



Economía circular y consumo sostenible

Ministerio de Consumo

[30-10-2020]



Elaborado por Garúa S. Coop. Mad.

José Luí́s Ferná́ndez de Casadevante
Charo Morá́n
Abel Esteban

Madrid
Octubre 2020

www.garuacoop.es

Índice

1. Introducción: Economía circular y consumo sostenible desde una perspectiva transformadora.

- 1.1 ¿Un nuevo paradigma económico? Pág. 6
- 1.2 Estrategias de economía circular en la UE y España Pág. 9

2 Apuntes para un diagnóstico del consumo sostenible en la economía española.

- 2.1 El consumo sostenible una realidad en expansión..... Pág. 14
- Alimentación
 - Finanzas éticas
 - Energía
- 2.2 Las principales investigaciones sobre consumo sostenible y estilos de vida..... Pág.23
- Informe Cambio Global España 2020/2050 Consumo y Estilos de Vida (2011)
 - Síntesis de la consulta sobre consumo y producción más sostenibles (2012).
 - El dilema del consumidor en España. Los motores del cambio hacia un nuevo modelo de producción y consumo (2012).
 - Otro consumo para un futuro mejor. Nuevas economías al servicio de las personas y el planeta (2018).
- 2.3 Apuntes para un consumo sostenible en las transformaciones en el consumo postCOVID19 Pág. 30
- El confinamiento y la revolución de los hogares.
 - Impacto de la crisis COVIDi-19 en los hábitos de consumo en Cataluña en el post-confinamiento
 - Encuesta sobre consumo y confinamiento. El impacto del coronavirus en los estados de ánimo, hábitos y consumo.
 - Cuadro de síntesis de cambios en el consumo POSTCOVID
- 2.4 Las políticas públicas y el creciente reconocimiento institucional..... Pág. 35
- 2.5 Un campo de investigación emergente impulsado desde la sociedad civil..... Pág. 38

3 Buenas Prácticas en temáticas clave y recomendaciones para España

3.1 Etiquetado de productos.....	Pág. 40
3.2 Obsolescencia Programada.....	Pág. 56
3.3 Textil.....	Pág. 67
3.4 Envases y sobreenvasado.....	Pág. 79
3.5 Materiales Críticos.....	Pág. 89
3.6 Stress hídrico y Agua virtual	Pág. 95
3.7 Desperdicio Alimentario.....	Pág. 99
3.8 Greenwashing.....	Pág. 106

4 Apuntes para una Estrategia de Consumo Sostenible desde el Ministerio de Consumo

4.1 Fortalecer el liderazgo y el protagonismo del Ministerio en consumo sostenible....	Pág. 113
4.2 Sincronizar la Estrategia con la agenda internacional del consumo sostenible.....	Pág. 114
4.3 Formación e investigación en consumo sostenible.....	Pág. 116
4.4 Comunicación, sensibilización y visibilidad alternativas de consumo.....	Pág. 117
4.5 Compra Pública.....	Pág. 118
4.6 Impulso interinstitucional del consumo sostenible.....	Pág. 120
4.7 Otras temáticas emergentes.....	Pág. 121

5 Anexo metodológico

1. Apuntes sobre economía circular y consumo sostenible desde una óptica transformadora.

1.1 ¿Un nuevo paradigma económico?

Los recursos del mundo son limitados, pero vivimos como si no lo fueran. Nuestro sistema de producción y consumo se basa en tomar recursos preciosos, y cada vez más escasos, del medio natural, crear productos con una vida útil efímera y desecharlos para luego comprar otros nuevos. Esta situación simplemente no es sostenible. Muchos recursos minerales están sobre-explotados y los sumideros (vegetación, suelos, océanos) para asimilar los residuos que generamos, colapsados. Un planteamiento suicida que nos conduce a una *rueda sin fin*, como se viene alertando desde 1972 en el informe *Los límites del crecimiento*, encargado por el Club de Roma y que se ha visto corroborado por otros muchos posteriores.

El metabolismo económico funciona siguiendo procesos industriales lineales que extraen materias primas, fabrican, transportan, consumen y generan basuras de todo tipo, a lo largo de una cadena dispersa y deslocalizada por todo el planeta. La sociedad de consumo es un elemento fundamental en esta situación y se caracteriza por una demanda creciente de objetos y servicios, especialmente en los países centrales.

Desde hace unos años se trata de visibilizar esta extralimitación y sensibilizar a la población mediante propuestas como el *Overshoot Day*, o la fecha del año en la que consumimos globalmente todos los recursos que el planeta tiene capacidad de regenerar anualmente, según datos de Global Footprint Network. La fecha no para de adelantarse, en 2020 se fijó en el 22 de agosto, contando con que la Huella Ecológica global se contrajo en casi el 10% debido a la COVID19. Las conclusiones son que actualmente de forma global consumimos recursos como si dispusiéramos de 1,6 planetas Tierra. En el caso español los datos son todavía más alarmantes, pues la fecha se adelantaría hasta el 27 de mayo, y universalizar nuestros patrones de consumo exigiría más de dos planetas. La continuidad de este modelo en el tiempo es simplemente algo imposible.



Necesitamos rediseñar el modelo actual, promoviendo procesos metabólicos circulares, que se articulen en cercanía (relocalizando lo máximo posible la producción y el consumo), que reintegren los residuos en los ecosistemas cercanos y que tengan como objetivo una reducción sustancial en el uso de materiales y energía. Una transición hacia una economía cíclica requiere cambios estructurales de carácter sistémico, que de forma simbólica podríamos plantear en el salto hacia las 8R: Reevaluar, Reconceptualizar, Reestructurar, Redistribuir, Relocalizar, Reducir, Reutilizar y Reciclar.



El sistema económico es un subsistema de la sociedad y esta, a su vez, un subsistema de la biosfera. Por tanto, todo de lo que utiliza la sociedad y la economía sale de la biosfera, un sistema cerrado de materiales y, por tanto, sujeto a límites. Esta idea es importante para plantear la economía circular pues no podemos basar toda nuestra estrategia en soluciones de final de tubería que gestionen los residuos (aunque consiguiéramos porcentajes de reciclaje altos), dónde hay que poner el foco es cómo utilizar menos recursos, como desarrollar sociedades que apuesten por el consumo sostenible, con el objetivo de reducir el impacto socioecológico actual, que nos está llevando a una situación de translimitación sin precedentes en la historia de nuestra especie.

Necesitamos inspirarnos en el funcionamiento y rediseñar nuestros modelos socioeconómicos imitando el funcionamiento de la naturaleza, lo que se denomina biomímesis. Algunas claves serían el operar en base a energías renovables, maximizar la biodiversidad y las relaciones ecosistémicas, moverse en proximidad, internalizar los límites y funcionar sin la noción de desperdicio. Y está última sería la que más directamente entronca con la economía circular. Todos los productos generados por las diversas reacciones vitales se reintegran en las rutas metabólicas de la naturaleza, cada producto generado es un insumo o alimento para otro organismo. Todo funciona en un circuito cerrado en el que los elementos fluyen a través de los grandes ciclos biogeoquímicos.

La *economía circular* es una estrategia que tiene por objetivo reducir, tanto la necesidad de materias primas que entran al proceso económico, como la generación de residuos, además de maximizar su recuperación e integración de nuevo en los ciclos de aprovechamiento. Se pueden diferenciar dos tipos básicos de residuos, unos de carácter biológico o natural que se deben integrar en los ecosistemas en cercanía (restos de alimentos, podas, forrajes...) y otros de carácter técnico que se integraran a los procesos industriales (minerales, fibras sintéticas y naturales, escombros...). Las sociedades humanas para conseguir el cierre de ciclos requieren trabajar en interrelación con el resto de los ecosistemas y que los productos vertidos en ellos sean biodegradables, lo que implica que la economía debe de minimizar la fabricación de miles de productos tóxicos y/o no biodegradables.

Desde una perspectiva integral, el ejemplo práctico de referencia de ecología industrial es el parque empresarial de la ciudad danesa de Kalundborg¹. Un ejercicio de *ecología industrial* o *simbiosis industrial* donde las empresas se asocian para mejorar el uso de las materias primas y reducir la generación de residuos, de una manera conjunta. A través de esta cooperación, se facilita el intercambio de energía, agua y productos derivados de los diferentes procesos productivos de forma que se cierran los ciclos materiales de la forma más eficiente posible y se aprovechen los flujos de energía, minimizando los residuos de todo tipo.

Este parque industrial cuenta con una variedad de empresas que incluyen una refinería, una industria química, una farmacéutica, una papelera, una planta de biomasa, una central eléctrica, una refinería, una planta de ácido sulfúrico y otra farmacéutica, granjas porcinas, acuicultura y zonas de cultivo que intercambian recursos y funcionan armónicamente. Además, la propia ciudad tiene una relación estrecha debido tanto a la creación de empleo local como a la comercialización de los bienes que produce.

La planta eléctrica vende vapor a la refinería y a la industria farmacéutica, y el calor obtenido de los generadores se usa para la calefacción de edificios en la ciudad, así como para calentar invernaderos y granjas de acuicultura. A su vez, la refinería vende gas y agua de enfriamiento a la planta eléctrica, y el azufre que produce se envía a la planta de ácido sulfúrico, mientras la industria de paneles de cartón yeso utiliza el sulfato de calcio enviado por la planta eléctrica y el gas combustible de la refinería; al mismo tiempo que la planta farmacéutica genera un lodo biológico que es usado como fertilizante en las granjas, y la mezcla de levadura en la producción de insulina se utiliza como suplemento para alimentar cerdos.

Y es que la economía circular debe partir de un planteamiento holístico y tener una vocación de restauración y regeneración de daños ambientales. Pero, además, necesita evaluar críticamente la necesidad de explotar los recursos (especialmente los no renovables) dada la situación de translimitación en la que se encuentran muchos de ellos; generar procesos industriales limpios; minimizar el transporte de materias primas y productos; fomentar un consumo sostenible y generar sólo aquellos residuos que se puedan reintegrar en los ecosistemas cercanos o en los circuitos industriales a modo de productos de carácter técnico.

Un adecuado ejercicio de información y sensibilización a la población sobre la lógica y el funcionamiento de una economía circular sería una medida de gran importancia. Más que un reto técnico, ingenieril o tecnológico, el desarrollo práctico de una economía circular supone un desafío cultural. Un avance significativo en estas cuestiones va a exigir, más allá de las regulaciones políticas y las transformaciones empresariales, un compromiso activo por parte de la ciudadanía con el consumo sostenible. Un compromiso que excede las decisiones de compra de bienes y servicio, y nos obliga a articular nuevos estilos de vida más comunitarios, con la puesta en práctica de alternativas colectivas basadas en una cultura de la suficiencia y que formen parte de una economía más local, sostenible, social y solidaria.

¹ Kalundborg Symbiosis: <http://www.symbiosis.dk/>

1.2 Estrategias de economía circular en la UE y España.

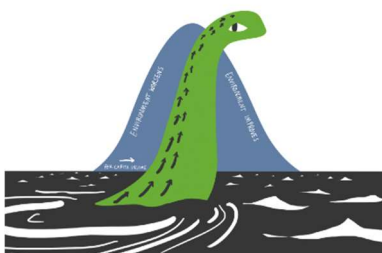
La propuesta de la *economía circular* surge en los años sesenta, junto al nacimiento del ecologismo moderno y al desarrollo de nuevos conocimientos y propuestas científicas para transitar hacia la sostenibilidad. Aunque es en tiempo recientes cuando ha ido ganando presencia en las agendas políticas para ponerla en marcha. Ante esta situación, se hace oportuno pensar en algunos elementos que deberían de contemplarse desde las diversas estrategias de economía circular, con el fin de conseguir objetivos ambiciosos y transformadores. No puede entenderse una estrategia de circularidad que se desarrolle a espaldas de un modelo global que funciona linealmente y cuyo objetivo sigue siendo el crecimiento ilimitado. Asociar la economía circular exclusivamente a una gestión adecuada de los residuos, al reciclaje de envases y a la eficiencia energética no solucionará la grave crisis ecológica y social en la que nos encontramos.

En el ámbito de la Unión Europea se han desarrollado dos propuestas básicas en este tema: *Cerrar el círculo: un plan de acción de la UE para la economía circular* de 2015 y *Un nuevo Plan de Acción de Economía Circular para una Europa más limpia y competitiva* de 2020, en consonancia con el *Acuerdo Verde Europeo*. En el citado Plan de Acción la economía circular se inserta en la nueva agenda europea, donde uno de los objetivos es el crecimiento sostenible y la competitividad. Y es aquí, donde surge uno de los principales problemas, dado que no es viable un crecimiento continuo, por muy verde que sea, en un planeta sujeto a límites y recursos finitos. En este sentido, la narrativa de la economía circular ha sido absorbida por el discurso economicista dominante de acuerdo a una visión mercantilista del medio ambiente.



Decoupling Debunked

Evidence and arguments against green growth as a sole strategy for sustainability



El importante informe *Decoupling debunked – Evidence and arguments against green growth as a sole strategy for sustainability*, presentado en 2018 en la Conferencia sobre Post-Crecimiento en el Parlamento Europeo y avalado en una carta abierta suscrita por miles de científicos, indaga en esta cuestión crucial sobre la que reposa el edificio del Crecimiento Verde. La conclusión es rotunda: la idea del desacoplamiento de los impactos ambientales y el crecimiento económico no se sostiene empíricamente. Hasta la fecha los únicos desacoplamientos absolutos han sido observados durante cortos periodos de tiempo, ateniendo a ciertos recursos o impactos, en países concretos y con muy pequeños índices de mitigación.

