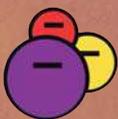
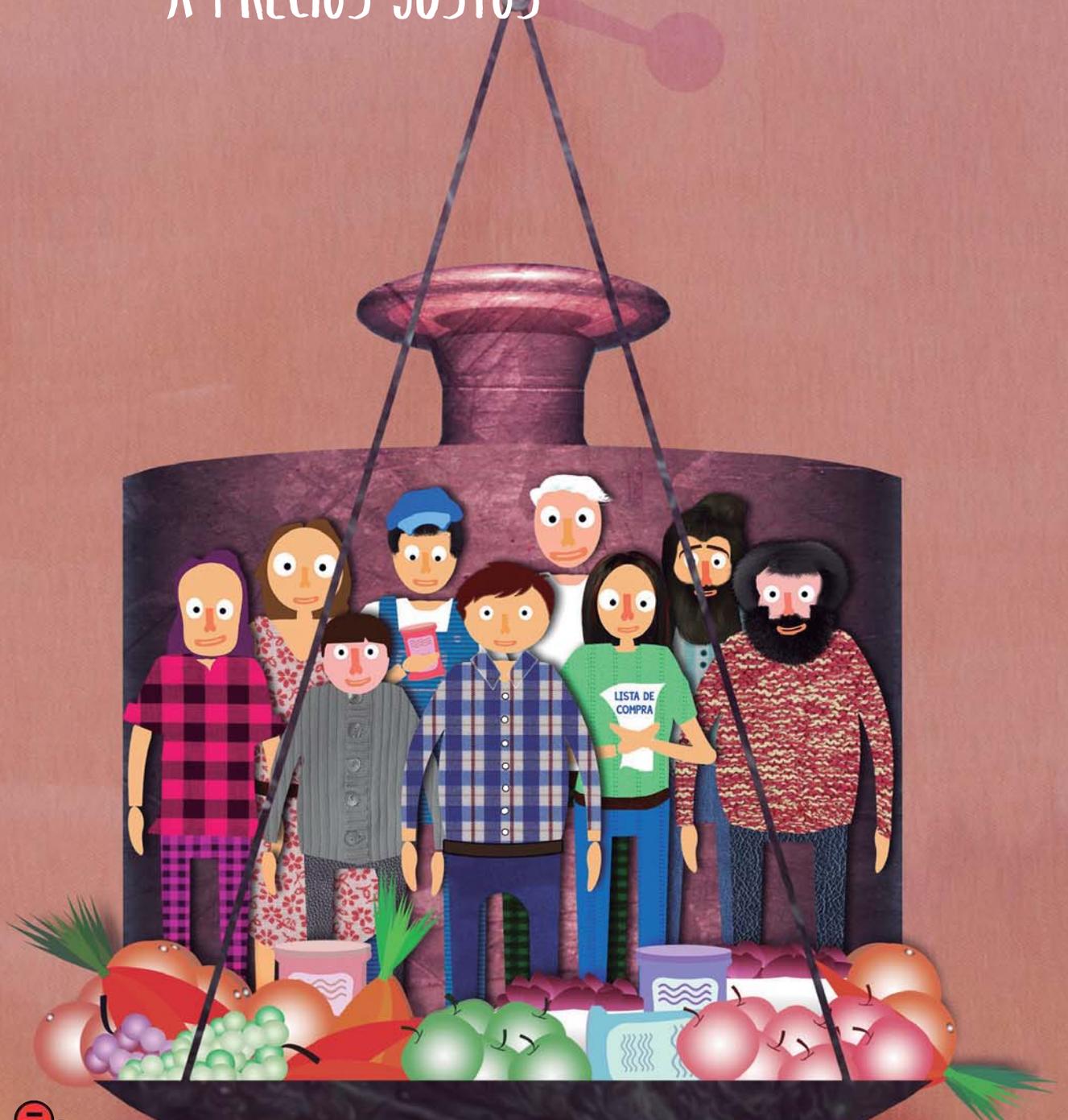


CONSUMIR BIEN PARA VIVIR MEJOR

ALIMENTACIÓN DE CALIDAD A PRECIOS JUSTOS



ADICAE

Consumidores críticos,
responsables y solidarios

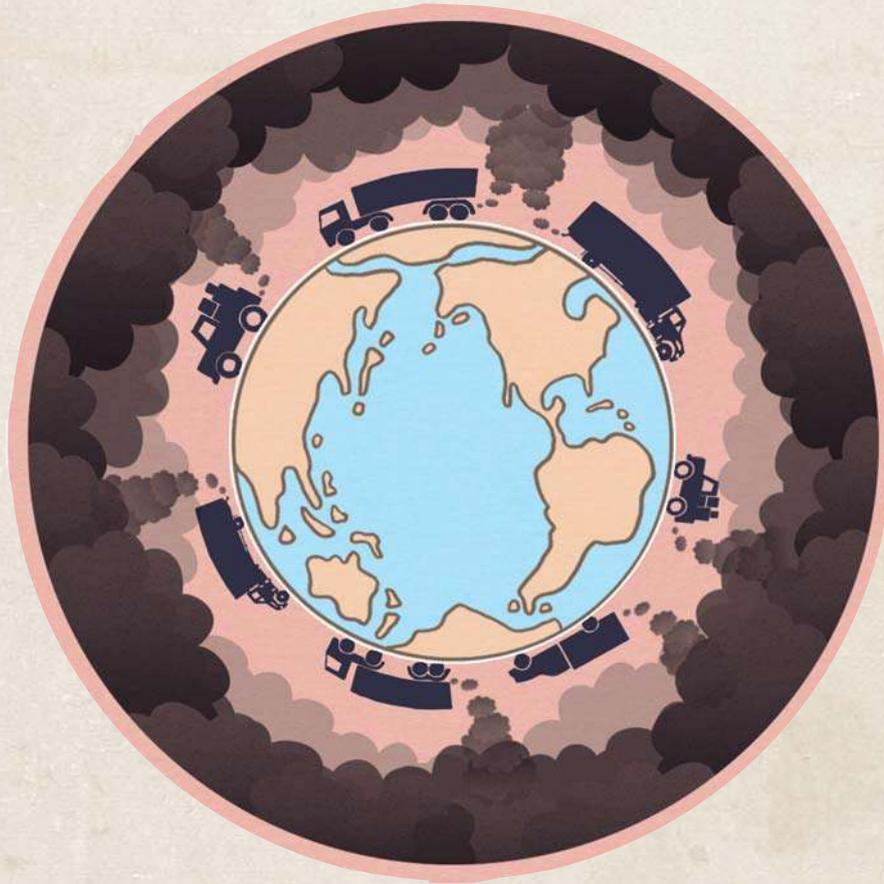


MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD

aecosan

agencia española de consumo, seguridad alimentaria y nutrición

Con el apoyo del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
Su contenido es responsabilidad exclusiva de la Asociación.



EDITA:

ADICAE, Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros
Servicios Centrales
C/ Gavín, 12, local. 50001 Zaragoza
Tel. 976 39 00 60
e-mail: aicar.adicae@adicae.net
www.adicae.net

CON EL APOYO DE:

AGENCIA ESPAÑOLA DE CONSUMO,
SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN

DEPOSITO LEGAL:

Z-1686-2015

ÍNDICE

QUÉ DEBEMOS COMER, Y QUÉ COMEMOS REALMENTE	5
ALIMENTACIÓN A PRECIO JUSTO	13
¿POR QUÉ CONSUMIR PRODUCTOS DE TEMPORADA?	23
DESPILFARRO Y REDUCCIÓN DE DESPERDICIOS	27
ETIQUETADO DE ALIMENTOS	35
CONSUMO CONSCIENTE	43

SOSTENIBILIDAD Y SENTIDO CRÍTICO EN EL CONSUMO DE ALIMENTOS

El mundo es capaz de producir todos los años alimento suficiente para 12.000 millones de personas, un 50% más de la población actual de La Tierra. Sin embargo, entre 800 y 1.000 millones de habitantes del planeta sufren de manera cotidiana los rigores de las hambrunas y la desnutrición, y un número similar están sometidos a restricciones, no pueden acceder a una dieta completa y variada y sufren lo que los expertos llaman ‘malnutrición’, tramposo y desmovilizador concepto que se refiere a “comer mal”, no a morir de hambre.

La dieta de la crisis marca la pauta de multitud de hogares, que están sustituyendo raciones indispensables de verduras, frutas y legumbres por exceso de hidratos de carbono y azúcares. Alimentos básicos como los lácteos o la carne están sufriendo un descenso de consumo que se configura como un fenómeno inquietante, muy cercano y que sólo podrá revertirse mediante una actitud crítica, responsable y solidaria de los consumidores, una respuesta colectiva hacia la sostenibilidad en la alimentación, una vigilancia plena que permita a todos tener un acceso a precio justo a una dieta saludable.



Este cuadernillo pretende ser una herramienta que sirva para ayudar a los consumidores en su camino hacia este objetivo. A través de datos y recursos de fuentes oficiales como el INE, la Aecosan y el Ministerio de Agricultura, y de forma didáctica a través de gráficas e ilustraciones, se quiere responder a la pregunta sobre qué es la alimentación sostenible. Pero, sobre todo, busca señalar qué podemos y debemos hacer los consumidores para tener acceso a esa alimentación sostenible y saludable en condiciones justas y razonables. El objetivo, caminar hacia un empoderamiento alimentario que compense los intereses no siempre limpios de los agentes económicos implicados en este mercado, en su mayor parte grandes empresas que controlan más de la mitad de la oferta de alimentos y un porcentaje mayoritario de su distribución.



QUÉ DEBEMOS COMER, Y QUÉ COMEMOS REALMENTE



Nuestra dieta ha variado, a peor; verduras y frutas de temporada son sustituidas por productos elaborados, congelados... Carnes y pescados frescos son apartados de nuestros platos por elaboraciones procesadas llenas de aditivos, conservantes, aromas... La falta de tiempo está detrás de buena parte de este cambio en nuestros hábitos, pero ha sido la crisis la que ha apuntillado la dieta mediterránea. Los hogares españoles gastaron en el año 2014 un 10% menos de dinero en alimentación respecto a lo que invertían en 2008.

Eso ha tenido un efecto inmediato sobre nuestra dieta; como los distribuidores apenas han variado un ápice su estrategia de comercialización (sólo se limitan a vender raciones más pequeñas a cambio de una mínima rebaja de precio en absoluto proporcional, o lanzan descuentos por caducidad) somos los consumidores los que nos vemos obligados a comer peor. Y, en muchísimos casos, menos.

QUÉ HAY QUE COMER, QUÉ COMEMOS EN REALIDAD

GASTO MEDIO POR HOGAR EN ALIMENTOS

UNIDADES: EUROS.

TABLA	TOTAL
	PRODUCTOS ALIMENTICIOS
GASTO MEDIO POR HOGAR	
2014	3.739,92
2013	3.806,65
2012	3.842,44
2011	3.850,05
2010	3.898,57
2009	4.014,13
2008	4.266,79
2007	4.165,61
2006	4.029,87

Guías, folletos, artículos, intervenciones de expertos en alimentación saludable ponen negro sobre blanco cuáles deben ser las cantidades óptimas que los consumidores deben ingerir con respecto a diferentes tipos de alimentos, con el objetivo de implementar un menú saludable que incluya los nutrientes básicos para nuestra salud a través de los alimentos más sencillos y habituales de los que disponemos. Se aconseja, por lo pronto, comer al menos casi medio kilo de verduras y otro tanto de frutas todos los días.

