frecuencia los fabricantes incluyen algunos componentes naturales para poder promocionar mejor sus productos, pero siempre acompañados de otros productos sintéticos. ¿Nos ayuda a estar más sanos y sanas usar este tipo de productos? ¿Necesitamos todos los productos que usamos? ¿Qué efectos secundarios tienen sobre nuestra piel y nuestro cabello?

RECOMENDACIONES PARA UN CONSUMO MÁS SOSTENIBLE (Y MÁS SANO)

- **Decide con libertad.**
¿Quién decidió que las arrugas son feas? Consumir productos para alimentar el

mito del cuerpo perfecto puede no ser la forma más eficaz de obtener la felicidad, y desde luego, no la más ecológica.

- **Innova: busca formas tradicionales.**

La publicidad basa uno de sus pilares en la innovación. Constantemente nos venden nuevos productos para nuevos problemas que en realidad vienen causados en gran medida por nuestros hábitos cotidianos. Un ejemplo lo encontramos en los champús, nos ofertan productos especiales para el pelo graso, cuando en realidad los jabones demasiado fuertes y el exceso de frecuencia en el lavado son una de las causas de que aparezca grasa en el pelo. El cuerpo tiene mecanismos para regular sus propias necesidades y mantener la piel y el cabello en equilibrio. El ideal es utilizar productos que se limiten a limpiar, sin añadir otros efectos.

- **Cuida la alimentación y lleva una vida sana.**

Frecuentemente nos encontramos con mensajes que aluden a las propiedades de la naturaleza. ¿No será más sencillo cuidar nuestra alimentación y nuestro estilo de vida? Un ejemplo claro lo encontramos en la recomendación habitual para el cuidado de la piel que consiste en beber agua. Por suerte es una recomendación frecuente, pero no lo es tanto como otro tipo de estímulos y, desde luego, no está presente cuando vamos a las grandes superficies.

¿CÓMO HACER UNA COMPRA MÁS ECOLÓGICA?

Consumir productos lo más naturales posibles. No siempre los encontramos sin

Componentes que se han de evitar: glycol, PEG, -oxynol, paraben, hydroxybenzoate, isothiazolinone, formaldehyde, parfum, los colorantes que se describen por las letras CI seguidas de un número. En las pastas dentífricas, evita el triclosán.

Componentes recomendados: glucoside (identifica a los detergentes a base de glucosa) y nombres de plantas en latín (por ejemplo el romero es Rosmarinus officinalis) seguidos de extract. Si van seguidos de oil se refieren a aceites esenciales (pueden despertar alergias).

mezclar con otros: es importante mirar la etiqueta e ignorar los reclamos publicitarios.

Una forma fácil de diferenciar entre los componentes sintéticos y los naturales está en el origen de su nombre. Los componentes naturales están escritos en latín, mientras que los sintéticos vienen descritos en nomenclatura química.

Si quieres encontrar estos componentes naturales y evitar los sintéticos, te será más fácil visitando herboristerías, dietéticas y tiendas de productos ecológicos.



Esta etiqueta es elaborada por los fabricantes y suele responder a estrategias de marketing. No hay ningún organismo que certifique ni la calidad de los procesos ni de los productos. La podemos encontrar con bastante frecuencia por lo que es importante recordarla.

En los productos cosméticos, existen algunos sellos específicos que puedes [encontrar aquí](#).

Para el caso específico de la higiene femenina, una de las opciones que más popular se está haciendo es el uso de copas menstruales reutilizables. Es un recipiente de silicona o látex en forma de vaso que se introduce en la vagina y retiene el flujo de sangre. Se vacía y se vuelve a colocar tan a menudo como sea necesario. En Madrid se comercializan dos marcas, la española (cuyo transporte es menos contaminante) es [Naturcup](#).

También puedes encontrar en el mercado tanto pañales como compresas de tela reutilizables, que han mejorado mucho su calidad y practicidad. También hay artículos desechables que utilizan materiales y diseños más ecológicos que los convencionales. Para profundizar en este aspecto te recomendamos la lectura del [número 18 de la revista Opciones](#).

LUGARES EN LOS QUE BUSCAR MÁS INFORMACIÓN:

Para tener un mapa general de los aspectos que se han de considerar te recomendamos que visites la página de [Consumoresponsable](#). Si quieres profundizar más la información, [en éste link](#) puedes encontrar información sobre jabón, gel y champú.

Papel

El papel tiene un gran impacto ambiental, tanto en consumo de masa forestal como de recursos de agua y energía. Si prestamos atención a lo largo de un día a los productos que utilizamos de papel, no dejamos de sorprendernos: folios, billetes de transporte, papel higiénico, servilletas, periódicos, libros, pañuelos, correspondencia, publicidad, etc. Muchos de estos usos son difícilmente eliminables, pero como siempre, sí hay muchas mejoras que están en nuestra mano.