Las conclusiones se sustentan en al menos 7 razones que previsiblemente tenderán a neutralizar eventuales reducciones en el consumo de recursos e impactos asociados en el futuro: progresivo encarecimiento energético, efecto rebote (las mejoras de eficiencia promueven el consumo de ese mismo producto o de otros vía efecto dominó en la economía), reemplazar un problema por otro (por ejemplo reducir emisiones de efecto invernadero incrementando presiones sobre la tierra o la extracción de minerales), el infravalorado impacto del sector servicios (con una alta huella ambiental, como es el

caso de “la nube”), el potencial limitado del reciclaje (de altos requerimientos energéticos, sujeto a límites termodinámicos y que sólo podrá compensar parcialmente la extracción de materias primas en un sistema en expansión permanente), un cambio tecnológico insuficiente e inapropiado (persiguiendo habitualmente objetivos de reducción de costes y mejora del servicio y no de sostenibilidad) y el intercambio de costes (exportación de impactos y residuos de países del Norte al Sur mediante el comercio internacional).

Unas conclusiones ratificadas en otro estudio científico, *¿Es posible el crecimiento verde?*, realizado por la Goldsmiths University of London y el Institut de Ciència i Tecnologia Ambientals de la Universitat Autònoma de Barcelona ICTA-UAB, y publicado en la revista *New Political Economy*. Al examinar las políticas de crecimiento verde tal y como se articulan en los principales informes del Banco Mundial, la OCDE y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, y poner a prueba esta corriente política frente a la evidencia empírica existente, y los modelos de relación existente entre el PIB y la huella material y las emisiones de CO₂.

Los hallazgos de los investigadores indican que las proyecciones empíricas no muestran la viabilidad de un desacoplamiento absoluto a escala global entre crecimiento e impactos ambientales, incluso en condiciones altamente optimistas. Asimismo, indican que, si bien algunos modelos muestran que se podría lograr en países con altos ingresos en condiciones altamente optimistas, esto no podría sostenerse a largo plazo. Lo que afecta al conjunto de políticas basadas en esta idea del Crecimiento Verde, desde el Pacto Verde de la Unión Europea a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

El nuevo Plan de Acción de la Economía Circular es rehén de estos postulados del Crecimiento Verde, anuncia iniciativas a lo largo de todo el ciclo de vida de los productos, mejorando su diseño, promoviendo procesos industriales más eficientes y posibilitando que los recursos utilizados se mantengan en la economía de la UE durante el mayor tiempo posible. Y, sin embargo, no plantea una estrategia de evaluación del metabolismo económico de la UE, con el objetivo de minimizar el impacto ecológico con una estrategia de reducción y prevención del residuo.

Los gobiernos nacionales y regionales, las entidades supranacionales, las grandes consultoras y las multinacionales, se suben al carro de un plan de economía circular que no merma sustancialmente sus previsiones de negocio y el *business as usual*. La reducción y la reutilización sigue quedando, en gran medida, en la retórica de los papeles, mientras los planes de reciclaje se centran en los residuos más fáciles de reciclar y con tasas bastante poco ambiciosas.

Además, gran cantidad de los fondos europeos, de las subvenciones públicas y de las ayudas fiscales fomentan un modelo de producción y consumo que hace que el grueso de la economía sea marcadamente lineal e insostenible, en un marco de economía global que se desarrolla a espaldas de los retos que impone la crisis ecológica y social.

La *Estrategia Española de Economía Circular 2030* (EEEC) pretende avanzar en la reducción del uso de recursos no renovables, impulsar análisis de ciclo de vida de los productos y promover el consumo sostenible y responsable; implicando a los principales agentes económicos y sociales.

Los objetivos que se plantea la Estrategia Española de Economía Circular 2030 son:

- Reducir en un 30% el consumo nacional de materiales en relación con el PIB, tomando como año de

referencia el 2010.

- Reducir la generación de residuos un 15% respecto de lo generado en 2010.
- Reducir la generación de residuos de alimentos en toda cadena alimentaria: 50% de reducción per cápita a nivel de hogar y consumo minorista y un 20% en las cadenas de producción y suministro a partir del año 2020.
- Incrementar la reutilización y preparación para la reutilización hasta llegar al 10% de los residuos municipales generados.
- Mejorar un 10% la eficiencia en el uso del agua.
- Reducir la emisión de gases de efecto invernadero por debajo de los 10 millones de toneladas de CO2 equivalente.

Las líneas principales de actuación sobre las que se focalizarán las políticas e instrumentos de la EEEEC y sus correspondientes planes de actuación, son ocho. Cinco de ellas relacionadas con el cierre de ciclos: producción, consumo, gestión de residuos, materias primas secundarias y reutilización del agua. Las otras tres tendrán carácter transversal y tienen que ver con la sensibilización y participación, la investigación, innovación y competitividad, y el empleo y formación. También se señalan seis sectores de actividad prioritarios: la construcción, el agroalimentario, el pesquero y forestal, el industrial, los bienes de consumo, el turismo y el textil y confección.

Los indicadores que se van a implementar son los seleccionados por el marco regulatorio de la Unión Europea, dado que es la forma de evaluar los logros en relación al resto de los países miembros. Sin embargo, asociaciones ecologistas y de la sociedad civil plantean que la Estrategia es una oportunidad desaprovechada para revertir la situación de insostenibilidad del modelo económico actual. Mientras en el documento se explicita la insostenibilidad del modelo lineal de la economía y la necesidad de reducir el uso de materiales y energía, no se hace énfasis en la propuesta de alternativas capaces de conseguir un cierre de ciclos significativo.

La sensación para diversas entidades es que más que una estrategia en la definición estricta de esa palabra, nos encontramos ante un sumatorio de planes, muchas veces inconexos y algunos poco desarrollados, como el de la Bioeconomía, que no desarrollan una hoja de ruta clara hacia donde reorientar la economía. Así, aunque el documento reconoce la necesidad de un cambio sistémico, las iniciativas que se introducen son más bien parceladas y escasas de compromisos firmes.

Un problema importante de la Estrategia es que se queda en el ámbito del voluntarismo pues pocas de las propuestas están sujetas a la obligatoriedad. La Estrategia debería proponer los objetivos a alcanzar con medidas concretas a implantar y con plazos de ejecución, así como un seguimiento de cumplimiento de una serie de indicadores verificables y orientados a acciones concretas. Ninguna de estas herramientas está incorporada a la Estrategia y, por tanto, pueden quedar en papel mojado.

Otro aspecto relevante nuevamente es la identificación de la Economía Circular con crecimiento de la economía: *“Con este objetivo se acuña el término de economía circular, concebida a partir de un ciclo de desarrollo y transformación, que avanza optimizando el uso de los recursos y fomentando la eficiencia de los sistemas productivos, contribuyendo a eliminar las externalidades negativas de la actividad económica, al mismo tiempo que se garantiza el crecimiento económico, un mayor bienestar de nuestras sociedades y la preservación y mejora del capital natural.”*

Los sectores industriales claramente insostenibles, no son identificados en la Estrategia y, por tanto, carece de medidas para su decrecimiento y reconversión. Y, por otro lado, tampoco recoge aquellos sectores económicos que por su compromiso ecosocial y por su capacidad de creación de empleo verde deberían ser sujeto de una estrategia clara de cambio de modelo productivo hacia uno más relocalizado y basado en las necesidades de la población (servicios públicos, energías renovables, reparadores, recuperadores, agroecología, ganadería extensiva, economía social y solidaria, etc.).

Es muy significativo que la principal dotación económica de esa estrategia sea la dedicada a la reutilización de las aguas residuales urbanas, sobre todo teniendo en cuenta que dicha reutilización se dedica a intensificar y aumentar la superficie de regadío, como se hace en la mayoría de los planes hidrológicos, hecho que deriva en una sobreexplotación de un recurso estratégico y un problema que se agravará con los efectos del cambio climático. Por otro lado, los presupuestos dedicados a residuos (el 3,52 % del total) y el dedicado a la producción limpia que incluye la eficiencia energética y las energías renovables (el 3,79 %) son claramente insuficientes, mientras se dedica bastante presupuesto a la “modernización de las infraestructuras turísticas”. Sobre el capítulo de la I+D+I (con un 28,81 % del presupuesto) se hace incidencia en ayudas a las PYMES para “computación en la nube”, “retos de la sociedad en colaboración público-privada” o “colaboración y comunicación con las Plataformas Tecnológicas, lo que puede llevar a pensar el papel central que tendrán las empresas, así como la tecnología digital, en el desarrollo de la Estrategia.

En la Estrategia se incluye la necesidad de un plan de *sensibilización y participación*, dando importancia a conseguir la implicación ciudadana, de forma que sus decisiones de consumo estén basadas en una adecuada información y se pueda avanzar en la jerarquía de residuos, priorizando la prevención.

En la misma línea que la Estrategia, se plantea el anteproyecto de Ley de Residuos para impulsar una economía circular, mejorar la gestión de residuos en España y luchar contra la contaminación. La normativa propuesta recoge por primera vez en la legislación española limitaciones a los plásticos de un solo uso, siguiendo la Directiva europea de 2018², incluyendo restricciones a su introducción en el mercado mediante un impuesto específico y obligaciones para informar adecuadamente a la ciudadanía. El texto fija objetivos para promover la reutilización y el reciclado de residuos domésticos y también la recogida selectiva de botellas de plástico a partir de 2025.

La Alianza Residuo Cero³ ve de una forma crítica el anteproyecto y propone poner en marcha políticas más ambiciosas que consigan reducciones significativas en la reducción de residuos, la eliminación de productos de “usar y tirar”, la implantación de un sistema de depósito de envases de bebidas y la recuperación masiva de la materia orgánica para hacer compost de calidad que se pueda usar en cultivos y jardinería. Además, es necesario evitar la incineración de residuos que, aunque suponga revalorización energética, desperdicia recursos valiosos, genera gases contaminantes para la salud (dioxinas y furanos) y contribuye al cambio climático.

² Directiva Plásticos de un solo uso, 2018. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/IP_18_3927

³ La Alianza Residuo Cero forma parte de *Zero Waste Europe*, plataforma formada por 30 organizaciones de 24 países europeos. Reivindica un modelo de gestión de residuos que trata de emular los ciclos de la naturaleza en los que todos los materiales descartados para un proceso son necesarios para otro.

2. Apuntes para un diagnóstico del consumo sostenible en la economía española.

La premisa es que a los consumidores, aunque están principalmente preocupados por la variedad, calidad y facilidad de adquisición y (por encima de todo) del precio de los productos, también les preocupan los valores cívicos y sociales para incluirlos como parte de su estimación sobre qué bienes (o qué marca de bienes) se deben comprar. Una importante porción de consumidores prefiere adquirir productos y marcas que se elaboran sin utilizar mano de obra infantil, sin condiciones de contratación injustas o sin salarios indignos y sin que peligre la seguridad, el puesto de trabajo o el medio ambiente. J. Barber

Ante un diagnóstico científicamente irrefutable del nivel de deterioro en el que se encuentran los ecosistemas que sostienen la vida, debemos identificar la singularidad del cambio de ciclo histórico en el que nos encontramos con el desbordamiento de los límites de la biosfera inducido por los actuales patrones de desarrollo. El Consumo Sostenible está llamado a ser una pieza en el complejo puzzle de medidas que deben ponerse en marcha para cambiar tanto nuestros imaginarios culturales (noción de vida buena, expectativas de futuro...), como la forma en la que satisfacemos nuestras necesidades. Necesitamos que las medidas asociadas al consumo sostenible sean ambiciosas y transversales, con la capacidad de resultar coherentes entre sí, a la vez que se conectan con otras cuestiones estratégicas como la economía circular, la compra pública, el cambio de modelo energético, un nuevo modelo productivo, la soberanía alimentaria, la fiscalidad verde...

El consumo sostenible interpela a transformaciones donde confluyen los cambios personales, junto al desarrollo de estrategias colectivas que reducen la sensación de insignificancia de lo que se hace y el coste percibido del cambio, a la vez que alientan la consolidación de contextos facilitadores. Una tarea que indudablemente debe verse acompañada desde las políticas públicas que permitan consolidar los cambios dotándolos de consistencia y posibilitando que se den saltos de escala.

Desde las administraciones se venía abordando la intervención en el ámbito del consumo como la defensa de los legítimos derechos de los consumidores, la información y la transparencia en el mercado, la intermediación en conflictos entre consumidores y empresas. Hasta tiempos muy recientes el consumo sostenible no se ha incorporado de forma integral a las políticas públicas, asumiendo un enfoque donde las decisiones de compra y la promoción de estilos de vida sostenibles se conciben como un elemento transformador de las relaciones económicas.

2.1 El consumo sostenible una realidad en expansión.

Durante la última década el consumo sostenible ha vivido un proceso de expansión, ganando presencia en la esfera pública y en las agendas políticas. El periodo comprendido entre la crisis financiera de 2009 y la crisis derivada de la pandemia COVID19 ha sido propicio a explorar y consolidar lógicas económicas alternativas ante la desafección ciudadana, así como la percepción creciente de los impactos de la emergencia climática y la crisis ecosocial han ayudado a posicionar estas temáticas. A esto se añade que el auge del ecosistema de iniciativas ligadas al consumo sostenible estaría marcado por los ciclos de acción colectiva y la efervescencia de los movimientos sociales (15M, Process, 8M y movimiento feminista, movimientos juveniles por la emergencia climática).

Esta década de entre crisis se definiría por una serie de ambiciosas transformaciones en el consumo sostenible:

- Cambios cuantitativos: aumento del número de iniciativas y de personas implicadas, aumento de la cuota de mercado....
- Cambios cualitativos: aparición de alternativas de consumo en sectores estratégicos de la economía que permiten resolver necesidades y problemas reales de la población (finanzas, energía, telecomunicaciones, seguros, alimentación, cuidados...); avances significativos en procesos de coordinación e inter-cooperación como los Mercados Sociales, concebidos como “una red estable de producción, distribución, financiación y consumo de bienes y servicios y de aprendizaje común que funciona con criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios, constituida tanto por empresas y organizaciones sociales y solidarias, como por consumidores/as individuales y colectivos comprometidos con los principios de la Economía Social y Solidaria”⁴; y, por último, la aparición de las primeras políticas públicas integrales de impulso del consumo sostenible.