Fuente: INE

EL 'DESTIERRO' DE LA FRUTA

¿Lo hacemos? Ya en 2010, al comienzo de la crisis, la cantidad de fruta consumida por persona se quedó en 77 kilos, esto es, apenas 210 gramos por persona al día, menos de la mitad de lo recomendado; nuestros hábitos ya habían cambiado, la fruta ocupaba cada vez menos hueco en nuestro menú. Pero resulta que cinco años después, con la crisis en plena efervescencia, el consumo de fruta aún es menor; la encuesta de Presupuestos Familiares del INE lo estima en apenas 71 kilos por persona en 2014, 195 gramos al día. Una pieza de fruta. Si se puede.

En este sentido, entre 2008 y 2014 el consumo de cítricos y plátanos, especialmente en temporada, aguanta el tipo (entendido como un descenso de consumo menor de un 10%), mientras que frutas como las manzanas o las peras, de fuerte tradición en buena parte de España, han reducido su consumo total un 25% desde el inicio de la crisis.



La situación con respecto a la verdura no es mucho mejor. Los expertos recomiendan al menos medio kilo de verduras y hortalizas todos los días. Esto es, al menos 180 kilos de verdura al año por persona. No llegamos ni de lejos. Ni en 2010, cuando el consumo por persona se quedó en menos de 50 kilos, ni por supuesto en 2014, cuando ese consumo por persona se quedó en poco más de 48 kilos. Los españoles consumimos, de media, 130 gramos de verdura y hortaliza cada día. Esto es, entre ensaladas, judías verdes, coles, acelgas, pimientos, guisantes, calabacín y berenjena, purés... 130 gramos al día. Cuestión de tiempo, y de dinero también.

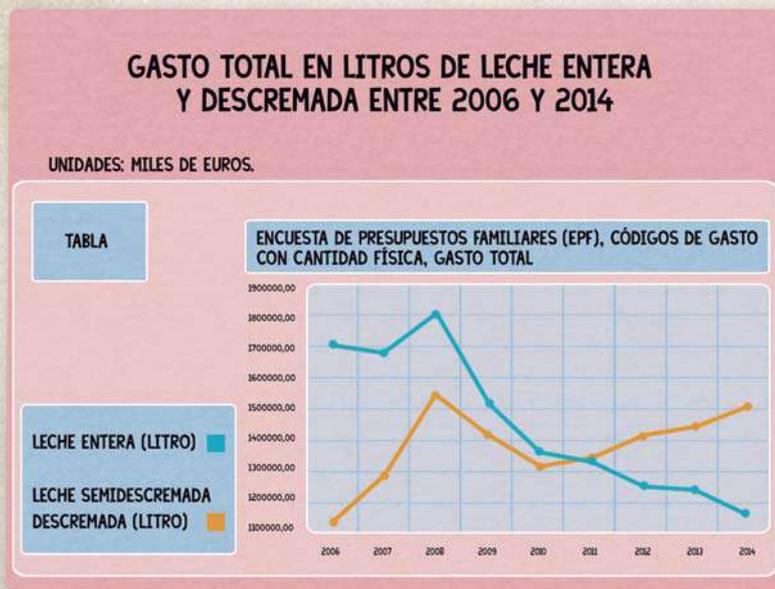
En este sentido, las verduras de tallo y hoja se llevan la peor parte. Espárragos, apio, acelga, espinacas... La cantidad consumida por hogar ha caído un 20% desde que comenzó la crisis económica. Aguantan algo mejor las hortalizas de fruto, tomates, berenjenas, calabacines... cuyo consumo ha aumentado un 4%, más o menos el mismo porcentaje que ha descendido el consumo de verduras congeladas. A nivel global, mal dato, eso sí, con la esperanza de que las hortalizas de temporada parece que ayudan al menos a no desterrar la verdura de nuestro menú.

**Comemos la mitad de
fruta y verdura de la que
necesitaríamos para una
dieta saludable**

LECHE AGUADA

Sin embargo, es en los lácteos donde el efecto directo de la crisis económica se observa con más transparencia. La leche no precisa elaboración, los lácteos vienen cocinados y elaborados, listos para comer y beber. Beber leche y comer lácteos no es cuestión de tiempo, sino de dinero. Y el descenso en el consumo de productos lácteos entre los consumidores españoles es dramático.

En el año 2008 cada español bebió 80,5 litros de leche y comió 26 kilos de lácteos. No llega al medio litro de leche diaria recomendada por los expertos, pero suponía una cantidad adecuada y equilibrada, alrededor de un vaso de leche al día y un trozo de queso, o un yogur... En 2014, en pleno tsunami financiero, el consumo de leche se redujo a 73 litros por persona, casi un 10% menos. Y el de lácteos, otro tanto, baja a 23 kilos al año.



Los hogares españoles consumen un 25% menos de leche entera desde el año 2008, y el aumento del consumo de desnatadas y semidesnatadas, apenas un 5%, no compensa ni el dato anterior ni la reducción de otro 20% adicional en el consumo de yogures y leches fermentadas. Con los huevos, por cierto, pasa algo diferente. Ha bajado su consumo, sí, pero de una manera mucho menos acusada.

Fuente: INE



El consumo de lácteos ha descendido un 10% global desde el inicio de la crisis

EL PESO DE LA CARNE Y EL PESCADO

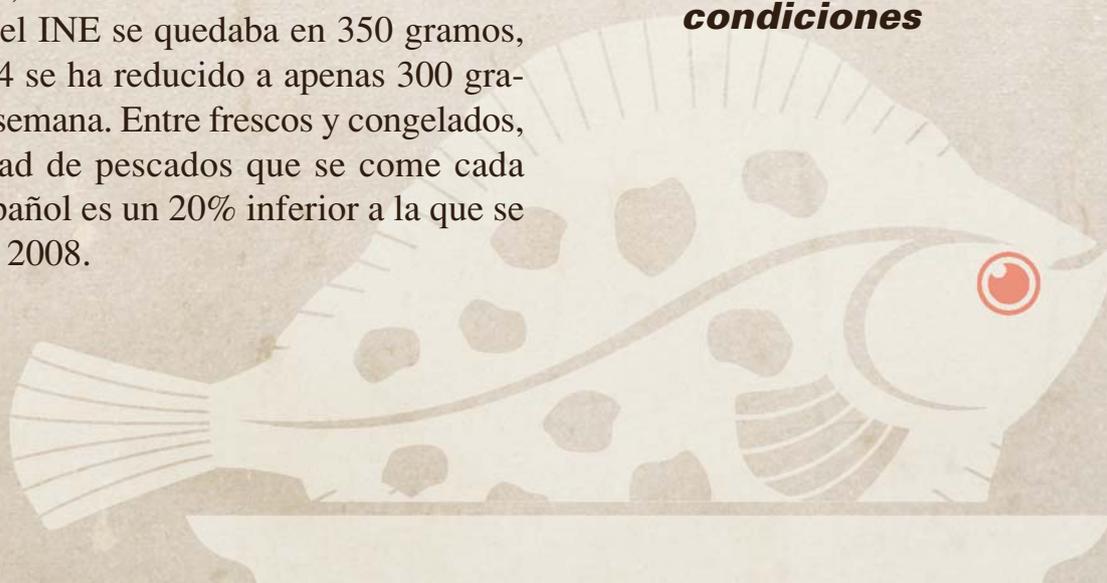
Cuando hablamos de dieta saludable solemos prestar poca atención a la ingesta de proteína, otorgamos un matiz despectivo a las carnes y sus derivados, pensamos que mediterráneo es casi sinónimo de vegetal, y no es así. La dieta mediterránea es, sobre todo, una dieta variada, que incluye esa filosofía del comer de todo en cantidades moderadas. Y ese todo incluye carne, el otro de los grandes artículos alimentarios cuyo consumo se ha visto altamente afectado por la evolución de la crisis. El propio Instituto Nacional de Estadística reconoce que casi un tercio de las familias españolas no puede comer carne, de ningún tipo, al menos una vez cada dos días; ésta es la cantidad recomendada por Sanidad, alrededor de medio kilo de carne a la semana por persona. 15 millones de españoles no llegan a ello.

Y otros muchos han visto cómo su dieta de carnes ha menguado ostensiblemente. En 2008 cada español se comió cerca de 57 kilos de carne, alrededor de 155 gramos cada día, un filete de ternera o dos de pechugas de pollo. En 2014 este consumo medio de carne ha bajado un diez por ciento, se queda en 52 kilos por persona, 140 gramos al día.

Desglosado por tipos de carne, se ve que el pollo sostiene la proteína animal en España. Más de la mitad de la carne que se come aquí es de ave, y su consumo por hogar desde la crisis sólo cae un 1%. No ocurre lo mismo con el resto de carnes; porcino, ternera, cordero... En todas ellas la cantidad consumida ha caído más de un 25% en seis años.

El panorama en cuanto al pescado es idéntico. Se recomienda medio kilo de pescado a la semana; en 2008 el consumo medio calculado por el INE se quedaba en 350 gramos, y en 2014 se ha reducido a apenas 300 gramos a la semana. Entre frescos y congelados, la cantidad de pescados que se come cada hogar español es un 20% inferior a la que se servía en 2008.

Mantenemos a duras penas la ingesta de fruta y verdura, y nos vemos obligados a reducir carnes y pescados. Y son las partes más vulnerables de la sociedad los que más problemas están teniendo para nutrirse en condiciones



PAN, PASTA, ARROZ, PATATAS; LA DIETA DE LA CRISIS

La dieta de la crisis consiste en convertir en ingrediente básico del menú familiar aquel producto que asegure un precio por kilo más económico y sirva, básicamente, para llenar el estómago con menos gasto. Es la consecuencia directa de un hábito que, y así lo reconocen consultoras y expertos en consumo, está ya interiorizado en los hogares españoles desde el inicio de la crisis, y que implica que continúa la tendencia a gastar menos en alimentación.

Cuatro son las columnas fundamentales de esta dieta de la crisis: pan, pasta, arroz y patatas. Y sabemos que son las columnas básicas de esta dieta de la crisis porque su consumo ha permanecido apenas variado desde que comenzó la recesión y hasta ahora. Arroz: seis kilos al año por persona. Pan, entre 45 y 48 kilos persona/año. Pastas, cinco kilos al año. Patatas, entre 28 y 30 kilos por persona al año. Invariablemente, entre 2006, año de bonanza, y 2014, año de su puesta salida de la crisis.

Lo que significa que estos cuatro ingredientes están absolutamente implantados en nuestra dieta cotidiana, son sencillos de encontrar, rápidos de preparar, y con un precio por kilo que sufre fluctuaciones, en buena medida causadas por las malas prácticas especulativas de las multinacionales alimentarias, pero que aún permanece accesible para la gran mayoría de los consumidores. ¿Deben ser tan prioritarios? De arroz comemos, dice el INE, alrededor de 120 gramos semanales, que es algo menos de las dos raciones que recomienda Sanidad. Y de pasta, parecido, 100 gramos a la semana cuando se recomienda alrededor del doble.

