

*cuadernos de las cooperativas
de consumidores*

31

Impacto ecológico de la alimentación en España

número 31 · año 2022



Confederación Española
de Cooperativas
de Consumidores
y Usuarios



**HISPA
COOP**

Edita: Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios, HISPACCOOP
Elección y revisión de textos: HISPACCOOP
Diseño gráfico y preimpresión: breu
Imprime: CROMAGRAF
Dep. Legal: M-32248-2001
Impreso en papel reciclado

índice

Pag. 2 **Prólogo**

Carmen Redondo Borge

Directora de Relaciones Institucionales. HISPACOOOP

Pag. 4 **El impacto ecológico de los hábitos de alimentación de la población española: ciencia, vulnerabilidad y políticas públicas**

Rafael Escudero Alday

Secretario General de Consumo y Juego. Ministerio de Consumo

Pag. 10 **El impacto ecológico de la alimentación en nuestro país**

José Miguel Herrero Velasco

Director General de la Industria Alimentaria. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Pag. 16 **Ecologización, una apuesta del sistema alimentario en la Unión Europea.**

Fabrizio Fabri

Director Política de Sostenibilidad. EURO COOP

Pag. 22 **Transición dietética de la población española hacia una alimentación más saludable y sostenible**

Manuel Moñino Gómez

Vicepresidente 2º. Consejo General de Colegios Oficiales de Dietistas-Nutricionistas

Pag. 28 **Alimentación saludable y ecológica**

Carmen Picot Oroval

Ejecutiva de Relaciones Institucionales y RSE. Consum COOP.V. Presidenta de la Federación de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de la Comunidad Valenciana

Pag. 34 **Transparencia ambiental, herramienta para el sector agroalimentario**

Alejandro Martínez Berriochoa

Director de Salud, Sostenibilidad y Calidad. EROSKI

Pag. 40 **Como conectar la sostenibilidad a nuestras dietas**

Gabriel Trenzado Falcón

Director General. Cooperativas Agroalimentarias de España

Pag. 45 **El compromiso irrenunciable con la sostenibilidad**

Cinta Bosch Montañés

Responsable de Sostenibilidad. Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC)

Pag. 49 **Alimentación y sostenibilidad, un binomio que no se debe separar**

Rafael Urrialde de Andrés

Doctor en Ciencias Biológicas, Especialista Universitario en Ciencias Ambientales por la Universidad Complutense de Madrid y Diploma en Nutrición por la Universidad de Granada

Prólogo

La creciente preocupación por la protección del medio ambiente y el cuidado de nuestra salud influyen cada vez más en nuestras decisiones de consumo. Sin embargo, como personas consumidoras, no somos lo suficientemente conscientes de la dimensión que entraña el impacto ecológico de nuestros hábitos de alimentación, ni tampoco de la repercusión que tiene el sistema actual de producción y consumo de alimentos.

*Con el fin de hacer una aportación que nos lleve a avanzar como sociedad hacia modelos más sostenibles, HISPACCOOP lanza el Monográfico bajo el título **«Impacto ecológico de la alimentación en España»**, en la edición de la revista “Cuadernos de las Cooperativas de Consumidores”.*

*Esta publicación forma parte del Proyecto **“Impacto ecológico de la alimentación”**, subvencionado por Ministerio de Consumo, y cuenta con el apoyo y colaboración del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Con este trabajo se aborda, desde el punto de vista del sector de la alimentación, cómo nuestros comportamientos y decisiones de consumo generan considerables impactos ambientales y qué se necesita para minimizar los efectos de nuestros hábitos cotidianos con respecto a los alimentos.*

En la apuesta por la sostenibilidad, compartida de forma unánime por todos los sectores, hay muchas lagunas. Las personas consumidoras reclaman a las empresas que sean proactivas y apuestan por las que se comprometen y actúan para reducir tanto sus emisiones como los impactos ambientales. Pero es necesario hacer una reflexión seria sobre en quién recae finalmente el coste de estas acciones, especialmente en el contexto actual de inestabilidad e incertidumbre económica, social y medioambiental.

Cada día es más patente la gran distancia que existe entre la intención y la acción. A esto se añade el aumento del coste de la vida, que impide tomar decisiones de forma responsable con el planeta. Las personas consumidoras quieren reducir su huella ecológica, a la vez que perciben que los productos que son mejores para el medio ambiente y para la sociedad son más caros. En esta situación, el precio se ha convertido en una barrera para el comportamiento sostenible, dejando fuera a un colectivo de personas vulnerables que no pueden apostar por la sostenibilidad en estos momentos.

El camino hacia la sostenibilidad se presenta como una gran oportunidad para transformar nuestro sistema alimentario. Todos los eslabones de la cadena alimentaria debemos contribuir a mitigar el impacto ambiental de nuestras prácticas y actividades. Así lo demuestra la tendencia, en aumento, de aquellas empresas del sector de la alimentación que apuestan por comportamientos responsables con el medio ambiente, a la vez que cuidan aspectos claves como la calidad y la seguridad alimentaria.

Sin embargo, las personas consumidoras se encuentran en la tesitura de si parte de lo que hoy consideramos “ecológico” o medioambientalmente más respetuoso, no es más que un mero malabarismo propagandístico o publicitario, sin ofrecer los beneficios que profesan o un valor real para el entorno y, por ende, para la salud de la población.

Cuando es posible que ignoremos el verdadero impacto ambiental de lo que comemos, y, sobre todo, de lo que implican nuestras propias decisiones y hábitos de alimentación, demandamos que los productos con los que nos alimentamos no contengan esos atributos que son considerados como virtuosos y calificados como “verdes” o con menor impacto ambiental.

En este contexto, las personas consumidoras reclaman más información y un compromiso real y contrastable del sector de la alimentación con el medio ambiente, para que ofrezcan productos que nos permita seguir unos patrones de alimentación más saludables, a la vez que sostenibles.

Por consiguiente, hacemos un llamamiento al compromiso sincero con la sostenibilidad, impulsando innovaciones y nuevas oportunidades empresariales, que permitan avanzar hacia un sistema alimentario más sostenible y respetuoso con el planeta y las personas.

A lo largo de esta publicación, recogemos artículos de opinión de representantes del Ministerio de Consumo y del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, de expertos en la materia, de asociaciones implicadas en el sector de la alimentación y del medio ambiente, y el posicionamiento de nuestras cooperativas de consumidores y de las cooperativas agroalimentarias. Cada uno de ellos se aproxima al problema con un punto de vista diferente, configurando un completo trabajo de lectura recomendada.

Carmen Redondo Borge

Directora de Relaciones Institucionales

Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios – HISPACCOOP

Rafael Escudero Alday
 Secretario General de Consumo y Juego.
 Ministerio de Consumo



El impacto ecológico de los hábitos de alimentación de la población española: ciencia, vulnerabilidad y políticas públicas

Desde su creación en enero de 2020, ha sido objetivo del Ministerio de Consumo el impulso de pautas de consumo responsable, saludable y sostenible, tanto en el ámbito no alimentario como en el alimentario, que es al que se refieren estas líneas que escribo en respuesta de una amable invitación de HISPACOOOP a participar en este número monográfico.

El consumo de alimentos es el principal impulsor de los impactos ambientales generados por una persona en España

También desde su creación el Ministerio de Consumo guía sus políticas, programas y normativa a partir del criterio científico. De ahí la relevancia que en todo el proceso de elaboración de normas y políticas públicas se da a los informes elaborados desde y sobre la evidencia científica.

Este aval resulta de capital importancia en lo que a las políticas de alimentación y nutrición

se refiere, dada su directa afectación al derecho a la salud de la ciudadanía. Asimismo, es seña de identidad del Ministerio la especial atención a personas y colectivos en situación de vulnerabilidad, como lo prueba el impulso que se ha dado a la recepción en nuestra legislación estatal de la figura -ausente hasta 2021- de la “persona consumidora vulnerable”, como destinataria de medidas de especial protección por los poderes públicos. Esto es lo que motiva, en suma, que buena parte de las medidas impulsadas desde el Ministerio tengan a la infancia y a la juventud como sus principales destinatarios. La limitación a la publicidad del juego en medios de comunicación -aprobada a finales de 2020- o la regulación de la publicidad dirigida al público infantil de alimentos y bebidas altos en azúcares, sales o grasas -actualmente en tramitación-, son ejemplos de esta prioridad política propia del Ministerio de Consumo.

Principio de *una sola salud*

En lo que a la alimentación se refiere, esta doble premisa (criterio científico, más atención a las situaciones de vulnerabilidad) ha de verse reforzada, además, por la aplicación del principio de *una sola salud* (One Health). Un principio ya recogido por organismos interna-



cionales y europeos, que mandata a los poderes públicos a desarrollar sistemas alimentarios que garanticen a la vez la salud personal, animal y del planeta. No resulta de extrañar que este principio de *una sola salud* vaya ganando terreno en la agenda de los organismos reguladores (por ejemplo, está presente en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 y en la Estrategia “De la Granja a la Mesa” de la UE), dado que la alimentación constituye uno de los principales impulsores del cambio ambiental global contribuyendo al cambio climático o en los ecosistemas, con la correspondiente pérdida de biodiversidad, y generando un tercio de las emisiones de gases de efecto invernadero.

Conviene detenerse en el impulso que está dando la Comisión Europea hacia la consecución de un sistema alimentario sostenible, especialmente a partir de la adopción, en 2020 en el marco del Pacto Verde Europeo, la Estrategia “De la Granja a la Mesa”. En la base de toda esta Estrategia está el reconocimiento de la estrecha vinculación entre personas sanas, sociedades sanas y un planeta sano. La Estrategia prevé un conjunto de medidas e iniciativas que tienen como finalidad reducir la huella ambiental y climática de los sistemas alimentarios de la UE, para hacer evolucionar el sistema alimentario actual hacia un modelo sostenible. Son estos -sin pretensión de exhaustividad por mi parte- los principales objetivos de la Estrategia relativos a lograr un sistema alimentario sostenible: garantizar alimentos suficientes, asequibles y nutritivos, sin superar los límites del planeta; reducir a la mitad el uso de plaguicidas y fertilizantes y antimicrobianos; aumentar la superficie dedicada a la agricultura ecológica; promover un consumo de alimentos y unas dietas saludables más sostenibles; reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos; luchar contra el fraude alimentario

en la cadena de suministro; y mejorar el bienestar de los animales. Como puede comprobarse, subyace a los mismos la vigencia del principio de *una sola salud*.

Este principio se traduce en obligaciones para los Estados miembros. En consecuencia, desde **el Gobierno de España se están desarrollando políticas públicas con el objeto de contribuir a alcanzar sistemas alimentarios más sostenibles**, mejorando las prácticas agrícolas y ganaderas para reducir su impacto ambiental, evitando la pérdida y el desperdicio de alimentos, y **promoviendo cambios hacia patrones de consumo de alimentos más saludables y ambientalmente más sostenibles**.

La evidencia científica es un aval de capital importancia en las políticas de alimentación y nutrición



La alimentación constituye uno de los principales impulsores del cambio ambiental global contribuyendo al cambio climático o en los ecosistemas

Normas impulsadas

El compromiso del Ministerio de Consumo con estos objetivos es evidente y sin fisuras, como lo demuestran las normas impulsadas desde este departamento. **El fomento del consumo de productos de proximidad, la obligación de**

la instalación de cámaras de videovigilancia en mataderos o el establecimiento de unos criterios mínimos de sostenibilidad en los menús escolares (en fase de elaboración), son ejemplos concretos de plasmación del principio de *una sola salud* en nuestro ordenamiento jurídico. Pero esta tarea de impulso normativo no sería posible sin contar con el imprescindible soporte científico a las propuestas concretas que después se plasman en la normativa.

En este sentido, hay que destacar el informe recientemente elaborado por el Ministerio de Consumo y el Joint Research Center de la Comisión europea, titulado «Sostenibilidad

del Consumo en España. Evaluación del impacto ambiental asociado a los patrones de consumo mediante análisis del ciclo de vida»¹. Se trata de un informe que, a partir de una rigurosa metodología científica, mide los impactos ambientales del consumo de España como primer paso para evaluar la sostenibilidad de nuestro consumo, en la medida en que nuestras decisiones de compra y nuestros estilos de vida tienen un importante potencial transformador de las relaciones económicas en favor de una mayor sostenibilidad.

Riesgos del área de la alimentación

Entre sus conclusiones, hay que llamar la atención sobre una de ellas, relativa precisamente al objeto de estas líneas: **el consumo de alimentos es el principal impulsor de los impactos ambientales generados por una persona en España.** Ello se debe, siguiendo la argumentación del citado informe, al carácter altamente intensivo e industrial de un sistema agropecuario dependiente en gran medida del uso de recursos fósiles, fertilizantes químicos y grandes cantidades de agua. No resulta de extrañar, así, que **la alimentación sea vista como el área que más riesgos comporta a la hora de contribuir a la pérdida de biodiversidad y calidad de los ecosistemas.**

Asimismo, según este mismo informe, las categorías de alimentos que más impactos tienen son los productos de origen animal, como las carnes y los lácteos. **Se estima que la sustitución parcial de carnes y lácteos por otros alimentos a base de cereales, legumbres y huevos podría suponer reducciones en torno al 40% en aspectos como el agota-**



¹ Sostenibilidad del Consumo en España. Evaluación del impacto ambiental asociado a los patrones de consumo mediante análisis del ciclo de vida. Ministerio de Consumo y el Centro Común de Investigación (JRC, Joint Research Centre) de la Comisión Europea. 2022 https://www.consumo.gob.es/es/system/tdf/prensa/Informe_de_Sostenibilidad_del_consumo_en_Espan%CC%83a_EU_MinCon.pdf?file=1&type=node&id=1126&force=

miento de la capa de ozono, la acidificación y eutrofización terrestre. En suma, un menor consumo de productos de origen animal resulta beneficioso para la reducción de los impactos ambientales asociados al consumo de alimentos.

Salud de las personas

Junto al impacto ambiental, se sitúa el relativo a la salud de las personas. La Organización Mundial de la Salud viene advirtiendo desde hace tiempo sobre el hecho de que las dietas deficientes suponen la primera causa de muerte global, señalando como principales factores de riesgo dietético las dietas altas en sal y bajas en cereales integrales, frutas, hortalizas, semillas, frutos secos y ácidos grasos insaturados. Frente a ello, **la OMS caracteriza como una dieta saludable aquella basada en una diversidad de alimentos de origen vegetal, bajas cantidades de alimentos de origen animal, presencia de grasas insaturadas en lugar de saturadas, así como cantidades limitadas de granos refinados, alimentos altamente procesados y azúcares añadidos.**

En resumen, cambios en la dieta pueden ayudar: en primer término, a reducir el riesgo de enfermedades no transmisibles, como las enfermedades cardiovasculares, diabetes tipo II y determinados tipos de cáncer colorrectal, mama y próstata, es decir, a mejorar nuestra salud; y, en segundo término, a cumplir los objetivos de sostenibilidad, es decir, a mejorar la salud del planeta.

Dietas sostenibles

Siguiendo la definición acuñada ya en 2010 por la FAO, dietas sostenibles son aquellas que contribuyen a: 1) mejorar la seguridad alimentaria y nutricional; 2) reducir el impacto

ambiental; 3) garantizar vida saludable para las generaciones actuales y futuras; 4) proteger y respetar la biodiversidad y los ecosistemas; 5) respetar el patrimonio cultural; 6) garantizar la justicia social; y 7) optimizar los recursos naturales y humanos.

En este ámbito, a través de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición -organismo autónomo adscrito orgánicamente al Ministerio de Consumo- se pone un énfasis especial en las recomendaciones dietéticas para la población, a base de mensajes y orientaciones de cumplimiento relativamente sencillo, que permitan seguir patrones de alimentación más saludables y sostenibles. **Cada vez son más los países que incorporan en sus recomendaciones dietéticas, criterios de sostenibilidad.** En 2015 lo hicieron Suecia y Países Bajos; en 2019 fue Francia; y, más recientemente, en 2021 lo ha hecho Dinamarca.