RECOMENDACIONES PARA UN CONSUMO MÁS SOSTENIBLE:

- Utiliza la menor cantidad posible.

Hay tres vías por las que podemos redu-

cir nuestro consumo con bastante facilidad:

1. Sustituir el uso del papel por el uso de soportes virtuales.

Esta opción tampoco está libre de impacto. El criterio más sencillo y práctico con-



Busquemos que tenga la certificación FSC, que hoy es el mejor indicador de que la madera se habrá explotado sosteniblemente compatibilizando la actividad forestal con la minimización de los impactos.

Si utilizamos papel virgen, que sea sin blanqueado. Blanquear el papel con cloro produce algunos de los contaminantes más tóxicos que se conocen. También podemos encontrar papeles blanqueados sin cloro, por el método TCF. Esta etiqueta puede presentar imágenes diferentes.

Ángel Azul es una etiqueta oficial que otorga la administración alemana y garantiza que el papel es 100% reciclado.



Estas etiquetas son elaboradas por los fabricantes y suelen responder a estrategias de marketing. No hay ningún organismo que certifique ni la calidad de los procesos ni de los productos. La podemos encontrar con bastante frecuencia, por lo que es importante recordarlas.

siste en hacer esta sustitución siempre que no signifique hacer un mayor consumo de aparatos electrónicos. Algunos ejemplos pueden ser la correspondencia o los documentos que no vamos a leer en profundidad (y probablemente tampoco de manera superficial).

2. Reducir al máximo el uso de papeles desechables.

Si sacamos de la lista el papel higiénico (que en nuestra cultura es difícilmente sustituible), podemos reducir o eliminar el uso de muchos otros artículos: pañuelos, platos, vasos, cubiertos, manteles, papel de cocina, etc.

3. Maximizar el uso del papel.

Hay muchos artículos a los que podemos dar más uso si los compartimos: periódicos, libros, revistas, impresiones de documentos.

Por otro lado, gestos fáciles de incorporar son, por ejemplo, realizar las impresiones a doble cara y/o a dos páginas por hoja, configurar el fax de forma que no imprima una hoja adicional al enviar o recibir, usar las caras en blanco de los papeles ya utilizados para escribir o convertirlas en un bloc de notas, etc.

¿CÓMO HACER UNA COMPRA MÁS ECOLÓGICA?

El uso del papel reciclado es la opción más ecológica. Fabricar papel reciclado tiene un impacto mucho menor que fabricar papel virgen puesto que permite sustituir en gran medida la materia prima

de la madera por la fibra de papel (que puede reciclarse varias veces sin problema). Además, en caso de necesitarlo, existen ya papeles reciclados que han sido blanqueados sin cloro.

LUGARES EN LOS QUE BUSCAR MÁS INFORMACIÓN:

Para comenzar a indagar recomendamos [éste enlace](#), y para una mayor profundidad y comprensión, [el número 35 de la revista Opciones](#).

Alimentación

La alimentación tiene una relación directa con nuestra salud, por lo que apostar por una dieta equilibrada y sana, libre de tóxicos y transgénicos, es de enorme importancia. La agricultura y la ganadería son las actividades fundamentales para la reproducción de la vida, por lo que no podemos dejar de aportar para que se desarrollen de forma perdurable y saludable.

Por otro lado, el consumo de productos destinados a la alimentación es el mayor consumo que se realiza en los hogares. Esta es una de las razones por las que hacer más sostenibles nuestros hábitos en este ámbito tiene grandes repercusiones de mejora sobre el medio ambiente.

La ineficiencia del proceso de alimentación de los españoles es un fiel reflejo de su grado de insustentabilidad. Un modelo que destruye la biodiversidad, que despilfarra bienes tan escasos como el agua o el suelo para producir alimentos y materias primas con un balance energético en muchos casos negativo y rentabilidades económicas muy bajas. Un modelo que no aporta rentas suficientes para los agricultores y que, basado en la destrucción de empleo como medio de alcanzar ciertos niveles de productividad, es causa del abandono continuado de la actividad agraria y del despoblamiento de las zonas rurales.

Crece el convencimiento entre los especialistas en nutrición y salud de que la alimentación que realizamos los españoles dista de ser la ideal. Tanto por lo que comemos como por lo que hacemos para comer, la alimentación se ha convertido en una de las causas más importantes de insustentabilidad, tanto ambiental como social.

Manuel González de Molina Universidad Pablo Olavide (Sevilla).

La agricultura ecológica construye soluciones abordando tres dimensiones o aspectos al mismo tiempo: es ambientalmente sana, socialmente justa y económicamente viable.

RECOMENDACIONES PARA UN CONSUMO MÁS SOSTENIBLE (Y MÁS SANO):

- **No dejes que las prisas te coman.**

Dejar la alimentación como la última de nuestras prioridades cotidianas hace que terminemos comiendo mal y muy poco ecológico. Frecuentemente el ritmo de nuestros quehaceres diarios dificulta nuestra organización y terminamos tirando comida o comprando productos que hubiésemos preferido evitar.