En el pan y la patata es donde se nos va la cosa un poco de las manos. Prácticamente nos comemos un kilo de pan a la semana, el equivalente a entre tres y cinco barras, una cantidad que muestra hasta qué punto es ingrediente básico de nuestra dieta y cómo está sirviendo de sustituto sobre todo en comidas a horas intermedias en las que se recomienda mejor fruta o algún lácteo.

Estamos sustituyendo lácteos y verduras por cereales y pastas, y hemos reducido sobremanera el consumo de carnes y pescados

Si sumamos todos los cereales, estamos por encima de las cuatro raciones recomendadas. Con respecto a la patata, la estadística dice que cada español ingiere algo más de 600 gramos de patatas a la semana, casi cien gramos al día. Carne de pollo, menos legumbre de la debida y alguna fruta de temporada a precio de saldo completan esta dieta de la crisis, un sucedáneo de dieta mediterránea adaptada al depauperado bolsillo de los consumidores, que han perdido un 10% de su renta disponible, de media, desde 2008.

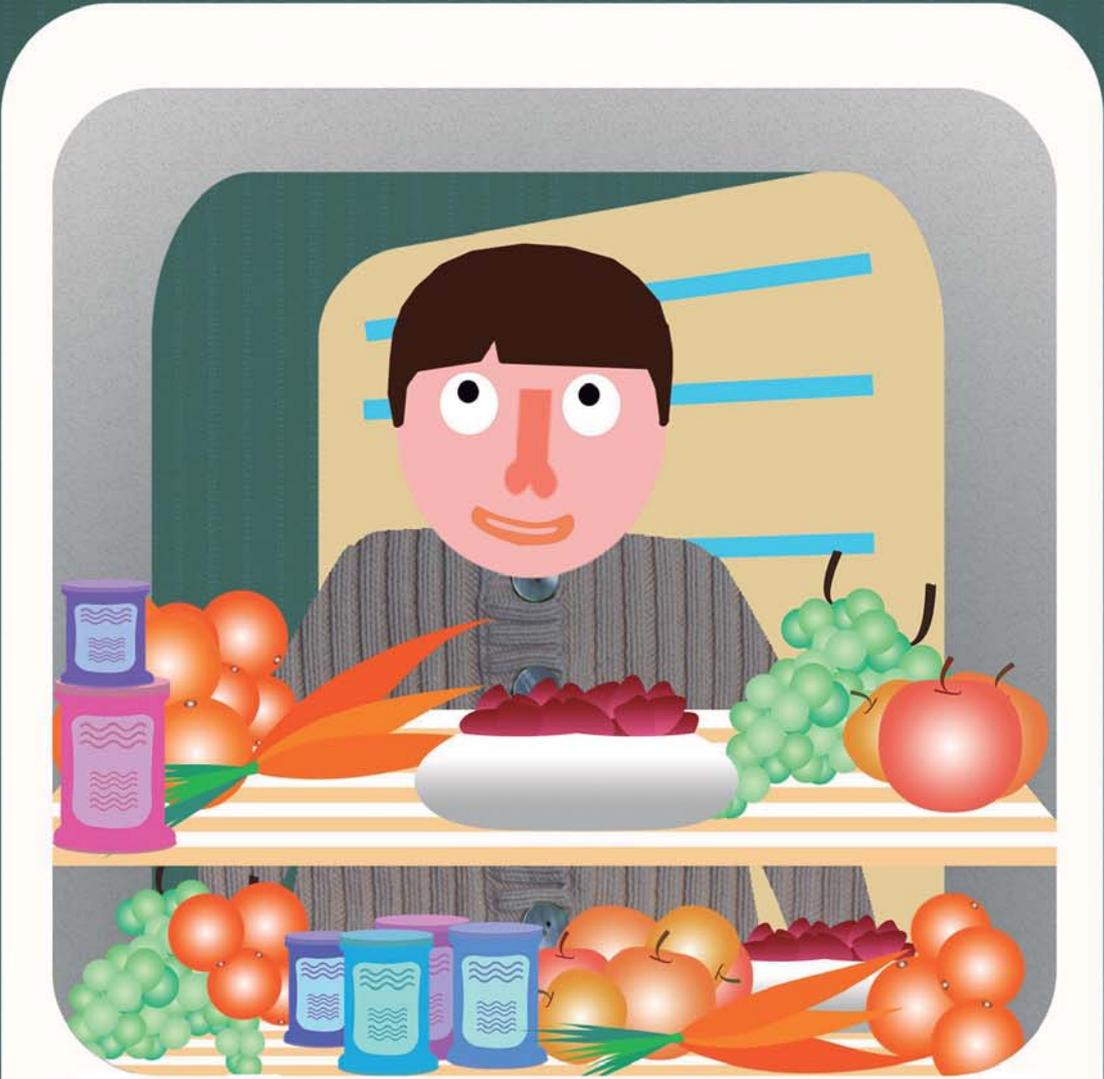
CONCLUSIONES



Vemos que las costumbres alimentarias de los consumidores se alejan de lo saludable. Las prácticas oligárquicas de las empresas alimentarias, combinadas con la crisis están ocasionando un efecto pernicioso sobre la dieta de los consumidores. A los que, además, se conquista y atrae con diseño, márketing y control de oferta que les induce a picar con los alimentos menos recomendables, dulces, bollería industrial:

Confituras, mermeladas, chocolates, helados... Su consumo ha aumentado en estos años de crisis un 10% por ciento, pasando de diez kilos por persona y año en 2006 a algo más de once kilos en 2014. Aquí no hablamos de tiempo, ni de dinero; éste es el símbolo de un modelo de consumo insostenible. Colorido y envoltorios atrayentes para comer lo máximo posible de aquello que debería ser ocasional en nuestra dieta.

Podemos culpar de esta negativa evolución de nuestros hábitos alimentarios a la crisis o a la falta de tiempo. Datos hemos visto para avalar esta tesis, y debemos ponernos del lado del consumidor para atacar las causas de este problema y proponer soluciones. Pero cuando sustituimos verduras y leche por bollería industrial y chucherías, la solución está en conocer mejor las recomendaciones para una buena dieta, tratar de seguirlas y ser plenamente conscientes de lo que compramos.



ALIMENTACIÓN A PRECIO JUSTO



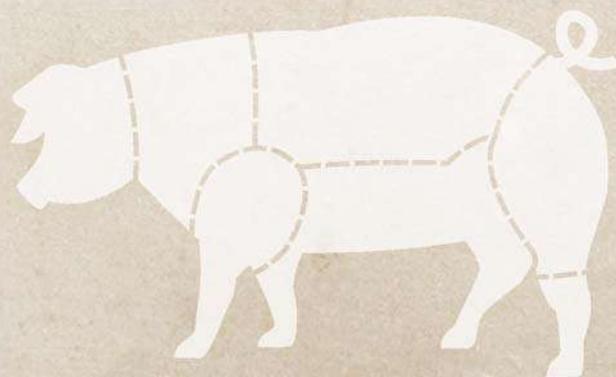
Gastamos menos en comida, y comemos peor. ¿Hay soluciones? En este capítulo avanzaremos algún truco para optimizar nuestra cesta de la compra en su conjunto. La alimentación de temporada permite un doble objetivo: ser más sostenibles y comer mejor a buen precio. Es producto estrella en el pequeño comercio y optimiza nuestra cartera acercándonos a ese objetivo que detallamos; una alimentación sostenible, saludable, y a un precio justo y razonable.

Y, además, hablaremos de cómo adoptar una postura crítica y vigilante en nuestros hábitos de consumo a nivel general. Veremos cómo a través de la optimización de gastos fijos básicos, fundamentalmente vivienda, energía, transporte, servicios bancarios, etc. obtendremos recursos que podemos destinar a una mejor alimentación y también, por qué no, al ahorro. La cesta de la compra empieza a planificarse desde la factura de la luz, el gas, el teléfono o las comisiones de nuestra cuenta corriente.

ENCARECIMIENTO DE LA GRANJA A LA MESA

El precio justo y razonable de los alimentos, por desgracia, no siempre se consigue; en numerosas ocasiones encontramos un encarecimiento incomprensible de numerosos artículos que son de primera necesidad. Desde hace ya años, los alimentos se encarecen de media entre tres y cuatro veces desde que son adquiridos a los productores hasta que son puestos a disposición de los consumidores. Una cadena de intermediarios que cada vez está controlada por menos manos, las de los grandes distribuidores de alimentación, está detrás de este fenómeno.

Mediciones oficiales del pasado mes de septiembre de 2015 indicaban que carnes como el conejo se encarecen hasta seis veces más, cuatro veces más la ternera, el triple el cordero... Y entre las verduras la situación no es mejor; calabacín, berenjena, pimiento, todos ellos cuadruplican su precio entre origen y destino, como también frutas como el melocotón. La patata, por cierto, triplica su precio del agricultor a la mesa.



No es fácil luchar contra este fenómeno en nuestro carro de la compra. Pero sí cabe la posibilidad de comprometernos con un modelo productivo agroganadero más sostenible y, sobre todo, más consciente y crítico, que vuelva la atención sobre el eslabón fundamental de la cadena después de los consumidores, el de los productores. Productores y consumidores llevan años denunciando los sobrecostes que los modelos de intermediación comercial imponen en el precio de los alimentos, y piden “hacer un seguimiento estrecho de la evolución de los mismos y trasladar a los poderes políticos la importancia de regular estos mercados”.

¿CUÁNTO PESA LA CESTA DE LA COMPRA?

Para empezar a hablar acerca de precio de los alimentos, debemos hacer constar un primer dato; la cesta de la compra alimentaria en España ocupa, de media, casi un 15% del presupuesto familiar global. De manera, además, invariada desde el comienzo de la crisis; la reducción en el presupuesto para comida es exactamente idéntica a la caída de la renta disponible de las familias (10%), y del gasto total de las mismas, de tal manera que gastamos en alimentación casi exactamente la misma proporción.

En paralelo, los precios de los alimentos no han aumentado en líneas generales, pero no han vivido una disminución en la misma proporción, los alimentos no están un diez por ciento más baratos. En la mayor parte de los casos han mantenido precios desde el inicio de la crisis, esto es, mantienen el coste como si estuviéramos en una situación de precrisis, y en absoluto se han adaptado a las circunstancias más desfavorables que acompañan a la mayoría de los consumidores españoles. Además, hay otros productos básicos que sí se han encarecido.

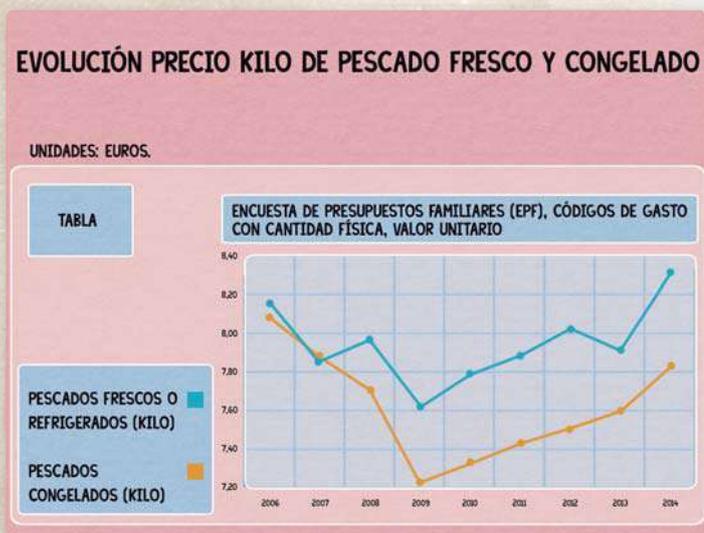
CARNE

Diversas estadísticas oficiales miden, semana a semana, la evolución del precio básico, por unidad de peso o volumen, de algunos de los alimentos más habituales en nuestra mesa tanto en origen como en destino. Por ejemplo, para el cerdo, el Ministerio de Agricultura tasa alrededor de los 5,3 euros el kilo de esta carne durante el año 2015, un precio muy similar al que se registraba en 2010, y apenas un poco inferior a los que se contabilizaban en 2012 o en 2008, año precrisis.