En comparación con Europa existe una percepción generalizada por las entidades entrevistadas de que llevamos un retraso en estas cuestiones, especialmente en relación con los países nórdicos que serían la referencia más avanzada en cuestiones de consumo sostenible. Valorando los datos del último Eurobarómetro en relación a las actitudes de los europeos hacia el medio ambiente, encontramos muchas ideas relevantes, de las cuales hemos destacado cuatro. Sabemos que el modelo dominante de producción y consumo provoca insostenibilidad, el marco de referencia institucional para abordarlo de forma preferente es el europeo, los cambios en el consumo se posicionan como la forma más eficaz de abordar los problemas ambientales y existe una profunda desconfianza hacia el mercado a la hora de promover productos que afirman ser ecológicos, pero no lo son. Y en todas estas cuestiones las respuestas de España se encuentran por encima de la media.

	Europa 28	España
Tus hábitos de consumo afectan negativamente al medio ambiente en Europa y el resto del mundo	Totalmente de acuerdo 26% Muy de acuerdo 42%	Totalmente de acuerdo 34% Muy de acuerdo 43%
En lo que respecta a la protección del medio ambiente, ¿cree que las decisiones deberían ser tomadas por el gobierno nacional o deben tomarse conjuntamente dentro de la UE?	Nacional 26% En común UE 70%	Nacional 11% En común UE 86%

⁴ Crespo B. y Sabín, F. (2017) *Los mercados sociales y la economía solidaria en acción*. Documentación social 174, Monografías. pp 95-116



	Europa 28	España
<p>En su opinión, ¿cuál de las siguientes sería la forma más eficaz de abordar los problemas ambientales</p>	Cambiando la forma en que producimos y comercializamos 31%	Cambiando la forma en que producimos y comercializamos 36%
	Cambiando la forma en que consumimos 33%	Cambiando la forma en que consumimos 36%
	Hacer que el sistema alimentario sea más sostenible desde la producción hasta el consumo 22%	Hacer que el sistema alimentario sea más sostenible desde la producción hasta el consumo 20%
	Alentar a las empresas a participar en actividades sostenibles 23%	Alentar a las empresas a participar en actividades sostenibles 20%
	Hacer que los sistemas bancarios y de seguros sean más respetuosos con el medio ambiente 5%	Hacer que los sistemas bancarios y de seguros sean más respetuosos con el medio ambiente 4%
	Invertir en investigación y desarrollo para encontrar soluciones tecnológicas 26%	Invertir en investigación y desarrollo para encontrar soluciones tecnológicas 31%
	Introducir o aumentar los incentivos financieros para las empresas y las personas que toman medidas para proteger el medio ambiente 20%	Introducir o aumentar los incentivos financieros para las empresas y las personas que toman medidas para proteger el medio ambiente 14%
	Introducción de una legislación medioambiental más estricta 23%	Introducción de una legislación medioambiental más estricta 28%
	Introducir multas más elevadas por infracciones de la legislación medioambiental 23%	Introducir multas más elevadas por infracciones de la legislación medioambiental 24%
Proporcionar más información y educación, p. Ej. sobre separación de residuos, consumo de energía 24%	Proporcionar más información y educación, p. Ej. sobre separación de residuos, consumo de energía 22%	
<p>Muchos productos afirman ser ecológicos, pero no confía en que esto sea cierto</p>	<p>Acuerdo 81%</p> <p>Desacuerdo 13%</p>	<p>Acuerdo 87%</p> <p>Desacuerdo 9%</p>

El mayor conocimiento y la creciente puesta en valor del consumo sostenible como herramienta de cambio, podría ser uno de los principales síntomas de un cambio cultural en marcha. La mayor sensibilidad ecosocial y la importancia del consumo sostenible en la teoría no se traduce automáticamente en prácticas y estilos de vida acorde a los mismos, pero indudablemente la última década ha supuesto una emergencia incuestionable de estas iniciativas.

Algunos datos que nos permiten ir poniendo números a este proceso en diversos sectores de la economía, de forma que nos hagamos una idea del acelerado crecimiento vivido en este periodo:

Alimentación ecológica

La evolución del consumo de productos ecológicos ha vivido un crecimiento permanente, que ha resultado especialmente intenso en el último lustro, duplicando prácticamente su volumen de negocio y el gasto per cápita durante ese mismo periodo. Este crecimiento del consumo ha supuesto una media de un 14,72% anual durante los últimos cinco años, consolidando la alimentación ecológica como un mercado emergente, que representa el 1,69% del consumo alimentario global español en 2017.

Gasto en el mercado ecológico interior			
Año	Millones de euros	Crecimiento anual	Gasto per cápita anual
2012	998	3,4%	21,34
2013	1.018	2%	21,85
2014	1.203	18,2%	25,89
2015	1.498	24,5%	32,27
2016	1.686	12,5%	36,33
2017	1.962	16,4%	42,2

* Elaboración propia a partir de *El sector ecológico en España 2018*. Ecological Bio.

El consumo ecológico se encuentra dividido en dos grandes canales, el tradicional ecológico o especializado y el convencional o de gran consumo. El canal especializado sigue dominando el mercado frente al gran consumo convencional que ha apostado por la incorporación progresiva de alimentación ecológica. Y lo que es más relevante, las fórmulas de consumo cooperativas y ligadas a prácticas comunitarias como los grupos consumo superan la cuota de mercado de cualquiera de las modalidades del consumo convencional (hipermercados, supermercados...), suponiendo en torno al 13%-15% de las ventas. En ningún ámbito del consumo sostenible se muestra una fortaleza consolidada de las economías solidarias.

El cambio cultural acontecido y la penetración del producto ecológico en los supermercados e hipermercados lo simbolizaría la salida de la sección de dietética, para pasar a disponer de un espacio propio, referenciado y significativo dentro de la zona de venta.

Además, en estos últimos años se han creado proyectos de supermercados cooperativos, así como se han dado saltos de escala en el cooperativismo de consumo, experiencias orientadas a democratizar las prácticas de consumo ecológico que movilizan a miles de consumidores.

	2015	2016
Total Canal Especialista	63-73%	58-72%
Supermercado / EcoTienda	40-45%	36-45%
Grupo Consumo	14-16%	13-15%
Venta directa/Online	7-9%	7-9%
Horeca	2-3%	2-3%
Total Gran Consumo	27-37%	27-37%
Hipermercado	14-18%	14-18%
Descuento	4-7%	4-7%
Supermercado	7-8%	7-8%
Tienda tradicional	2-4%	2-4%

* Elaboración propia a partir de *El sector ecológico en España 2018*. Ecological Bio.

En el informe *Buceando en las tendencias alimentarias de los españoles 2019*, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, se recogen una serie de tendencias en las dinámicas de consumo, entre las que destacamos tres: sube el consumo de productos ecológicos, de comercio justo y de granja; el origen y la procedencia de los alimentos importa de forma creciente; y aumenta el consenso en torno a la importancia del etiquetaje.

Las conclusiones del Estudio del Perfil de Consumidor Ecológico 2016, elaborado desde el antiguo Ministerio de Agricultura, nos presentan a un comprador bien informado, cuya principal motivación para consumir ecológico es la salud. La ausencia de sustancias químicas de síntesis, la mayor calidad y sabor del producto serían las siguientes motivaciones de consumo.

Edad consumidores productos ecológicos		
	2014	2016
Menos de 35 años	26%	30%
35-44 años	24%	26%
45-54 años	26%	21%
Mas de 54 años	23%	23%

* Elaboración propia a partir de datos del MAPAMA.

Las generaciones más jóvenes, las personas nacidas entre 1980 y 2000, se han convertido en la franja de edad que de forma mayoritaria consume alimentos ecológicos. Una tendencia previa a la percepción general de agravamiento de la crisis ecológica y la aparición de los nuevos movimientos sociales juveniles ante la emergencia climática. Actualmente un 25% de esta generación han tenido descendencia y durante la próxima década representarán en torno al 80% de las familias, por lo que se prevé que den un empuje muy significativo del sector. Estos datos y las tendencias que apunta son similares a los de los países de nuestro entorno.

En una jornada organizada por el Ministerio de Agricultura en 2019, titulada “Los alimentos ecológicos: ¿moda o tendencia?”, se presentaban los datos de una investigación de la Asociación de Fabricantes y Distribuidores AECOC, que agrupa a más treinta mil empresas de diversos sectores. El 68% de las personas encuestadas consumen productos ecológicos de forma habitual y el motivo principal es la salud; una tendencia que se espera aumente en el futuro, ya que el 45% de la muestra espera incrementar este consumo en el próximo año. El 62% de quienes han sido entrevistadas se han iniciado en el consumo ecológico en los últimos cinco años. El ponente, ajeno al sector ecológico, terminó afirmando que “no estamos ante una moda y tampoco ante una tendencia. Es una realidad y un mercado en expansión y crecimiento”, recordando que el negocio bio se ha duplicado en nuestro país en los últimos ocho años y que España ya ocupa el décimo puesto en el ranking mundial de consumo ecológico.

Desde su óptica subdividen al consumidor ecológico en varias tipologías:

- El 57% responde al consumidor 'healthy'. Compra y consume estos alimentos por salud.
- El 26% es un consumidor 'ecoauténtico'. Lo hace por su compromiso medioambiental.
- El 12% es un consumidor 'trendy'. Se suma a la moda de lo orgánico.
- El 6% es un consumidor 'sibaris'. Consume por la calidad y el sabor de estos productos.

Finanzas éticas

En 2011 el conjunto de entidades ligadas a la banca ética en España rondaba las 50.000 personas usuarias, para en 2018 superar las 226.000. Un crecimiento que supone un incremento de más de un 400% en menos de una década. Un proceso de crecimiento marcado por una diversificación de las entidades, el desarrollo de los seguros éticos y especialmente por la constitución en 2014 del primer banco cooperativo ligado a las finanzas éticas, FIARE.

Año	Personas usuarias
2012	111.167
2013	159.408
2014	187.383
2015	214.922
2016	236.341
2017	232.010
2018	226.019

* Fuente: Barómetro Finanzas Éticas 2019

Y si nos fijamos en los datos a nivel europeo desglosados en el Informe *Las finanzas éticas y sostenibles en Europa* de 2019 asistimos a la fortaleza de un sector cuyos activos han crecido comparativamente muy por encima de los de la banca sistémica. Una expansión que sigue anclada en mantener como actividad principal la concesión de créditos, donde hay una diferencia abismal con la banca convencional. El porcentaje de créditos concedidos sobre los activos totales de los bancos éticos es casi el doble que

el de los bancos sistémicos (76,94% frente al 40,52% en 2017). Esto significa que los bancos éticos actúan mucho más como bancos, en el sentido originario del término. Mientras, los bancos sistémicos se dedican preferentemente a otras actividades (frente a la concesión de créditos), como por ejemplo a la inversión en títulos o la participación en empresas; deduciéndose un marcado carácter especulativo. En los últimos diez años la diferencia estructural entre los bancos éticos y sostenibles y los bancos sistémicos ha permanecido constante y la concesión de créditos ha seguido siendo la actividad principal de los bancos éticos; de hecho, ha aumentado, pasando del 66,72% en 2007 al 76,94% del total en 2017⁵.

Crecimiento	5 años (2012-2017)	10 años (2007-2017)
Activos totales		
Bancos éticos y sostenibles europeos	8,24%	9,66%
Bancos sistémicos	-1,99%	-1%
Préstamos		
Bancos éticos y sostenibles europeos	8,69%	11,35%
Bancos sistémicos	0,75%	0,94%
Depósitos		
Bancos éticos y sostenibles europeos	7,59%	11,18%
Bancos sistémicos	2,6%	2,29%
Patrimonio neto		
Bancos éticos y sostenibles europeos	8,66%	9,85%
Bancos sistémicos	2,47%	4,06%
Beneficio neto		
Bancos éticos y sostenibles europeos		
Bancos sistémicos		

* Cuadro extraído del Informe *Las finanzas éticas y sostenibles en Europa*. Fondazione Finanza Etica

Energía

Las cooperativas de producción y comercialización de energía renovable viven su impulso en 2010 con la creación de Som Energía, para que posteriormente el modelo se fuese replicando a nivel territorial por el conjunto de nuestra geografía. Todas estas experiencias se han agrupado de cara a coordinar esfuerzos y compartir iniciativas en la Unión de Renovables. Un despliegue de iniciativas que se ha desarrollado por completo durante esta década, llegando a en la actualidad a agrupar un número total de cooperativistas que supera las cien mil personas. Además de haber ido surgiendo otras iniciativas de Economía Social y Solidaria orientadas a impulsar la transición energética desde otros ámbitos (educación, consultoría, formación...)

⁵ Cavallito, Matteo; Emanuele Isonio y Mauro Meggiolaro (2019): *Las finanzas éticas y sostenibles en Europa*. Fondazione Finanza Etica

Nombre	Año creación	Número de Cooperativistas
Som Energía	2010	67.306
Goiener	2012	11.377
Zencer	2013	1.570
Solabria	2013	308
Nosa Enerxia	2014	770
Econoactiva	2014	215
Energética	2015	1.500
Megara	2015	391
E+P	2015	475
La Corriente	2016	350
La Solar	2016	200
Cooperativas valencianas históricas de carácter local	Desde 1901 debido a una orografía singular y a la negativa de las empresas suministradoras	15.974
TOTAL (2019)		100.436

* Elaboración propia

La evolución de la experiencia de Som Energia, una de las cooperativas más grandes de Europa, puede servir de muestra para ver cómo ha sido este proceso de crecimiento. En 2014 la cooperativa contaba con 17.619 personas socias, para en 2019 llegar a las 63.359. Un crecimiento acumulado del 359% en solo seis años.