- **¿Necesitamos comer tanto?**

Comer es, además de una necesidad, un

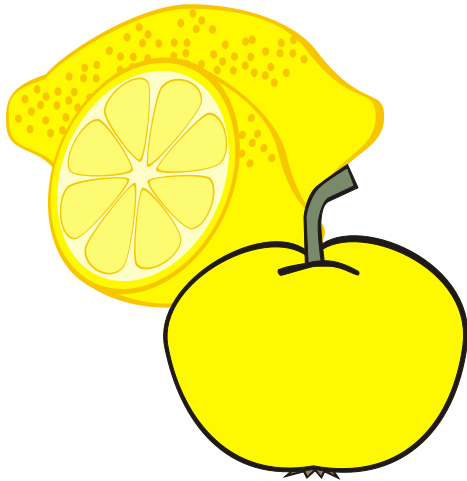
placer. Pero con frecuencia comemos tanto que después nos sentimos indispuestos/as. Comer despacio, disfrutando de la comida y dando tiempo a que nuestro cuerpo se sienta saciado, es una muy buena opción para mantenernos con salud sin agotar nuestros recursos naturales.

¿CÓMO HACER UNA COMPRA MÁS ECOLÓGICA?

La alimentación es quizás el área en la que más opciones tenemos para mejorar nuestro consumo y hacerlo más ecológico. Muchos productos, mucha trayectoria ecologista.

Comer productos ecológicos es sin duda fundamental, pero hay también muchos otros consejos que podemos aplicar. Además, hay también muchas formas de acceder al consumo de productos ecológicos.

gicos, seguro que encontrarás una que se adapte a ti, pero sobre las formas de acceso al consumo hablaremos en el punto 5 de la guía. Ahora comenzamos con los cambios de hábitos en relación con la alimentación.



- **Consumir alimentos de temporada.**

Con frecuencia escuchamos mensajes y opiniones que dicen que la producción ecológica es más cara. Sí, muchas veces es cierto, se paga más por mejores productos, pero en muchas otras ocasiones es completamente falso. ¿Has probado a comer todos los alimentos de temporada? No sólo te lo agradecerá tu salud y la del medio ambiente, tu bolsillo también puede darte enormes sorpresas.

- **Comer menos carne y pescado.**

Las cantidades de carne y pescado que consumimos actualmente son completamente insostenibles incluso desde la producción ecológica. De nuevo, reorientar nuestros hábitos de consumo y, en este caso, comer menos carne y menos pescado, beneficiará tanto a nuestra salud, como a nuestro bolsillo.

- **Evitar los alimentos envasados.**

Gran parte de los efectos contaminantes

de la industria alimentaria actual se deben a la producción de residuos por los envases y embalajes. Piensa que no sólo contaminan los envases, sino también su producción. Escoge los alimentos que tengan menor embalaje y evita aquellos que sean difíciles de reciclar (plásticos, bandejas de poliespán o aluminio).

- **Los alimentos procesados son menos ecológicos.**

Los procesos de transformación de los alimentos son grandes consumidores de recursos (agua y energía). Si puedes evitarlos, mucho mejor. Además, aunque un alimento procesado pueda ser ecológico, cuanto más se procesa un alimento, más se desnaturaliza y más aditivos, conservantes y estabilizantes se utilizan.

- **Compra local.**

El abuso de los transportes es una de las causas de mayor contaminación por consumo de petróleo. Además, comprando alimentos locales favorecemos la sostenibilidad de la producción local.

LUGARES EN LOS QUE BUSCAR MÁS INFORMACIÓN:

La Guía de la Compra Responsable de UNCUMA nos explica cómo influye todo el ciclo de vida de los productos en el medio ambiente y nos da [ejemplos del ciclo de vida](#) completo de 12 productos de uso cotidiano. Además, dispone de una calculadora de carbono y varios enlaces de interés sobre el tema.