Ilustrativo es el caso de la carne de pollo. La proteína fundamental en la dieta de la mayor parte de las familias, la carne de precio más económico en teoría, ha disparado su coste para el consumidor hasta tal punto que amenaza la mínima ingesta proteíca que muchos hogares pueden permitirse en la actualidad. Oscilaba poco por encima de los dos euros en los años 2006 y 2007, y empezó a disparar su precio justo cuando estalló la crisis, consecuencia del aumento de demanda de este sustitutivo de las carnes rojas. Todos estos años de crisis el pollo oscila entre los 2,8 y los 3 euros el kilo.

PESCADO



Fuente: INE

En el caso del pescado, todavía peor. La sardina ha elevado su precio un 50% desde el inicio de la crisis, superando ya los cinco euros el kilo, y el salmón está por encima de los once euros el kilo cuando no alcanzaba los nueve antes del estallido de la recesión. Sólo la merluza y la pescadilla han permitido un respiro, y han bajado su precio entre un 10% y un 20% en estos últimos años; ocurre que son pescados, aún así, de precio elevado en comparación con la capacidad adquisitiva de los consumidores, y no compensan la subida del precio del resto.

HUEVOS, UN 20% MÁS CAROS

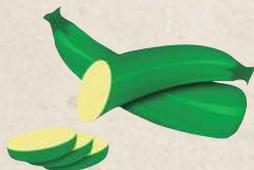
Los huevos están entre los alimentos básicos que más han encarecido su precio desde el inicio de la crisis. El Observatorio de Agricultura cifra el precio de la docena por encima del euro con cuarenta céntimos, mientras que en 2007 estaba en 1,20, y apenas superaba la marca del 1,30 hasta que en 2014 el precio ha vuelto a subir. Por fortuna para los consumidores la leche, la otra gran fuente de proteína no cárnica, ha contenido sus precios y no supera los 80 céntimos por litro desde el inicio de la crisis, a costa, eso sí, de las protestas de buen número de ganaderos que padecen por la rentabilidad de sus explotaciones.

ARROZ Y PASTA

Como ya hemos dicho, los cereales se han convertido en ingredientes esenciales para la configuración de los menús de la mayoría de los hogares españoles. Y, a regañadientes, han mantenido su precio; la pasta se ha abaratado un 5% desde el año 2006, el arroz permanece más o menos estable desde el año 2009, aunque estaba más barato hace una década. Por su parte, la patata, el otro elemento central de la dieta de la crisis, mantiene una evolución errática, consecuencia de factores climáticos y, sobre todo, de la abusiva operativa de las empresas productoras y distribuidoras de alimentos, que colocan el precio del kilo muy cerca del euro, cuando habitualmente suele estar rondando los ochenta céntimos.

LA MONTAÑA RUSA DE LA VERDURA

Con todo, el principal abuso que se viene cometiendo en materia de precio de alimentación hacia los consumidores tiene que ver fundamentalmente con las frutas y las verduras, en un país como España que debería surtir de todo tipo de productos de huerta a su propio mercado y hacia el exterior con precios razonables y competitivos. Lejos de eso, se asiste a un extraño fenómeno; el producto local tiende a exportarse, mientras que lo que aquí se consume viene de importación a un precio extrañamente incrementado.



Algo que se observa, por ejemplo, en los calabacines. Fuera de temporada, rondan ahora los tres euros el kilo, costaban dos en 2007. Y en temporada, cotizan en la actualidad por encima de 1,50 euros mientras que costaban un euro en el mismo periodo de 2007. Para la acelga, parecido: en 2007 raramente sobrepasaba el euro y medio el kilo; ahora, raramente está por debajo de los 1,80 euros.

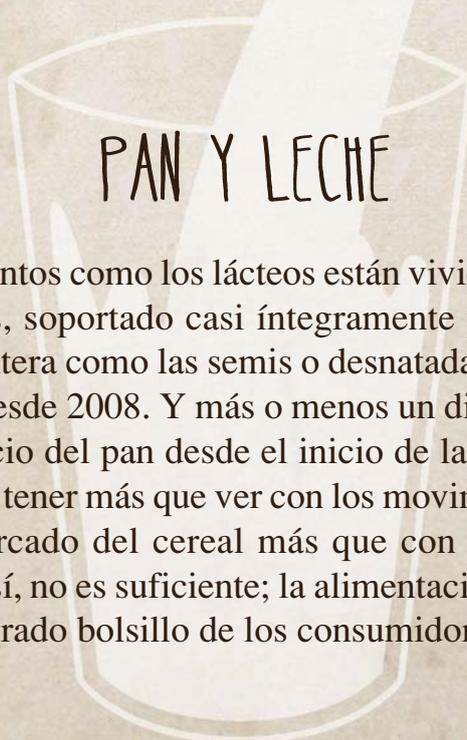
El tomate lleva una década cotizando muy cerca de los dos euros el kilo, cuando no los supera. Y la cebolla oscila alrededor de un euro el kilo, independientemente de si estamos en burbuja, recesión, en el fondo de la crisis, o si se atisba recuperación. No se adapta el precio a nuestro bolsillo, lo cual es indicativo de una estructura de mercado y comercialización dominada por el encarecimiento entre campo y mesa, por el poder del intermediario sobre el resto de los componentes de la cadena productiva, sin que los consumidores tengamos opción de plantear nuestros intereses.

El precio de la alimentación no se está adaptando al depauperado bolsillo de los consumidores

No hay un control real de precios al consumidor



Por contra, alimentos como los lácteos están viviendo un fuerte descenso de precios, soportado casi íntegramente por los ganaderos. Tanto la leche entera como las semis o desnatadas han abaratado su precio un 15% desde 2008. Y más o menos un diez por ciento se ha abaratado el precio del pan desde el inicio de la crisis, en un fenómeno que parece tener más que ver con los movimientos poco transparentes del mercado del cereal más que con un control real de precios. Aún y así, no es suficiente; la alimentación no se está adaptando al depauperado bolsillo de los consumidores.



¿QUÉ PODEMOS HACER?

Ante todo esto, los consumidores podemos actuar, podemos combatir con nuestra cesta de la compra. Podemos comer bien, de manera saludable, invirtiendo el dinero justo, presupuestando con precisión y permaneciendo atentos en todo momento a la evolución de los precios en el mercado, la tienda de barrio y los supermercados. Comparando de manera fehaciente los precios entre establecimientos para saber cuál nos conviene más, y aprovechando las promociones, ofertas y descuentos que se plantean para fidelizar clientela pero que, jugando con ellos a favor nuestro, deben ahorrar parte de nuestro presupuesto familiar. Esas promociones suelen ser colocadas por las grandes superficies para atraer al consumidor y empujarle a comprar productos no previstos e innecesarios, o llevarse más cantidad de la que necesita; si tomamos prudencia de ello, evitamos despilfarrar y readaptamos nuestro consumo, podemos voltear estas promociones a nuestro favor.

Tres consejos principales serían estos:



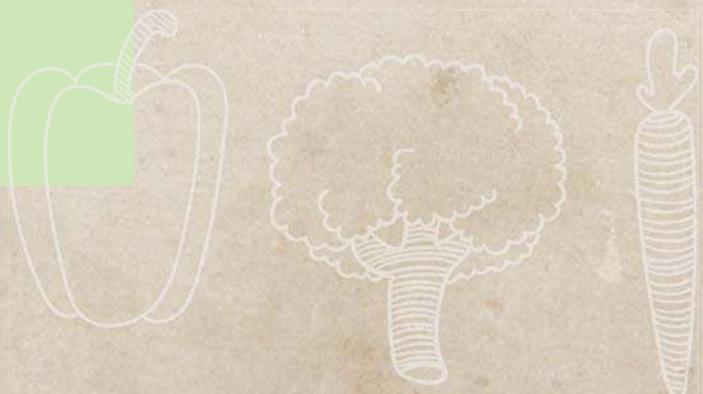
Fuente: Elaboración propia con datos del INE

Invertir el tiempo necesario en comparar y buscar lo mejor al mejor precio tendrá un impacto positivo en nuestro bolsillo

■ **Utiliza más legumbres.** Las legumbres son excelentes ingredientes, nutritivos, con mucha fibra y muy saciantes, que, sobretodo, tienen muy bajo coste. Tanto secas como procesadas y envasadas, garbanzos, judías y lentejas pueden ser la base de un menú de coste reducido y con alto valor alimenticio y saludable.

■ **Frutas y verduras de temporada.** Los alimentos de temporada siempre tienen mejor sabor, color y precio; en la época del año en que se cosechan, que podemos ver en las páginas centrales del cuadernillo, deben ser base de un menú equilibrado.

■ **Cambia refrescos por agua.** Las bebidas industriales siempre son más costosas que el agua y con frecuencia están llenas de calorías y azúcar.



Otro concepto a tener en cuenta dependería más bien de la cantidad de compra, que se debe regir siempre por la filosofía de aprovechar al máximo, originar el menor desperdicio posible y comprar lo necesario. En este sentido, hay que vigilar las ofertas y promociones de los supermercados, que tienden a basarse en rebajar precio a cambio de comprar más cantidad, lo que puede suponer un desperdicio si nos obliga a tirarlo por caducidad. Los congeladores ayudan, pero no sirven para todo. Si podemos, conviene invertir tiempo delante de nuestra charcutera, carnicero, frutero o pescadera; lo embolsado tiende a incluir más cantidad de la que podemos comer. Lo que pedimos al peso se controla mejor.

Más que ofertas y promociones (tres por dos, lotes por kilos), es interesante observar la evolución de los llamados descuentos por caducidad, con los que el supermercado reduce el precio del artículo a medida que va acercándose su fecha de consumo preferente o su putrefacción. Debemos distinguir ambos conceptos, sabiendo que lo elaborado o envasado tiene más capacidad de aguantar tiempo incluso pasado de fecha de consumo preferente, mientras que lo fresco se pudre antes y debemos ser más prudentes.

Si tenemos la habilidad de consumir rápidamente lo que compramos gracias a estos descuentos (que pueden reducir el precio a más de la mitad) obtendremos ahorros considerables sin comprometer nuestra salud. Y, en todo caso, la responsabilidad del buen estado de los alimentos es del distribuidor, así que debemos seguir siendo vigilantes y críticos.

EVOLUCIÓN GASTO EN ALIMENTOS POR HOGAR DE 2006 A 2014

UNIDADES: EUROS.