Un menor consumo de productos de origen animal beneficia la reducción de los impactos ambientales asociados al consumo de alimentos



Recomendaciones dietéticas y de actividad física

Los cambios en la dieta pueden ayudar a reducir el riesgo de enfermedades no transmisibles y a cumplir los objetivos de sostenibilidad

En nuestro caso, y para cumplir con este objetivo, el Comité Científico de AESAN ha adoptado recientemente un **informe²** sobre recomendaciones dietéticas y de actividad física para la población española, que **actualiza las recomendaciones nutricionales previas, teniendo por primera vez también en cuenta el impacto ambiental de los alimentos.** Aprobado en julio de este año, este informe

concluye que **la adopción de un patrón de dieta variada y equilibrada, con un mayor predominio de alimentos de origen vegetal y una menor presencia de alimentos de origen animal, puede mejorar el estado de salud y bienestar, a la vez que reducir el impacto medioambiental.**

Asimismo, tras advertir sobre la necesidad de que los patrones dietéticos deben adoptarse a las tradiciones, costumbres y preferencias propias de cada país, concluye afirmando que la dieta mediterránea (que enfatiza el consumo de alimentos de origen vegetal y pescado, junto con ingestas moderadas de carne y productos lácteos, y el uso del aceite de oliva como grasa principal) cumple con las características de una dieta saludable y medioambientalmente sostenible. Finalmente, el informe recomienda frecuencias mínimas de consumo para las distintas categorías de alimentos que integran una dieta común (hortalizas y frutas, patatas y otros tubérculos, proteínas vegetales y animales, aceite de oliva y agua), al tiempo que se proporcionan a la población una serie de recomendaciones en relación con la compra, la preparación y la conservación de los alimentos.



² Informe del Comité Científico de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) sobre recomendaciones dietéticas sostenibles y recomendaciones de actividad física para la población española. Informe aprobado por el Comité Científico en su sesión plenaria de 27 de julio de 2022. Número de referencia: AESAN-2022-007. https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/seguridad_alimentaria/evaluacion_riesgos/informes_comite/INFORME_RECOMENDACIONES_DIETETICAS.pdf



malnutrición como el exceso de peso son más prevalentes entre los grupos de población en tal situación.

Esta interacción entre la evidencia científica y la implementación de políticas alimentarias y de nutrición justas, saludables y sostenibles puede proyectarse sobre ámbitos tan relevantes como **la reformulación de alimentos, el diseño de los menús escolares o la elabora-**

ción de pliegos para la compra de alimentos en edificios públicos. También, y al hilo de la reciente propuesta elaborada por parte de la Vicepresidencia Segunda del Gobierno y el Ministerio de Consumo, para la elaboración de una «cesta» o lista básica de productos saludables y sostenibles cuyos precios deberían mantenerse en el actual contexto económico, garantizando así la universalidad en el acceso a tales productos.

Evidencia científica y políticas públicas han de ir unidas para promover cambios en patrones de conducta que permitan avanzar hacia un modelo de consumo más saludable, sostenible y justo. Contar en este proceso con el impulso crítico de las asociaciones de personas consumidoras y usuarias resulta una condición indispensable para su éxito, algo de lo que depende nuestra salud y la del planeta.

 www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/noticias_y_actualizaciones/campanyas/aecosan_menu_campanyas.htm

 consumo.gob.es

 facebook.com/consumogob

 twitter.com/consumogob



José Miguel Herrero Velasco

Director General de la Industria Alimentaria.

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación



El impacto ecológico de la alimentación en nuestro país

Según la ONU, las dietas sostenibles son aquellas que fomentan el consumo de productos estacionales y de proximidad, así como del consumo de productos ecológicos, y por supuesto que tienen una actitud responsable ante el consumo, evitando el desperdicio alimentario.

Las etiquetas son una oportunidad para proporcionar al consumidor información alimentaria veraz y completa, que permita una elección con criterio

En España tenemos como base de nuestra alimentación la Dieta Mediterránea, declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO el 16 de noviembre de 2010, permitiendo así su protección, difusión y transmisión, para que la población mundial pueda beneficiarse de esta forma de entender la

vida y la alimentación. Es una referencia y un ejemplo de dieta sostenible, por sus beneficios para la salud, la economía y el medio ambiente, una dieta saludable y equilibrada.

La Dieta Mediterránea no es sólo un patrón alimentario que combina ingredientes de la agricultura local, tradicional y estacional, las recetas y formas de cocinar propias de cada lugar, es también un estilo de vida.

Al desperdiciar alimentos tiramos los recursos económicos y naturales que han sido necesarios para obtenerlos y el esfuerzo de quienes los producen

La Dieta Mediterránea es una de las dietas más completas, ligada a los productos propios de la cuenca Mediterránea y por ende adaptados al medio, tanto en forma de numerosas razas autóctonas como variedades vegetales locales, muchas de ellas acogidas a

regímenes de calidad como las Indicaciones geográficas (DOP o IGP) o sellos como "100% raza autóctona" y marcas de calidad regionales o de producción ecológica.

Información y etiquetado

De las cualidades de nuestros alimentos, de su valor, debemos informar a los consumidores para que tengan libertad de decisión a la hora de comprarlos y sepan lo que hay detrás de cada uno de ellos. **En estos momentos, los consumidores están cada vez mejor formados y reclaman la máxima información acerca de los productos que consumen.** Les preocupa su composición, su origen, los procesos de producción, las posibles propiedades nutricionales y saludables, y el impacto medioambiental e incluso económico y social derivado de su fabricación. Tenemos un consumidor que lee las etiquetas de lo que consume, lo que supone una oportunidad para proporcionarle a través de esta vía una información alimentaria veraz y completa, que permita una elección con criterio entre los distintos productos.

La normativa comunitaria de etiquetado está en estos momentos en revisión, por lo que es un buen momento para mejorar esta información, luchar por una armonización a nivel de la UE en todos sus aspectos, para

evitar distorsiones comerciales en el mercado interior ante diferentes niveles de exigencia y aclarar aspectos como el marcado de fechas en el que debemos mejorar la información que damos para permitir diferenciar entre fecha de caducidad y la fecha de consumo preferente, ayudando además a combatir el desperdicio alimentario.

Desperdicio alimentario

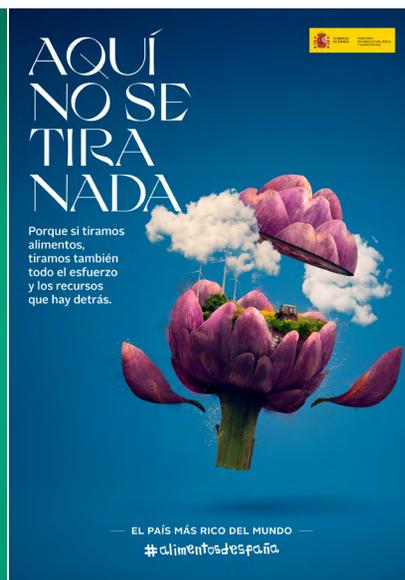
Y aquí quisiera extenderme un poco más porque considero que es un aspecto clave de nuestro sistema alimentario. **El desperdicio alimentario es un problema mundial que afecta a todos los países, y combatirlo es un imperativo ético que debe implicar al conjunto de la sociedad.** Se despilfarran miles de kilos de alimentos cuando según la FAO más de 800 millones de personas pasan hambre en el mundo. En los Objetivos del Desarrollo Sostenible de la ONU, se recoge que en 2030 se tendría que reducir a la mitad el desperdicio de alimentos por habitante correspondiente a los niveles de la venta al por

menor y el consumidor y reducir las pérdidas de alimentos a lo largo de las cadenas de producción y suministro.

España está comprometida en abordar este importante problema internacional. A nivel nacional, estamos trabajando en una serie de medidas. Una de ellas es la sensibilización a través de la campaña **“Aquí no se tira nada”** que pretende concienciar a la ciudadanía sobre la necesidad de mejorar el aprovechamiento de alimentos y bebidas y evitar que terminen en la basura.

Porque al desperdiciar alimentos, no solo tiramos comida, también tiramos los recursos económicos y naturales (tierra, agua, energía, insumos) que han sido necesarios para obtenerlos, así como el esfuerzo de quienes los producen. Una campaña sin precedentes que está presente en todos los medios de comunicación.

El descenso del desperdicio y el mejor aprovechamiento de los alimentos lo atribuimos a un cambio de hábitos





Cambio de hábitos

Otra actuación ha sido dimensionar el problema para conocer cuánto desperdiciamos en nuestro país. Para ello pusimos en marcha el **Panel de cuantificación del desperdicio alimentario en los hogares españoles, que desde 2015 recoge datos** relativos al volumen de alimentos que tiramos a la basura en nuestros hogares, tanto antes de cocinarlos como después. Los últimos datos disponibles reflejan que el desperdicio alimentario en los hogares españoles descendió un 8,6% en el año 2021, un avance significativo, aunque la cantidad sigue siendo demasiado elevada, 1.245,88 millones de kilos. Como término medio, cada español tiró a la basura el año pasado 28,21 kilos de alimentos, 2,72 kilos menos que en 2020, y la cantidad más baja de los últimos 5 años.

El descenso del desperdicio y el mejor aprovechamiento de los alimentos lo atribuimos

a un cambio de hábitos tras las restricciones que se produjeron en 2020 por la pandemia de la Covid-19. Con el final del confinamiento, se cocina menos en casa y, de hecho, ha descendido el volumen de alimentos comprados para consumir en el hogar en un 7,2%. Por el contrario, a lo largo de 2021 se recuperó el consumo de alimentos fuera del hogar, con un aumento del 10,4%.

Una de las consecuencias de este cambio de hábitos es la reducción del desperdicio de las sobras de recetas y productos cocinados, que en 2020 suponían el 23,8% de los alimentos tirados a la basura en el hogar, y en 2021 han pasado a representar el 18,9%. Por el contrario, el desperdicio de alimentos comprados ha crecido casi 5 puntos, al pasar del 76,2% al 81,1%.

En 2021 descendieron de forma significativa las sobras de platos cocinados de pes-

cado (50,4% menos que en 2020), carnes (42,6%) y arroz y pastas (35%).

Los productos comprados que más se desperdician en los hogares en 2021 son carnes congeladas (16,7% del total), salsas (15,9%), café e infusiones (12,2%), legumbres (12%) y sopas, cremas y caldos (10%).

Además de este cambio de hábitos, **el mejor aprovechamiento de los alimentos se explica también por el encarecimiento de éstos como consecuencia de la subida de precios de las materias primas y costes de producción, que hacen que se valoren mejor.** Precisamente por esta circunstancia, es necesario incrementar los esfuerzos por la reducción del desperdicio alimentario, que redundará también en un menor consumo de los recursos naturales y energéticos necesarios para producirlos.

Ley de Prevención de Pérdidas y el Desperdicio Alimentario

Ese es el propósito de la Ley de Prevención de Pérdidas y el Desperdicio Alimentario que el Consejo de Ministros aprobó el pasado 7 de junio y envió a las Cortes para su tramitación parlamentaria. Se trata de una ley pionera en la materia en España. **Con esta ley se trata de orientar la producción agraria hacia un sistema más eficiente, más inteligente y enfocado hacia la economía circular, y despertar la conciencia ciudadana para un consumo más responsable.** La ley trata principalmente de regular y concienciar y aspira a la reducción al máximo del desperdicio desde el momento de la cosecha hasta el consumo en hogares y restaurantes, pasando por la industria y la distribución.

Producción ecológica

Junto a la lucha contra el desperdicio, otra línea de actuación en la que estamos trabajando que favorece un consumo más sostenible, es el fomento de la producción ecológica. En España, los últimos datos de 2021³ (**Informe caracterización ecológico**), confirman

de manera muy positiva un crecimiento y consolidación de nuestro sector lo que nos sitúa como **uno de los principales productores por superficie de la Unión Europea y del mundo. La superficie agraria de España destinada a la producción ecológica ya supone el 10,79%** (2.635.442 Ha), un 8% más que en 2020, y el número de operadores es de 58.485, lo que refleja un crecimiento del 16%.

En relación con el **consumo de productos ecológicos en España, podemos señalar que, en 2020, ascendió a 2.528 millones de euros** (un 7% más que en 2019). Lo que supone un consumo per cápita de productos ecológicos de 53,41 euros/habitante/año (un 6,10% superior al de 2019), todavía lejos del gasto promedio en productos ecológicos en la UE (en torno a 84 euros/habitante/año) pero avanzando en la buena dirección. Este gasto en alimentos ecológicos supone un 2,48% del gasto total alimentario.

España estaría entre los 10 mayores mercados mundiales de productos ecológicos, en cuanto a valor total de sus ventas ecológicas, y entre los 15 mayores del mundo en cuanto a consumo per cápita de productos ecológicos.

Otra línea de actuación, que favorece un consumo más sostenible, es el fomento de la producción ecológica

España estaría entre los 10 mayores mercados mundiales de productos ecológicos, y entre los 15 mayores del mundo en cuanto a consumo per cápita de productos ecológicos.

³ Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Diciembre 2021.

https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-eco/informecaracterizacionecologicos2020-nipodef_tcm30-583131.PDF

Un alimento certificado ecológico preserva su sabor real y no contiene sustancias químicas de síntesis ni organismos modificados genéticamente.

Un alimento certificado ecológico es un producto próximo, fácil de encontrar y que participa en el desarrollo rural y en su futuro.

Aquí SOMOS eco-lógicos

Nada que esconder

EL PAÍS MÁS RICO DEL MUNDO

#alimentosdespaña

Aquí somos ecológicos
NIPO papel: 003210743 DL: M-32074-2021
NIPO línea: 003210759

www.alimentosdespaña.es

Bajo el lema "Somos Eco-lógicos", Alimentos de España quiere apoyar la producción del sector ecológico en nuestro país, en la que es su campaña más ambiciosa hasta la fecha. Porque somos un país líder en Europa en producción ecológica donde, además de un exigente método de producción, se aplican las mejores prácticas ambientales, de bienestar animal y de producción sostenible.

Un alimento certificado ecológico es un producto próximo, fácil de encontrar y que participa en el desarrollo rural y en su futuro. Para reconocerlo, basta con buscar en su etiquetado la Eurohoja. Este distintivo de la Unión Europea garantiza que el alimento es ecológico y cumple con el reglamento europeo sobre esta materia y sus condiciones de transformación, transporte y almacenamiento.

Somos "El País Más Rico del Mundo" porque contamos con más de 50.000 operadores de ecológico y casi 2.500.000 hectáreas centradas en su producción. Un sector de futuro que abarca la agricultura y ganadería, la elaboración, el comercio y el consumo generando más de 90.000 empleos.

Producto fresco (fruta, verdura, cárnicos, pescados, lácteos) o elaborados y vendidos con etiqueta en lineales de ambiente y frescos, pueden ser distinguidos como bio, eco u orgánico. Estos alimentos pueden encontrarse en todos los canales, desde puntos de venta de gran distribución a tiendas especializadas, además de otras formas de comercio directo o de proximidad auto-organizados.

El objetivo de esta campaña es dar a conocer la riqueza de la producción ecológica en nuestro país y aportar al ciudadano toda la información posible sobre asociación e identificación del logotipo ecológico y la normativa que garantiza el suministro alimentario en la Unión Europea.

SOMOS ECO-LÓGICOS

ALIMENTOS DE ESPAÑA
"EL PAÍS MÁS RICO DEL MUNDO"

Aunque los datos reflejan una evolución positiva, para mejorarlos, **estamos trabajando, de la mano del sector en el desarrollo de una Hoja de Ruta para la producción Ecológica.** En la misma se abordarán aspectos como el incremento de la promoción para fortalecer el consumo interior (como la campaña **“Aquí somos eco-lógicos. Nada que esconder”**, que lanzamos en el marco de la Estrategia **“El país más rico del mundo”**, cuyo objetivo es dar a conocer la riqueza de la producción ecológica en nuestro país), que debe ir parejo al crecimiento de la producción. También, la generación y publicación de información útil para la toma de decisiones de los operadores, como por ejemplo: estadísticas, caracterizaciones económicas e informes específicos. Así como el seguimiento y participación de cualquier modificación normativa a nivel europeo que afecte al sector, entre otros aspectos. Con ella se pretende que la contribución de nuestro país al objetivo general del 25% de SAU, Superficie Agrícola Utilizada, ecológica en la Unión Europea sea lo más relevante posible.