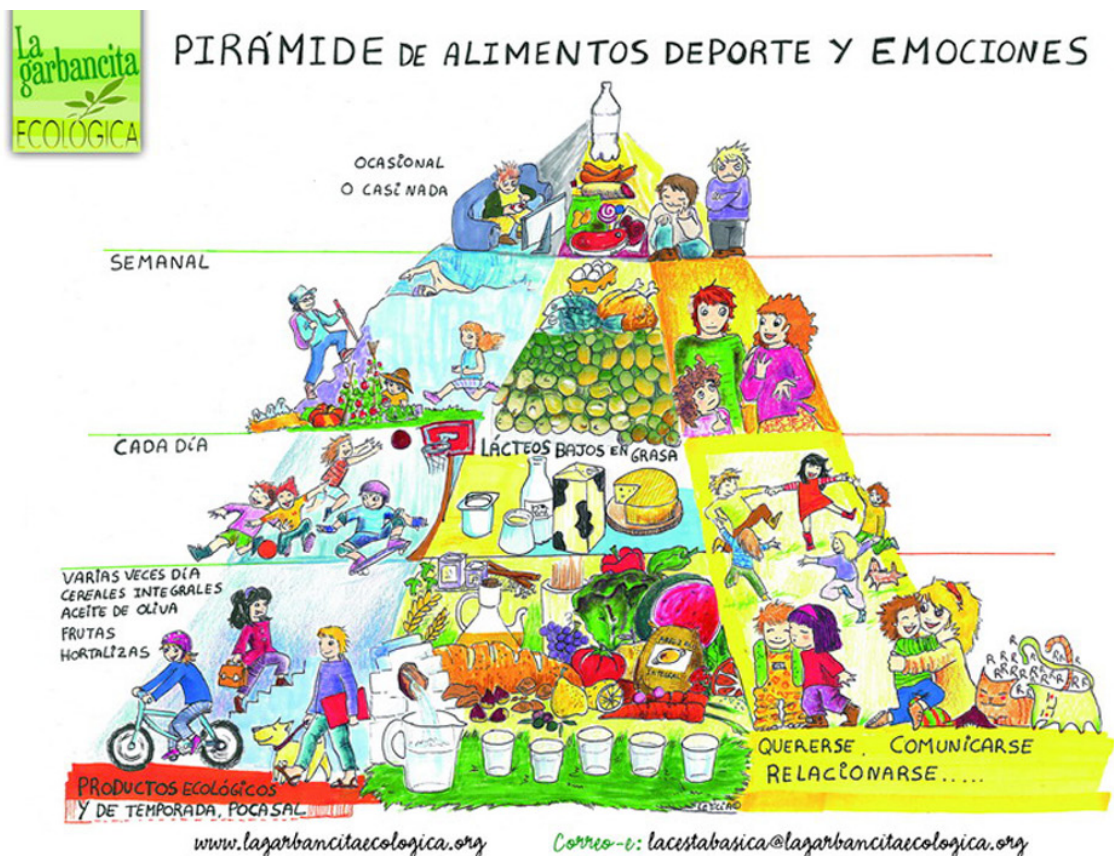
Para ampliar un poco nuestros consejos, os recomendamos los [“Criterios para el consumo de alimentación”](#) de **Ecologistas en Acción**.

Para conocer mejor el actual modelo alimentario, sus consecuencias medioambientales, sociales y para la salud, os recomendamos la lectura del artículo de la [Revista Ambient@](#). En él también encontraréis información sobre el círculo virtuoso que supone la agricultura ecológica.

Y como la realidad es compleja y nuestro objetivo es hacerla accesible sin simplificarla en exceso, de nuevo os recomendamos que poco a poco visitéis los diferentes estudios que la [revista Opciones](#) ha ido haciendo sobre diferentes productos.

Estas tres vías son una estupenda manera de comenzar (o avanzar) el recorrido hacia un consumo transformador.

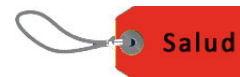
Por último, y como una de las fuentes de referencia cuando hablamos de agroecología en Madrid, no puede faltar [la Revista TACHAI](#) de [La Garbancita Ecológica](#), en cuya web podréis encontrar todo tipo de información acerca de la agricultura responsable, desde recetas ecológicas hasta información sobre cómo cultivar huertos urbanos.



¿CÓMO ACCEDEMOS A LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS?

Hay diferentes formas de acceder al consumo ecológico que se adaptan a los diferentes gustos y modos de vida. Cada forma de acceso tiene unas implicaciones diferentes, tanto por el esfuerzo que supongan al implicar cambios en nuestros hábitos, como por la necesidad de organizarnos con otras personas, las oportunidades para aprender y compartir inquietudes que nos ofrezcan, su compromiso con el entorno, la corresponsabilidad con los productores y productoras, etc. Lo más importante es conocer cada una de ellas y encontrar la que mejor se adapta a nuestras necesidades e inquietudes. Si bien unas son más completas que otras, o tienen mayores beneficios para el medio ambiente, todas suponen un gran avance hacia el cuidado de nuestro entorno.

Supermercados y grandes superficies



Comprar productos ecológicos en supermercados y grandes superficies es cada día más fácil y nos aporta una comodidad indiscutible. Debido al incremento de la demanda empezamos a ver más productos con la certificación ecológica en sus estantes o incluso cadenas que tienen una sección específica para la producción ecológica. Pero a pesar de que puede considerarse como un gran avance en el sector, no hay que olvidar sus peligros y limitaciones.

La distribución a gran escala es un modelo de distribución que tiene graves consecuencias tanto para el medio am-



biente como para el sector de la producción agroecológica. La comercialización a gran escala tiene graves consecuencias medioambientales porque está intrínsecamente unida al transporte a grandes distancias y al consumo de envases y embalajes. Un mango puede ser ecológico, pero si lo tenemos que traer desde miles de kilómetros de distancia, al consumirlo no estaremos favoreciendo la reducción del uso del petróleo. Algo similar puede darse con un paquete de brócoli congelado ecológico, siempre será mejor que uno que lo es, pero la producción de alimentos congelados, así como los precocinados, implican un consumo energético mucho mayor que los productos frescos.