PRESUPUESTO FAMILIAR GLOBAL; VARIAR LOS PLATOS DE NUESTRA BALANZA

Sin perjuicio de lo anteriormente dicho, es fundamental igualmente echar un vistazo a nuestro presupuesto familiar a nivel general, porque todo lo que gastamos es perfectamente susceptible de reducirse y optimizarse. Es un ejercicio que ya hemos venido realizando a consecuencia de la crisis. Hemos reducido gasto, y hemos reducido su peso relativo en el presupuesto familiar, en ocio y cultura, en restauración, en ropa, en gastos que no son ineludibles. También podemos ahorrar en gastos que consideramos fijos e inamovibles, y podemos obtener así recursos para comer y vivir mejor.

EVOLUCIÓN COSTE LUZ EN ESPAÑA

UNIDADES: EUROS.

TABLA	ELECTRICIDAD (VIVIENDA PRINCIPAL) (KWH)
VALOR UNITARIO	
2014	0,24
2013	0,23
2012	0,22
2011	0,19
2010	0,17
2009	0,16
2008	0,15
2007	0,14
2006	0,14

Fuente: INE

El único capítulo en el que los consumidores hemos aumentado nuestro gasto a lo largo de la crisis es ése que engloba a “vivienda”, y que se refiere a todos los gastos básicos del hogar, hipoteca o alquiler, energía, telefonía, agua... Buena parte de ello lo ocupa aquello que denominamos “suministros”, un mercado sometido a un alto nivel de abuso y facturación inadecuada que, con un poco de esfuerzo y vigilancia, nos puede servir para captar recursos para comer mejor.

Si rebajamos nuestra potencia contratada en el recibo de la luz, renegociamos nuestras comisiones bancarias, miramos con cierta perspectiva dónde echamos gasolina o tenemos cuidado con los servicios que contratamos en nuestro teléfono e internet, podremos reducir hasta un 50% recibos que creemos intocables, y obtendremos liquidez que, combinada con las prácticas anteriormente descritas en el propio supermercado, servirá para mejorar nuestra dieta, nuestra salud, nuestro bolsillo y nuestra calidad de vida.

Todo lo que gastamos es perfectamente susceptible de reducirse y optimizarse. Podemos reducir hasta un 50% recibos que creemos intocables

CONCLUSIONES



Los consumidores estamos detectando las cada vez mayores diferencias entre hábitos de alimentación según la situación económica, hasta tal punto que podemos advertir síntomas evidentes de que ya hay alimentos para ricos y para pobres.

El número de niños que sufren malnutrición en España se ha incrementado en los últimos años como consecuencia del aumento de la pobreza por la situación de crisis económica. Esto plantea a los Gobiernos la necesidad de poner en marcha medidas paliativas y correctoras que ayuden a estos consumidores en emergencia social. Pero también debemos ser nosotros mismos los que nos ayudemos desde una perspectiva vigilante, solidaria y comprometida.

Es cuestión de ingresos, pero también de cómo gastamos, y en qué gastamos. Podemos defendernos; sabemos que los distribuidores no han adaptado su oferta a los bolsillos de los consumidores, así que debemos exigir que lo hagan, y debemos girar nuestra atención hacia aquel comercio ético con los productores y con los compradores. Y debemos, sobre todo, readaptar nuestro presupuesto familiar; bancos, eléctricas, telefónicas, nos quieren atrapar con ofertas innecesarias, comisiones abusivas, facturaciones erróneas... Nos llevará tiempo, pero detectar todo este abuso, denunciarlo y corregirlo supondrá un ahorro que notaremos en nuestra dieta, para bien.



INVIERNO

Priorizando la producción local, conseguiremos una mejor salud, dinamizaremos la economía local, y participaremos activamente en la consecución de un sistema más sostenible y respetuoso con el medioambiente.

ENERO 2016

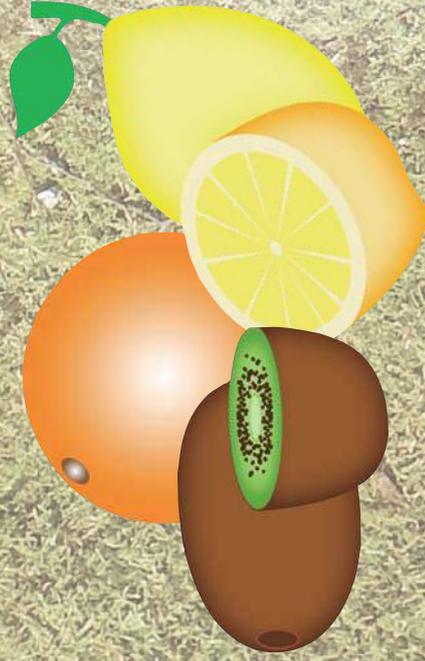
LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
			1	2	3	
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

FEBRERO 2016

LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29						

MARZO 2016

LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			



Kiwi, limón, mandarina, manzana, naranja, plátano, pomelo, acelga, ajo, alcachofa, apio, berenjena, brócoli, calabacín, cardo, coliflor, endivia, escarola, espinaca, guisante, haba, judía verde, lechuga, pimiento, puerro, remolacha, repollo, rábano, tomate, zanahoria

En invierno podemos encontrar muchas frutas y verduras que poseen importantes beneficios y propiedades para nuestra salud



PRIMAVERA

Los productos de temporada, sobre todo en el caso de frutas y verduras, son alimentos más sanos y con mejores propiedades nutricionales. Además, consumiendo estos productos, podemos ahorrar y ayudar a proteger el medioambiente.

ABRIL 2016

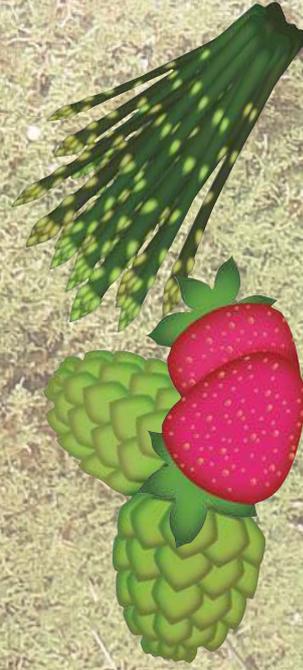
LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
		1	2	3		
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

MAYO 2016

LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

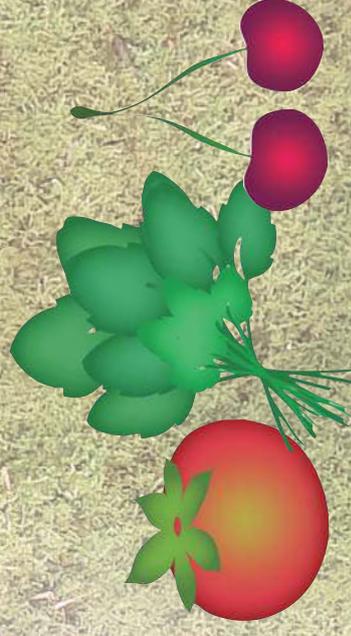
JUNIO 2016

LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			



aguacate, albaricoque, cereza, ciruela roja, fresa, limón, manzana, melocotón, naranja, piña, plátano, alcachofa, berros, calabaza, cebolla, coliflor, endivias, espárragos blancos, espinacas, guisantes, judías verdes, lechuga, pimientos verdes, remolacha, tomate, zanahoria

En primavera contamos con una gran variedad de frutas y verduras que se producen en nuestro ámbito más cercano.



VERANO

Los consumidores debemos ser autónomos en nuestras decisiones y capaces de elegir qué queremos consumir intencionalmente no dejarnos llevar por las agresivas campañas publicitarias de las grandes compañías.

JULIO 2016

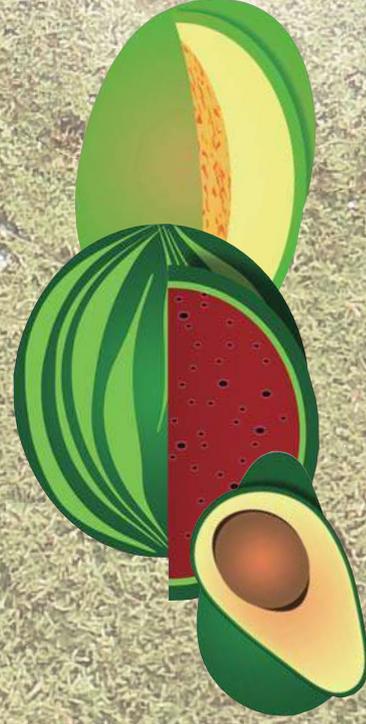
LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
			1	2	3	
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

AGOSTO 2016

LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

SEPTIEMBRE 2016

LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		



En verano podemos disfrutar de una gran cantidad de frutas y verduras, nutritivas, frescas y refrescantes.



aguacate, albaricoque, breva, cereza, ciruela, frambuesa, higo, mango, manzana, melocotón, melón, membrillo, nectarina, paraguaya, pera, plátano, sandía, ajo, calabacín, calabaza, cebolla, lechuga, nabo, pepino, remolacha, rábano, zanahoria

OTOÑO

Frente al actual modelo agroalimentario insostenible y despilfarrador, debemos fomentar la alimentación local, de temporada y, en la medida de los posible, proveniente de una agricultura lo más natural posible.

OCTUBRE 2016

LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					



naranja, mandarina, manzana, limón, pera, plátano, uva, piña, granada, kiwi, membrillo, higos y brevas, acelga, alcachofa, apio, berenjenas, repollo, borraja, cardo, coles de Bruselas, coliflor, endivias, escarola, espárragos trigueros, espinacas, lechuga, nabo, puerro

NOVIEMBRE 2016

LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

Con el otoño llegan frutas de colores vivos y consistentes, es la estación en la que maduran muchos frutos con un gran aporte de nutrientes y vitaminas.



DICIEMBRE 2016

LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

DESPILFARRO Y REDUCCIÓN DE DESPERDICIOS



La falta de acceso a alimentos y a una alimentación sana y completa es una realidad para muchos consumidores, como estamos viendo. La erradicación de la hambruna sigue siendo uno de los objetivos principales para la población y uno de los desafíos humanitarios más grandes, urgentes y duraderos; ya hemos visto cuestiones dietéticas, económicas y productivas para, desde un punto de vista consumerista, hacerle frente, pero hay un eje ambiental, ecológico, que ha de ser analizado también, y que gira en torno al desperdicio.

El despilfarro se define como una pérdida de agua, ecosistemas y producción humana. Un tercio de la producción alimentaria no se aprovecha, lo que significa que perdemos un tercio de los bosques y un 33% del trabajo humano. Es un problema porque son recursos que no nos sobran, costes muy elevados que van a la basura. No solo se está tirando el producto sino desaprovechando todo el procedimiento de producción y transporte del mismo.

QUÉ ES EL DESPERDICIO Y EL DESPILFARRO

Los desperdicios alimentarios son aquellos sobrantes irrecuperables y no reutilizables que se producen en las diferentes etapas de la cadena de suministro de alimentos destinados a los consumidores. Dichos desperdicios se generan en toda la cadena de suministro, desde la producción inicial hasta en los hogares. Y el despilfarro sería considerado como la acumulación de todos aquellos desperdicios que podrían evitarse para satisfacer la misma necesidad, en este caso alimentaria, del colectivo de los consumidores.