Por lo tanto, las acciones relacionadas con la concienciación y sensibilización en materia de desperdicio alimentario y la puesta en marcha del proyecto de Ley, la mejora de la información aportada a los consumidores a través del etiquetado, las diferentes campañas de promoción y el impulso de la producción ecológica y con sellos de calidad, permiten generar valor a lo largo de la cadena poniendo en valor nuestros alimentos, lo que sin duda redundará en un sistema agroalimentario más sostenible.

Sellos de calidad

Relacionado con los sellos de calidad como el de producción ecológica, quisiera destacar que las 385 figuras de calidad diferenciada que hay en España se erigen como un elemento clave de la Dieta Mediterránea y de las políticas de desarrollo y sostenibilidad de los tejidos rurales. La comercialización de productos que deben su especificidad al medio geográfico en el que se producen, puede ser muy beneficiosa para el medio rural, especialmente en zonas menos favorecidas, al contribuir a la mejora de la renta de agricultores y a la fijación de la población, favoreciendo su sostenibilidad económica, social y medioambiental.

En España hay 385 figuras de calidad diferenciada que se erigen como un elemento clave de la Dieta Mediterránea y de las políticas de desarrollo y sostenibilidad



 Campaña alimentos de España

 menosdesperdicio.es

 Campaña alimentos ecológicos

 mapa.gob.es

 facebook.com/mapagob

 twitter.com/mapagob



Fabrizio Fabbri

Director de Política de Sostenibilidad

EURO COOP



Ecologización, una apuesta del sistema alimentario en la Unión Europea

Después de décadas descuidando los métodos de producción de nuestros alimentos y sus costes medioambientales y sociales, se reconoce ahora que la agricultura y la ganadería son, entre otros, los más importantes factores impulsores de la contaminación química, la reducción de hábitats y biodiversidad, el desperdicio de agua y las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

La progresiva globalización y la competencia en el mercado alimentario ha llevado a la industria alimentaria a buscar la reducción de los beneficios logrados a expensas de la salud y de los derechos humanos y medioambientales.

Efectos contaminantes

El uso de productos químicos tales como los fertilizantes y los biocidas (pesticidas, herbicidas, fungicidas...) terminan contaminando las aguas superficiales y subterráneas causando graves problemas medioambientales y de salud humana.

Aunque las estadísticas más recientes muestran una ligera reducción en el uso y los riesgos de los pesticidas durante los dos últimos años, todavía en la Unión Europea se aplican más de 350.000 toneladas de pesticidas en los cultivos cada año.

La contaminación de las aguas subterráneas amenaza la disponibilidad de agua potable, que ya está sufriendo las consecuencias de la sobreexplotación de los pozos y del cambio climático, que afecta a las vías de reposición (reducción de la extensión y el espesor de los glaciares y de la cobertura de nieve invernal, la concentración de fuertes lluvias en un corto periodo de tiempo, causando un aumento de

la escorrentía y menos agua para llegar a los pozos subterráneos).

En general, la agricultura intensiva es responsable del 21-37% de las emisiones antropogénicas totales de GEI y, solo en la UE, representa alrededor del 11%.

La cría de animales representa la mayor fuente de GEI en la agricultura, con la digestión de los piensos, que supone el 78% de las emisiones del ganado y el 22% restante, que se origina por el almacenamiento de estiércol. Las vacas de carne y lecheras representan el 77% de las emisiones del ganado, y la tendencia actual medida no indica ninguna reducción significativa.

Cualquier sistema de producción sostenible de alimentos debería cubrir necesariamente estos aspectos, además de las externalidades y el daño medioambiental, garantizando al mismo tiempo la asequibilidad económica de los productos alimenticios sostenibles.

Producir de manera sostenible

Sin embargo, en cuanto a la dimensión económica de un sistema alimentario sostenible, merece la pena profundizar en lo que deberíamos esperar.

Producir alimentos de una manera más sostenible medioambientalmente conlleva algunos costes adicionales relacionados con la carencia de insumos químicos, una mayor superficie requerida para cultivar vegetales y criar animales, y una mayor necesidad de mano de obra.

Esas acciones pueden clasificarse en función de sus costes y de las repercusiones ambientales negativas.

En otras palabras, **los agricultores pagan por adelantado los costes adicionales** para evitar los riesgos ambientales y de salud humana, que plantean los insumos químicos en la agricultura intensiva y, entonces, aquellos costes **se transfieren a los consumidores finales**.

Es probable que la ampliación del concepto de sostenibilidad para incluir otros aspectos ambientales (es decir, las emisiones de GEI, el consumo de agua y energía, los estándares de bienestar animal) y los requisitos sociales mínimos (condiciones de trabajo, el salario, la salud y la vivienda de los trabajadores estacionales) provoque un aumento adicional de los costes de producción.

Aunque la tendencia general de los productos orgánicos indica que las personas consumidoras están dispuestas a pagar un precio más alto por los alimentos más saludables, un aumento adicional podría ralentizar esa tendencia.

Por otro lado, mientras los productos más baratos y menos sostenibles estén presentes en el mercado, los alimentos sostenibles corren el riesgo de ocupar un nicho de mercado que es incapaz de soportar una mayor expansión. Esta es la razón por la cual sería extremadamente importante hacer asequible la

alimentación sostenible a una gran parte de la población.

Ayudas europeas para la conversión

En ese sentido, compartimos la opinión de la Comisión de que las mayores fuentes de financiación de la UE para la producción de alimentos (la Política Agrícola Común y la Política Pesquera Común) necesitan orientarse para apoyar la conversión de los sistemas alimentarios.

Desafortunadamente, a pesar de los reclamos y del esfuerzo por vincular los pagos directos e indirectos con las actuaciones medioambientales del sistema de producción de alimentos, es probable que la mayor cantidad de dinero financie prácticas agrícolas intensivas.

Además, los Estados miembros disponen de un amplio margen para cumplir los requisitos medioambientales, con un número de soluciones que no todas pueden ser eficaces. (Véase, por ejemplo, <https://besjournals.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/pan3.10080>).

A pesar de la voluntad de la Comisión de destinar al menos el 40% del gasto de la PAC en pagos directos a la práctica agrícola

Producir alimentos de una manera más sostenible medioambientalmente conlleva algunos costes adicionales



Es probable que la ampliación del concepto de sostenibilidad, provoque costes adicionales

la respetuosa con el clima, la norma carece de una indicación clara sobre las acciones necesarias para alcanzar ese objetivo y no impide la posible financiación de prácticas agrícolas vinculadas a las elevadas emisiones de GEI.

Después de casi 3 años de negociación entre legisladores, la nueva PAC, a partir de enero de 2023, corre el riesgo de no ser apta para apoyar adecuadamente el cambio necesario para compensar los mayores costes de producción vinculados a la producción sostenible de alimentos.

Sustainable labelling
UPCOMING EU LEGISLATION

2022 Circular Economy Action Plan
New proposals to regulate environmental claims, to address the proliferation of inconsistent methods and initiatives

2022 Just and Sustainable Economy package
A new proposal for empowering consumers towards the green transition by addressing misleading practices

2023-2024 Farm to Fork strategy
The sustainable food systems framework law will include the sustainable food labelling legislative proposal

Why sustainable labels?
They guide consumers towards sustainable products and help establish a reference vision for sustainable food systems

euro coop
WWW.EUROCOOP.COOP

Twitter LinkedIn Facebook

Cultivo de carbono

Podría ser, en un futuro cercano, que los agricultores pudieran integrar sus ingresos mediante la adopción de prácticas de “cultivo de carbono” destinadas a aumentar los sumideros de GEI.

De hecho, la elevación de los sumideros de carbono está íntimamente vinculada con el concepto de “cero emisiones netas”, un principio rector de la acción climática de la UE. Esto significa que, de aquí a 2050, las emisiones totales de GEI en la UE se compensarán con una cantidad igual de eliminación de GEI que se secuestran, posiblemente pero no exclusivamente, en sistemas naturales. Aunque el ritmo real al que se está desplegando el cambio climático requeriría un aumento del secuestro de carbono atmosférico en los sistemas naturales, las criticidades de la agricultura de carbono siguen siendo altas.

En primer lugar, es necesaria una garantía de secuestro a largo plazo y, como consecuencia, de una metodología sólida y compartida para medir el balance final de la agricultura de carbono. En segundo lugar, cualquier nueva forma de agricultura establecida para el secuestro de carbono debe garantizar la biodiversidad natural y la preservación y expansión de los ecosistemas, como parte integral de las medidas. En tercer lugar, pero lo que es más importante, es necesario diferenciar entre el secuestro de carbono atmosférico y las acciones de mitigación (es decir, evitando la producción y liberación de GEI).

De acuerdo con los recientes hallazgos publicados en Nature Climate Change, **la eliminación de carbono es menos eficiente para reducir la concentración de CO₂ atmosférico que las emisiones evitadas** (<https://www.nature.com/articles/s41558-021-01061-2>).

Esta asimetría en la respuesta al ciclo del carbono suma otro nivel de dificultad para implementar una política agrícola de carbono correcta y significativa.

De todas las consideraciones mencionadas anteriormente, es probable que el mayor instrumento financiero disponible para apoyar la transición hacia un sistema alimentario más sostenible en la UE, no sea suficiente y no esté centrado en aquellas acciones que podrían incentivar a los agricultores a cambiar a sistemas de producción más sostenibles.

Por otro lado, el enfoque y los recursos podrían canalizarse para apoyar aún más a prácticas agrícolas existentes como la agroecología, pero incluso eso por sí solo no será suficiente.

Soluciones para lograr el cambio

Como cualquier problema complejo, el cambio hacia sistemas alimentarios sostenibles requiere una solución amplia y multifactorial, que vaya más allá de las prácticas agrícolas y tecnologías.

Un reciente estudio concluyó que **el consumo de productos orgánicos cultivados localmente podría ayudar a lograr todos los objetivos de sostenibilidad, solo si se acompaña de un cambio en los hábitos dietéticos y en la prevención de la pérdida de alimentos.** (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048969722047106>).

Según los autores, los resultados mostraron una necesidad de cambios drásticos en las preferencias de los consumidores hacia más alimentos de origen vegetal, agroecológicos y locales, y de mejoras en la tecnología.

Sin embargo, vale la pena recordar que algunas tecnologías impulsadas por la Comisión y gran parte de la comunidad científica, y ahora en fase de valoración, ya están planteando algunas dudas.

Organismos Genéticamente Modificados

En particular, las Nuevas Técnicas Genómicas (NGT) tienen como objetivo reemplazar los antiguos Organismos Genéticamente Modificados (OGM) en la producción de especies, en la medida que ayudarían a abordar un gran número de críticas ambientales en la agricultura, y no solo.

En particular, la Comisión parece estar orientada a reconocer las variedades vegetales obtenidas por algunas Nuevas Técnicas Genómicas (NGT) como no Organismos Genéticamente Modificados (OGM) y, por lo tanto, no sujetas a la misma legislación, que prevé un procedimiento de aprobación, normas de etiquetado y un plan de monitorización implicando a las autoridades nacionales competentes.

Aparte de las observaciones técnicas sobre si los NGT pueden ser realmente considerados de manera diferente por los OGM antiguos, hay dos aspectos generales que deben tenerse en cuenta. El primero es que la agricultura ecológica excluye explícitamente la presencia de OGM y esto se demuestra a través de una certificación que es posible gracias al sistema de control establecido. Si se permite que los productos NGT se cultiven y se comercialicen fuera de la legislación vigente sobre OGM, es probable que el mercado ecológico

La nueva PAC corre el riesgo de no ser apta para la transición hacia un sistema alimentario más sostenible en la UE

Sería importante hacer asequible la alimentación sostenible a una gran parte de la población

Se requieren cambios drásticos en las preferencias de los consumidores y mejoras en la tecnología

y libre de transgénicos, en su mayoría activo en la UE, pa-
gue graves inconvenientes.

Además, los NGT no son ade-
cuados para el propósito de
mantener las prácticas agríco-
las locales de agroecología,
ya que se cree que se utilizan

en el sistema real de producción intensivo e
insostenible de alimentos.

Reflexiones finales

**El cambio hacia un sistema alimentario sos-
tenible requiere más que una solución técni-
ca y el modelo económico en la base del sis-
tema vigente debe ponerse en tela de juicio.**

¿Sería posible reivindicar cualquier sistema
alimentario sostenible cuando los granos
esenciales están expuestos a la especulación
financiera en la Bolsa de Semillas, o cuando
se conceden patentes para variedades vege-
tales y animales, incluidas aquéllas obtenidas
a través de prácticas de cruzamiento natural?

Por otro lado, **se necesita urgentemente un
consumo responsable y sostenible para re-
ducir la gran cantidad de desperdicio y pér-
dida de alimentos** que todavía representan
alrededor del 20% de la cantidad total pro-
ducida en la UE.

Se estima que unos 88 millones de toneladas
de residuos de alimentos, tanto comestibles

como no comestibles, producidos principal-
mente en el hogar, cada año en la UE, son
los responsables del 8-10% del total de las
emisiones mundiales de gases de efecto in-
vernadero (GEI), y que además, soporta un
coste económico asociado de alrededor de
los 143.000 millones de euros.

El desperdicio de alimentos no solo tiene un
alto impacto económico y ambiental, sino
que también es altamente inmoral, cuando se
considera que más de 36 millones de ciu-
dadanos de la UE no pueden permitirse una
comida de calidad cada dos días.

Finalmente, pero no menos importante, me-
rece la pena recordar que un sistema de
producción sostenible de alimentos también
debería garantizar el respeto de los derechos
laborales y los aspectos sociales, que a ve-
ces se descuidan, incluso en el caso de la
agricultura ecológica.

Especialmente en este momento de crisis,
sería prudente comenzar con una reflexión
holística sobre el estado de nuestro sistema
alimentario y centrarse en el hecho de que
los alimentos baratos, la mercantilización de
la agricultura, las patentes de plantas y la
especulación financiera del mercado de las
semillas, están en la raíz de la mayoría de los
fracasos sociales y ambientales en el sector.

Una política alimentaria sostenible y compro-
metida a escala de la UE debe incluir todo
el paquete, y los legisladores deben tomar
medidas audaces y sólidas para garantizar
que la producción de alimentos sea segura,
sostenible, accesible, no mercantilizada y
protegida de la especulación financiera.

**Las personas consumidoras deben estar
debidamente informadas sobre la sosteni-**

**International Day
of Awareness of
Food Loss and
Waste**



bilidad de sus compras a través de un etiquetado armonizado, multifactorial y claro a escala de la UE.

La investigación debe llevarse a cabo de manera que se apoye el avance científico a través de proyectos y bases de datos de código abierto, como Wheat MAS en Estados Unidos, buscando una mayor proporción de beneficios provenientes del uso sostenible de las biotecnologías y el conocimiento en biología molecular y genética.

Teniendo en cuenta todas sus criticidades, está claro que el sistema alimentario se beneficiaría de “repensar”, en lugar de “optimizar” las prácticas vigentes, dando espacio a que los valores sociales prevalezcan sobre los beneficios financieros puros.

Por lo tanto, **estamos convencidos de que el modelo económico aplicado a la producción de la cadena alimentaria juega un papel importante en las características finales del mercado alimentario.**

Ventajas del modelo cooperativo

El modelo económico cooperativo podría ofrecer mayores garantías de los derechos de las personas trabajadoras, beneficios compartidos, condiciones de igualdad y sostenibilidad holística, porque las operaciones de negocio están basados en principios y están dirigidas por valores, **maximizando así los beneficios** para los socios-consumidores individuales (que son los propietarios del negocio) y sus comunidades, al tiempo que son económicamente viables.

Las cooperativas de consumidores han estado a la vanguardia en la adopción de medidas pioneras, que siempre están un paso por delante de los estrictos requisitos legislativos en materia de seguridad alimentaria y sostenibilidad.

Al ser **propiedad de las personas consumidoras, las cooperativas tienen un interés directo y fuerte en garantizar la seguridad alimentaria y la sostenibilidad.** Esta es la razón por la que Euro Coop apoya firmemente el llamamiento a la Comisión para que se mantenga en el buen camino y garantice la resiliencia de la producción de alimentos de la UE aumentando aún más las ambiciones de sostenibilidad en un período de crisis que expone las vulnerabilidades del Bloque de la Unión Europea.