El consumo ecológico en grandes superficies tiene consecuencias negativas para los pequeños productores y productoras ecológicos: no sólo empeoran la calidad de las condiciones laborales y deslocalizan la producción, sino que dificultan también los avances hacia la sostenibilidad. Las grandes superficies tienen una gran capacidad de presión en sus relaciones comerciales hasta el punto de obligar a los productores y productoras a adaptarse a sus demandas, ya estén relacionadas con la presentación estética de los productos, las variedades de cultivo, los precios, o incluso la forma de pago.

Según el Registro Mercantil, en el año 2002 la media en el plazo de pago fue de 107'6 días en el caso de la gran distribución. Cobra del comprador al contado, pero no paga al proveedor hasta pasados estos cien días. Es común que invierta este dinero en un fondo que dé intereses semanales, por ejemplo, lo que le proporciona una fuente de ingresos adicionales. Puede darse el caso que un productor pequeño tenga que pedir un crédito para aguantar el aplazamiento, mientras que su cliente moroso obtiene financiación a coste cero o incluso con interés a favor para seguir expandiéndose.

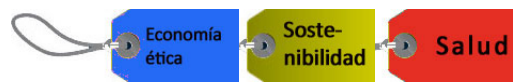
Revista Opciones, nº 12.

El acercamiento entre los distintos actores de la cadena de valor tiene que implicar la ruptura con el oligopolio que se está produciendo, no sólo en cuanto a precios, sino también en cuanto a marcas, con el auge de las marcas de distribución y los proveedores totalmente controlados y en muchos casos exprimidos por las grandes cadenas.

Ana Isabel Ceballo, Presidenta de la Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Madrid (UNCUMA).

Por otro lado, es importante tener en cuenta que estas grandes superficies están incluyendo la producción ecológica entre su oferta debido al aumento de la demanda, pero su objetivo prioritario no es la sostenibilidad y el consumo responsable sino el beneficio y el aumento de sus ventas. Utilizan los productos “eco” y “bio” como reclamo para el consumo de otros productos y, con frecuencia, abusan del término “verde” para aumentar las ventas en productos que no tienen ningún tipo de garantía. Si compramos productos ecológicos en estos establecimientos es especialmente importante fijarnos en que los productos lleven los sellos ecológicos reglamentarios.

Tiendas especializadas



Las tiendas especializadas aúnan la ventaja de la disponibilidad y el fácil acceso, con una mayor información acerca de los productos consumidos y una relación mucho mayor con la producción local y regional.

Los datos de un reciente estudio en nuestra región confirman que las tiendas especializadas son los espacios en los que se distribuye la mayoría de la producción agroecológica y que tiene un origen principalmente local y regional.

- *La actividad ecológica es un modelo de negocio que no suele conciliar la producción convencional y ecológica (el 70,59% produce, comercializa o distribuye exclusivamente productos ecológicos).*
- *El mercado ecológico se enmarca en un entorno no sólo local sino también regional, principalmente.*
- *La mayoría de las empresas (casi dos tercios) se dirigen al/a la consumidor/a final.*

“Taller de Investigación-Acción Participativa realizado en Madrid”
Promovido por la Asociación General de Consumidores, ASGECO Confederación, en el ámbito del proyecto “Sabor Cooperativo”.

Al consumir en este tipo de establecimientos fomentamos la cercanía entre personas productoras y consumidoras, mejorando muchos de los problemas que ya hemos mencionado: los precios responden más a la realidad de los agricultores y agricultoras, se puede dar salida a productos rechazados por las

grandes distribuidoras, se reducen o eliminan los embalajes y tratamientos para la conservación y el abuso del consumo energético para el transporte. Además se fomenta una relación más sana entre el campo y la ciudad, basada en un mayor conocimiento del entorno rural y de la producción ecológica.

Espacios para orientarnos en Madrid

Una de las guías más completas que podemos encontrar en Madrid es la guía [ConSuma Responsabilidad](#).

Esta guía es el resultado del esfuerzo colaborativo de un colectivo (ConSuma Responsabilidad) por fomentar la conciencia crítica y cambiar comportamientos mediante la difusión de alternativas de consumo que tienden hacia la sostenibilidad. Podemos encontrar información sobre tiendas de productos ecológicos en la Comunidad de Madrid.

Si hacemos una comparación con otros directorios, como las [páginas amarillas](#), veremos que no están todas las tiendas madrileñas e incluso que hay establecimientos que están en la guía de ConSuma Responsabilidad y no están en otras guías. Esto se debe a que para la realización de esta guía no se han tenido en cuenta únicamente criterios ecológicos, sino también criterios como las condiciones laborales, de igualdad, cooperación, etc.