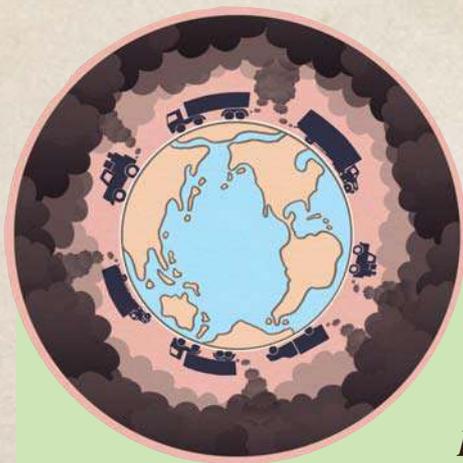
¿Solo es desperdicio tirar comida? Diversos estudios evalúan el impacto y el despilfarro de recursos que implica el modelo de consumo alimentario actual mediante comparativas energéticas que muestran que la diferencia entre comprar frutas industriales importadas y comprar vegetal ecológico de la región a lo largo de un año equivale al consumo energético anual de decenas de miles de hogares. Entre el consumo ideal y el 'no ideal', el consumo de recursos es cinco veces mayor. La comida que comemos gasta cinco veces más energía según el modelo de consumo que tengamos.

Tanto es así que el 55% de los gases de efecto invernadero viene provocado por éste modelo de agricultura insostenible. Un modelo industrial intensivo que acaba con bosques y selvas vírgenes, que necesita de gran maquinaria para trabajar extensos monocultivos. Un modelo adicto al petróleo que necesita este recurso en muchas de las fases de su cadena y que se caracteriza por los alimentos viajeros y kilométricos, consumiendo aquí productos que vienen de la otra punta del mundo.

Un modelo intensivo en energía, de largas temporadas en frigoríficos, de fomento de viaje al hipermercado fuera de las ciudades, muchas veces, y un modelo además que genera sobreuso del empaquetado. La suma de todos éstos elementos implica la conclusión de que el 55% de los gases de efecto invernadero hoy, están generados por éste modelo de agroalimentación, poco sostenible.

Lo que implica que las cuestiones medioambientales, la huella ecológica del actual modelo alimentario, son absolutamente claves para responder si la alimentación actual es o no sostenible. El desperdicio es inevitable, no podemos minimizar a cero lo que sobra de una ingesta de comida. Lo que sí podemos, y debemos, es evitar al máximo el despilfarro, y defender y promover sistemas de comercio alimentario que impliquen el menor uso posible de energía y recursos.

El desperdicio de alimentos genera problemas al colectivo de consumidores y a la población en diferentes niveles: medioambiental, social, y económico



A nivel medioambiental, cuando un alimento no llega al consumidor final, todas las actividades, el proceso de producción y su inversión de recursos habrán sido en vano.

El impacto que supone el desperdicio de alimentos se ve reflejado en la huella ecológica, el cambio en la geografía y la biodiversidad del lugar de donde provienen dichos alimentos, ya que la producción produce alteraciones en el ecosistema.

¿TENEMOS TODOS LAS MISMA RESPONSABILIDAD?

Se ponen en marcha variadas campañas institucionales que marcan como objetivo planes de trabajo con otros organismos a la hora de informar a los consumidores del derroche alimentario y la reducción del desperdicio. Hacen cálculos del derroche en los hogares, en la restauración, caterings y colectivos, en los comercios de distribución, en el transporte y la distribución al por mayor, en la industria agroalimentaria y en el sector primario. De estas campañas surgen datos interesantes, como por ejemplo que se derrochan 35 kilos al año por habitante.

Son campañas interesantes desde el punto de vista de tomar conciencia de la gravedad del problema ambiental que implica el modelo de consumo alimentario intensivo, pero focalizan su mensaje y su acción demasiado en el ámbito familiar. Suelen estimar que en el sector empresarial, al plantear la cuestión del desperdicio no tanto como un problema ético sino de costes, no es necesario incidir tanto en concienciar del derroche.

El empoderamiento de los consumidores es fundamental para lograr un modelo productivo y de consumo sostenible para todos los consumidores

Sin embargo esa misma filosofía del coste hacia el beneficio implica prácticas que en absoluto casan con la sostenibilidad. Los expertos ambientalistas recuerdan que en Francia se elaboró un proyecto de ley contra el despilfarro alimentario en la que se contemplaba que supermercados e hipermercados deberán tomar medidas para evitar el desperdicio, y en caso de que se produzca, donar la comida que no hayan vendido o cederla para el consumo animal.

Disponer absolutamente en todas las épocas del año casi de absolutamente todo tipo de producto alimentario es, en sí mismo, un despilfarro que teóricamente nos da más opciones de elección pero, en la práctica, multiplica hasta por cinco la huella ecológica de la producción alimentaria y sirve, además, para encarecer también la cesta de la compra.

Las campañas institucionales focalizan su atención casi en exclusiva en el consumidor, cuya responsabilidad es menor



FECHA DE CADUCIDAD Y DE CONSUMO PREFERENTE

Uno de los elementos que influyen de manera central en la gestión y generación por parte de los consumidores del desperdicio que puede conllevar despilfarro es el concepto “caducidad”, que no siempre está muy claro. Hablaremos pues de fecha de consumo, y tendremos que diferenciar entre el consumo preferente de los alimentos y la fecha de caducidad.

La fecha de caducidad señala el día límite para un consumo óptimo hablando en términos sanitarios, es decir, la vida útil de un producto alimentario. Se indica en los alimentos perecederos cuyo consumo pasado de fecha pueda suponer una intoxicación. Hablamos de productos como carnes, pescados, leche, huevos "si son envasados". Dichos productos si son envasados tienen la obligación legal de indicar cuándo no son adecuados para el consumo. A veces estos productos, cuando en lugar de adquirirlos envasados los compramos frescos, no indican fecha de caducidad y somos los propios consumidores quienes hacemos el ejercicio de ver en que condiciones se encuentran.

Por otro lado, la fecha de consumo preferente indica hasta qué fecha el producto conserva intactas las propiedades del mismo y en modo alguno implica que necesariamente se encuentre en mal estado. Dicha fecha se relaciona con productos que tienen mayor vida y que pueden conservarse durante más tiempo, como son los cereales, el arroz o las

especias, en general productos elaborados. En definitiva lo que debemos saber los consumidores es que no tiene por qué ser peligroso comer estos productos después de fecha, pero sí que pueden haber perdido algo de su aroma y textura. Debemos estar atentos a su estado, olor, sabor...

Tenemos que diferenciar entre el consumo preferente de los alimentos y la fecha de caducidad

EL DESPILFARRO DE LOS DESCUENTOS POR PRÓXIMA CADUCIDAD

Tres por dos, 50% de descuento, promociones por próxima caducidad... Las principales cadenas de supermercados están adoptando en España una práctica tradicionalmente habitual en las superficies de muchos países europeos consistente en ofrecer descuentos y reducciones de precio para que los consumidores adquieran productos a punto de cumplir su fecha de consumo preferente o su caducidad a precios teóricamente más bajos, estilo outlet.

El objetivo inicial de este proceder es positivo. Se trata de minimizar en lo posible el desperdicio de esos alimentos instando a los consumidores a adquirirlos para su consumo inmediato o una congelación controlada en el hogar que permita prolongar su vida útil. Además, el ahorro que ello implica ayuda a las economías de muchos consumidores afectados por la crisis.

Pero no todo son ventajas. Como el objetivo fundamental de cualquier empresa está en maximizar el beneficio y reducir coste, estas promociones, ofertas, descuentos al final lo que pueden traer consigo es una acumulación de futuro desperdicio cuya responsabilidad pasa de manos del distribuidor a las manos del consumidor, quien menos culpa tiene. Si al final vamos a pagar el mismo precio sólo por tener más kilos de fruta o carne a punto de caducar, o más litros de leche o envases de yogur y queso en el límite del consumo preferente, lo único que lograremos es tener más comida que no nos cabe en el estómago ni en la nevera, y que acabará en la basura, desperdiciada y despilfarrada. Frente a eso, mismo comportamiento; comprar sólo lo que necesitamos para comer.

SOBREENVASADO Y RESIDUOS

La gestión de los residuos y el reciclado de envases es uno de los mayores retos medioambientales de la humanidad, ya que en los últimos tiempos ha crecido de manera significativa su producción y consumo. No ayuda un fenómeno habitual también en el mercado alimentario, el sobreenvasado, entendido como concatenación de envases y plastificados en un mismo producto, que generan desperdicio.

España generó casi 22 millones de toneladas de residuo urbano en el año 2013, según el INE. De éstas, apenas un 20% se recogieron separadas; el resto era residuo mezclado, en el que orgánico convivía con plástico, papel, cristal, cartón...

SDDR: El Sistema de Retorno es un sistema de gestión de residuos, de envases en este caso, que asocia un valor a cada envase para que éste sea devuelto por el consumidor para su reciclaje. En Europa hay ejemplos; en España no está desarrollado

Aún así, las plantas de tratamiento lograron reciclar para su reutilización el 55% de estos residuos. La mayor parte de ello es envase alimentario, un tercio del cual cae al vertedero, sin uso, contaminante, un despilfarro insoportable. O, peor, se incinera.

Los residuos de envases no son sólo una fuente potencial de contaminación; bien gestionados, pueden ser fuente de materias primas y una buena oportunidad de negocio y de crecimiento económico gracias a la reutilización, dándoles un nuevo uso. Pero los consumidores debemos tener siempre presente que la mejor forma de gestionar los residuos es evitar que se produzcan.



CONCLUSIONES



Hay determinados factores que relacionan el desperdicio de alimentos con medidas legales y con normativas que rigen el derroche sobre todo en establecimientos de restauración. El principal motivo de despilfarro nace de la manera de elaborar, distribuir, comercializar y conservar los alimentos. Se debe perseguir una mejora continuada de los procesos productivos vinculados a la gestión de los desperdicios.

Los desperdicios resultan de los defectos ocasionados en la cadena de suministros por lo que, con menos defectos, mayores niveles de productividad, reducción de los costes, aumento de los niveles de satisfacción, menores tiempos de entrega y ciclos de diseño podremos aplicar y poner en funcionamiento verdaderas prácticas sostenibles.

Los consumidores debemos negarnos a seguir financiando y a creernos que somos los responsables de la mala gestión que lleva a cabo la industria alimentaria. Cada compra es un voto y depositando el dinero en las empresas y productos con los que nos sentimos identificados y vinculados, suponemos para las empresas su supervivencia o su perjuicio en ventas.

Los consumidores debemos recalcar la necesidad de corregir, revisar y aplicar de manera inmediata leyes que defiendan al consumidor, leyes que apoyen y aseguren una sostenibilidad tanto del medio en el que vivimos y un nivel de vida digno para todas las personas. Es deber de todos reclamar transparencia a las instituciones y a la industria alimentaria tanto en el despilfarro de alimentos como el uso indiscriminado de plástico y de envases, ya que corrigiendo estas malas prácticas se conseguiría solventar muchas de las problemáticas que afectan a gran parte de la población.



LISTA DE
COMPRA

ETIQUETADO DE ALIMENTOS

RÁPIDO Y SANO
NO LO PIENSES MÁS!!