Manuel Moñino Gómez

Vicepresidente 2º del Consejo General de Colegios Oficiales de Dietistas-Nutricionistas



CONSEJO GENERAL
DE COLEGIOS OFICIALES DE
Dietistas-Nutricionistas

Transición dietética de la población española hacia una alimentación más saludable y sostenible

La producción de alimentos es uno de los principales factores que contribuyen a la emisión de los gases de efecto invernadero y a otros impulsores del cambio climático. El tipo de alimentos consumidos, el consumo excesivo y el desperdicio de alimentos son elementos críticos para la salud de la población y el planeta. De hecho, la alimentación insana es una de las principales causas de las enfermedades crónicas como la obesidad, diabetes tipo 2, cáncer o las enfermedades cardiovasculares, y a la vez responsable del impacto negativo en la sostenibilidad de los sistemas alimentarios, tanto por el alto consumo de alimentos de origen animal y ultraprocesados, como por los elevados niveles de desperdicio alimentario.

Dieta mediterránea

Dietas como la mediterránea tradicional benefician a la salud y al medio ambiente, si se comparan con la dieta occidental típica

La evidencia sugiere que las dietas basadas en plantas, definición que se adapta perfectamente a la dieta mediterránea tradicional, pueden beneficiar tanto a la salud como al medio ambiente cuando se comparan con la dieta occidental típica. Existe evidencia científica robusta

que asocia la adherencia a la dieta mediterránea con menor riesgo de enfermedades cardiovasculares, cáncer, diabetes tipo 2, enfermedades neurodegenerativas, depresión, etc. Por otra parte, al ser rica en alimentos de origen vegetal, frescos y poco procesados, de temporada y proximidad, requiere menos territorio, energía y agua, y se asocia a menores emisiones de gases de efecto invernadero que otras dietas donde abundan los alimentos de origen animal y ultraprocesados. Sin embargo, a pesar de sus ventajas, la dieta mediterránea no es una dieta sosteni-

nible global, de modo que, en las distintas regiones, una dieta sostenible debe cubrir todas las dimensiones de la salud y el bienestar de una población determinada, ejercer baja presión e impacto ambiental en su entorno, ser accesible, asequible, segura y equitativa, así como culturalmente aceptable, a la vez que más justa con las personas productoras de los alimentos.

Las guías alimentarias para la población española incluyen recomendaciones para mejorar la salud de las personas a través de una alimentación saludable, pero también inciden en la importancia de hacer una elección más responsable con el medio ambiente que contribuya a la resiliencia de los sistemas productivos y a mitigar el cambio climático. En la transición hacia patrones de alimentación más saludables y sostenibles, los hábitos alimentarios de la población deben orientarse hacia una mayor presencia de alimentos frescos y poco procesados de origen vegetal, como las frutas y hortalizas, legumbres, derivados integrales de los ce-

reales, etc., disminuir la ingesta de carnes y derivados, y la de alimentos altamente procesados, así como minimizar el desperdicio de alimentos. La transición, no obstante, debe tener en cuenta los riesgos a los que pueden verse sometidos determinados grupos de población; en este sentido, aunque en Europa se consume una media diaria de 1,5 porciones de carne por persona, lo que sin duda denota la necesidad de cambios dietéticos urgentes, **el mensaje de reducción del consumo de alimentos de origen animal podría comprometer la ingesta proteica de algunos grupos vulnerables.**

Dieta saludable

La dieta actual en España se ha ido alejando en las últimas décadas de la dieta mediterránea tradicional, lo que ha repercutido de un modo directo en el perfil de salud de su población, de la que el 42,6% es hipertensa, el 50% tiene alguna dislipemia, el 23% síndrome metabólico y cuya prevalencia de obesidad y sobrepeso tanto en adultos como en niños y jóvenes, se halla a la cabeza de los países de la Unión Europea. En el patrón alimentario español, es particularmente representativo el elevado consumo de carne en general, y de carnes rojas y procesadas en particular, que se halla muy por encima de las recomendaciones en todos los grupos de edad. Los españoles consumimos carne roja hasta dos veces por semana y casi a diario, carnes procesadas. Según el reciente Informe Sostenibilidad del Consumo en España del Ministerio de Consumo, más del 43% del impacto ambiental de nuestra alimentación se debe al consumo de carne. Si se suman las carnes frescas y procesadas, sin considerar el animal de procedencia, cada español comería 108 gramos de carne al día, es decir, 756 gramos a la semana, cuando

lo recomendable, según las nuevas guías alimentarias, para la población española sería limitar a un máximo de 3 raciones semanales (aproximadamente 375 gramos) minimizando el consumo de carne procesada. También estaría por encima de la propuesta de la comisión EAT The Lancet para una alimentación sostenible, que limita a no más de 43 gramos/día, o lo que es lo mismo, 300 gramos a la semana. Por el contrario, el consumo de frutas y hortalizas apenas superaría las 2 raciones de las 5 recomendadas, que solo alcanzarían el 10% de los adultos y el 3% de la población infantil y juvenil, entre los que el 30% y el 65% no tomarían frutas u hortalizas a diario, respectivamente. Algo similar ocurre con las legumbres, con un consumo semanal de poco más de una ración por persona frente a las 4 mínimas recomendadas.

**Más del 43% de
impacto ambiental de
nuestra alimentación
se debe al consumo
de carne**

En lo que respecta al desperdicio alimentario, según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, se estima que el 75,3% de los hogares tiran algún tipo de alimento a la basura y que cada semana van al contenedor 26.2 millones de kilos de alimentos, principalmente frutas (10.6 M k/año), lácteos en general (9.3 M k/año), hortalizas (8.8 M k/año) y pan (6.3 M k/año).

Alfabetización alimentaria

Para facilitar la transición a sistemas alimentarios más saludables y sostenibles, es clave que la población se sienta empoderada para tomar decisiones responsables con su salud y el planeta, de ahí la importancia de incrementar sus niveles de alfabetización alimentaria que contribuya a la resiliencia dietética

La estrategia europea "Del campo a la mesa" acoge medidas para favorecer sistemas alimentarios más saludables y sostenibles

a lo largo de todo el ciclo vital. Las acciones educativas, formativas y las campañas de sensibilización, en las que se implique a la comunidad y a los profesionales sanitarios, en especial, al dietista-nutricionista, pueden facilitar este objetivo. Por otra parte, además de las capacidades de la población, los gobiernos deberán estar sensibilizados y dispuestos a implementar las políticas necesarias para asegurar sistemas alimentarios en los que el acceso a alimentos saludables y sostenibles, sea la opción más fácil y asequible.

La estrategia europea "De la Granja a la Mesa" acoge medidas para favorecer que los sistemas alimentarios sean más saludables y sostenibles, y contempla una serie de acciones para reducir el impacto de la producción y del consumo, asegurar la salud pública y la seguridad alimentaria y mejorar la accesibilidad física y económica a alimentos saludables y sostenibles. Esta iniciativa estaría alienada para la consecución de los

Objetivos de Desarrollo Sostenibles de buena salud y bienestar (ODS 3), hambre cero y nutrición (ODS 2), consumo y producción responsables (ODS 12), reducción de las desigualdades (ODS 10) y vida de ecosistemas terrestres (ODS 15). Algunas propuestas normativas destacadas son: armonizar el etiquetado frontal, revisar la información alimentaria al consumidor como origen, métodos de producción o impacto ambiental, estudiar incentivos fiscales para alimentos de producción sostenible, reducir en el uso de pesticidas, fertilizantes y antibióticos en la producción de alimentos, aplicar sistemas de perfiles nutricionales para regular la exposición a alimentos insanos, etc. Esta estrategia otorga amparo normativo a los Estados miembros para que dirijan sus políticas hacia la creación y consolidación de sistemas alimentarios más saludables y sostenibles.

La transición no se entendería sin acciones claves como: a) reducir las pérdidas y los desperdicios de alimentos a lo largo de la cadena alimentaria, con especial énfasis en los que se producen en el hogar; b) integrar la sostenibilidad como eje transversal en las

Estrategia «De la Granja a la Mesa»: objetivos generales

			
Huella climática	Transición mundial	Nuevas oportunidades	Resistencia
Reducir la huella ambiental y climática del sistema alimentario	Liderar una transición mundial hacia la sostenibilidad competitiva de la granja a la mesa	Aprovechar las nuevas oportunidades	Crear un sistema alimentario fuerte y resistente



guías alimentarias; c) promover entornos alimentarios que faciliten a la población identificar, acceder y adquirir alimentos seguros, saludables y sostenibles, en especial, a los grupos de población más vulnerables y d) asegurar que los gobiernos toman las medidas necesarias para aplicar criterios de sostenibilidad a la compra pública de alimentos.

La contratación pública sostenible es una herramienta muy poderosa para regular los entornos y facilitar la adopción de hábitos alimentarios saludables y sostenibles.

Mediante las licitaciones de los servicios de alimentación en guarderías, escuelas, centros sanitarios y sociosanitarios, etc., los gobiernos pueden facilitar de forma efectiva y asequible el acceso a alimentos saludables, producidos con técnicas agroecológicas, de temporada y de proximidad, a alimentos frescos y poco procesados de origen vegetal, a pescados de fuentes sostenibles, etc. Estas acciones pueden incidir de forma determinante en una mayor adherencia de las personas a la dieta mediterránea y ajustar la producción de alimentos a la oferta alimentaria y viceversa, así como estimular la participación de pequeñas y medianas empresas del sector productivo local, mejorando así la resiliencia de las comunidades rurales.

Transición hacia una alimentación saludable y sostenible

Las claves para facilitar a la población española la transición hacia una alimentación más saludable y sostenible son las siguientes:

1 Reducir el consumo de **carnes** en general, y en particular, el de carnes procesadas tales como embutidos, salchichas, fiambres, hamburguesas, etc., indepen-

dientemente de la especie, pues son las que mayor impacto tienen en el medio ambiente y, además, aportan mucha sal y grasas saturadas. Las carnes más sostenibles son las de ave y conejo, seguidas por este orden por el

cerdo, cordero y ternera. En todo caso, no exceder de 3 raciones a la semana. La ganadería extensiva tiene menor impacto que la intensiva alimentada a base de piensos, y además contribuye a la economía local, la biodiversidad y al aprovechamiento de pastos, dehesas, estepas y montes. Siempre que sea posible, elegir carnes con distintivo de bienestar animal.



No desechar frutas y hortalizas de calidades comerciales inferiores: el valor nutritivo es el mismo

2 Sustituir parte de las carnes por **legumbres** cocinadas con hortalizas y/o tubérculos, asegurando al menos 4 raciones a la semana, siendo recomendable su consumo diario. Las legumbres son alimentos de bajo impacto ambiental. Son el plato único típico de la cocina mediterránea y uno de los alimentos más nutritivos y sostenibles. Optar en lo posible por legumbres de origen nacional. Comprar las legumbres ya cocidas puede facilitar su consumo.

3 Asegurar el consumo diario de al menos 5 raciones entre **frutas y hortalizas** frescas, variadas en colores y familias, de temporada y producidas en el



Los alimentos ultraprocesados tienen un efecto negativo en la salud y un elevado impacto ambiental

entorno más próximo posible, y enteras antes que licuadas o trituradas. La temporalidad de frutas y hortalizas se suele asociar al cultivo en suelo al aire libre, mientras que la producción fuera de temporada suele requerir más energía, especialmente si proceden de otros países. Asegurar al menos una ración de hortalizas en comida y cena, tomar frutas de postre y entre horas, y no sustituir por postres lácteos o dulces. No desechar las frutas y hortalizas que tienen calidades comerciales inferiores, pues el valor nutritivo es el mismo y de este modo, se evitan las pérdidas en la cadena alimentaria. Los mercados locales y cooperativas de productores facilitan el acceso a alimentos de temporada y proximidad, de circuitos de comercialización más cortos y dan soporte a los entornos rurales y la agricultura familiar. Los sistemas de producción agroecológicos tienen un menor impacto ambiental que otros métodos convencionales, tanto en el uso de fertilizantes y plaguicidas sintéticos, como en el aprovechamiento de los recursos naturales y el suelo.

- 4 Elegir **cereales** integrales y sus derivados como el pan, la pasta, etc., antes que sus variedades refinadas. La opción más fácil es elegir el pan integral en vez de blanco, pues además de ser significativamente más nutritivo, se aprovechan todas las partes del grano, sin desperdiciar nutrientes ni energía en su elaboración.
- 5 Los **tubérculos**, como las patatas o el boniato, son alimentos de bajo impacto ambiental y una fuente de energía saludable. Son ingredientes básicos en rece-

tas de la cocina mediterránea junto con legumbres y hortalizas.

- 6 Incluir **frutos secos** no salados varias veces a la semana, incluso a diario, en pequeñas cantidades. Alternar variedades y optar por los de origen nacional.
- 7 Incluir 1-2 **lácteos** al día, elegir leche semi o desnatada, lácteos fermentados sin azúcar y quesos frescos y tiernos antes que curados. Preferir los lácteos de explotaciones extensivas locales sostenibles y con garantías de bienestar animal. Las bebidas vegetales tienen un menor impacto ambiental y pueden ser alternativas a la leche, aunque con un valor nutricional distinto y en todo caso, dependiente del tipo y cantidad de proteínas, de si está o no fortificada, o si contiene o no azúcares añadidos.
- 8 No comprar **huevos** de gallinas criadas en jaulas (código 3) y optar preferentemente por los de gallinas camperas (código 1). Los huevos son una alternativa saludable y mucho más sostenible que cualquier tipo de carne.
- 9 Incluir al menos 3 raciones de **pescados** a la semana, priorizando los azules. El consumo de especies diversas y no siempre las más consumidas o demandadas por el mercado, contribuye a reducir los descartes de las capturas y a preservar las reservas y ecosistemas marinos y fluviales. Los recursos marinos se están reduciendo debido a la sobrepesca de algunas especies, y el entorno natural puede dañarse por la cría intensiva de algunos pescados y mariscos. Los pescados de temporada son básicos de la cocina mediterránea. Los pescados y

mariscos identificados con las etiquetas MSC y ASC, aseguran prácticas sostenibles de pesca salvaje y de acuicultura, respectivamente. Los mejillones y otros mariscos bivalvos son opciones muy nutritivas y sostenibles. Los pescados en conserva son opciones accesibles, asequibles y de alto valor nutritivo.

10 Tomar **agua** como bebida principal, optando siempre que sea posible, por agua de la red antes que embotellada. Si se compra embotellada, optar por bidones o garrafas. Los sistemas de ósmosis son poco sostenibles pues desperdician mucha agua corriente. Las bebidas alcohólicas y las azucaradas no aportan ningún beneficio a tu salud y además, tienen un alto impacto en el medio ambiente.

11 Evitar el consumo habitual de **alimentos ultraprocesados**, como bollería, bebidas azucaradas o edulcoradas, comi-

da rápida, aperitivos de bolsa, etc., pues no solo tienen un efecto negativo en la salud, sino que la evidencia científica apunta a que, además, tienen un elevado impacto ambiental.

Frutas, hortalizas, lácteos y pan, son los alimentos que más se desperdician en España

12 Reducir el **desperdicio alimentario** al mínimo posible, ajustando el tamaño de las raciones, conservando de forma adecuada los alimentos y reutilizando las partes comestibles o el resto de los consumidos en una comida, para usar en otras recetas o consumir en otro momento. La frecuencia de compra, el ritmo de consumo, la rotación de alimentos en nevera y despensa, y la capacidad de almacenamiento en frío, son factores clave para reducir los desperdicios de frutas, hortalizas, lácteos y pan, que son los alimentos que más se desperdician en España.

Sin duda, las preferencias de los consumidores deberían dirigirse más hacia alimentos saludables y sostenibles, pero esto no será posible si no se facilita la elección de estos alimentos en todos los entornos de nuestra vida y a un precio asequible, a la vez que se reduce la exposición a otros insanos y de mayor impacto ambiental.



Carmen Picot Oroval

Ejecutiva de Relaciones Institucionales y RSE. Consum COOP.V.