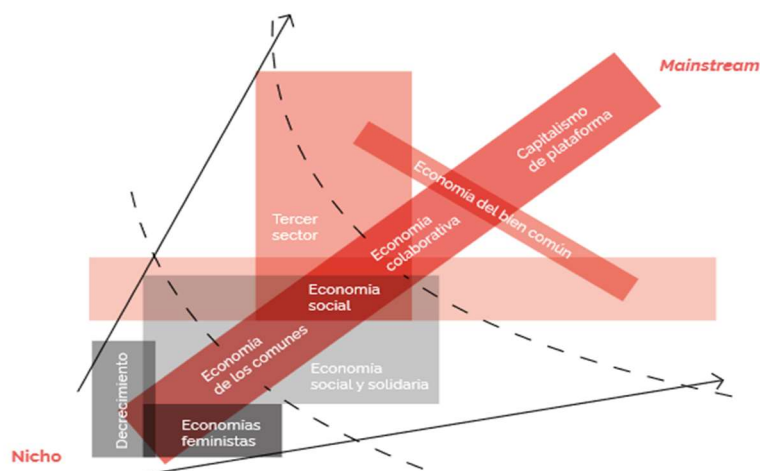
Años	N.º Personas socias sumadas año	Total personas socias
2014	5.698	17.619
2015	5.600	23.279
2016	6.155	29.434
2017	11.864	41.870
2018	13.790	54.396
2019	9.825	63.359

* Memoria Som Energía 2019.

Una conclusión importante sería como el desarrollo del consumo sostenible, depende en buena medida de la expansión del ecosistema de la Economía Social y Solidaria (ESS), el modelo económico al que se encontraría más asociado y vinculado. La economía social y solidaria es un movimiento que aspira a democratizar la economía mediante la construcción de alternativas frente a un modelo social y ambientalmente insostenible. Compuesto por entidades y cooperativas que funcionan dentro de la economía convencional, pero desconectadas de sus lógicas, valores y prácticas. Proyectos viables empresarialmente que invierten las prioridades de la economía convencional: satisfacción de necesidades frente a ánimo de lucro, territorialización y vinculación con el entorno frente a la amenaza de deslocalización, cooperación frente a competencia, rentabilidad social frente a tasa de ganancia, apuesta por el empleo y por los grupos sociales más vulnerables frente a aquellas empresas intensivas únicamente en capital, atención a los cuidados dentro y fuera de lo equipos, compromisos ecológicos fuertes.

Un consumo sostenible, consciente, transformador, solo resultará posible en la medida en que exista un tejido productivo que responda en su práctica económica a dichos valores. Cuando un 73% de las personas consumidoras toma decisiones de consumo por motivos éticos y ecológicos, aunque sean de carácter ocasional, podemos estar asistiendo a una victoria cultural y una derrota económica. Los cambios culturales se suceden más rápido que las transformaciones económicas, corriendo el riesgo de que se estén alentando transformaciones en los patrones de consumo y los imaginarios sociales, que no pueden satisfacerse desde los circuitos del consumo sostenible y que el mercado convencional se haga cargo de cubrir la demanda insatisfecha. Esto explicaría el rápido crecimiento de la comercialización de productos sostenibles en grandes superficies y circuitos convencionales. Así que, aunque no es el objetivo de este informe, si queríamos reafirmar la importancia estratégica de interrelacionar las estrategias de fomento de la ESS y las de consumo sostenible. Y cómo, en la medida de lo posible, deberían de concebirse de forma paralela, de cara a que las evidentes conexiones y sinergias pudieran darse con una mayor facilidad y naturalidad.

Interrelación de las distintas economías transformadoras



Fuente: Suriñach, 2017.

Además, conviene recordar que la ESS forma parte de un ecosistema más amplio economías transformadoras (comercio justo, tercer sector, economías colaborativas, economía feminista, economía ecológica, economía del Bien Común...), con las que mantiene distintos niveles de complicidad y colaboración. Estas otras economías son diferencialmente ambiciosas y tienen niveles de implantación social muy variados, y también serían susceptibles de una aproximación específicas desde el campo del consumo sostenible, pues ambas están incidiendo en la redefinición de los hábitos de consumo y los estilos de vida.

2.2 Las principales investigaciones sobre consumo sostenible y estilos de vida.

El impulso del consumo sostenible debe de trascender las formas de compra y los mecanismos de intercambio de bienes y servicios, sobre los que se centran muchas de las investigaciones, para implicar también acciones centradas en los estilos de vida. Más allá de las opciones de compra, las cuotas de mercado o el volumen de negocio, deben de incorporarse a los análisis cuestiones relacionadas con los marcos socioculturales, los valores y los hábitos cotidianos (reducción consumismo, reutilización, consumo compartido, reciclaje...).

Una aproximación que ha ido dando sus primeros pasos durante esta década, de cara a ofrecer una visión más compleja del consumo sostenible, que integre de forma sistémica las prácticas de consumo, los contextos, la psicología y la dimensión emocional, el impacto de las políticas públicas o el papel de las iniciativas comunitarias.

Desde el Marco Decenal de Programas sobre Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, lanzado por Naciones Unidas para cumplir el ODS12 que promueve la producción y el consumo responsables, uno de los seis programas se centra precisamente la promoción de estilos de vida sostenibles. También el recién aprobado Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático apunta hacia la importancia de desarrollar estrategias orientadas a promocionar los Estilos de Vida Resilientes y Adaptados al Clima.

Informe Cambio Global España 2020/2050 Consumo y Estilos de Vida (2011)

A principios de 2011 se publicaba este informe, coordinado por el desaparecido Centro Complutense de Estudios e Información Ambiental CCEIM (del que GARÚA fuimos coordinadores) y el Centro de Investigación e Información en Consumo (CRIC). Un trabajo pionero que estableció un diagnóstico muy detallado de la situación del consumo sostenible en dicho momento, ofreciendo una serie de resultados novedosos al utilizar metodologías innovadoras (entrevistas a personas expertas, cualitativas, escenarios de futuro...).

El diagnóstico cualitativo planteaba cuatro conclusiones:



Una desconexión total entre crisis económica y crisis ecológica

Mientras que la crisis económica se vive como cercana, real y amenazadora, la crisis ecológica se percibe como lejana y completamente desconectada de la económica, lo que facilita un relativismo moral en torno a lo que podemos hacer en nuestro consumo respecto ella.

Desresponsabilización y ecofatiga

Respecto al consumo sostenible se identifican elementos clave que generan un contexto de irresponsabilidad: la falta de cuestionamientos personales críticos y responsabilización de agentes externos (el gobierno, las empresas, “los otros”); la percepción de los mensajes proambientales como presión institucional o de marketing; el fatalismo hacia el sistema y la sociedad de consumo; una idealización del pasado pero que no

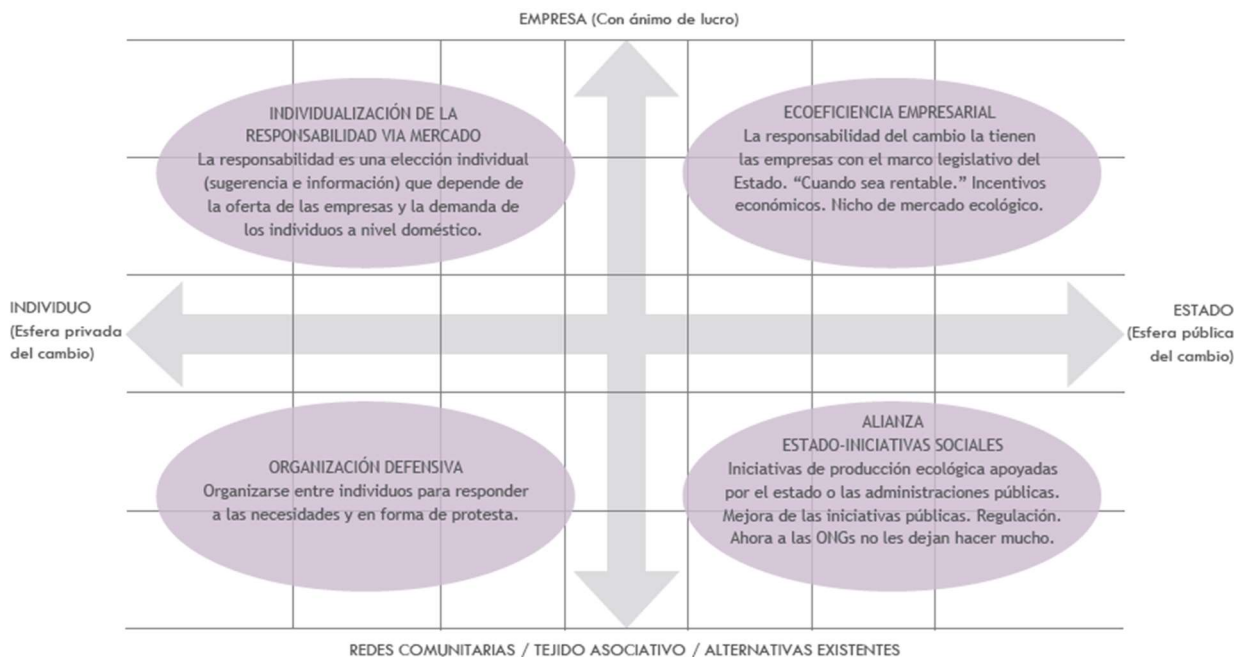
inspira posibles futuros alternativos; el asumir el avance tecnológico como única solución posible; y la concepción del consumo sostenible como una opción moral individual.

Algunos elementos positivos para el cambio

También aparecen elementos que pueden crear un contexto fértil para el consumo sostenible: la crítica general al consumismo (aunque superficial), las alternativas de consumo y estilos de vida son cada vez más conocidas, y algunos espacios de intersección entre la crisis económica y la crisis ecológica.

Falta de discurso crítico

No aparece un discurso crítico frente al consumo (más allá de la crítica moral al consumismo), al que se identifica mayoritariamente como motor de la economía y del bienestar, y se cuestiona escasamente la insostenibilidad ambiental del modelo actual. De hecho, apenas se profundiza en la posibilidad de desarrollar formas alternativas de consumo.



Además de esta aproximación cualitativa, se analizaron cuatro líneas de intervención clave para impulsar cambios, cuyas conclusiones siguen muy vigentes.

Fiscalidad y otros incentivos económicos. ¿Promueven actitudes proambientales?

Hay un subdesarrollo de la fiscalidad ambiental sobre el consumo, así como la escasa dimensión ambiental de otras políticas de incentivos económicos. De esta manera se ha advertido que prácticamente en todos los ámbitos, con la excepción del consumo doméstico de gas, España está por debajo de la media europea.

Políticas públicas educativas y culturales. ¿Están formuladas hacia estilos de vida sostenibles?

Gran heterogeneidad de las políticas públicas. Apuesta clara por un consumo responsable sustitutivo de bienes y servicios, o basado en la mejora de la eficiencia de nuestro uso, con una ausencia importante en la regulación de cambios en la concepción y las formas de consumo. Gran potencial desaprovechado en las agencias e institutos de consumo regionales.

Innovaciones Comunitarias en Sostenibilidad. ¿Cómo lidera la sociedad civil?

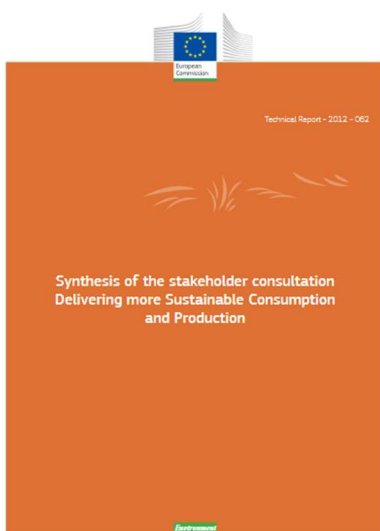
Un papel que es cuantitativamente pequeño, aunque significativo en algunos sectores como la alimentación, pero sobre todo cualitativamente importante, como creadores de nuevos marcos socioculturales que sirven de referencia para el cambio. Facilitación en la transición hacia otros estilos de vida, consolidación de los cambios mediante estrategias colectivas y comunitarias.

Síntesis de la consulta sobre consumo y producción más sostenibles (2012).

Un informe elaborado por la Comisión Europea junto a empresas de dentro y fuera del sector, junto a organizaciones de consumidores y ambientales. Las líneas estratégicas para promover el consumo sostenible serían:

- Promoción de la compra pública verde.
- Desarrollo de campañas públicas de concienciación y educación pública.
- Eco-diseño y eco-innovación.
- Etiquetado de productos y revisión de los criterios de eco-etiquetas voluntarias.
- Cálculo de la huella ambiental de productos y servicios.
- Análisis del ciclo de vida

Algunas de las principales conclusiones apuntan cuestiones como:



- Las medidas basadas en incentivos (ej: reducción de la fiscalidad) son percibidas como las más efectivas.
- Considerar criterios de eficiencia energética y de uso responsable de los recursos en los criterios de valoración para la concesión de Fondos de la UE es considerado como una opción efectiva por el 58% de los participantes.
- El 70% de los participantes consideran el ecodiseño y el uso de materiales eficientes como las opciones más efectivas. Sin embargo, informar sobre la Huella Ambiental de los Productos es considerado como una opción poco madura aún.
- Las principales dificultades son la falta de criterios homogéneos sobre cómo verificar estos criterios de compra verde, la falta de concienciación sobre los beneficios asociados, los precios menos competitivos de este tipo de productos y las dificultades legales de incluir estos criterios en los pliegos de compra pública.
- El 70% de los participantes cree que el desarrollo de metodologías que evalúen los impactos en todo el ciclo de vida de los productos deben ser la base para la inclusión de estos criterios.
- Los participantes apoyan el desarrollo de un esquema voluntario de Huella Ambiental de Producto basado en Análisis de Ciclo de Vida y soportado en una metodología rigurosa y validada por un tercero. Entienden que la imposición legal de un esquema de este tipo podría originar distorsiones de mercado o sistemas inexactos de comparativas de productos.
- Si bien existe consenso en la necesidad de alinear estas iniciativas a nivel internacional, la opción de reportar el desempeño ambiental de las organizaciones en base a enfoques sectoriales que permitan el análisis comparativo genera controversia: el 100% de las Administraciones Públicas participantes se mostraron a favor frente al 50% de la empresas y asociaciones sectoriales.

El dilema del consumidor en España. Los motores del cambio hacia un nuevo modelo de producción y consumo (2012).

Deloitte.

 **Fundación Entorno**

El dilema del consumidor en España
Los motores del cambio hacia un nuevo modelo de producción y consumo



Esta investigación la realizan una conocida consultora global y una Fundación ligada a las grandes corporaciones económicas, al calor de la crisis financiera y la emergencia de las prácticas de consumo alternativo. Un trabajo riguroso e interesante, que aporta mucha información relevante para caracterizar y comprender las dinámicas con las que opera el consumo sostenible.