OFERTÓN DEL DÍA C... DEL M

PRODUCTOS ENVASADOS PRODUCTOS ENVASADOS PRODUCTOS ENVASADOS



El otro gran reto que supone la vigilancia por parte del consumerismo sobre el mercado oligárquico de la alimentación tiene que ver con la plena conciencia de lo que realmente estamos comiendo. Uno de los elementos centrales de la industria alimentaria actual estriba en la aplicación de tecnologías y avances que incorporan sustancias artificiales, de origen no siempre bien conocido, al proceso de elaboración de los productos alimentarios modificando sus características iniciales, su caducidad, su sabor, su textura... Es lo que tiene que venir reflejado en el etiquetado del producto, ese apartado que se titula “ingredientes”, y que los consumidores debemos tomarnos la molestia de leer siempre que vayamos a hacer la compra.

DEFINICIÓN DE ETIQUETADO DE ALIMENTOS

El etiquetado de alimentos es el principal medio de comunicación entre los productores de alimentos y los consumidores finales, constituyendo una herramienta clave para permitirles realizar elecciones informadas sobre los alimentos que compran y consumen, según señala la Agencia Española de Consumo. A este efecto, se consideran etiquetado todas las menciones, indicaciones, marcas de fábrica o comerciales, dibujos o signos relacionados con un producto alimenticio que figuren en cualquier envase, documento, rótulo, etiqueta, faja o collarín que acompañen o se refieran a un producto alimenticio.

Esto es, a efectos de etiquetado, absolutamente todo mensaje con el que se envuelva o aparezca un producto es etiquetado, y como tal ha de servir para que el consumidor sea capaz de entender qué producto está comprando, qué composición tiene y qué características nutricionales aporta, más allá del componente publicitario, de atracción y de diseño que también está incluido como etiquetado.

Se consideran etiquetado todas las menciones, indicaciones, marcas de fábrica o comerciales, dibujos o signos relacionados con un producto alimenticio que figuren en cualquier envase, documento, rótulo, etiqueta, faja o collarín



PRODUCTOS ENVASADOS Y NO ENVASADOS

Las actuales normas sobre información obligatoria en el etiquetado de los productos pueden variar en función del producto, el modo de venta o la forma de presentación, por ello es importante conocer sus diferencias. Y, en este sentido, es importante hacer una primera distinción fundamental:

Alimento no envasado: Se presentan sin envasar o se suministran por establecimientos que sirven comidas (bares, restaurantes, comedores...). Entre todos estos, los alimentos que se venden al peso o a granel (legumbres, hortalizas...) o los productos que se envasan en el momento de la compra a petición del consumidor (fiambres, pescados, productos de panadería,...).

Alimento envasado: Son los alimentos que se envasan de forma que no se pueda modificar el contenido sin abrir el envase, por ejemplo: yogures, cajas de cereales, botellas o cartones de leche. Nos referimos a esta categoría cuando el nombre del envasador es distinto que el del establecimiento que lo vende, puesto que el producto llega al establecimiento en las mismas condiciones de envasado en las que llegará al consumidor.

Alimentos que se envasan por los propios establecimientos para su venta en el mismo: Son aquellos en los que el nombre del envasador coincide con el del establecimiento que lo vende y, por lo tanto, el establecimiento tendrá control sobre el propio envasado y el etiquetado del producto.

Así las cosas, según sea el alimento envasado o no envasado, encontraremos obligaciones diferentes en materia de etiquetado. Para el producto envasado, estos son los requisitos:

Denominación.- Qué es exactamente lo que se ofrece.

Ingredientes.- La lista de ingredientes (de mayor a menor proporción dentro del peso del producto) incluye las sustancias o productos que se utilizan en la fabricación del alimento y que permanecen en él. En algunos productos, como por ejemplo los que proceden de un solo ingrediente, no es obligatoria.

Alérgenos.- Se destacan todas las sustancias usadas en la fabricación causantes de alergias o intolerancias, que tienen que estar de manera destacada tipográficamente, negrita, color...

Cantidad neta.- En litros, centilitros, mililitros, kilogramos o gramos.

Fechas de caducidad o de duración mínima.- Apartado especialmente importante a la hora de gestionar nuestra despensa ya que no son lo mismo. La fecha de caduci-

dad se usa en productos muy perecederos que pueden causar daños a nuestra salud si los consumimos pasada esa fecha. Sin embargo, la fecha de duración mínima o fecha de consumo preferente se utiliza para indicar que es posible que rebasada esta fecha el producto pierda calidad (color, olor, textura, ...). pero no quiere decir que su consumo sea necesariamente dañino. En estos casos el consumidor deberá valorar él mismo si puede consumir el producto o no.

Conservación y utilización.- Cuando el alimento tenga unas condiciones especiales para ello.

Empresa responsable.- Nombre o razón social y dirección completa de la empresa alimentaria.

País de origen / lugar de procedencia.- Obligatorio en algunos productos como en las carnes envasadas de algunas especies (ovino, porcino, caprino y aves de corral).

Modo de empleo.- En caso de que exija una manipulación particular o específica, debe indicarse de forma que permita un consumo apropiado del alimento.

Alcohol.- Se indica el volumen de alcohol "% vol" en las bebidas que tengan más de un 1,2 %.

Información nutricional.- La información nutricional incluirá el valor energético y las cantidades de grasas, grasas saturadas, hidratos de carbono, azúcares, proteínas y sal. Hasta diciembre de 2016 esta información no es obligatoria, pero está presente ya en numerosos productos. Aunque no será obligatorio para los productos envasados en los propios establecimientos.

El diagrama muestra un etiquetado de "CREMA DE CALABAZA" de la marca CDC. Las partes del etiquetado y sus descripciones son:

- DENOMINACIÓN DE VENTA:** CREMA DE CALABAZA
- CODIGO DE BARRAS:** 5 012345 678900
- MODO DE EMPLEO:** PREPARACIÓN
 - 1 PONGA 7 LITRO DE LECHE EN UN RECIPIENTE Y SEPARA UNA TAZA EN LA QUE DEBERÁ DISOLVER EL CONTENIDO DE ESTE ENVASE.
 - 2 CALIENTE EL RESTO DE LA LECHE HASTA HERVIR. CUANDO HERVIA, AÑÁDELE LA MEZCLA QUE HA PREPARADO ANTERIORMENTE Y REMUEVALA. REBAJE A FUEGO SUAVE Y SIGA COCIENDO DURANTE 1 O 2 MINUTOS SIN DEJAR DE REMOVER
 - 3 VIERTA EL CONTENIDO EN LOS RECIPIENTES DONDE VAYA A SERVIR LA CREMA Y DEJARLAS ENFRIAR AL GUSTO.
- LISTA DE INGREDIENTES:** INGREDIENTES CALABAZA, ZANAHORIA, PATATAS, CEBOLLA, ACEITE DE OLIVA, QUESO DESHIDRATADO, SAL, PIMIENTA NEGRA, POTENCIADOR DEL SABOR (E-621), COLORANTE NATURAL, ANTIOXIDANTE (E-320)
- ADITIVOS ALÉRGICOS (SI PROCEDE):** (Sección vacía en este ejemplo)
- EMPRESA RESPONSABLE Y LUGAR DE FABRICACIÓN:** CDC FABRICADO POR CDC, SL CAMINO DEL AÑO, 25 19071 GUADALAJARA
- CONTENIDO NETO:** PESO NETO 70 g e
- INDICACIÓN DE CONTENIDO EFECTIVO:** CONSERVESE EN LUGAR FRESCO Y SECO
- INSTRUCCIONES DE CONSERVACIÓN:** CONSUMIR PREFERENTEMENTE ANTES DE FIN DE 05 2014
- FECHA DE CONSUMO PREFERENTE O DE CADUCIDAD:** (Sección vacía en este ejemplo)
- LOTE DE FABRICACIÓN:** LOTE NÚM 19453

Y para productos no envasados los requisitos de información obligatoria son menores aunque muy importantes ya que está resurgiendo la modalidad de compra a granel para ahorrar envases innecesarios y es importante que los consumidores podamos obtener un mínimo de información en este tipo de productos:

Denominación del alimento.- Que indica qué es el producto e incluso su estado (en polvo, ahumado, congelado,...).

La cantidad de algún ingrediente específico, o categoría de ellos.- Cuando éstos se destaquen en el etiquetado por palabras o imágenes. Esto es importante para que el consumidor pueda valorar si ese ingrediente destacado se encuentra en una cantidad significativa que motive su compra para evitar engaños.



Grado alcohólico.- Al igual que antes, solo es obligatorio para bebidas con una graduación superior a 1,2 %.

Alérgenos.- Por la importancia para la salud de las personas que sufran alergias o intolerancias esta indicación es fundamental.

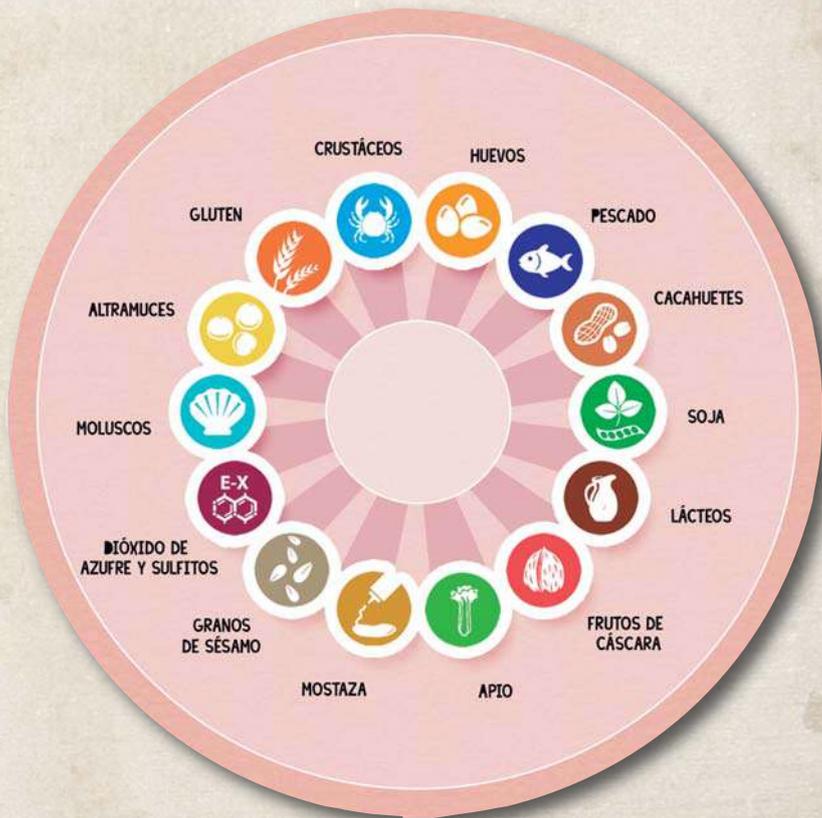


Tabla de alérgenos



Los ingredientes alérgenos son perjudiciales sólo para los que sufren alergia. Para el resto de la población son inocuos, no hay por qué renunciar a sus propiedades

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

La información nutricional de un alimento es la parte del etiquetado que refiere su valor energético y determinados nutrientes: grasas, grasas saturadas, hidratos de carbono, azúcares, proteínas y sal.

Aunque la información nutricional será obligatoria a partir del 13 de diciembre de 2016, muchos productos ya la han incorporado de forma voluntaria de acuerdo con lo establecido en la nueva normativa.