Otro proyecto colaborativo entre diferentes organizaciones sociales del ámbito de la ecología y el consumo es el [Ecozoom](#), un mapa que recoge diferentes iniciativas sociales y ayuda a localizarlas geográficamente. Si buscas en la categoría de “soberanía alimentaria” puedes encontrar muchas de las tiendas de productos ecológicos cercanas a tu vivienda.

Tanto Ecozoom como ConSuma Responsabilidad son proyectos colaborativos y, por lo tanto, abiertos a la participación,

así que si ves que falta alguna tienda o proyecto que pueda tener cabida, no dudes en contactar con ellos para enriquecer los directorios y facilitar el acceso al consumo a otras personas consumidoras.

Grupos de Consumo



Los grupos de consumo, al igual que las asociaciones y cooperativas de consumo, van un paso más allá en la relación con los productores y productoras ecológicos.

Los grupos de consumo están formados por grupos de personas que se unen buscando la forma de comprar directamente a los productores y productoras. Hay muchas razones que llevan a los grupos a unirse, y no son siempre las mismas, pero todos comparten el objetivo de eliminar (o reducir al máximo) los intermediarios para abaratar el coste final.

Las redes y grupos de consumo son también un modelo de consumo más integral que el consumo ecológico de hogares individuales, ya que apuesta por los cambios estructurales, sobrepasa el interés y la preocupación individual y construye en lo colectivo y lo social, creando otras sinergias comunitarias al promover la colaboración, la convivencia y el interés por la comunidad.

Tener interacción como grupo posibilita sumar fuerza para investigar, profundizar debates y compartir conocimientos. Además de reforzar el desarrollo comunitario, interactuar con los proveedores y

proveedoras da la posibilidad de un mayor conocimiento mutuo. Esto redundará en el refuerzo de las redes y tiene como consecuencia una mayor cultura ecológica y fuerza transformadora, si bien también requiere mayor esfuerzo y tiempo.

En los últimos años se ha producido un desarrollo muy notable de este tipo de iniciativas ciudadanas. El interés en la producción ecológica y en el consumo responsable no deja de crecer y estos espacios ayudan enormemente a transformar nuestros hábitos de consumo. Junto a su crecimiento cuantitativo se produce un desarrollo en la variedad de formas organizativas. Cada grupo se organiza, como es lógico, en función de las necesidades e intereses de las personas que lo componen, pero para hacernos una idea podríamos decir que hay fundamentalmente tres tipos de organización, aunque por lo general no se dan “tipos puros”, sino que en la práctica se mezclan las características de cada definición.

1. GRUPOS DE AUTOCONSUMO.

Entre todas las personas que conforman el grupo cubren las tareas del ciclo: producción, distribución y consumo. No todas las personas hacen todo, pero sí funcionan bajo la misma estructura de forma cooperativa, decidiendo conjuntamente los aspectos de la organización y apoyándose en la colaboración de todas las personas para tareas concretas. En Madrid dos de las experiencias con más trayectoria son el [BAH!](#) y el [SaS](#). Cada semana, los productos recolectados se reparten y distribuyen en “cestas” cerradas, por lo que el reparto varía en función de la temporada y lo que se haya cosechado. Para

abastecerse de otros productos, colaboran con otros productores y productoras y fomentan el consumo a través de pedidos fijos para todo el año. De esta forma se favorece la estabilidad de quienes producen y la sostenibilidad de los proyectos. Otra experiencia muy significativa es la de los [Grupos Autogestionados de Consumo](#) (GAKs), surgidos en 1996, que dieron origen a lo que hoy es La Garbancita Ecológica.

2. GRUPO DE CONSUMO BAJO PEDIDO.

Este tipo de grupo es el más habitual. Al igual que los anteriores se organizan en asambleas y las personas que participan se distribuyen para cubrir las tareas básicas: hacer los pedidos a los diferentes productores y productoras, repartir los productos entre las diferentes cestas y



Fuente: <http://gruposdeconsumo.blogspot.com.es/>

organizar los pagos. Las personas consumidoras tienen la libertad de pedir sólo aquellos productos que deseen (son cestas abiertas), aunque es frecuente que exista el compromiso de hacer un pedido mínimo en cada reparto para que el grupo sea estable. Frecuentemente hay también una cuota mensual para pagar el local en el que se realiza el reparto.

La gran potencialidad de los grupos de trato directo entre personas productoras y consumidoras es que se produce necesariamente el debate y la interacción grupal. Se genera debate político. Se van ampliando entidades proveedoras y es fácil dar lugar a la creación de otro tipo de iniciativas de economía social y solidaria.