Las decisiones de compra de los consumidores son perfiladas por numerosos factores que varían con cada producto y servicio, con el nivel de concienciación del consumidor, la geografía, la cultura y el nivel de ingresos.

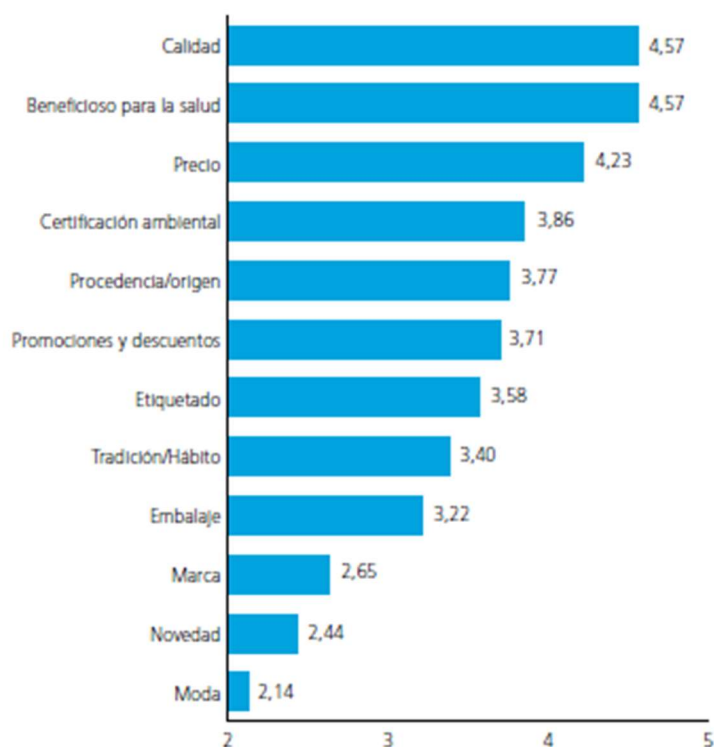
En esta investigación se realiza una aproximación al consumo contemplando las tres dimensiones que de forma simultánea condicionan nuestras decisiones de compra:

- Racional: son decisiones de compra hechas deliberadamente basadas en el precio, atributos y rendimiento del producto o servicio.
- Emocional: las decisiones de compra se ven altamente influenciadas por la emoción, intuición o el hábito.
- Contextual: decisiones de compra influenciadas por el ambiente en el que el consumidor toma la decisión

La crisis económica supuso un cambio en los hábitos de consumo, haciendo que la gente realizara la compra de una forma más calculada, planificada y menos impulsiva. De hecho, el 87% de las personas encuestadas considera la información contenida en el etiquetado como muy importante a la hora de definir sus decisiones de compra.

El principal factor que los consumidores priman por encima de todo es la calidad, que el producto sea beneficioso para la salud y el precio. Los factores menos valorados han sido la marca, la novedad y la moda, situando en el medio aquellos factores relacionados con la sostenibilidad como la certificación ambiental o el origen del producto. Otro dato relevante sería el esfuerzo económico que están dispuestos a hacer quienes quieren consumir de forma acorde a sus valores. Un 32% de estas personas manifiesta que estaría dispuesta a pagar entre un 10% y un 15% más del precio base por adquirir un producto sostenible y casi un 20% estaría dispuesto a pagar entre un 6% y un 10% más.

Figura 10: Preferencias de Compra
Importancia media atribuida (escala 0-5)



Aunque conviene matizar estas afirmaciones que en la práctica pueden resultar contradictorias con los hechos, pues se recuerda, que según el “Barómetro de septiembre de 2012 de Consumidores” el 42,3% están en contra o muy en contra de pagar precios más elevados para proteger el medio ambiente y, sin embargo, un 71,6% de los mismos entrevistados está a favor o muy a favor de destinar más recursos a proteger el entorno. Un 43% de la población española demuestra una gran predisposición al comportamiento sostenible, si bien, cuando la idea se traslada a la realidad, un 25% de los encuestados reconoce no llevar a término sus buenos propósitos.

Otro elemento que sale claramente identificado es la dificultad de lograr cambios en los patrones de consumo, debido a lo fuertemente que arraigan en la personalidad, la parte buena es que una vez se logran se consolidan profundamente. Y es que, de forma abrumadora, los consumidores no tienen intención de cambiar estos hábitos adquiridos.

Las organizaciones de consumidores reconocen estar incorporando recientemente aspectos ambientales en su trabajo, así como metodologías específicas como el Análisis de Ciclo de Vida a la hora de realizar las valoraciones sobre determinados productos. Aunque asumen que, de momento, estos aspectos no tienen un peso específico elevado en la decisión final, pues el consumidor únicamente pagaría más si se justifica de manera coherente el incremento de precio a través de un valor añadido claramente demostrable.

Las conclusiones a las que llegan es que “la educación/concienciación de la ciudadanía constituye la pieza angular sobre la que impulsar el nuevo modelo de consumo, no existe consenso sobre el papel de liderazgo que debe desempeñar la Administración al respecto, qué responsabilidades debe tener cada una de las partes y, sobre todo, respecto del origen de los fondos necesarios para la financiación de este tipo de iniciativas. Tampoco existe un único punto de vista respecto a cuál debe ser el papel de la Administración como legislador/regulador en un ámbito que las empresas perciben de un marcado carácter voluntario ni sobre los instrumentos a emplear para el fomento del consumo responsable. Aunque todos coinciden en que el desarrollo de incentivos fiscales que fomenten la innovación empresarial puede perfilarse como una herramienta efectiva, algunos temen efectos perniciosos que puedan disminuir la competitividad empresarial y distorsionar la realidad del mercado”.

Otro consumo para un futuro mejor. Nuevas economías al servicio de las personas y el planeta (2018).

Un estudio de OCU y el Foro NESI de Nueva Economía e Innovación Social que indaga sobre la importancia que damos a los aspectos éticos y medioambientales en los distintos ámbitos de consumo y cuáles son los hábitos de consumo sostenible de los consumidores más comprometidos. Un trabajo cuantitativo y cualitativo con una muestra de personas relacionadas activamente con el consumo sostenible.

El 73% de las personas de nuestra geografía ya toma decisiones de consumo por motivos éticos y ecológicos. El 62% considera que su consumo es una herramienta para cambiar el mundo. El 57% se siente identificado con los mensajes de las nuevas economías (pese a que muchos no conocen estas iniciativas)

Las personas encuestadas identifican unas dificultades de acceso al consumo sostenible relacionadas con el precio, muchas veces más elevado de estos bienes y servicios; pues, aunque muchas reconocen que la calidad, la sostenibilidad o los salarios dignos hay que pagarlos, solo el 10% está dispuesto a pagar siempre más un producto más ético y sostenible; porcentaje que crece hasta el 36% si hablamos de pagar solo un pequeño sobreprecio.

Además, identifican una serie de variables subjetivas como la falta de tiempo, una desconfianza hacia las políticas de responsabilidad social de las empresas, o el desánimo producido de ver algunos problemas ambientales como causas perdidas o el poco impacto de lo que se hace. Las barreras identificadas serían 60% Falta de información, 58% Falta de alternativas asequibles, 54% Falta de alternativas accesibles (cercanía, comodidad, disponibilidad...), 52% Dificultad para encontrar empresas responsables y 7% Otras dificultades.



El mercado de productos ecológicos, éticos y sostenibles todavía es pequeño suponiendo solo un 5% de la cuota de mercado. Otra información relevante es que la ciudadanía no conoce mayoritariamente las etiquetas de las economías alternativas, pero sí se sienten identificados con sus mensajes. “Los consumidores concienciados no entienden su compromiso como una simple cuestión de hábitos de compra, de bienes que adquieren o dejan de adquirir, de proveedores a los que contratan o no. Se trata más bien de una actitud vital y de una forma de estar en el mundo”. En definitiva, se apunta que hay un cambio cultural acelerado que no se traduce a la misma velocidad en transformaciones económicas.

Percepciones consumidor sostenible	Obstáculos
Hay distintos perfiles de consumidores, con necesidades y posibilidades diversas: edad, lugar de residencia, nivel de estudios o de ingresos nos condicionan. Y, sin embargo, todos pueden compartir parecidas aspiraciones y valores y desempeñar un papel crucial en el cambio.	El desequilibrio de poder entre las grandes empresas y la ciudadanía: las compañías cuentan con grandes medios para comunicar sus mensajes, recursos para hacer lobby y su orientación hacia la rentabilidad financiera, por encima del resto de impactos.
Hay una positiva percepción generalizada de que el consumidor español está cambiando: busca información más allá del precio, toma decisiones más conscientes, deja de comprar innecesariamente, recicla, vende de segunda mano y recircula los bienes que ya no necesita o prefiere productos ecológicos.	El <i>greenwashing</i> , o uso de reclamos “verdes” o “sociales”, que llevan a un escepticismo generalizado. No es lo mismo una empresa socialmente responsable desde sus orígenes o que ha cambiado de verdad de paradigma, que la que pone pequeños parches por imagen y para vender más.
La tecnología se percibe a la vez una solución y una amenaza: tenemos más acceso a la información, pero también puede ser fuente de desigualdades.	Identificación con una ideología concreta y que eso genere prejuicios

Y por último se apuntan una serie de recomendaciones, nos centramos en seleccionar algunas de las que se dirigen a las Administraciones:

- Desarrollar planes públicos de apoyo y promoción de las de las economías al servicio de las personas y el planeta como estrategia de fomento del consumo sostenible.
- Promocionar la compra pública sostenible.
- Incentivar fiscalmente las opciones más éticas y ecológicas.
- Definir estrategias para mejorar la información sobre los impactos de los productos.
- Penalizar la obsolescencia prematura y fomentar la durabilidad de los productos .

2.3 Apuntes para un consumo sostenible en las transformaciones en el consumo post-COVID-19

Empresas y universidades han realizado unas primeras investigaciones sobre los cambios en los hábitos de consumo después del confinamiento, indagando sobre cuales se esperan que sean efímeros y cuáles consolidan o aceleran tendencias. Sin ser estudios específicos sobre el consumo sostenible, arrojan una serie de reflexiones y evidencias que nos permiten ver cómo se refuerzan algunas de las dinámicas que lo promueven.

El confinamiento y la revolución de los hogares.

La empresa especializada en investigaciones de mercado Kantar ha realizado un estudio sobre los cambios que se han producido en los consumidores durante el confinamiento. La primera hace referencia al consumo dentro del hogar, que seguirá registrando un crecimiento en la nueva normalidad sobre todo en lo referente a una cocina más saludable y elaborada. Otra sería la búsqueda de la salud, a pesar de ser una tendencia previa se ha fortalecido claramente durante el periodo de confinamiento y es previsible que se acentúe con el mantenimiento de la pandemia.

El comercio electrónico ha doblado prácticamente su cuota de mercado durante este periodo. Lo que ha favorecido el fortalecimiento de las ventas *online*. Aunque a la vez, el comercio local de proximidad ha vivido un fuerte proceso de revalorización en este contexto. Las tiendas físicas conviven fuertemente con los canales digitales, y muchas de ellas incluso se convertirán en comercios multicanal.

Otro rasgo que ha emergido durante este periodo ha sido la preferencia de los consumidores por la búsqueda de productos locales o de proximidad, según sus estudios un 63% manifiestan su intención de comprar más productos de este tipo en el futuro. Un elemento que evidencia la importancia renovada de lo local y en las ideas de los consumidores tras la crisis sanitaria.

Los productos sostenibles salen fortalecidos de la pandemia, más de la mitad de las personas encuestadas se muestran predispuestos a continuar buscando productos sostenibles, un 33% de los consumidores dice que comprará más productos de marcas socialmente responsables en adelante y un 17% valora en mayor medida el producto ecológico que al inicio del confinamiento.

Enlace al documento: <https://www.kantar.com/es/inspiracion/consumidor/el-confinamiento-revoluciona-el-consumo-de-los-hogares/>

Impacto de la crisis COVID-19 en los hábitos de consumo en Cataluña en el post-confinamiento



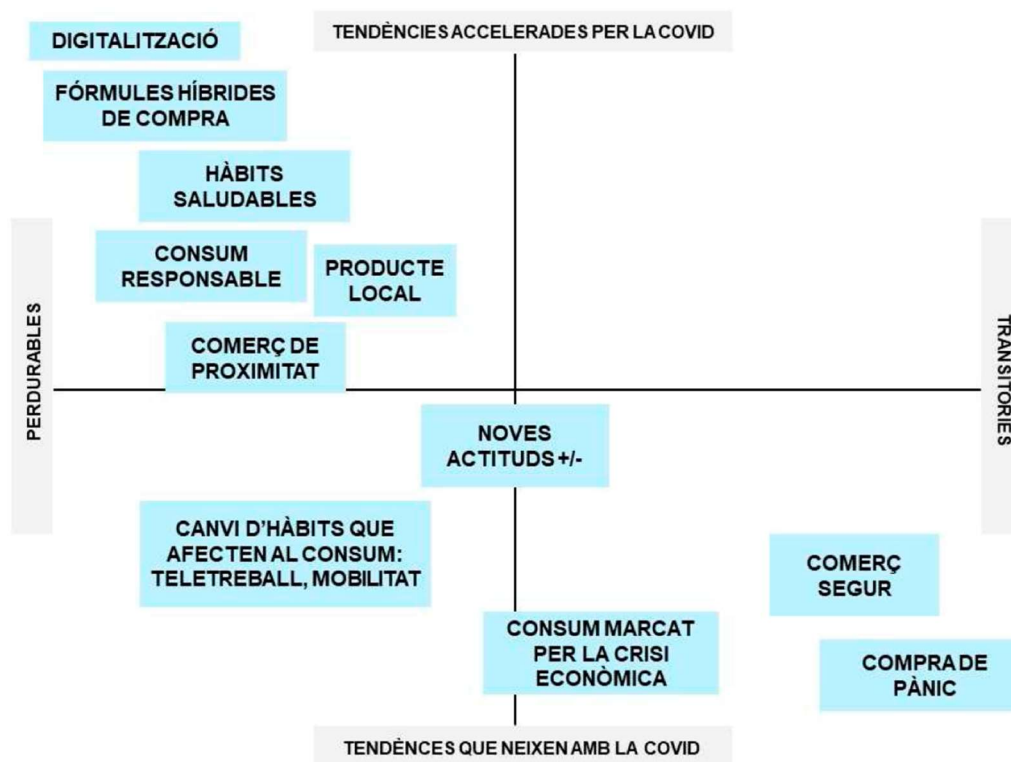
Desde la Universitat Rovira i Virgili, han realizado una interesante investigación, circunscrita al territorio catalán, donde analizan el impacto de la crisis COVID19 en los hábitos de consumo post-confinamiento. Las conclusiones apuntan a una idea central: el consumidor post COVID-19 será más ético, por un lado, y más digital, por la otra.