Presidenta de la Federación de Cooperativas de Consumidores

y Usuarios de la Comunidad Valenciana

Alimentación saludable y ecológica

Los consumidores están cada vez más informados y son sensibles al impacto nutricional y ambiental de los alimentos que consumen. Por eso buscan empresas que compartan sus mismos valores. En Consum seguimos revisando la formulación de nuestros productos de marca propia, potenciando la gama de ecológicos y apostando por variedad de marcas, priorizando la capacidad de elección de nuestro cliente. Además, fomentamos una alimentación variada y equilibrada y hábitos de vida saludable con actividades de formación e información dirigidas al consumidor.

Las tendencias de mercado, en cuanto a hábitos de consumo, indican que los consumidores están cada vez más informados, se preocupan por llevar una alimentación saludable y son sensibles al impacto nutricional y ambiental de los alimentos que consumen. Por eso buscan empresas que compartan sus mismos valores de cuidado del medio ambiente.

En ese sentido, **llevar una alimentación más saludable, más consciente, en la que el consumidor lee el etiquetado nutricional de los alimentos y, a la vez, valora mucho más el producto fresco, local y de temporada, tiene un menor impacto ecológico.** Esto es porque ese consumidor consciente y responsable consume menos procesados y más productos

frescos, de temporada y proximidad, que llevan menos envases o incluso ninguno si los elegimos a granel.

Pero, además, como son de proximidad, cuesta menos su transporte desde donde se producen hasta donde se consumen, lo que se reduce su huella de carbono. La preocupación por lo saludable está

creciendo, por eso, en Consum seguimos revisando la formulación de nuestros productos de marca Consum, siguiendo la Estrategia NAOS y potenciando nuestra gama de ecológicos, iniciada en 2016. Pero también, priorizamos la capacidad de elección de nuestro cliente, apostando por variedad de marcas.

Dieta mediterránea y cuidado del medio ambiente

La dieta mediterránea, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad desde 2010, es una apuesta por la ecología y el medio ambiente, donde prima el equilibrio de proteínas e hidratos de carbono, apostando por las frutas y hortalizas frescas, los cereales y el pescado. Sencilla, básica, natural y ecológica.

En Consum, como cooperativa y asociación de consumidores, fomentamos una alimentación variada y equilibrada, además de unos hábitos de vida saludable entre las personas consumidoras. Por eso, cada año, destinamos una parte de nuestros beneficios a la formación e información al consumidor, a través de la revista Entrenosotros, que enviamos a los socios-clientes a sus casas, el magazine

En Consum, como cooperativa y asociación de consumidores, fomentamos una alimentación variada y equilibrada y hábitos de vida saludable

digital y los programas formativos de radio y televisión. También desarrollamos actividades formativas dirigidas a las personas consumidoras más jóvenes, como el programa formativo Team Consum para educar en estilos de vida saludable y de consumo responsable.

Personas consumidoras del futuro

La formación al consumidor y, concretamente, al pequeño y joven consumidor, forma parte de la esencia de Consum, que lleva más de 20 años promoviendo estilos de vida sanos y responsables a través de diferentes recursos pedagógicos, en formato de talleres prácticos, fomentando los valores de la Cooperativa: el trabajo en equipo, el respeto, la solidaridad, el sentido crítico y la voluntad de superación.

Team Consum forma parte del Programa de Formación que Consum dirige de forma continua a los pequeños y jóvenes consumidores. Con objeto de mejorar día a día en estos ámbitos y conscientes de cómo hoy los nativos digitales acceden a cualquier tipo de información utilizando las nuevas tecnologías, Consum desarrolló Team Consum, una herramienta TIC para que

descubran y aprendan de una manera amena y divertida. Su objetivo principal es combinar el aprendizaje sobre temas de consumo (alimentación, nutrición y seguridad alimentaria) con

el juego, fomentando estilos de vida sanos y responsables y despertando el sentido crítico de los más pequeños como personas consumidoras.

Nos preocupamos por la salud de los consumidores actuales, pero también de los futuros, a través de nuestro tradicional Concurso de Cuentos Ilustrados, que organizábamos con motivo del Día Mundial del Consumidor, y que ahora, con los nuevos tiempos y la digitalización, hemos reconvertido en un Concurso de Vídeos entre escolares de aquellas comunidades autónomas donde estamos presentes. El objetivo es fomentar estilos de vida y alimentación saludables en pequeños y jóvenes consumidores de 4 a 14 años.

Promover el producto local

Como hemos dicho, la tendencia del mercado se orienta a una mayor demanda de producto fresco, local y de temporada, una apuesta

**Team Consum
combina el
aprendizaje sobre
temas de consumo
con el juego**





por el medio ambiente y la ecología, donde Consum se diferencia de su competencia, con atención personalizada, trato interpersonal, elaboración individualizada, trazabilidad... **Apostamos por los productos de proximidad y de temporada, productos responsables y sostenibles**, porque está en nuestro ADN como Cooperativa y empresa socialmente responsable. De hecho, cerca del 99% de nuestras compras son a proveedores nacionales y, de ellos, el 66% son de las comunidades autónomas donde tenemos presencia.

En la era de la digitalización y la omnicanalidad debemos ofrecer al cliente la mejor experiencia de compra, sea cual sea el canal que utilice. Mejorar nuestro programa de fidelización Mundo Consum, ampliar nuestra tienda online y seguir abriendo tiendas físicas, a una media de unos 55 supermercados al año, entre propios y franquicias Charter, son nuestra prioridad, al tiempo que mejorar las soluciones tecnológicas en las tiendas físicas (wifi, turno electrónico, etiquetas digitales...).

Apostamos por productos de proximidad y de temporada, responsables y sostenibles, porque está en nuestro ADN

La demanda de productos eco, que no solo incluye alimentos frescos, también va en aumento. En Consum hemos seguido ampliando la gama de productos ecológicos en todas las secciones en 2021, tanto frescos, que representan el 12% del total, como de alimentación (57%) y no alimentación (como droguería y perfumería, que supone el 24% del total), hasta alcanzar un surtido total de 330 referencias, que incluyen también las 66 de la marca propia Consum ECO, en las que se ha revisado el envase para hacerlo más sostenible.

También hemos continuado avanzando en materia de bienestar animal y el 100% de la carne fresca que se vende en mostradores y bandejeros cuenta con dicho certificado, que incluye los sellos Welfare, Interporc, Provacuno y Ternera Gallega. Dentro de la marca Consum, cada vez más productos cuentan con certificados en materia de sostenibilidad, que aportan un valor añadido a los consumidores: sello MSC (pesca), UTZ y Rainforest (agricultura), FSC y PEFC (celulosas) y Ecolabel, entre otros.

Supermercados de proximidad, más ecológicos

Según el I Informe de la Distribución Alimentaria de Proximidad en España de julio de 2022, promovido por ASEDAS, la patronal de los supermercados en nuestro país, tenemos más de 25.100 establecimientos de distribución alimentaria de gran consumo. De ellos, más de 10.300 son supermercados de proximidad, como Consum, y más de 14.000 autoservicios. Estas cifras suponen que en España existe un establecimiento de distribución alimentaria por cada 1.887 habitantes, a los que se puede ir a comprar a pie o en transporte público, a diferencia de

los supermercados de atracción, que suelen estar a las afueras de los núcleos urbanos. Por tanto, los supermercados de proximidad también ayudan a cuidar del medio ambiente y reducir la huella de carbono de los clientes.

En ese sentido, en Consum nos hemos comprometido a ser neutros en emisiones de alcance 1 y 2 en 2030. Esto incluye las emisiones directas de la Cooperativa, procedentes de los vehículos de la organización, las fuentes fijas de emisiones, las generadas por las fugas de gases refrigerantes (alcance 1) y las emisiones asociadas a la producción de la electricidad que necesita Consum para ejercer su actividad (alcance 2).

La Cooperativa es la primera cadena de supermercados española en adherirse a la Iniciativa de los Objetivos Basados en la Ciencia en enero de 2022 (SBTi por sus siglas en inglés, Science Based Targets Initiative). El SBTi nace como una colaboración entre la Fundación Mundial para la Naturaleza (WWF), el Proyecto de divulgación del carbono (CDP), el UN Global Compact y el Instituto global de los recursos (WRI), entidades muy relevantes en el campo de la sostenibilidad empresarial a nivel internacional.

Consum ha reducido su huella de carbono un 84% desde 2015, año en que realizó su primer cálculo, fruto de la incorporación de gases refrigerantes de temperatura negativa, alimentada con CO₂ en las aperturas, los supermercados ecoeficientes y la mejora de los vehículos de la flota logística. A esta reducción de la huella de carbono también han contribuido los proyectos logísticos TEO y Nodriza, con ahorros de más de 8,3 millones de kilómetros, como la inversión en vehículos ecoeficientes (a gas y motor Euro6), hasta los cerca de 400 vehículos eficientes y 29 con gas natural.

Una década con el Pacto Mundial

Consum lleva más de una década adherida al Pacto Mundial de Naciones Unidas, la mayor acción de sostenibilidad corporativa del mundo, para trasladar los ODS al sector empresarial. Además, durante 2021, ha renovado su Política Ambiental, en base a dos objetivos: la lucha contra el cambio climático y la economía circular. Ha destinado 67,2 millones de euros a gastos e inversiones ambientales, con el objetivo de minimizar sus efectos sobre el entorno.

En la era de la digitalización y la omnicanalidad debemos ofrecer al cliente la mejor experiencia de compra

La Cooperativa es la primera empresa del sector de la distribución alimentaria que ha obtenido el sello “Reduzco” del Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico (MITECD) y que registra su huella públicamente en la base de datos del Ministerio. Actualmente, el 100% de los supermercados Consum son ecoeficientes y el 98,5% de la energía consumida proviene de fuentes renovables.





En 2021, Consum también ha renovado la certificación “Residuo Cero” de AENOR en sus seis plataformas logísticas y sede, que acredita que más del 99% de los desechos de embalajes, contenedores, palets y demás residuos se valorizan, evitando que tengan como destino el vertedero y reduciendo las emisiones de CO₂ en 179,215 t. También cuenta con certificado de sostenibilidad ‘Huella de Carbono’ por la gestión de los palets, evitando la emisión de 4,7 toneladas de CO₂ a la atmósfera en 2021.

La economía circular es el otro gran pilar de la gestión ambiental de Consum. Un ejemplo de ello son las bolsas porta-compra realizadas con el propio plástico de la Cooperativa, recuperado por el sistema de logística inversa.

Por otro lado, gracias al Plan de Reducción de Materiales y Envases, Consum ha dejado de poner en el mercado más de 1.590 toneladas de plásticos, por la implantación de las bolsas reutilizables y compostables en las secciones de

Los supermercados de proximidad ayudan a cuidar del medio ambiente y reducir la huella de carbono

frescos, así como por las múltiples medidas de reducción y sustitución de envases en su marca propia. Actualmente, el 11,6% de los plásticos de marca propia ya son de origen reciclado o elaborados con bioplásticos.

Mejora ambiental de la donación alimentos

Consum donó 8.460 toneladas de alimentos durante 2021 a través de su programa Profit, un 21% más que en 2020, con un valor de 23,3 millones de euros. Gracias a la labor diaria de los trabajadores de Consum y a los más de 1.400 voluntarios de 350 entidades sociales, bancos de alimentos y ONGs que reparten diariamente los alimentos, la Cooperativa estima que pudo ayudar a unas 85.000 personas.

Además de la social, el programa Profit también representa una mejora ambiental, ya que, al aprovechar estos alimentos, se evitó la emisión a la atmósfera de más de 5.000 toneladas de CO₂, y también se reduce el

desperdicio alimentario y la Huella de Carbono, como parte de la política de sostenibilidad de Consum.

Impulsando la energía verde

Conscientes de que la producción de electricidad tradicional es una de las actividades que genera grandes emisiones de gases de efecto invernadero, hemos firmado con Endesa un contrato de suministro a largo plazo que incorpora un Power Purchase Agreement (PPA). Durante los próximos 10 años, PPA proporcionará energía totalmente renovable para cubrir el 50% de nuestra demanda de electricidad para los cerca de 500 supermercados que tenemos, repartidos por la Comunitat Valenciana, Cataluña, Murcia, Castilla-La Mancha, Andalucía y Aragón. La otra mitad provendrá también de energía renovable certificada con Garantías de Origen (GdO).

Este acuerdo garantiza que todo el consumo eléctrico de la Cooperativa procederá de fuentes no emisoras, con lo que se evitará la emisión a la atmósfera de más de 66.000 toneladas a CO₂ al año, el equivalente a las que absorberían 111.700 árboles durante un periodo de 40 años, ahondando en la apuesta por el respeto del medio ambiente.

Movilidad sostenible

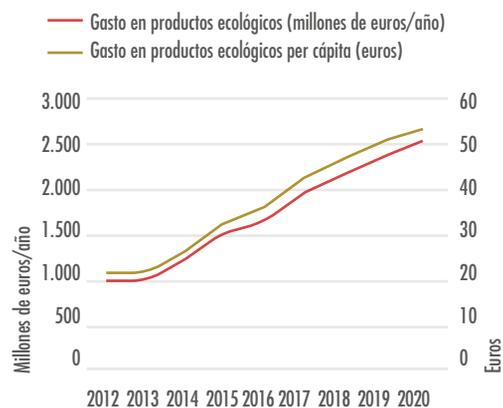
El transporte de los productos por carretera, tan arraigado en nuestro país, también representa un problema que debemos abarcar desde el punto de vista medioambiental. En ese sentido, estamos optimizando las rutas para

reducir el número de kilómetros necesarios, así como aprovechar al máximo las cargas para reducir nuestra huella logística. A través del Programa TEO y Nodriz, incorporando camiones eléctricos en Murcia o a través de nuestro servicio a domicilio con furgonetas y bicicletas eléctricas de reparto de 'última milla'.

En 2021, la Cooperativa renueva su Política Ambiental en base a dos objetivos: la lucha contra el cambio climático y la economía circular

El escenario 2022 viene marcado por la presión legislativa, con un reto importante de los recursos naturales que van a requerir de alternativas cada vez más renovables, con reivindicaciones sociales que requerirán de mayor compromiso por parte de las empresas y con un protagonismo clave de la cadena de suministro.

En Consum seguiremos trabajando en el marco de nuestra Política de Sostenibilidad y de la estrategia 21-25, que nos lleva a trabajar con todos los grupos de interés para dar respuesta a los retos globales, en el marco de los ODS, y con objetivos basados en la ciencia.



Alejandro Martínez Berriochoa
 Director de Salud, Sostenibilidad y Calidad.
 EROSKI



Transparencia ambiental, herramienta para el sector agroalimentario

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), en 2021, el 31% de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) provinieron del sector agroalimentario, en el proceso que va desde el campo a la mesa. No obstante, se observan importantes avances para la reducción de ese impacto. De media, las emisiones mundiales anuales por persona relacionadas con los alimentos han disminuido cerca de un tercio hasta situarse en dos toneladas de CO₂ en el último año. Para la FAO esta cifra no debería interpretarse como la “huella de consumidor” (puesto que varía según los hábitos dietéticos) y sí debería usarse como un indicador de los esfuerzos de los países y la cadena de valor para reducir las emisiones del sistema alimentario.

Nuestro compromiso hacia modelos sostenibles

Contamos con más de 1.600 productos ecológicos, además de los 480 productos frescos de marca EROSKI Natur

En EROSKI, como uno de los eslabones finales en dicha cadena alimentaria, tenemos un compromiso firme por traccionar el cambio en la producción y consumo de alimentos hacia modelos más sostenibles. Por ello, como parte de nuestros **10 Compromisos**

por la Salud y la Sostenibilidad, y alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, actuamos desde una perspectiva de ciclo de vida en todos los eslabones de la cadena, para reducir el impacto negativo y generar un impacto positivo tanto en el medio ambiente, como en las comunidades locales. Así, trabajamos para desarrollar una propuesta diferencial en productos frescos y en productos alimentarios reformulados para ser más saludables y sostenibles, con un envase ecodiseñado para mejorar su reciclabilidad y reducir su huella plástica. Son productos con información nutricional clara y transparente en su etiquetado, con una gama de fuerte

arraigo en lo local. Los transportamos con una logística eficiente en lo ambiental, hacia una red comercial que cada día cuenta con más tiendas ecoeficientes de nueva generación y realizamos una gestión circular de los residuos, para satisfacer a clientes informados a través de nuestros productos informativos.