Si se realiza una declaración nutricional o de propiedades saludables o bien se trata de alimentos enriquecidos, es obligatorio incluir la información nutricional en el etiquetado. A este respecto, se distingue qué debe incluir, por este orden: valor energético (expresado en Kilojulios -kJ- y Kilocalorías -kcal-) y cantidades de grasas, grasas saturadas, hidratos de carbono, azúcares, proteínas y sal.

Las declaraciones nutricionales son expresiones que se usan en la publicidad o etiquetado del producto donde se afirme, sugiera o se dé a entender que un alimento posee propiedades nutricionales beneficiosas por su aporte energético o sus nutrientes. Y las declaraciones de propiedades saludables son esas otras expresiones que afirman o sugieren que existe una relación entre algún ingrediente y una mejor salud.



Debido a la proliferación de este tipo de declaraciones para promover la compra de algunos alimentos, actualmente se controla su uso y las empresas deben demostrar su veracidad para poder usarlas. Aunque en los últimos años se han detectado muchos alimentos en los que no han quedado probados sus efectos beneficiosos.

Y a este respecto tenemos que recordar la gran dificultad que tenemos los consumidores para poder valorar tanto la información nutricional como este tipo de declaraciones, ya que no siempre se utiliza un lenguaje comprensible para las personas que no tengan conocimientos de nutrición y dietética.

CONCLUSIONES



El “Estudio jurídico y sociológico de consumo alimentario responsable” de ADICAE sobre las pautas de los consumidores en el ámbito de los alimentos, que analiza cómo percibimos los consumidores los etiquetados, nivel de comprensión y hábitos de compra en este sector, da buena muestra de hasta qué punto la información y la formación deben combinarse para que los cambios de normativa en las etiquetas en alimentación cumplan con el objetivo de servir a los consumidores.

El estudio incluye una encuesta que refiere que apenas la mitad de los consumidores ha percibido cambios en el etiquetado durante el año 2015, a pesar de que han entrado en vigor dos normas que modifican bastante la información que recibimos los consumidores sobre los alimentos. El análisis que se extrae de esta afirmación puede ser debido a una lectura laxa de los consumidores, o a incumplimientos del nuevo reglamento. Pero, en todo caso, hace referencia a la falta de educación alimentaria de los consumidores.

Hay que tener cuidado con los eslóganes creados para hacer más atractivo el producto e informarnos de qué es lo que hay tras eso.

La información es poder, poder capaz de modificar el modelo de consumo alimentario que tenemos entre manos. Pero sin una adecuada formación que implique detallados planes para divulgar entre los consumidores qué ingredientes son claves en la cesta de la compra y cómo debe ser nuestra dieta, poco se podrá hacer, no entenderemos lo que necesitamos saber por mucho que las normativas detallen todo lo que hay que poner en los envases.

LA OFERTÓN DEL DÍA

OS ENVASADOS PRODUCTOS ENVASADOS

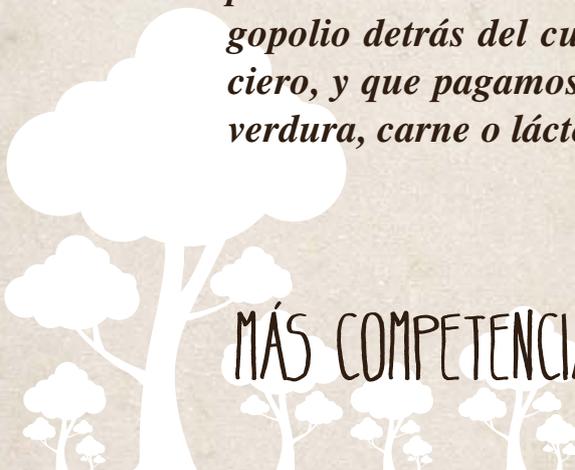


CONSUMO CONSCIENTE



En España, alrededor de tres cuartas partes de la cifra de negocio del comercio de alimentación se las llevan empresas de más de 250 trabajadores, grandes supermercados e hipermercados, grandes cadenas de distribución con presencia en cada vez más municipios.

Todas ellas ofrecen algo en común; una exagerada uniformización en los hábitos de consumo alimentario y en la oferta de productos, bajo el paraguas de una supuesta variedad, uniformización que es, esta vez, responsabilidad de las empresas productoras de alimentación, también sometidas a ese mismo oligopolio detrás del cual también esta la banca, el sector financiero, y que pagamos en forma de menos variedades locales de verdura, carne o lácteos.

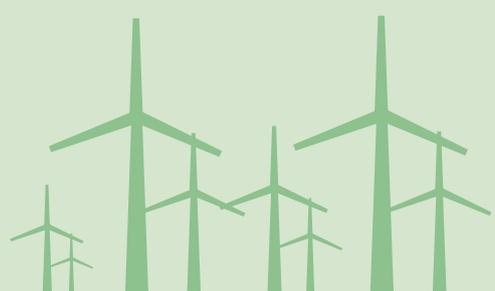


MÁS COMPETENCIA EN EL MERCADO

Como ya hemos visto, los problemas que soporta el mercado de la alimentación son múltiples y muy variados. Pero gran parte de ellos nacen de la propia estructura que está tomando el negocio de alimentos: producción globalizada, estandarización de productos y establecimientos, falta de formación de los consumidores, etc.



Pero es la concentración de poder de unas pocas empresas sobre este mercado tan sensible de la alimentación, el gran caballo de batalla del consumerismo. Y es que si fomentamos la reducción de la oferta estaremos dejando en bandeja a la gran industria el poder sobre nuestra alimentación.



En las últimas décadas son muchos los movimientos sociales que se han dado cuenta del problema y están creando redes de consumidores que tratan de revertir el creciente problema sobre dos líneas de trabajo que están al alcance de todos nosotros; ahora que conocemos que la situación actual es completamente insostenible.

LA PROXIMIDAD DE LOS ALIMENTOS

Cuando hablamos de alimentación nos encontramos con que la proximidad hace referencia a dos realidades íntimamente relacionadas. Por una parte al consumo de alimentos de proximidad, es decir, producidos cerca de donde se van a consumir; y por otro lado la proximidad de los canales de distribución y la facilidad que tenemos para informarnos sobre lo que queremos consumir en los propios establecimientos.

Conocer la cantidad exacta de kilómetros que ha recorrido un alimento, la cantidad de días que se ha mantenido en una cámara frigorífica o los tratamientos que necesita para aguantar todos este vaivén resultaría traumático para un consumidor formado y concienciado. Desconocemos, por norma general, todos estos datos. Pero podemos hacernos una idea de todos estos procesos cuando en alguna ocasión probamos un alimento que ha sido producido cerca de nuestra localidad y que mantiene una frescura natural. Es ahí cuando nos damos cuenta de que el grueso de los alimentos que consumimos está perdiendo calidad.

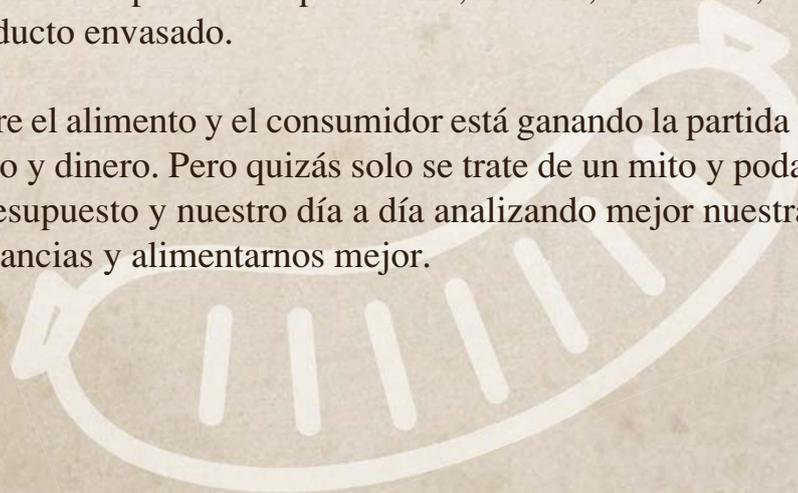
El concepto de proximidad del alimento tiene una doble vertiente: producción y distribución

Por eso el elemento de proximidad entre la producción y el consumo de los alimentos está ganando adeptos y se crean modelos de negocio que tienden a asegurarnos que estamos consumiendo producto local o también llamados de kilómetro cero, donde además es más sencillo conseguir alimentos de temporada.

Esta tendencia también se debe a los nefastos efectos que está teniendo la estandarización de los alimentos, ya que se están perdiendo variedades autóctonas de todo tipo de alimentos en favor de producciones masificadas supuestamente más resistentes para dejar un mejor margen de beneficios en las empresas.

Pero también se refiere a la proximidad la necesidad de volver a modelos de consumo menos estandarizados en la distribución. Y es que existen diferencias sustanciales entre realizar una compra en mercados y en tiendas especializadas a realizarla en un supermercado o hipermercado donde se están eliminando los puestos de pescadería, frutería, carnicería, etc. para sustituirlos por lineales con producto envasado.

Hasta ahora la distancia entre el alimento y el consumidor está ganando la partida con la excusa de que así ahorramos tiempo y dinero. Pero quizás solo se trate de un mito y podamos aprovechar igualmente nuestro presupuesto y nuestro día a día analizando mejor nuestras decisiones de compra para reducir distancias y alimentarnos mejor.



CONSUMO COLABORATIVO

Que la unión hace la fuerza es algo que en ADICAE conocemos bien por nuestro trabajo en otros sectores: servicios financieros, electricidad, telecomunicaciones... pero es en el sector de la alimentación donde esa fuerza se ha demostrado más eficaz para contrarrestar el poder de las grandes corporaciones de la alimentación.

Y es que si un consumidor de forma individual trata de crearse su propia red de abastecimiento de alimentos sostenibles, está claro que la tarea no será precisamente fácil. Pero si un grupo de consumidores se une para este fin, el objetivo será mucho más asequible tanto en tiempo como en dinero. Los llamados grupos de consumo son el mejor ejemplo de fuerza que podemos tener los consumidores, ya que se tratan de grupos de personas que se organizan de forma más o menos formal para realizar compras conjuntas de forma regular directamente a los agricultores, ganaderos, etc. Muchos de ellos han creado cooperativas para organizarse.

Su objetivo, acortar la distancia entre producción y consumo, eliminar intermediarios y establecer unas relaciones de confianza y solidaridad entre ambos extremos de la cadena, entre el campo y la ciudad; apoyar una agricultura campesina y de proximidad que cuida de nuestra tierra y que defiende un mundo rural vivo con el propósito de poder vivir dignamente del campo; y promover una agricultura ecológica y de temporada, que respete y tenga en cuenta los ciclos de la tierra. Y, de paso, lograr un precio más asequible consumiendo productos frescos, de temporada, locales y ecológicos. Algunos de estos grupos incluso han dado un paso más y han creado huertos vecinales donde se produce directamente una parte de lo que consumen. E incluso han influido en sus ayuntamientos para que apoyen estas iniciativas.

Y este es solo uno de los ejemplos de lo que el movimiento consumerista puede hacer para que podamos vivir mejor contribuyendo a una mejor alimentación desde punto de vista social, medioambiental y económico.



Desde ADICAE estamos convencidos que los consumidores podemos tener un poder suficiente para influir sobre los poderes económicos y políticos y así atajar muchos problemas, si actuamos como colectivo.