Más concretamente, indica que la crisis se ha limitado a acelerar tendencias de consumo que venían de antes, como la preferencia creciente por los comercios locales y socialmente responsables, por la compra de productos saludables de forma consciente y una clara reducción en el desperdicio de alimentos: a la vez que ha implicado una clara apuesta por la incorporación de la digitalización en muchos de los aspectos cotidianos de la vida.

Los efectos del consumo derivados se dividirían en dos, por un lado, acelerar tendencias de cambio presentes en la sociedad (hábitos saludables, digitalización, consumo responsable, fórmulas híbridas de compra, comercio de proximidad, producto local...) y, por otro, aquellas derivadas directamente de la crisis y que pueden tener un carácter más transitorio (compra de pánico, búsqueda de comercios sanitariamente seguros, consumo marcado por la crisis económica derivada, teletrabajo...).

Un tercio de las personas encuestadas se autopercibe como una consumidora muy sostenible, un 61% considera que la crisis de la COVID-19 va a favorecer el desarrollo de un consumo más responsable, siendo por edad las la juventud y las personas mayores los grupos de edad más optimistas. Y, por último, el número de personas que afirma comprar preferentemente en comercios de proximidad y tiendas de barrio sube de un 12 a un 19%.

Las conclusiones las han representado en este gráfico que resulta muy ilustrativo de cuales han sido los principales cambios detectados en los hábitos de consumo.



Encuesta sobre consumo y confinamiento

Desde la Escola Universitaria de Comerç i Distribució ESCODI també han realitzat dos informes trimestrals sobre els canvis en les tendències de consum després del confinament, que permet veure que els canvis s'han consolidat d'una manera més profunda.



2ª Encuesta Consum&confinament

www.escodi.com | juliol del 2020

escodi

1

El consumo *online* se consolida fuertemente, principalmente ante la entrada de gente mayor que no había optado por estos canales de consumo previamente, y que seguirá utilizándolos, aunque con menor intensidad que durante el confinamiento.

En abril un 75% de las personas quería que bajara el consumismo, una cifra que baja hasta el 66% en julio. El 17% siguen sintiéndose consumistas, un rasgo que aumenta en función de la disponibilidad de mayores rentas. Un dato relevante, que se mantiene estable es que más del 60% de la muestra afirma haberse replanteado cuáles son sus necesidades, siendo especialmente alta la puntuación entre la gente más joven. De hecho, un rasgo significativo sería que la gente apuesta por una nueva austeridad, basada en reducir el consumo y no tanto por comprar productos más baratos.

En abril un 70% de las personas afirmaba que sería más responsable con el medio ambiente en sus actos e consumo, una cifra que en julio bajaba hasta el 64%. Una cifra que sigue resultando muy elevada, destacando la mayor preocupación de las mujeres. Esto se sumaría a la importancia creciente de los productos de proximidad a los que un 67% afirma dar ahora más importancia, así como a la apuesta por los comercios de proximidad, donde un 65% de la muestra afirma comprar más que antes de la pandemia. Y, por último, en abril un 29% afirmaba comprar más productos ecológicos, esta cifra baja al 25% en julio.

El impacto del coronavirus en los estados de ánimo, hábitos y consumo.

Desde EAE Business School han realizado varias oleadas de una misma encuesta para ver cómo evolucionan los hábitos de consumo postconfinamiento. Las conclusiones son telegráficas pero muy coincidentes con las presentadas en otros estudios e investigaciones

Un 76,3% de los encuestados prevén que reducirán su nivel general de consumo. El 70% de los consumidores prefieren comprar producto nacional, aunque sea más caro por el COVID-19. Un 36% preferirá comprar en online a raíz de la pandemia; un 52% preferirá el comercio de proximidad y solo un 12% preferirá ir a un centro comercial o gran superficie. El presupuesto para alimentación saludable se verá reducido en un 29,1% de los casos, siendo la partida de gasto menos afectada por la reducción debida al COVID-19.

Enlace al documento: [AQUÍ](#)

Cuadro de síntesis de cambios en el consumo post-COVID-19

Los datos ofrecidos por las cuatro investigaciones no son directamente equiparables y comparables, pero sus resultados, las principales tendencias y los grandes números resultan muy coincidentes. El proceso de digitalización y de venta *online* se consolidaría en la vida cotidiana post-confinamiento; pero también ha habido una fuerte incorporación de hábitos sostenibles y de patrones de compra susceptibles de fomentar la expansión del consumo sostenible (local, proximidad, ecológica...).

	KANTAR	Universidad Rovira	ESCODI	EAE Business School
Comercio de proximidad	Mayor pero sin cifras	Un 19% prioriza comercio local frente a un 12% antes de la pandemia	65% consume más que antes de la pandemia	Un 52% de personas preferiría comprar en tiendas locales
Consumo productos locales	Un 63% manifiestan su intención de comprar más	Mayor pero sin cifras	Un 67% le otorga más importancia que antes de la pandemia	El 70% de los encuestados se inclina por comprar productos de fabricación nacional aunque sean más caros
Consumo productos ecológicos	Un 17% valora en mayor medida el producto ecológico que antes de la pandemia	Mayor pero sin cifras	29% abril 25% julio consume más que antes de la pandemia	El presupuesto para alimentación saludable se verá reducido en un 29,1% de los casos, siendo la partida de gasto menos afectada por la reducción debido al COVID-19
Perspectivas de futuro con mayor consumo responsable	33% de los consumidores comprará más productos de marcas socialmente responsables	61% considera que la crisis de la COVID-19 va a favorecer un consumo responsable	70% abril 64% julio sería más responsable ambientalmente en su consumo	

Las asociaciones de consumidores y ecologistas comparten la percepción de que durante el confinamiento se han consolidado una serie de hábitos que se vincularían con el consumo sostenible. Unas prácticas que hacen referencia a las preferencias de compra (consumo de proximidad y comercio especializado, productos locales y ecológicos, temporada...) pero también otros patrones relacionados con la redefinición de las necesidades, el desarrollo del háztelo tú mismo, la segunda mano, la reparación...

La emergencia sociosanitaria también ha supuesto un periodo en el que ha habido que reforzar las actividades de defensa de los derechos de los consumidores: evitar los cortes de suministros básicos, vivienda y desahucios, moratorias en créditos, transporte aéreo, precios máximos de productos de salud

pública... Por lo que desde estas entidades quieren enfatizar la importancia de concebir el consumo sostenible de una forma integral, incorporando la protección de los derechos de consumidores y usuarios desde la óptica de la justicia social y las garantías para consumidores vulnerables.

Y en cuestiones sensibles que llevaban muchos años de trabajo en sensibilización, como el tema de los plásticos, la emergencia COVID-19 y las recomendaciones sanitarias de uso de productos plásticos desechables han supuesto un enorme retroceso. Una situación compleja de abordar que exige reacomodar discursos y alternativas prácticas.

2.4 Las políticas públicas y el creciente reconocimiento institucional

El consumo y el impulso de estilos de vida sostenibles ha ido obteniendo un creciente reconocimiento institucional en las distintas escalas políticas. A nivel global el símbolo de este reconocimiento sería su incorporación por parte de Naciones Unidas en la Agenda 2030, como uno de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, concretamente el ODS-12: Producción y consumo responsable.

Una forma de validar el trabajo que desde 2014 viene realizando el PNUMA (Programa Naciones Unidas Medio Ambiente) en el Marco decenal de programas sobre consumo y producción sostenible, donde destacaban tres líneas fuerza: Programa de Compras Públicas Sostenibles, Información al consumidor y los Estilos de vida sostenibles y la educación. Iniciativas destacadas también como relevantes en las Directrices de Protección del Consumidor de Naciones Unidas de 2015.

En nuestro contexto geográfico, las primeras políticas públicas que de una forma integral, vertebrada y rigurosa han abordado el consumo sostenible, serían las distintas estrategias impulsadas a nivel municipal durante el último lustro. Madrid, Barcelona y Zaragoza han impulsado estrategias de impulso orientadas a:

- Sensibilización y visibilización del consumo sostenible entre la población, extendiendo una nueva cultura del consumo y aumentando la información disponible.
- Cambios normativos que favorezcan la incorporación de prácticas de consumo sostenible.
- Impulso del consumo sostenible en la práctica municipal, actuando de manera ejemplarizante como motor e impulsor del cambio.
- Apoyando y fortaleciendo iniciativas ciudadanas vinculadas al consumo sostenible, así como al comercio y la empresa local, promoviendo su vinculación con el consumo sostenible. Estas políticas deben identificar las experiencias ciudadanas con mayor éxito y apostar por su extensión, generalización y replicabilidad.

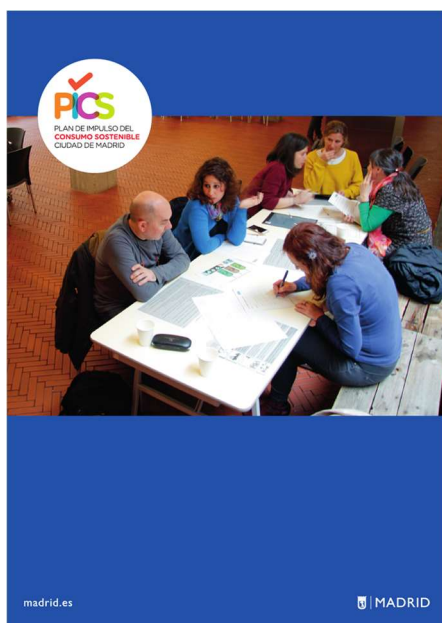
El balance de los equipos dinamizadores y de las organizaciones entrevistadas de estos procesos es compartido. Lo valioso de abrir estas nuevas áreas de trabajo dentro de la Administración Pública, así como los avanzados documentos a los que dieron lugar las Estrategias Municipales o Planes de Impulso del consumo sostenible, por su integralidad y por el valor de haber sido coproducidos en procesos participativos con los principales actores del ecosistema del consumo sostenible de cada ciudad. Además, estos procesos se coordinaron con la elaboración de otras iniciativas complementarias como estrategias de apoyo a la ESS, estrategias alimentarias o agendas 2030.

- Estratègia d'impuls del Consum Responsable Barcelona 2016-2019 y el resto de documentos estratégicos relacionados: AQUÍ
- Plan de Impulso del Consumo Sostenible Madrid: AQUÍ
- Estrategia Impulso del Consumo Responsable Zaragoza: AQUÍ

Una de las principales innovaciones introducidas en Madrid y Barcelona fue la puesta en marcha de los Espacios de Consumo Sostenible, dispositivos cogestionados que permitían realizar actividades de divulgación, sensibilización y apoyo a los tejidos sociales que trabajaban en cuestiones como alimentación, energía renovable, seguros y finanzas éticas, software libre o cultura.

- Espacios Consumo Sostenible Madrid: AQUÍ
- Espacio Consumo Sostenible Barcelona: AQUÍ

El despliegue limitado y difícil de estas estrategias constata la dificultad de consolidar estas nuevas líneas de acción, con dotaciones de recursos muy escasas, poco peso político dentro de los organigramas institucionales y obstáculos a la transversalización necesaria, así como una falta de personal especializado y plantillas motivadas. Aunque, sin duda, han supuesto un reconocimiento institucional muy importante, marcando la estela a seguir tanto en los enfoques y las metodologías, como en los contenidos abordados.



Y aunque es una política relacionada con el fomento del empleo desde la Economía Social y Solidaria, merece la pena reseñarse ARACOOOP por ser una propuesta muy inspiradora de como las administraciones públicas pueden apoyar de forma consistentes dinámicas sociales emergentes. Entre las diversas líneas de apoyo destacarían dos que han sido tremendamente exitosas, la Red de Ateneos Cooperativos y Los Proyectos Singulares.

La Red de Ateneos Cooperativos está formada por 14 ateneos y más de 360 entidades públicas y privadas que se articulan todo el territorio para dinamizar y crear relaciones socioeconómicas colectivas, democráticas, justas y solidarias y, contribuir al fortalecimiento y el crecimiento de la actividad económica, así como la creación de puestos de trabajo de calidad. Los Ateneos Cooperativos son espacios de referencia en el territorio, que fomentan el aprendizaje, la reflexión colectiva, la inter-cooperación y la transformación social, hacia un modelo socioeconómico sostenible y centrado en las personas.

Las líneas de actuación que vertebran su trabajo serían:

- Observación, investigación, diagnóstico y seguimiento territorial en ESS
- Formación para la promoción, creación y consolidación de proyectos de la ESS
- Acompañamiento para la creación y consolidación de proyectos de la ESS
- Divulgación, sensibilización y generación de conocimiento
- Facilitación de la inter-cooperación, haciendo red y dinamización territorial

Los Proyectos Singulares tienen por objetivo generar empleo a través de la creación de nuevos proyectos empresariales, nuevas líneas de negocio, nuevas empresas, nuevos mercados, en el marco de la economía social y cooperativa y aprovechando oportunidades estratégicas del propio sector de actividad, o del territorio. Una fórmula para financiar la puesta en marcha de iniciativas experimentales y que pueden tener un carácter innovador o estratégico.