Ejemplos de todo ello es que contamos con más de 1.600 productos ecológicos en nuestra gama, además de los 480 productos frescos de nuestra marca EROSKI Natur que cuentan con certificados como Global G.A.P., producción integrada o MSC, en el caso de la pesca, que garantizan que han sido producidos de forma más respetuosa con el medio ambiente. Además, trabajamos con más de 2.100 productores locales, que suponen el 60% de nuestros proveedores comerciales. Asimismo, hemos evitado 2.172 toneladas de plástico convencional al año gracias a las medidas implantadas desde 2019 en bolsas de caja, embalajes de tienda y envases de marca propia.

Por otro lado, **hemos sido reconocidos con la segunda estrella Lean&Green por reducir un**

32% nuestra huella de carbono, lo que nos ayuda a avanzar en nuestro compromiso de neutralidad de carbono para 2050. Para ello, también luchamos contra el desperdicio alimentario, con la donación de más de 5.000 toneladas de alimentos al año, y reciclamos y valorizamos nuestros residuos para darles una segunda vida. Asimismo, formamos a 126.000 escolares al año en alimentación saludable y responsable a través de la Escuela de Alimentación de la Fundación EROSKI y nuestra web www.consumer.es, que ofrece contenidos informativos para facilitar una vida saludable y sostenible a las personas consumidoras, que cuenta con más de 50 millones de visitas al año.

La sostenibilidad en las decisiones de compra

Los consumidores valoran cada vez más la sostenibilidad de los productos en sus decisiones de compra. De acuerdo con el estudio *ShopperView, Sostenibilidad, qué es y cómo afecta a los hábitos de compra*, realizado por la Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC), el 39% de los hogares han dejado de adquirir productos de marcas que consideran no sostenibles. Asimismo, el 41% compra más productos de proximidad/kilómetro 0, el 29% escoge los ecológicos y el 22% se decanta por aquellos que son de origen vegetal (*plant based*). No obstante, según el Eurobarómetro, aproximadamente **la mitad de los consumidores europeos considera que no es fácil diferenciar entre productos respetuosos con el medio ambiente y otros que no lo son; y solo alrededor de la mitad confía en las afirmaciones de los productores sobre el rendimiento medioambiental.**

La estrategia “De la Granja a la Mesa” de la Comisión Europea para el sector agroali-

mentario, incluida en el Pacto Verde Europeo, indica que “la Comisión estudiará formas de armonizar las declaraciones ecológicas voluntarias y de crear un marco de etiquetado sostenible que abarque, en sinergia con otras iniciativas pertinentes, los aspectos nutricionales, climáticos, medioambientales y sociales de los productos alimenticios”. La estrategia, por tanto, se enfrenta a un doble reto: no solo se debe determinar el impacto ambiental de los productos alimentarios para que los agentes de la cadena de valor agroalimentaria lo reduzcan. También se tiene que comunicar de forma clara, sencilla y estandarizada para facilitar a los consumidores la toma de decisiones en función de criterios sostenibles.

Los consumidores valoran cada vez más la sostenibilidad de los productos en sus decisiones de compra

En EROSKI la transparencia con el consumidor es también una de nuestras señas de identidad y nos preocupamos por formar e informar a las personas consumidoras para que puedan realizar elecciones de compra más responsables. Así, fuimos pioneros también en publicar declaraciones ambientales de productos de marca propia. Este avance



fue reconocido como una de las veinte innovaciones más destacadas del sector en 2020 por *el Observatorio de Innovación en Gran Consumo de España*, elaborado anualmente por el Institut Cerdà.

Declaraciones ambientales de productos

Reciclamos y valorizamos nuestros residuos para darles una segunda vida

Los resultados de nuestras declaraciones ambientales de producto (DAP, o EPD, *Environmental Product Footprint*, según sus siglas en inglés), nos mostraron que para productos como la leche y los huevos, la mayor contribución al impacto ambiental estaba en

la fase de la producción. Es decir, potenciar productos de proximidad, mejorar el envase o ser más ecoeficientes en las plantas de procesamiento, en el transporte o en las tiendas donde se venden los productos, ayudan a reducir el impacto ambiental del alimento. Pero lo que más lo minimizaría sería optimizar las producciones agroalimentarias y las materias primas que utilizan. En el caso de

los huevos, los piensos con los que se alimentan las gallinas son, con mucha diferencia, lo que más contribuye a su impacto. Por tanto, usar ingredientes de cultivos más sostenibles para su fabricación o producción generaría un cambio sustancial.

En EROSKI creemos que contar con información en detalle de cada alimento facilita la mejora continua a nuestros proveedores y la toma de decisiones más conscientes a nuestros clientes. Por ello, contamos con un Programa de Acompañamiento a Proveedores Locales, con el que les ayudamos a diagnosticar su situación en materia de sostenibilidad y su contribución a los ODS, a identificar áreas de mejora, y a profundizar en sus conocimientos para abordar dichos retos.

Huella ambiental del producto

Además, hemos seguido avanzando hacia un etiquetado basado en la huella ambiental de producto de la Comisión Europea, con la colaboración de agentes como lhobe - la Sociedad Pública de Gestión Ambiental del Gobierno Vasco-, los Fondos Europeos para



el Desarrollo Regional (FEDER) o el Basque Ecodesign Center - iniciativa público-privada dedicada a la innovación en ecodiseño.

La Comisión Europea puso en marcha en 2020 la consulta pública para la fundamentación de las alegaciones medioambientales con el objetivo de determinar qué metodología habría de seguirse para lograr que fuesen fiables, comparables y verificables en toda la UE. Se prevé que la regulación que se genere a partir de dicha consulta, y que debería haberse publicado en marzo, utilice como base la Huella Ambiental de Producto (HAP o PEF, *Product Environmental Footprint*, por sus siglas en inglés), la herramienta de medición publicada por la CE en 2019.

La huella ambiental calcula el impacto ambiental de un producto con un análisis de su ciclo de vida (ACV), desde la extracción de las materias primas, a través de la producción y uso, hasta la gestión de los residuos. Para ello, mide 16 categorías de impacto, como p.ej. cambio climático, escasez de agua o uso de recursos fósiles. Esta metodología está armonizada, por lo que permite la comparación de productos de una misma categoría en toda la UE, aunque hay pocas para las que se hayan definido ya criterios de cálculo. Tiene otros inconvenientes, especialmente para el sector agroalimentario, cuyos diferentes sistemas de producción son difíciles de estandarizar.

En general, **la Huella Ambiental de Producto prioriza la eficiencia en toda la cadena de valor evaluando en cada etapa los aspectos ambientales más relevantes consensuados por los grupos de expertos de la Comisión Europea.** En este sentido, la metodología no evidencia algunas de las interacciones con el entorno e impactos positivos que puedan



tener las producciones primarias orgánicas o extensivas, debido a la falta de consenso en el método. También son reconocidas sus limitaciones en la medición de aspectos como la toxicidad humana por el uso de pesticidas o del impacto en biodiversidad.

Por tanto, es previsible que, aunque el etiquetado que fije la Comisión Europea esté basado en la huella ambiental, tengan que incorporarse criterios adicionales para una correcta evaluación del impacto de los alimentos y su alineación con su propia

estrategia “De la Granja a la Mesa”, que recoge líneas de acción como reducir el uso de pesticidas, potenciar el consumo de productos ecológicos y minimizar el uso de antibióticos.

Fuimos pioneros en publicar declaraciones ambientales de productos de marca propia

Complejidad del etiquetado ambiental

Además, la huella ambiental requiere de datos primarios, es decir, específicos de los proveedores, para parte de la medición, que complementa con bases de datos genéricas para modelizar las materias primas utilizadas,

Creemos que una información en detalle de cada alimento facilita la mejora continua a proveedores y la toma de decisiones a los clientes

la generación de energía, etc. Pero la disponibilidad de dichos datos genéricos es limitada. Así, por ejemplo, es difícil encontrar datos para representar cultivos de ingredientes o materias primas producidas usando métodos más sostenibles (ecológicos, producción integrada, etc.). Por tanto, dichas mejoras no se verán reflejadas en el cálculo final, salvo que se recopilen datos específicos de la cadena de suministro. Esto haría que el resultado sea más fiel al impacto real de ese producto, pero a la vez hace más complejo el cálculo de la huella a distribuidores y proveedores.

En el caso de los métodos que está analizando actualmente el Gobierno de Francia para concretar el etiquetado ambiental a utilizar en ese país, como el *Eco-Score* o el *Planet*

Score, parten del análisis de ciclo de vida de la base de datos *Agribalyse*, coordinada por ADEME (la agencia de transición ecológica del gobierno francés) e INRAE (el instituto nacional de investigación de agricultura, alimentación y medio ambiente de Francia), que cuenta con más de 2.800 alimentos genéricos modelizados. Es decir, no recopilan información sobre consumos de energía, agua, generación de residuos, etc. de la fábrica o granjas concretas que suministran ese producto. No obstante, sí se necesita alguna información específica del producto analizado ya que incluyen un sistema de bonus-malus para poder diferenciar entre productos o abordar algunas de las limitaciones de la huella ambiental. Es decir, dan puntos positivos por características que, en teoría, mejoran la sostenibilidad del alimento, y negativos por las que empeoran. Así, ambos consideran cuestiones como el origen del producto (aunque no diferencian entre un producto de km0 y otro



de origen nacional), los materiales del envase o si tienen sello ecológico.

Los sistemas bonus-malus son útiles para afrontar las limitaciones de la huella ambiental de producto, pero también debe tenerse en cuenta que su definición depende a menudo de criterios políticos más que de decisiones científicas, y, por tanto, se usan para potenciar sistemas de producción y una visión de la sostenibilidad específicos.

El reto está también en comunicar resultados tan complejos –hablamos de 16 categorías de impacto distintas– difícilmente entendibles por un consumidor medio, de una forma clara y sencilla al consumidor, y que permitan comparar productos dentro de una misma categoría y con otras, para poder facilitar la elección de dietas con menor impacto ambiental. Etiquetados como EnviroScore (desarrollado por el centro tecnológico Azti y la Universidad de Lovaina), Eco-Score o Planet-Score buscan precisamente eso, con un sistema de letras y colores gráficamente similar al Nutri-Score. Sin embargo, otra limitación que estos métodos tienen es que realizan el cálculo normalmente por kilo de producto, pero hay grandes diferencias entre un alimento y otro tanto nutricionalmente como en las raciones habitualmente consumidas diariamente. Por tanto, las comparativas siguen siendo complejas.



Dado que los métodos de etiquetado ambiental disponibles tienen sus pros y contras, es probable que aún veamos evolución en todos ellos hasta llegar a la etiqueta que se imponga. Sin embargo, los consumidores nos piden ya información ambiental más completa de los productos que compran y alejada de las prácticas de *greenwashing* que se están dando en algunas empresas. Por ello, seguir avanzando en la transparencia ambiental con etiquetados independientes y claros, aunque en progreso de mejora, es recomendable si queremos que la producción y consumo de alimentos sea cada vez más sostenible.

Es previsible que tengan que incorporarse criterios adicionales para una correcta evaluación del impacto de los alimentos



Gabriel Trenzado Falcón
Director General.
Cooperativas Agro-alimentarias de España



Cómo conectar la sostenibilidad a nuestras dietas

Las estrategias de sostenibilidad europea marcan objetivos, pero no miden el impacto sobre cómo alcanzarlos. La producción europea cumple los parámetros más estrictos del mundo. Contar con una producción que abarque todos los aspectos de la sostenibilidad, económico, social y medioambiental, es clave para que el consumidor acceda a una alta variedad de alimentos en cantidad y en calidad, sobre los cuales la sociedad puede configurar sus dietas equilibradas.

El sector cooperativo agroalimentario que engloba una gran parte de la cadena, abrazó desde el principio los objetivos del Pacto Verde

El Pacto Verde de la UE presentado por la presidenta de la Comisión Europea, Ursula Von Der Leyen, en diciembre de 2019 ha marcado los objetivos políticos de la UE hacia un nuevo modelo productivo, económico y, no hay que olvidarlo, también social.

Se pretende alcanzar una economía descarbonizada en 2050 sin que esto suponga, y es importante, dejar a nadie atrás.

Pero ¿cómo se refleja este ambicioso objetivo político en la producción de alimentos y, por tanto, en la alimentación y en la salud de los consumidores? Poco tiempo después, la

Comisión publicó dos Comunicaciones que vendrían a poner los deberes a la cadena agroalimentaria a través de las conocidas estrategias De la Granja a la Mesa y el restablecimiento de la Biodiversidad en 2030. Ambas marcan hitos a conseguir por los sectores en materia de producción más sostenible medioambientalmente, en la transformación y en la conformación de dietas saludables. De esta manera, **se ha marcado un itinerario legislativo que persigue ese círculo virtuoso de alimentos medioambientalmente sostenibles**, procesos de transformación menos contaminantes y bajo parámetros de economía circular no extractivas y, por último, **el fomento de una dieta saludable, dando a entender que lo que es sostenible medioambientalmente,**



por fuerza, será saludable. En estas líneas nos vamos a centrar en este último elemento y el papel que juegan nuestros sectores productivos en las dietas de nuestros ciudadanos.

¿Dónde estamos?

Pero antes, es necesario hacer alguna precisión sobre dónde estamos. En primer lugar, las comunicaciones de la Comisión marcan una estrategia y un itinerario de reformas, pero no son las propuestas legislativas en sí actualmente en debate, esto es un hecho. En segundo lugar, **como documentos estratégicos marcan objetivos, indicando qué quieren, pero no muestran en ningún momento cómo y, lo que es más importante, qué impacto o coste tiene alcanzar estos objetivos.** Y aquí hay varios puntos ciegos que conviene resaltar para identificar el impacto que podrían tener en el abastecimiento de alimentos y en su seguridad.

El sector cooperativo agroalimentario que, por estar tanto en la producción, la transformación y la comercialización, engloba una gran parte de la cadena, abrazó desde el principio los objetivos del Pacto Verde. La producción y la transformación llevan años trabajando para lograr la sostenibilidad medioambiental, y no tienen otra opción que aceptar el modelo que se ha decidido seguir unánimemente por la UE, de la cual formamos parte, y porque ser sostenibles en muchas ocasiones genera ahorros y eficiencias.

Sin embargo, existen muchos puntos ciegos a la hora de aplicar estas estrategias, porque cuando hablamos de sostenibilidad y cambio de modelo, hablamos de sostenibilidad medioambiental, económica y social, y nos parece que actualmente se está dando por sentado muchas cuestiones que ni mucho menos están aseguradas, y desarrollar unas estra-

tegias a espaldas de la realidad provocará más problemas que soluciones.

Si hablamos de alimentación saludable y de dietas equilibradas para la sociedad debemos destacar varios aspectos: producción-transformación, acceso, seguridad y coste de los alimentos.

Lo primero que hay que decir es que la producción de la UE, entre la que se incluye la de España, es la más segura y sostenible del mundo, con legislaciones, sistemas de control y trazabilidad muy avanzados desde la producción hasta la puesta a disposición del transformador o del propio consumidor, si se trata de productos frescos. Por ejemplo, cuando sufrimos la acusación del famoso pepino y la contaminación por e-coli, bastaron dos días para localizar la mata donde se había producido y las pruebas que le habían realizado para desechar la fuente de la contaminación. Por el contrario, cuando las pistas llevaban fuera de la UE la incertidumbre era casi total.

Se acusa mucho a **la producción agrícola y ganadera de ser el principal contaminador, pero la realidad es que solamente son responsables del 14% de las emisiones de la UE.** Y la tan denostada ganadería intensiva, que se suele simplificar con un pseudo-concepto marketiniano de "macrogranja" que en nada se parece a la realidad productiva española, solamente es responsable de la contaminación en un 7% a nivel europeo y el 1% a nivel mundial.