3. GRUPO DE CONSUMO CON BOLSAS CERRADAS.

En realidad esta forma de organización no es un grupo propiamente dicho. Cada persona u hogar se compromete únicamente a recoger una cesta cerrada con un precio fijo y hacer el correspondiente pago, pero al no participar de la gestión y la logística, no se da interacción como grupo ni, por lo tanto, se generan tampoco debates o actividades conjuntas.

Este tipo de solución es la que menos participación requiere y con frecuencia es una opción elegida para las personas que no disponen de mucho tiempo. Dos ejemplos de este tipo de consumo en Madrid son [E cosecha](#) y [Milhistorias](#).

PUEDES PARTICIPAR EN UN GRUPO YA FORMADO O CREAR UNO NUEVO

Los grupos de consumo, sea cual sea su modelo organizativo, no suelen ser de-

masiado grandes porque dificulta la organización y participación de las personas que lo componen. Pero otro de sus rasgos comunes es el ánimo colaborativo, por lo que si quieres participar y el grupo está completo, te será fácil encontrar ayuda para dirigirte a otro grupo o para montar tu propio grupo junto a tus amistades, vecinas y vecinos, etc. Si tienes interés no dudes en preguntar en alguna organización ecologista que te sea de referencia. Probablemente las organizaciones más estables sabrán orientarte mejor porque conocerán la realidad de los grupos de consumo en su territorio.

Cooperativas de consumidores/as y usuarios/as



Las cooperativas de consumidores/as y usuarios/as focalizadas en el consumo de productos ecológicos comparten los objetivos de ecología social de los grupos de consumo. La actividad, en ambos casos, es facilitar el consumo ecológico entre las personas que participan y promover su desarrollo en el conjunto de la sociedad. La actividad cooperativizada va más allá del acto último de consumir, incluyendo principios como la solidaridad, participación, democracia, intercooperación y educación social en torno a un consumo responsable agroecológico.

A diferencia de los grupos de consumo, las cooperativas de consumidores/as han dado un paso más en su grado de formalización. De hecho, muchas cooperativas de consumidores/as enfocadas en el consumo ecológico han sido previamente grupos de consumo sin una forma jurídica legalizada.

Las cooperativas de consumidores/as son empresas sociales en las que un grupo de personas voluntariamente se une para satisfacer una necesidad que no está cubierta en el mercado, o no está de la manera deseada. Siguiendo estos objetivos, son empresas autogestionadas y con un funcionamiento democrático, en las que habitualmente se profesionaliza la gestión a través de la contratación de alguna/s de las personas socias, y en las que se retribuye la actividad cooperativizada pero no el capital.

Las cooperativas de consumidores/as y usuarios/as tienen más de un siglo de historia y han ido evolucionando en función de las necesidades que han de cubrir. Su relación con la ecología viene también de largo, y es que entre los valores cooperativos, uno de los principios fundamentales es el respeto al medio ambiente. Desde hace décadas, las cooperativas y asociaciones de consumidores y consumidoras han venido luchando por el consumo responsable, compartiendo la preocupación por un consumo orientado por los beneficios comunes a todas las personas, incorporando criterios éticos en la compra, y fomentando la conciencia de las personas consumidoras en su influencia sobre modelo de producción y de consumo.

En concreto, el desarrollo de las cooperativas de consumo en el ámbito de la producción agroecológica ha tenido su despegue en los últimos años debido a la suma de varios factores. Por un lado, la preocupación por la ecología es cada vez mayor, hay cada vez una mayor masa crítica en torno a ella y, también, en el



Fuente: Sociedad Coop. Besana

contexto de crisis económica en el que nos encontramos, hay un interés cada vez más extendido por construir alternativas económicas que den solución a la crisis económica, social y medioambiental en la que nos hallamos insertos/as, y que estén ligadas al desarrollo territorial y local. En la página web de una de las [experiencias madrileñas, la de La Garbancita Ecológica](#), socia de UNCUMA, podéis encontrar algunas de las razones que han llevado a algunas cooperativas a [constituirse y desarrollar su actividad](#).

Otras cooperativas de consumo o asociaciones en las que se puede encontrar información relevante sobre los productos ecológicos son [Besana](#), que se constituyó como la primera cooperativa integral madrileña en 2012, y [La Repera](#) y [La huerta del sol](#), dos nuevos establecimientos de distribución y consumo de productos ecológicos en la capital.

¿CÓMO PUEDO PARTICIPAR?

Si quieres participar a título individual de una cooperativa de consumo ya formada, un espacio al que puedes acudir

para orientarte sobre las distintas experiencias y modelos de organización en Madrid es la Unión de Cooperativas de Consumidores/as y Usuarios/as de Madrid ([UNCUMA](#)).

Si formas parte un grupo de consumo o una asociación y estáis pensando en dar el salto y constituíros en una cooperati-

va de consumo, también [podéis solicitar ayuda en UNCUMA](#). En este caso es importante hacer primero un plan de viabilidad económica que os permita avanzar de forma segura para abordar los compromisos que conlleva la constitución de esta empresa social.