2.5 Un campo de investigación emergente impulsado desde la sociedad civil

El campo de investigación sobre el consumo sostenible ha sido impulsado desde la sociedad civil, han sido colectivos especializados como el Centro de Investigación e Información en Consumo CRIC, colectivos de periodísticos como Carro de Combate u organizaciones ecologistas y de consumidores son quienes han desarrollado durante décadas una agenda de trabajo sobre estas cuestiones.

Las tareas de investigación sobre los impactos socio-ambientales de los patrones de consumo actuales, la información y sensibilización al consumidor, así como la visibilidad de las alternativas de consumo han sido tareas que mayoritariamente se han desarrollado de forma independiente. Desde las universidades no hemos identificado grupos de trabajo especializados, o agendas de investigación sostenidas en el tiempo que fueran más allá de proyectos puntuales. Existe una red difusa y dispersa de personas preocupadas por investigar y abordar estas cuestiones, que en muchas ocasiones trabajan junto a las entidades del sector pero que no han sido capaces de articular espacios de referencia dentro de las instituciones académicas.

No hay postgrados especializados en Consumo Consciente/Sostenible, que puedan generar conocimientos, habilidades y mecanismos profesionalizantes. El proceso similar más inspirador serían los Postgrados en Economía Solidaria, donde se ha logrado que distintas universidades se animaran a lanzar algunos postgrados cogestionados junto a entidades del sector. La experiencia más interesante se ubicaría en Catalunya, donde de la mano de ARACOOOP el organismo de la Generalitat encargado de impulsar la Economía Social, se ha financiado la puesta en marcha de diversos Postgrados mediante fórmulas que dan autonomía a las entidades del sector y permiten unos precios en las matriculas muy asequibles. Una fórmula muy inspiradora que debería de replicarse, de forma que un campo de conocimiento crecientemente relevante como el consumo sostenible estuviera atendido y se pudieran ir conformando núcleos vertebrados de investigadores, profesionales y formadores.

Por otro lado, en la medida en que se hacen cada vez más evidentes los consensos culturales generados y se consolida un nicho económico asociado a las prácticas de consumo sostenible, ha ido aumentando la preocupación ocasional de grandes consultoras de investigación por estas temáticas. Las conclusiones de las recientes investigaciones post-confinamiento, mayormente desarrolladas por consultoras de mercado convencionales, permiten apuntalar la atención creciente que despierta.

En el ámbito alimentario, que es donde este consumo ha tenido un mayor impacto a lo largo del tiempo, sí que tendríamos una serie histórica de investigaciones ligadas al Ministerio de Agricultura, al que recientemente se han sumado diversas empresas y *clusters* sectoriales que han ido desarrollando sistemas exhaustivos de monitoreo del mercado ecológico.

3. Buenas Prácticas en temáticas clave y recomendaciones para España

3.1 Etiquetado de productos

El etiquetaje hace referencia a toda información, escrita, impresa o gráfica relativa a un producto, que acompaña a éste cuando se presenta para la venta a la persona consumidora. Ha demostrado ser la fórmula más eficaz para la transmisión de información relativa a las características, formas de uso y conservación de los productos. Sin embargo, en infinidad de ocasiones este proceso de comunicación no se completa correctamente pues la persona consumidora desconoce gran parte de la terminología y/o simbología que utilizada.

La información obligatoria reflejada en las etiquetas está regulada de una forma específica para cada sector productivo (cosméticos, productos textiles y calzado, muebles, electrónica, alimentos, etc.) facilitando datos sobre las características de cada tipo de producto.

Las etiquetas ecológicas o eco-etiquetas son una forma de etiquetado que hace referencia a las bondades ambientales de un producto y habitualmente se representa mediante símbolos o sellos. Estos pueden ser certificados por las administraciones o resultado de comités privados; pueden ser parciales (atienden sólo a un aspecto, por ejemplo, la eficiencia energética) o fruto de un análisis de ciclo de vida (teniendo en cuenta todo el proceso productivo). De esta forma, la fiabilidad y veracidad del eco-etiquetado depende de la reputación que tenga el comité que los certifica. En algunos casos, pueden ser el resultado de estrategias empresariales de *greenwashing*, con información sesgada e incluso engañosa

Los orígenes de las eco-etiquetas se pueden encontrar en la creciente conciencia global sobre la necesidad de proteger el planeta y el rol que puede jugar el consumo para reorientar el funcionamiento del sistema socioeconómico hacia la sostenibilidad. Existen infinidad de eco-etiquetas y sellos en el mercado, lo que causa bastante desconcierto entre los consumidores.

Con el fin de garantizar una información adecuada sobre estos temas, se definieron tres tipos de etiquetas o declaraciones mediante Normas Internacionales ISO:

- Eco-etiquetas (Tipo I - ISO 14024): son sistemas voluntarios de calificación ambiental que certifican que ciertos productos o servicios tienen una menor afección sobre el medio ambiente. Son otorgadas por una tercera parte imparcial, que ejerce como entidad certificadora.
- Afirmaciones ambientales autodeclaradas (Tipo II - ISO 14021): se trata de aseveraciones que realiza el fabricante, con o sin verificación por tercera parte independiente, y proporcionan información sobre aspectos ambientales de los productos como, por ejemplo, si son reciclables. Pueden informar a través de textos o símbolos. Sin embargo, en muchos casos esta información no es del todo cierta, o bien, no queda suficientemente clara para todo el ciclo de vida.

- Declaraciones ambientales de producto (Tipo III - ISO 14025): se define como una comunicación verificable de datos medioambientales cuantificados, según la categoría del producto (RCP). En este caso es necesario realizar un Análisis de ciclo de vida basado en la serie de normas ISO 14040. Debido a la complejidad de estos análisis, normalmente se utilizan para la comunicación entre profesionales y clientes de empresa. En Europa, el verificador es la Asociación ECO Platform y en España el principal Programa es GlobalEPD de AENOR.

El Análisis de Ciclo de Vida (ACV) es una herramienta que investiga y evalúa los impactos ambientales de un producto o servicio durante todas las etapas de la cadena productiva: extracción, fabricación, distribución, consumo y desecho. Cuantifica el uso de recursos (energía, agua, materias primas) y los residuos generados (emisiones, vertidos, basuras) asociados a la cadena productiva de estudio. Se utiliza en el ecodiseño integrando los datos de impacto ambiental para su minimización.

Los documentos marco para la realización de un análisis de ciclo de vida son las normas internacionales ISO 14040 (principios y marco de referencia para el ACV) e ISO 14044 (requisitos y directrices para el ACV), adoptadas en el Estado español por AENOR.

La sostenibilidad se ha convertido crecientemente en un criterio de decisión de compra. Las marcas que cuentan con certificados y etiquetas ecológicas, se muestran más comprometidas con el medio ambiente y son más transparentes ante la ciudadanía. En el mercado se han multiplicado iniciativas de eco-etiquetado, con muchas opciones diferentes y que certifican diferentes aspectos⁶. A continuación, sin ánimo de ser exhaustivos, se recogen algunos de los más relevantes y de diversos sectores.

Marine Stewardship Council (MSC)⁷ certifica la pesca sostenible (pescado, marisco,...), asegura la trazabilidad a lo largo de toda la cadena y se garantiza que la pesca no procede de caladeros sobre-explotados. Es una entidad auditora independiente y que cumple con los requisitos de mejores prácticas establecidos por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO) para pesca salvaje.

Programa para el reconocimiento de la certificación forestal (PEFC)⁸ garantiza la trazabilidad de los productos procedentes de los bosques y nos indica que el origen del papel, la madera y otros productos forestales, proceden de bosques gestionados de forma sostenible y que aseguran la conservación de la biodiversidad. Aplica unas normas comunes acordadas internacionalmente.



Forest Stewardship Council (FSC)⁹ garantiza que todos los productos forestales avalados por su certificación como madera, papel, corcho e incluso fibras textiles, se gestionan según un respetuoso modelo de gestión ambientalmente responsable, socialmente beneficioso y económicamente viable. Es una organización de implantación mundial y sin ánimo de lucro.



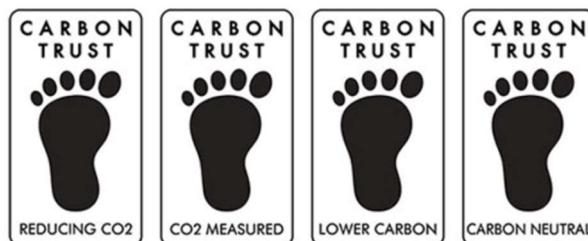
⁶ Plataforma Zeo: <https://plataformazeo.com/es/etiquetas-de-huella-de-carbono-que-existen-en-la-actualidad/>

⁷ Marine Stewardship Council (MSC): <https://www.msc.org/es>

⁸ PEFC: <https://www.pefc.es/>

⁹ Forest Steward Council, FSC: <https://es.fsc.org/es-es>

El primer sistema de etiquetado de huella de carbono¹⁰ se creó en 2006 por la ONG inglesa Carbon Trust para las marcas comerciales del Reino Unido que voluntariamente la quisieron adoptar. Este sistema de etiquetas, en línea con múltiples iniciativas que vinieron después como la canadiense Carbon Counted o la suiza Climatop, tiene el objetivo de facilitar a las empresas a comprometerse a reducir sus emisiones de CO₂ para así hacer frente al cambio climático.



El primer paso es calcular la huella de carbono de un producto o servicio durante todo el ciclo de vida y después adjuntar una etiqueta con los Kg de CO₂ equivalente que se han emitido para la fabricación y transporte, así como establecer unos objetivos y compromisos claros para reducirlas. Muestra compromiso con el cambio climático y tiene como objetivos:

- Ayuda a las empresas a comprender dónde se genera mayor huella de carbono y buscar estrategias de mitigación al cambio climático.
- Afecta positivamente a la imagen del producto y su aceptación ciudadana.



En el sector de la alimentación, la empresa Oatly fue pionera en apostar por este sistema de etiquetado de huella de carbono en el embalaje de sus productos. En la actualidad se han sumado otras marcas del sector en el Reino Unido, Irlanda y Holanda.

Plataforma ZEO, impulsada por la Asociación Casa Bioclimática, se realiza una estimación de la huella de carbono y se compensa el CO₂ equivalente en un proyecto ambiental certificado. Hay un equipo de expertos independientes a la Plataforma ZEO que avala la certificación.

AENOR (Asociación Española de normalización y certificación) de Huella de Carbono. Para la certificación cuenta con un tercero independiente y reconocido que acredita la veracidad de la reducción o compensación de las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas al ciclo de vida de un producto, actividad o servicio, en conformidad con normas internacionales.

¹⁰ Carbon Labels: https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/carbon_labels_infographic_final.pdf

En el mundo de la industria de la ropa, la huella de carbono es compleja de calcular, la marca de moda sostenible SKFK ha sido pionera a la hora de impulsar su propio sistema de cálculo de la huella de carbono, de una forma online en la web, que incluye todo el ciclo de vida de las prendas.



Los mercados de carbono ZEO¹¹, son necesarios pues las mayores empresas emisoras del sector industrial están obligadas a calcular la huella de carbono y pagar por cada tonelada de CO₂ que emiten en forma de impuestos. Este impuesto directo está regulado por el Régimen de Comercio Europeo, y supone un aliciente para que las empresas afronten una transformación tecnológica y de proceso productivo con el fin de reducir las emisiones y ahorrar impuestos.

Cradle to cradle Certified (de la cuna a la cuna)¹² parte de un enfoque biomimético para el diseño de productos y sistemas industriales que se desarrollan en armonía con la naturaleza. Tiene en cuenta diversos sectores productivos como construcción, textil, envasado, muebles, productos de limpieza...

Producto Natura 2000¹³, promovido por la asociación ornitológica SEO/Birdlife y financiado por el Ministerio de Transición Ecológica, certifica la procedencia y los valores ambientales de bienes y servicios producidos u ofrecidos en espacios de la Red Natura 2000.

Rainforest Alliance Certified¹⁴, es un sello de responsabilidad compartida desde las fincas de producción hasta el supermercado, que certifica prácticas que suponen la conservación de los bosques tropicales. Está presente en productos como café, té, chocolate, maderas, papel...

Bienestar Animal¹⁵, identifica que el producto de origen animal, destinado al sector de la alimentación, ha sido sometido a una evaluación de bienestar animal tanto en la granja como en el lugar de sacrificio, obteniendo la puntuación mínima requerida en todos los indicadores analizados y cumpliendo estrictamente con lo establecido por la Comunidad Europea.

¹¹ Zero Emissions Objective: <https://plataformazeo.com/es/mercado-carbono-transicion-tecnologica/>

¹² Cradle to cradle: <https://www.c2ccertified.org/products/registry>

¹³ Sello Producto Natura: <http://natura2000products.eu/el-sello-producto-natura-2000/>

¹⁴ Rainforesr Certified: <https://www.rainforest-alliance.org/lang/es/about/rainforest-alliance-certified-seal>

¹⁵ Sello Welfair: <https://www.animalwelfair.com/nuestro-sello/>

Guía sellos comercio justo: <https://www.economiasolidaria.org/recursos/guia-de-sellos-de-comercio-justo/>

Fairtrade¹⁶, es un sello internacional de comercio justo y la etiqueta ética más reconocida a nivel mundial. Cumplen con criterios sociales, ambientales y económicos acordados internacionalmente para promover el apoyo a las personas agricultoras del sur.

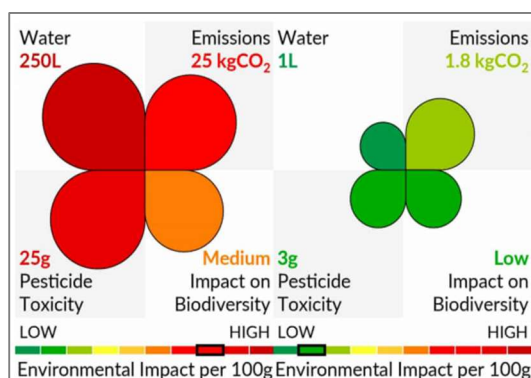
Energy Star¹⁷, certifica aparatos electrónicos según su eficiencia energética. Fue creado por la Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos, pero también es conocido en otros países porque su logotipo aparece en el arranque de muchos ordenadores personales.