Desarrollar unas estrategias a espaldas de la realidad provocará más problemas que soluciones

La producción de la UE tiene los estándares productivos más exigentes del mundo, lo que hace que el consumidor disponga de una variedad de productos amplísima y asequibles

Acceso a los alimentos

No existe evidencia que demuestre que un producto ecológico aporte más o menos que un producto convencional desde el punto de vista de la salud o la nutrición

El otro elemento es el acceso en cuando a la disponibilidad y variedad de alimentos. La UE es el primer importador de productos agroalimentarios del mundo, pero también uno de los principales productores, lo que nos permite contar con alimentos en cantidad que, junto con la exigente reglamentación pro-

ductiva de transformación y de seguridad alimentaria, hace que **el consumidor disponga de una variedad de productos amplísima y asequibles para que pueda configurar sus propias dietas.** Sin embargo, hemos comprobado con la guerra de Ucrania, y con el paso del COVID, que la alimentación no se puede dar por sentada y que depende de un equilibrio logístico muy fácil de perturbar, si no ponemos cuidado en lo que hacemos como autoridades públicas.

Aquí llama la atención la propuesta de la Comisión, que muchos han adoptado como

un mantra, de alcanzar en 2030 un 30% de superficie bajo producción ecológica. Pues bien, la evidencia demuestra que la reducción de la productividad en esa superficie estaría entre un 30-40%, ¿estamos seguros de que esto no supondrá presiones en el abastecimiento y asequibilidad de alimentos para la sociedad?

En cuanto a la seguridad de los alimentos, como he dicho anteriormente, **se está extendiendo una especie de idea por la cual una dieta equilibrada solamente puede estar formada por producciones ecológicas.** Evidentemente esto no sólo no es cierto, sino que además no existe evidencia que demuestre que un producto ecológico aporte más o menos que un producto convencional desde el punto de vista de la salud o la nutrición. Recalco aquí que la producción de la UE, ecológica o no, tiene los estándares productivos más exigentes del mundo.

También se ataca al consumo de carne roja, dando a entender que ni es sostenible ni sana, es más, algunos la sitúan a nivel de veneno que mata lentamente. Nada de esto es cierto,



la ganadería **per se** no es insostenible. La proteína animal es clave para aportar todas las vitaminas y nutrientes necesarios para nuestro desarrollo como seres humanos y de lo que se trata es de configurar unas dietas equilibradas, y no tanto de buscar culpables donde no los hay. Además, este verano con los incendios hemos comprobado lo que supone no tener ganadería extensiva y su papel en el mantenimiento del equilibrio de nuestros bosques y paisajes.

Por otro lado, **contamos con un sistema de alerta sanitaria muy avanzado, de hecho, la salubridad de los alimentos en la UE se da por sentada.** Salvo muy contadas excepciones, ningún consumidor acude a una tienda o supermercado con miedo a intoxicarse por un alimento, sea de la gama o calidad que sea. Lo que va más allá es lo que conocemos por calidad diferenciada, que puede estar en el método de producción, elaboración, origen o en algún atributo alimenticio añadido al producto base.

¿Qué puede pasar con el precio de los alimentos?

Y, por último, llegamos a su coste. Hagamos una simple ecuación. Si a la cadena se le exige más a nivel productivo, que son costes, se reduce la producción en la UE fruto de esta estrategia y se depende en mayor medida de las importaciones, sin contar que no hay manera de controlar cómo se produce o, sencillamente, si podemos no tener acceso a determinadas importaciones claves en caso de conflictos bélicos como el de Ucrania, ¿qué puede pasar con el precio de los alimentos? No es muy descabellado pensar que la comida se encarecerá, que es lo que está pasando ahora sin necesidad de aplicar estas estrategias.

En realidad, **la alimentación en la UE es muy económica con relación al nivel de vida, de hecho, en España representa el 15% de la renta media familiar.** Estamos de acuerdo en que la renta media no es la de todos, pero nos hemos acostumbrado a no va-

lorar la comida y cómo se produce, y muchas veces como consumidores la banalizamos y no somos conscientes del esfuerzo y la inversión que hay detrás de cada alimento. Además, las estrategias de las grandes cadenas de distribución apostaron por un modelo de gran volumen y baja rentabilidad, y la PAC, lejos de ser una política para el productor, es una política para que el consumidor obtenga la alimentación en cantidad, calidad y a precios razonables. Si a eso le añadimos que la política de competencia aplicada en la UE responde a que el más barato es el más eficiente, hemos creado una cadena agroalimentaria que no genera valor, donde toda innovación, mejora de la eficiencia o avance medioambiental, no haya generado valor del producto, sino que el coste ha sido pagado por el mismo de siempre, el productor.

Muchas veces como consumidores no somos conscientes del esfuerzo y la inversión que hay detrás de cada alimento

Cambios en el modelo productivo

Dicho esto, no queremos decir que no debemos avanzar en conseguir una producción y una cadena más sostenible medioambientalmente. Pero sí decimos que no será posible si no hay coherencias entre las diferentes políticas que en ocasiones se contradicen o se contrarrestan, como la comercial y la ambiental. Si tampoco se tienen en cuenta los aspectos económicos y sociales de cambiar un modelo productivo a golpe de reglamento, sin contar con los costes y su impacto en la

Conseguir una producción y una cadena más sostenible medioambientalmente no será posible si no hay coherencia entre las diferentes políticas, comercial y ambiental

producción de alimentos para nuestra sociedad.

La paradoja es que este sistema elimina del modelo a las pequeñas y medianas explotaciones, que se ahogan en costes que el mercado no paga, lo que originará una alimentación más cara y, por último, pondrá en peligro el abastecimiento de alimentos en cantidad y calidad suficientes.

Tenemos la obligación de responder al cómo aplicar estas estrategias, sabiendo que hay que respetar el abanico de opciones que la evidencia científica adopta; dejar tiempo suficiente para que la producción se adapte, sin imponer medidas que no tengan alternativas viables; financiar las inversiones con dinero público, porque la mayor parte de estos

avances medioambientales no son valorados ni pagados por el mercado, y la producción de alimentos es un sector económico que vive de la rentabilidad; e invertir en desarrollar una cadena que genere valor en todos sus eslabones, para procurar que sigan existiendo agricultores y ganaderos en el campo, y no sólo fondos de inversión.

Las cooperativas agroalimentarias hemos estado y estaremos ahí para ayudar a los productores en todas las innovaciones y adaptaciones que por sí mismos no pueda conseguir

Las cooperativas agroalimentarias sabemos que hemos estado y estaremos ahí para los productores, para ayudarles en todas aquellas innovaciones y adaptaciones que por sí mismos, el agricultor o el ganadero no pueda conseguir. Para que sigan siendo rentables en el mercado, porque sin rentabilidad no hay futuro ni inversión. Para que aprovechen los nuevos mercados energéticos, de bioeconomía, de otras actividades económicas. Para que tengan un asesor profesional integrado en su estrategia empresarial a largo plazo, y no sólo un asesoramiento en parte.

Pero también haciendo pedagogía hacia la sociedad, que entienda que **un campo ocupado y bien trabajado es garantía de sostenibilidad medioambiental, económica y social**. No habrá producción alimentaria sostenible medioambientalmente sin agricultores y ganaderos en el campo, sin agricultura familiar y, por tanto, tampoco garantía de dietas saludables y asequibles para toda la sociedad en el futuro, que además no solo depende de una oferta de alimentos, sino también de una buena formación e información al consumidor.

Creemos firmemente en un futuro más sostenible, pero este camino no se puede hacer con una comunicación en contra de quien la tiene que producir, porque **el sector productor es garante del éxito de las estrategias y, por ende, de la producción de una dieta saludable y segura para toda la sociedad**.

Videos de interés:

Video Cooperativas sostenibles <https://youtu.be/OUOv6UiEQI4>

Video Sostenibilidad <https://youtu.be/Zkn4spKNFZU>

Video Compromiso social <https://youtu.be/EUNImf3bJ34>

 agro-alimentarias.coop

 facebook.com/CoopsAgroES

 twitter.com/CoopsAgroES



Cinta Bosch Montañés
 Gerente de sostenibilidad.
 Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC)

AECOC

El compromiso irrenunciable con la sostenibilidad

Hay cambios que han llegado para quedarse y, como consumidores, hay tres factores que se repiten dentro de las tendencias que más han crecido durante la pandemia: la digitalización, la preocupación por la salud y la conciencia medioambiental. Aunque el precio y las promociones siguen siendo el factor decisivo a la hora de llenar la cesta de la compra, los estudios muestran que los productos sostenibles siguen al alza y los consumidores premian a las marcas comprometidas. La regulación de estas tendencias conlleva, en algunos casos, riesgos indeseados..

Todos los análisis sobre el comportamiento del consumidor que han aparecido tras la pandemia remarcan la diferencia entre los hábitos adquiridos de manera circunstancial y los que han llegado para quedarse.

Quizás, en los momentos de confinamientos y restricciones más duras optáramos por ir a hacer la compra una sola vez durante la semana, en la tienda más cercana de casa y en el menor tiempo posible, para reducir la posibilidad de contagios. Sin embargo, con el tiempo esta dinámica se ha ido diluyendo hasta volver a los hábitos prepandémicos.

En cambio, nadie duda de que sí hemos cambiado como consumidores y hay tres fac-

tores que se repiten dentro de las tendencias que más han crecido durante la pandemia: la digitalización, la preocupación por la salud y la conciencia medioambiental.

No podemos decir que sean tendencias que hayan aparecido con la pandemia. Si ponemos el foco sobre la sostenibilidad, en 2005 el documental de Al Gore 'Una verdad incómoda', ya puso la preocupación sobre el medio ambiente en el primer plano mediático, y desde la aparición de referentes como Greta Thunberg han convertido esta preocupación en movilización social y hasta

La pandemia ha incrementado la importancia de introducir la sostenibilidad en los hábitos diarios





han hecho fortunas con conceptos como el *ecoshaming*, o la vergüenza de llevar un estilo de vida poco sostenible.

La sostenibilidad en los hábitos diarios

Lo que sí ha hecho la pandemia es incrementar la importancia de la sostenibilidad en la conciencia de los ciudadanos e introducirla en sus hábitos diarios, como puede ser llenar la cesta de la compra.

Las marcas corren el riesgo de quedar en fuera de juego si los consumidores las perciben como no sostenibles

Así lo muestran los datos. Según los últimos barómetros de AECOC Shopperview, el 80% de los consumidores conside-

ra relevantes los temas relacionados con la sostenibilidad y un 37% afirma que hoy se fija más que nunca en las marcas comprometidas con la sociedad.

De hecho, casi la mitad piensa que puede marcar la diferencia a través de sus acciones diarias, y eso en muchos casos en una cesta de la compra es casi una declaración de intenciones en pro de la sostenibilidad y el cuidado del planeta.

Esto tiene repercusiones para las marcas, que corren el riesgo de quedar en fuera de juego si los consumidores las perciben como no sostenibles. De hecho, los datos de AECOC Shopperview revelan que hasta un 44% de los consumidores afirma que ha dejado de comprar productos que no consideran sostenibles.

Compra responsable

Ahora bien, siempre que hablamos de consumidor y de la sostenibilidad es necesario acotar qué entiende el comprador por compra responsable. Los informes muestran que, a la hora de hacer una cesta medioambientalmente sostenible, el comprador se centra en la **reducción de envases, la compra de productos frescos, productos de proximidad y la reducción del desperdicio alimentario.**

Y, del mismo modo que explicábamos que el consumidor castiga a las marcas percibidas como no sostenibles, **cada vez hay más compradores dispuestos a premiar a las empresas comprometidas con el medio ambiente.** Así, hasta siete de cada diez encuestados aseguran que estarían dispuestos a pagar algo más por la compra de productos sostenibles.

Las distorsiones vividas en los últimos dos años, con la eclosión de la pandemia y los

actuales niveles de inflación sin precedentes en tres años, hacen necesario poner un asterisco en este análisis. Si bien es cierto que, en los inicios de la pandemia la sostenibilidad pasó a un segundo término en importancia para el consumidor, la realidad es que hoy **las exigencias medioambientales y la aparición de novedades sostenibles en el lineal están en máximos.**

Por otra parte, el contexto inflacionista no ha interferido en el crecimiento de la sostenibilidad como valor de compra al alza. Es innegable que el precio y las promociones hoy son el primer factor decisivo para los consumidores a la hora de llenar su cesta de la compra. Sin embargo, **los estudios muestran que los indicadores de compra y el ritmo de lanzamientos de productos sostenibles siguen al alza.**

Compromiso de las empresas

Hasta ahora hemos hablado del usuario, pero **la creciente implicación de los consumidores con el cuidado del planeta no tendría efecto sin la implicación de las empresas y las marcas.**

Estamos en un momento de hiperactividad normativa en todos los ámbitos vinculados con la sostenibilidad. Este año hemos vivido la aprobación de la Ley de Residuos y Suelos Contaminados y en los próximos meses deben salir adelante normativas como el Real Decreto Ley de Envases y Residuos de Envases o la Ley de Prevención de las Pérdidas y el Desperdicio Alimentario. Y eso por citar tan solo las de ámbito estatal.

Sin embargo, la realidad es que **el compromiso de las empresas con el cuidado del medio ambiente no tiene que ver con la regulación,**

sino que tiene un histórico de muchos años y con resultados muy destacables.

Así lo muestra la segunda edición del informe 'Estrategias de sostenibilidad en las empresas del Gran Consumo y otros sectores' de AECOC. Solo por citar algunas cifras:

actualmente, el 86,8% de las empresas del sector miden las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) derivadas de su actividad, y el 85,4% ha implementado medidas para minimizar su huella de carbono, logrando un descenso medio de casi el 30%.

El estudio también revela resultados más que notables en aspectos claves como la reducción de los materiales utilizados para envases y embalajes, el uso de energías renovables o la gestión y revalorización de los residuos.

Las empresas y la sociedad están liderando la acción por el clima lo que demuestra que, una vez más, las leyes suelen ir a remolque de la realidad.

Siete de cada diez encuestados aseguran que estarían dispuestos a pagar algo más por la compra de productos sostenibles



Estamos en un momento de hiperactividad normativa en todos los ámbitos vinculados con la sostenibilidad

Todas estas normativas incluyen medidas encaminadas a cumplir con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Una meta compartida por el conjunto de las empresas y de la sociedad. Sin embargo, más allá de fijar objetivos ambiciosos y loables, las leyes deben marcar medidas

que se puedan cumplir y que no generen nuevos riesgos indeseados.

Hacia una economía sostenible

Un ejemplo claro es el amplio consenso que existe con la necesidad de minimizar la generación de residuos y envases. De hecho, el plástico está en el centro de todas las discusiones y normativas medioambientales. Sin embargo, es necesario remarcar el valor de este material como barrera física e inocua de los alimentos, lo que le convierte en un producto difícilmente sustituible en la industria alimentaria, sin generar riesgos para la seguridad de los consumidores.

Otra medida prevista en las nuevas regulaciones para minimizar el uso de envases es la obligatoriedad de destinar un 20% de la superficie de venta de los supermercados a la venta de alimentos a granel. De nuevo, un planteamiento que parece responder al

objetivo marcado, pero cuya aplicación evidencia ineficiencias y riesgos potencialmente superiores a los posibles beneficios. El uso de envases puede alargar hasta 4,5 veces la vida útil de un alimento, por lo que aumentar la venta a granel repercute negativamente en el desperdicio alimentario.

Administración, consumidores y empresas comparten el compromiso innegable en acelerar la transición hacia un modelo social y económico circular. Para lograrlo **es necesario crear un marco de diálogo público-privado que se dote de la experiencia de las compañías en la gestión medioambiental para crear normativas ambiciosas, pero también flexibles y eficaces para avanzar hacia una economía sostenible.**



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Rafael Urrialde de Andrés

Doctor en Ciencias Biológicas. Especialista Universitario en Ciencias Ambientales por la Universidad Complutense de Madrid y Diploma en Nutrición por la Universidad de Granada

Alimentación y sostenibilidad, un binomio que no se debe separar

La relación entre alimentación y sostenibilidad es uno de los aspectos básicos para ayudar a que nuestros comportamientos alimentarios tengan un menor impacto ambiental. Está claro que existe una clara interrelación recurrente, pues ya a finales del siglo XX y principios del siglo XXI algunos expertos en análisis del riesgo, ya empezamos a tener en cuenta los criterios de sostenibilidad en alimentación, sobre todo con la aprobación en la Unión Europea de los primeros organismos modificados genéticamente por transgénesis, el desarrollo legislativo para dar seguridad jurídica a los cultivos y producción de alimentos ecológicos, biológicos u orgánicos. En esos momentos además, se empezaron a desarrollar de forma genérica las normas de la familia ISO 14000, que permiten una certificación de gestión medioambiental, que también debe implantarse en toda la cadena alimentaria para poder dar garantía al consumidor de una mayor sostenibilidad en los procesos.