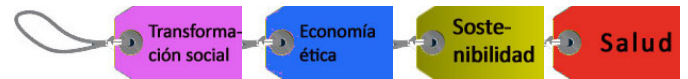
¿CÓMO CONTRIBUIR A LA SOSTENIBILIDAD DESDE EL CONSUMO?

Queremos aprovechar para dar a conocer dos iniciativas que dan un paso más allá en la experimentación de los modelos de producción y consumo con vocación transformadora. Son las Cooperativas Integrales y el Mercado de la Economía Social de Madrid. Ambas son iniciativas recientes que vienen a enriquecer las opciones de consumo ecológico y responsable en Madrid, por lo que podemos considerarnos de enhorabuena.

Tanto las cooperativas integrales como el [Mercado de la Economía Social](#) de Madrid se enmarcan dentro de la Economía Social, un modelo económico alternativo cuyo objetivo son las personas y no beneficio empresarial. Las entidades que forman parte de este movimiento se rigen por los siguientes valores recogidos en la "Carta Solidaria": igualdad, empleo, medioambiente, cooperación, no tener carácter lucrativo y compromiso con el

entorno. La aplicación de estos principios a las relaciones económicas, supone un gran avance hacia un modelo de producción y consumo más sostenible.

Cooperativas integrales



Una cooperativa integral es una empresa de carácter social en la que pueden realizarse todos los tipos de actividad económica bajo la misma sociedad jurídica (consumo, producción, venta, distribución, etc.). En Madrid el recorrido de las cooperativas integrales es corto, pero ya podemos encontrar experiencias que, a raíz de todo el trabajo realizado en los últimos años, han empezado a dar sus frutos. Un ejemplo es la [Cooperativa Besana](#)





Esta cooperativa está formada por socios y socias cooperativistas que se unen para realizar un consumo responsable y ecológico, e incluye también a personas que además de ser socias, trabajan como asalariadas de la cooperativa en la gestión y en un punto de venta al público.

Con esta fórmula cooperativa se trata de solventar dos problemas al mismo tiempo: la necesidad de asegurar la producción para poder dar estabilidad a los proyectos productivos y la necesidad expresada por parte de las personas consumidoras de que haya una buena coordinación que garantice una cierta regularidad y variedad en los productos que llegan a la cooperativa.

En una cooperativa integral todas las personas socias comparten los mismos objetivos reflejados en los estatutos, pero cada persona tiene además una serie de obligaciones y derechos en función de la tarea que desempeña. En las cooperativas integrales, al igual que las cooperativas de consumidores/as y usuarios/as, pueden darse diferentes formas de par-

ticipación asociadas a diferentes beneficios y niveles de implicación de cara a facilitar la participación de diversas personas en la organización, que compartan los mismos objetivos de transformación social.

Mercado de la Economía Social de Madrid



Otra iniciativa igualmente reciente e interesante es el [Mercado de la Economía Social de Madrid \(MES\)](#). El MES es un proyecto que se enmarca en la Red de Economía Social y Sostenible (REAS) y surge de la inquietud por aunar a diferentes entidades que operan bajo los principios de la Economía Social para fomentar el consumo responsable y transformador en nuestro territorio.

Como hemos podido ver a lo largo de las diferentes formas de acceso a los productos ecológicos, en Madrid hay multitud de iniciativas ciudadanas y empresariales



que tratan de transformar la economía poniendo a las personas en el centro, y construyendo un modelo económico más justo y sostenible. Pero la atomización y el aislamiento de estas iniciativas constituyen un problema que debilita este tipo de proyectos y dificulta su capacidad de incidencia y transformación social.

El MES surge con la intención de ayudar a solventar este problema aunando bajo un mismo paraguas a productores/as, distribuidores/as y consumidores/as que se comprometen a funcionar bajo unos mismos criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios.

Este mercado pretende superar las reglas negativas del mercado convencional, estableciendo un mercado alternativo que opere bajo criterios y relaciones económicas justas. Estará integrado principalmente por empresas y entidades sociales productoras de bienes y servicios, empresas y entidades sociales distribuidoras (cooperativas de consumo, redes de intercambio, tiendas de comercio justo...) así como consumidores y consumidoras responsables individuales y colectivos.

Para favorecer el crecimiento y la capacidad transformadora del proyecto, cada componente (nodo) sea empresa social o consumidor/a individual, procura consumir al máximo bienes y servicios producidos por el resto de los componentes del mercado social. Los bienes y servicios que circulan en el mercado social cumplen tres criterios: ser socialmente útiles, ser ecológicamente sostenibles y haber

sido producidos con equidad y democracia.

El mercado social, además de bienes y servicios, constituye un espacio de aprendizaje colectivo, innovación tecnológica, cultura, relaciones sociales, proyectos, valores, etc. Aspira a ser un espacio generador de sinergias, de aprendizaje, de valores y cultura, con vocación transformadora y movilizadora.



Proyecto subvencionado por