Pasar de la intención a la acción

La situación del consumidor en veinte años ha cambiado poco, los modelos comportamentales referidos a la incorporación de parámetros de sostenibilidad a la hora de la elección de productos alimenticios son muy distantes entre la percepción y la ejecución. Es lo que se denomina intención y acción, lo que conlleva una valoración diferente en lo que se manifiesta que se pretende comprar y lo que realmente se elige en el acto de compra. Toda la implantación que pensábamos que se produciría en la primera década del siglo XXI se vio frenada rápida y estrepitosamente por la crisis económica iniciada en el año 2008. La realidad es que **para los consumidores primero es la seguridad alimentaria y después el precio del alimento o de la bebida, pasando a segundo y tercer lugar los aspectos de salubre y sostenibilidad.**

Hoy en día en estudios de investigación al consumidor se siguen obteniendo similares re-

sultados entre los criterios que se manifiestan y que se indican por los consumidores y los que se aplican como tal para la elección, pues sigue estando, como ya hemos indicado, muy alejada la intención y la acción. Muy pocos consumidores cambian activamente sus modelos y comportamientos de compra, aunque manifiesten una gran sensibilidad por aspectos relacionados de la sostenibilidad con la alimentación.

Pocos consumidores cambian sus comportamientos de compra aunque manifiesten una gran sensibilidad por la sostenibilidad

Además, quizás por cómo y de qué forma se ha producido toda la información en sostenibilidad, educación ambiental, huella local, sistema de producción, reutilización y reciclado de envases, **el consumidor ha percibido y manifiesta que la responsabilidad es del fabricante, quedando eximido el propio consumidor,** cuando realmente es este último el que tiene la llave para promover los

El consumidor tiene la llave para promover los cambios y que las empresas lo vean como un nuevo modelo de negocio

cambios y que las empresas lo vean como un nuevo modelo de negocio, guiándose por los criterios del consumidor para conocer dónde, cómo y de qué forma deben actuar. Por ello, el consumidor debe pasar claramente de la intención a la acción y que se perciba de forma clara la activación

del consumidor en la acción con los criterios de sostenibilidad y reducción de huella de carbono en toda la cadena alimentaria, de tal forma que se promueva y se provoque el cambio para mejora de la alimentación y la sostenibilidad.

Por este motivo, hay que diferenciar claramente cuatro fases: una primera referida a la producción agrícola, ganadera y pesquera de alimentos; una segunda acerca de la transformación para la elaboración de productos alimenticios; una tercera sobre la distribución y venta de los alimentos y bebidas, a través de grandes, medianos y pequeños establecimientos de distribución alimentaria, así como en la restauración; y por último, una cuarta de reducción del desperdicio y también de

venta a granel junto con retorno de envases, prioritario pero con una reutilización de estos, y reciclado selectivo con cero producción de basura en el medio ambiente, tanto en tierra como en agua: ríos mares y océanos.

Primera fase del cambio: la producción

La producción agrícola, ganadera y pesquera está cambiando durante los últimos 20 años. La reducción, con un enfoque de máximo control y periodo de carencia, de medicamentos de uso veterinario, así como la utilización de pesticidas, herbicidas... son todo un hecho, diferenciándose claramente los aspectos de producción intensiva de la extensiva, sobre todo en la ganadera. Sirva como ejemplo en España el mantenimiento de ecosistemas como la dehesa de Extremadura o de Salamanca, Valle de los Pedroches, Sierra de Aracena y Jabugo, gracias a la producción de bellotas. El último caso es el de castañas para alimentar de forma extensiva al cerdo ibérico, que se utiliza también para alimentar otras especies, sobre todo aves provenientes del centro y norte de Europa que invernan en dichas zonas, aparte de ser un sistema extensivo de producción integrada también para la producción bovina y ovina.





Exactamente ocurre igual con la producción agrícola. **No es lo mismo producir de una forma extensiva con uso máximo de herbicidas y pesticidas, que una gestión de agricultura regenerativa, conservando y mejorando los recursos de los suelos**, utilizándose para la mejora de ecosistemas y de las comunidades de población humana. De esta forma, se puede fortalecer la resiliencia al conflicto y a los choques climáticos y económicos.

Por otro lado, el aumento de nuevas aplicaciones de la biotecnología en el desarrollo de biopesticidas y bioestimulantes está desarrollando, junto con los cambios en la normativa existente, sobre todo en la UE, modificaciones en la forma de la producción agrícola. Pero el consumidor lo debe demandar y exigir, no solo para los alimentos producidos en territorio en la UE, sino también para los que provengan de terceros países. El problema del cambio climático y del impacto ambiental de la cadena alimentaria es a nivel del planeta y no de zonas geográficas específicas. Algunos de estos procesos son ya una realidad aunque con baja implementación: la utilización de ácidos húmicos y materias

orgánicas, la producción de fertilizantes a partir de extractos foliares y líquidos de plantas que actúen como biofactorías, el uso de bioestimulante y aminoácidos, la utilización de productos ecológicos como biopesticidas a partir de extractos botánicos, los correctores biológicos para carencias, tanto fitoquímicas como nutricionales y el uso de bioabonos solubles junto con el desarrollo fúngico para el crecimiento de micorrizas.

Indiscutiblemente, para ello **el consumidor debe valorar el sistema productivo y que el mismo pueda garantizar una renta adecuada y justa a los agricultores**. Además, que provoque una competitividad real, que posibilite reequilibrar toda la cadena alimentaria y ejercer un efecto directo e indirecto sobre el cambio climático protegiendo al medioambiente, los ecosistemas, los paisajes y la biodiversidad. También, provocando una sensibilización y el relevo generacional, además de evitar el despoblamiento de las zonas rurales y man-

El origen debe ser un valor añadido para valorar la huella de carbono y el gasto energético, como aspecto de producción y también de distribución



tener unas áreas dinámicas, que posibiliten y que generen un aumento demográfico. De esta forma, entre todo el sistema, se protegerá la calidad en la cadena alimentaria con un efecto sobre la salud animal, vegetal, ambiental y humana, una visión más amplia del concepto *One Health* actual, que no incluye la salud vegetal de forma individualizada.

Compaginar huella local a todos los niveles debe ser una clara prioridad para los consumidores

Como sostenibilidad en la producción, cada vez más hay que tener en cuenta una visión multifactorial al hablar del uso de plásticos como aspectos de sostenibilidad en la cadena alimentaria. Desde la producción, como puede ser en su uso en invernaderos, que no tiene nada que ver cuando

se utilizan en las zonas del sur de España o de las Islas Canarias, o como se hace en los Países Bajos, pues en ambos casos, se realiza una gestión integrada de los mismos, con un reciclado total. La diferencia sustancial va a residir en el gasto del uso de combustibles fósiles para lograr mantener temperaturas entre 20-25°C o el no uso, por temperaturas adecuadas mantenidas por acción del sol. El impacto ambiental cambia sustancialmente si se tiene en cuenta el uso de combustibles

fósiles o del sol, para lograr mantener los 20-25°C óptimos para el crecimiento de las plantas, tanto si son ornamentales como productoras de frutas y verduras. Por eso, hay que lograr que el 100 por 100 de los plásticos de los invernaderos se reciclen. De esta forma, el impacto ambiental de este tipo de producción será mucho menor que el del centro y noroccidente de Europa, siendo por tanto más sostenible la producción.

Segunda fase: la transformación para la elaboración

En este caso los criterios más importantes tienen que ser la utilización de materias primas y envases que permitan una mejor sostenibilidad del producto alimenticio. Quizás en este caso la primera dicotomía es entre la alimentación sostenible y la saludable. Los envases grandes familiares serían mucho más sostenibles, mientras que los envases pequeños, o los que son en porciones, sin adecuarse a las raciones, serían menos sostenibles. En cambio, entrarían más en el campo del valor nutricional más saludable por una menor porción de consumo de alimento y de ingesta de macronutrientes críticos. Desde el mundo de la nutrición, e incluso de las empresas alimentarias por rentabilidad, se prefieren envases pequeños cuyas porciones se adapten a las raciones de ingesta o incluso con valores más bajos, lo que posibilitaría un consumo mucho más adecuado. En cambio, la producción de tantos envases pequeños es mucho menos sostenible medioambientalmente. Por ejemplo, no es lo mismo producir un envase, una etiqueta y un tapón para una botella de 2 litros, que producir 10 botellas, 10 etiquetas y 10 tapones para botellas de 200 ml. La cantidad final es la misma, la resolución nutricional en envase pequeño es la adecuada, pero mucho menos sostenible. **Probablemente hay**

que ir hacia una situación de equilibrio, envases grandes y familiares y gestión racional por parte del consumidor de las porciones adaptadas a las raciones a partir de educación alimentaria y nutricional.

Por otro lado, en este caso, el cambio promovido desde el consumidor debe generar una modificación en tanto en los contenidos de los productos alimenticios. El origen, sobre todo a nivel de Comunidad Autónoma y Región, debe ser un valor añadido a tener cada vez más en cuenta. Debe ser prioritario para poder valorar la huella de carbono y el gasto energético, no solo como aspecto de producción sino también de distribución. En muchas ocasiones, las empresas de transformación, algo muy poco comprensible a nivel rendimiento económico y de sostenibilidad, están muy alejadas de los centros o zonas de producción primaria. Esto implica grandes desplazamientos y gastos de energía por la combustión de combustibles fósiles, para transportar la materia prima a los centros de transformación.

Además, la internacionalización está provocando también grandes gastos energéticos, frente a lo que ocurría hace 50-100 años en la distribución y venta de alimentos, que era totalmente local. Ahora la competencia mu-

chas veces es a nivel económico por costes más baratos de mano de obra. Por eso los productos de terceros países entran en el mercado de la UE desplazando a los de producción local y a los usados históricamente en las dietas de las poblaciones locales. En cambio, **el coste medio ambiental y de sostenibilidad de**

traer productos de distancias tan alejadas, así como los sistemas de superproducción que se aplican en esos países, tanto en forma como en el modo, generan un altísimo impacto ambiental que el consumidor no es capaz de tener en cuenta, porque el precio prima más que la sostenibilidad.

La sostenibilidad debe ser de ámbito circular y tener en cuenta el mayor número de parámetros posibles que generen un menor impacto ambiental

Tercera fase: la distribución y venta

La sostenibilidad a través de huella local es prioritaria para la reducción de la huella de carbono, no solo en la distribución alimentaria, sino también en la del uso del automóvil en la compra de los alimentos y bebidas, aparte de reducir la compra por impulso y sobrecargar la cesta de la compra.

Compaginar huella local, a todos los nive-



Uno de los aspectos en los que el consumidor puede influir más en la sostenibilidad alimentaria es en la reducción del desperdicio alimentario

les, no solo de establecimiento sino de identificación del origen local, regional o provincial, de los alimentos y bebidas, debe ser una clara prioridad para los consumidores. Muchas veces la huella local solo se interpreta como producto, también se tiene que valorar como establecimiento, de tal forma que aparte de un menor impacto ambiental, permite una solución de cercanía

para toda la gestión integrada de envases. Además se da la posibilidad de invertir económicamente en empresas y establecimientos de la zona, incluso de potenciar y rentabilizar la producción agrícola, ganadera y pesquera, si es el caso, de proximidad.

A su vez, **una compra por proximidad y con huella local, permite una mayor racionalización del acto de compra, y reducir y eliminar alimentos y bebidas que deberían ser de compra muy ocasional.** Por otro lado, muchas veces se ha puesto el foco en la sostenibilidad únicamente en los alimentos y bebidas que forman parte de la cesta de la compra, cuando la sostenibilidad debe ser de ámbito circular. Debe tener en cuenta el mayor número de parámetros posibles que generen un menor impacto ambiental, donde además, **los productos alimenticios menos elaborados van a tener una menor huella de carbono si los ingredientes que los componen también son de cercanía y, además, son respetuosos con el medio ambiente.** El enfoque de la sostenibilidad de los alimentos y bebidas debe ser evaluado caso por caso y circunstancia por circunstancia.

Lo que **no tiene sentido en este momento son producciones intensivas agresivas con el medio ambiente, uso desmesurado de pesticidas**

y herbicidas en la producción agrícola, distribución de alimentos y bebidas desde terceros países muy lejanos de nosotros y que ya tienen una elevadísima implantación en el mercado nacional, siendo alimentos y bebidas que si no se conoce el origen, pueden hacer pensar al consumidor que forman parte de nuestra alimentación tradicional, acervo culinario y modelo de comportamiento alimentario, interpretándose que pueden ser de la localidad. Probablemente, si no se lee la etiqueta, se desconozca que se han producido o elaborado a miles de kilómetros de distancia del punto de transformación y/o venta.

Cuarta fase: el desperdicio alimentario

Uno de los aspectos en los que el consumidor puede influir más en la sostenibilidad alimentaria es en la reducción del desperdicio alimentario, intentando utilizar con diferentes fines culinarios la mayor cantidad posible de los alimentos y bebidas comprados. Esto pasa por empezar a generar una concienciación y una educación culinaria, que permita el máximo aprovechamiento de todos los alimentos en su conjunto. **La eliminación de la existencia de desperdicio alimentario es una utopía, pero reducir ese 20% en el que se cifra hoy en el hogar, hasta cifras cercanas al 5-10%, puede ser un objetivo alcanzable,** teniendo en cuenta que en el desperdicio alimentario están tanto los desperdicios a la hora de preparar culinariamente los alimentos, como las sobras por exceso de preparación y no consumo, máxime cuando muchos hogares son unifamiliares o de pocos miembros, como mucho dos o tres por familia.

Otro objetivo debe ser la compra a granel para una mejor adaptación de lo que se adquiere, tanto de cantidad como de calidad, lo que además generaría una mejor gestión



de las raciones consumidas y un menor desperdicio, así como un uso racional de envases. Otro de los aspectos para tener en cuenta es racionalizar la compra de productos en refrigeración, pues el coste económico de la distribución en frío es mucho más alto que a temperatura ambiente, sobre todo en lo referido a productos que con igual valor nutricional y organoléptico coexisten en frío y a temperatura ambiente. También ocurre con la moda de frutas y verduras peladas y troceadas, que se venden en frío, simplemente por comodidad, siendo un aspecto que va en contra de la sostenibilidad.

El consumidor debe tener la mayor cantidad de información a la hora de la toma de decisión de la compra de un alimento o una bebida y estar empoderado para poder ejercer influencia en todos los aspectos relacionados con la alimentación, desde las 6s conceptuadas desde el congreso de la Sociedad Española de Nutrición (SEÑ) en Barcelona: **segura, saludable, sostenible, satisfactoria, social y solidaria**. En el caso de alimentación sostenible, como indica su propio concepto que la define: “en todo el pro-

ceso de producción alimentaria, de industria, de distribución y de consumo, se tienen que tomar las medidas necesarias para reducir la contaminación atmosférica, de las aguas y de los ecosistemas, así como para evitar la sobreexplotación de los recursos naturales. Por tanto, resulta necesario valorar la huella de carbono en la producción y distribución de alimentos y bebidas, junto con los valores de reciclado y de retorno de los envases, etiquetas y embalajes de los alimentos y bebidas. Primar la economía circular en el sector alimentario y de bebidas”.

La compra a granel generaría mejor gestión de las raciones consumidas, menor desperdicio y un uso racional de envases

A su vez, también teniendo en cuenta la recomendación que se hace desde instituciones de la UE, incluso recogido en la legislación de derecho alimentario, e **incluyendo por mi parte la moderación de consumo**, es recomendable que la alimentación esté basada en una dieta variada, moderada y equilibrada, así como un estilo de vida saludable.

 twitter.com/RUrralde_PhD

 es.linkedin.com/in/rafaelurralde



edita:

Confederación Española
de Cooperativas
de Consumidores
y Usuarios



**HISPA
COOP**

Quintana, 1. 2º. 28008 Madrid · T: 915 930 935
hispaceop@hispaceop.es · www.hispaceop.es



MINISTERIO
DE CONSUMO

El programa ha sido subvencionado por el Ministerio de Consumo,
siendo su contenido responsabilidad exclusiva de la organización beneficiaria.