La Indicación Geográfica Protegida (IGP) y la Denominación de origen protegida (DOP), se utilizan para designar un producto agrícola, alimenticio o de otro tipo, que posee un origen geográfico determinado y que tiene alguna calidad o reputación que se vincula a dicho territorio. Están cada vez más vinculados a criterios de proximidad y mercados locales.



Toda esta diversidad de certificaciones y sellos de todo tipo que aparecen en los productos, supone una dispersión de información que hace que la ciudadanía comprometida con el medio ambiente y la sociedad, tenga problemas para decidir la mejor opción de compra.

Ante esta situación surgen propuestas más integradoras y que facilitan la comprensión por parte de las personas consumidoras. Joseph Poore¹⁸, investigador de la Universidad De Oxford, plantea una ecoetiqueta para alimentos que incluye diferentes aspectos como consumo de agua, emisiones de gases de efecto invernadero, impactos sobre la biodiversidad y uso de pesticidas tóxicos. La forma de transmitir la información sería fácilmente entendible utilizando una gama de colores que van del verde (más ecológico) al rojo (menos ecológico).



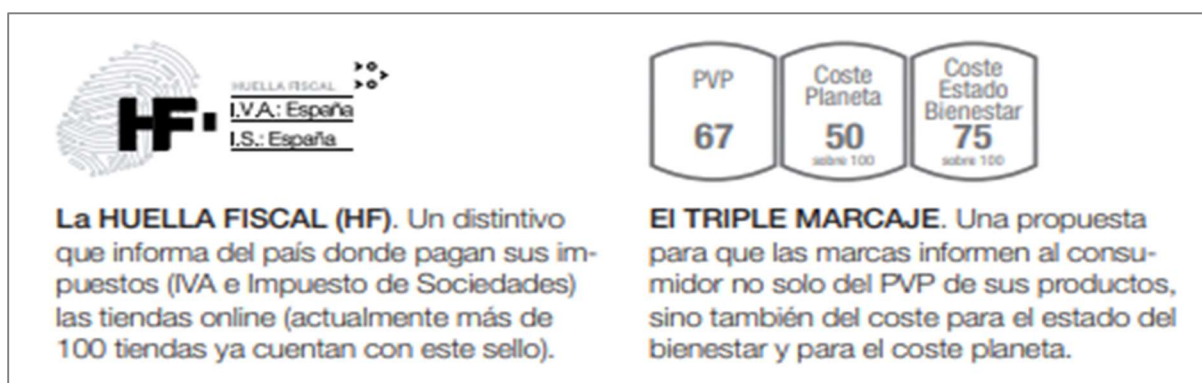
¹⁶ Fairtrade: <https://www.fairtrade.net/>

¹⁷ Energy Star: <https://www.energystar.gov/>

¹⁸ Joseph Poore (2018). We label fridges to show their environmental impact, why not food?

<https://www.theguardian.com/environment/2018/oct/10/we-label-fridges-to-show-their-environmental-impact-why-not-food>

La Fundación Knowcosters¹⁹ hace una propuesta de etiquetaje que suma criterios sociales a los ecológicos. Propone un dato de Huella Fiscal (HF), que informa del lugar dónde la empresa paga sus impuestos (IVA e Impuesto de Sociedades) y Un Triple Marcaje de etiqueta que incluye el precio de venta, el coste para el planeta y el coste al estado del bienestar. Aunar en una misma etiqueta o sello aspectos sociales como las condiciones de derechos humanos en las que se extraen las materias primas o se fabrican los productos y aspectos ecológicos puede ser complejo, pero sería de enorme interés para la ciudadanía comprometida,



Durante las últimas décadas se ha avanzado en la regulación sobre el etiquetado, pero organizaciones de consumidores y otros colectivos sociales critican que la información es confusa y atomizada. Según la organización Justicia Alimentaria Global en el informe Planeta Azúcar sobre la alimentación, un 64% de las personas consumidoras no saben leer las etiquetas de los alimentos y estos datos se podrían extrapolar a otro tipo de productos como los electrónicos o el textil. A esto habría que sumar la dificultad para saber interpretar los aspectos de eco-etiquetado y de comercio justo.

Nos enfrentamos cotidianamente a más de 300.000 referencias comerciales y tomamos más de 200 decisiones diarias. A cada producto le atribuimos múltiples valores que interactúan entre ellos (precio, seguridad, origen, facilidad de uso, equidad, diseño, impactos ambientales, envoltorio, salud...). Por lo tanto, existe un límite cognitivo racional para procesar toda esta información, de ahí la necesidad de utilizar etiquetados simples que muestren claramente y de un vistazo las características básicas y el impacto ecosocial del producto. Es necesario demandar y articular un etiquetado de productos claro, sencillo y que esté sujeto a una regulación por parte de las instituciones, de forma que dé garantías de la calidad y sostenibilidad a lo largo del ciclo de vida del producto.

¹⁹ Fundación Knowcosters: <http://fundacionknowcosters.org/>

A las personas, incluso las más responsables, les es difícil sustraerse a los aspectos simbólicos o psicosociales que aparecen en el envase, y que se perciben como información del producto, como por ejemplo reclamos como *artesanos, natural, casero, receta tradicional, saludable, local, orgánico o biodegradable*, que dan una información errónea del producto y para los que debería existir una regulación por parte de la administración. En este sentido la organización de consumidores OCU ha denunciado ante las autoridades de consumo autonómicas 25 productos que atribuyen al producto unas cualidades que en realidad no posee. La situación se complica todavía más cuando las empresas tratan de realizar *greenwashing* a través de los etiquetajes ambientales vagos, sin certificar, que hacen referencia a mínimos legales de obligado cumplimiento..., como veremos más adelante.

Situación en España y la Unión Europea

La normativa y sellos de calidad vinculados con temas de salud y medio ambiente, cuentan con diversas herramientas tanto en el arco de la Unión Europea como en el Estado español y el resto de los estados miembros. Seguidamente se exponen algunas de las más relevantes:

	Gas a presión Símbolo: bombona de gas
	Explosivo Símbolo: bomba explotando
	Comburente Símbolo: llama sobre un círculo
	Inflamable Símbolo: llama
	Corrosivo Símbolo: corrosión
	Peligro para la salud Símbolo: signo de exclamación
	Toxicidad aguda Símbolo: calavera y tibias cruzadas
	Peligro grave para la salud Símbolo: peligro para la salud
	Peligro para el medio ambiente Símbolo: medio ambiente

La normativa asociada a los químicos peligrosos ha sido regulada por la Agencia Química Europea, que es la autoridad en materia de sustancias químicas de la Unión Europea. El Reglamento es de carácter vinculante para los Estados miembros de la UE y se aplica a todos los sectores industriales, desde 2015. La clasificación, etiquetado y envasado de sustancias químicas peligrosas debe seguir esta normativa y obliga a los fabricantes, los importadores y los usuarios intermedios de sustancias a su cumplimiento.

Se establece una serie de pictogramas²⁰ que alertan a las personas consumidoras sobre aspectos de peligro y que se deben de incluir en las etiquetas, con el fin de transmitir información de una forma sencilla del daño que una determinada sustancia o mezcla puede provocar.

²⁰ <https://echa.europa.eu/es/regulations/clp/clp-pictograms>

La etiqueta de eficiencia energética, está sujeta por la Directiva 2010/30/EU y el Reglamento (EU) 2017/1369²¹, tal y como indica su nombre refleja el consumo energético de un producto en fase de uso y es de carácter obligatoria. Los electrodomésticos y otros equipos electrónicos deben de llevar según normativa vigente, una pegatina que lleva una escala de siete letras correlativas, de la A a la G, siendo la A la de mejor calificación y G la peor, y complementada con una la escala de colores de verde (el más eficiente) a rojo (el menos eficiente) de en cuanto a su consumo energético. También es obligatoria en otros productos como bombillas, neumáticos nuevos, ventanas o edificios de reciente construcción, aunque en cada caso presenta las características propias de cada producto.

Si se trata de un piso o establecimiento, llevará información relacionada con el consumo de energía y la generación de emisiones de CO₂ a lo largo del año. De este modo, sirve para informar a las personas propietarias o inquilinos de los gastos a los que se enfrentarán, energéticamente hablando. Desde junio de 2013 todas las viviendas usadas y las destinadas al arrendamiento o venta están obligadas a tener un certificado sobre esto. La etiqueta de eficiencia energética y los certificados energéticos caducan a los 10 años de su emisión.

Las campañas de renovación de aparatos eléctricos que se basan en el argumento de mejorar ahorro energético de los modelos más modernos, suelen ser estrategias de incremento de ventas que no tienen en cuenta los gastos energéticos y materiales de la fabricación de productos nuevos. El incremento de la durabilidad, reutilización y reparación de los productos siempre será más sostenible que cambiarlos por otros nuevos, a pesar de que con el uso estos aparatos pierdan algo de eficiencia energética.

Para paliar esta idea de cambiar y desechar por algo nuevo más eficiente, se podría tener en cuenta en el etiquetado del producto el concepto de *mochila ecológica*. Se trata de un indicador desarrollado por el investigador del Instituto Wuppertal, Friedrich Schmidt-Bleek en 1994, que refleja la *Intensidad de Materiales por Unidad de Servicio* (IMPS), de forma que se visibiliza la cantidad de materiales y energía necesarios para la fabricación de un producto teniendo en cuenta todo su ciclo de vida. Gracias a esta información, la ciudadanía podría darse cuenta del despilfarro que supone desechar los productos mientras son todavía útiles y podrían elegir aquellos productos más “livianos materialmente” para una misma función.

Según este indicador para fabricar un teléfono móvil se necesitan 75 kg de materiales, 1.500 para un ordenador de sobremesa y para un automóvil alrededor de 16 toneladas. Por otra parte, si se conociera la mochila ecológica de todo lo que se propone desechar a pesar de que funcione, para comprar otro nuevo, se podría reducir parte de la obsolescencia cultural ligada a los productos.

En el sector de la alimentación la información sobre el contenido nutricional de los alimentos ha sido desarrollada por el Reglamento 1169/2011 del Parlamento Europeo y es directamente aplicable a todos los estados miembros. Debido a la gran cantidad de etapas existentes en la cadena de producción de los alimentos procesados y ultraprocesados es necesario hacer un seguimiento exhaustivo de la

²¹ Regulation (EU) 2017/1369 setting a framework for energy labelling and repealing Directive 2010/30/EU: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2017.198.01.0001.01.ENG

trazabilidad de los mismos. La etiqueta no sólo debe contener información sobre su composición, sino también sobre las condiciones necesarias para mantener ese alimento en buen estado. Actualmente la información nutricional de los alimentos es obligatoria.

Según el Real Decreto 126/2015 los alimentos han de estar correctamente etiquetados con la información nutricional en el envase. La industria alimentaria presionó para que las características nutricionales obligatorias del alimento estuvieran lejos de la vista del consumidor, es decir, en un lateral o escondidas en un rincón de la parte posterior del envase.

El llamado etiquetado semáforo es un sistema sencillo y fácil de interpretar, que está avalado científicamente y apoyado por las asociaciones de consumidores y de otros colectivos que trabajan la alimentación saludable, aunque cuenta con el desagrado de la industria alimentaria. Este determina la cantidad de energía, azúcares, grasas y sal que contiene un alimento; en comparación con las cantidades máximas recomendadas por el sector de la nutrición. Se hace visible en el etiquetado adjudicándole un color a cada cifra en función de lo más cercano o alejado que se encuentra de ese límite, el color verde indica que es saludable, el naranja que ha de tenerse precaución y el rojo que muestra una peor calidad nutricional. Por otro lado, el desarrollo de este sistema ha sido avalado por la Organización Mundial de la Salud (OMS), y necesita de una evidencia científica sin la cual no existirá valoración positiva.

En España se puede encontrar este etiquetado semáforo de alimentos, siguiendo el ejemplo de otros países europeos, denominado *nutri-score* o *etiquetado nutricional frontal*, partiendo de la idea del semáforo nutricional, y que pretende implantarse en el primer cuatrimestre de 2021, según normativa del Ministerio de Consumo del que depende orgánicamente la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN)²². España se suma así a Francia, que ya tiene implementado este sistema, y a Bélgica y Alemania, que han anunciado a la Comisión Europea su deseo de ponerlo en marcha.



Como complemento a esta normativa y con el objetivo de reducir las alarmantes tasas de obesidad infantil, se está trabajando en una regular la publicidad de alimentos destinada inicialmente a menores de 12 años, a través del Código PAOS²³ que es un sistema de autocontrol por parte de las empresas.

²² Implantación del NutriScore en el Estado español:

https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/noticias_y_actualizaciones/noticias/2020/implantacion_nutriscore.htm

²³ La ley 17/2011, de Seguridad Alimentaria y Nutrición, por la que se crea este sistema de autocontrol, establece que las medidas de regulación de la publicidad sean acordadas voluntariamente por la industria alimentaria:

<https://www.boe.es/eli/es/l/2011/07/05/17/con>

El Reglamento (UE) 2018/848²⁴ sobre producción ecológica y etiquetado de los productos ecológicos, es el marco regulatorio para la producción agrícola, ganadera, acuicultura, pesca e industria de transformación alimentaria de carácter ecológico. El Capítulo IV regula el etiquetado de alimentos procedentes de producción ecológica y la regulación de utilización del logotipo de Producción Ecológica de la UE, así como el sistema de certificación.

La etiqueta indica la ausencia de organismos genéticamente modificados en la agricultura e identifica a aquellos productos que han sido cultivados o criados con métodos que conservan, cuidan y favorecen el medio ambiente garantizando, de paso, el bienestar de los animales y el rechazo de plaguicidas, fertilizantes o antibióticos.

La etiqueta de producto ecológico o solo se podrá emplear si, como mínimo, el 95% de los ingredientes agrarios del producto en peso sean ecológicos, siempre que cumplan con las normas de producción establecidas en el Reglamento.



Este nuevo reglamento, que entrará en vigor el 1 de enero de 2021, busca favorecer la armonización del modelo de producción ecológica de la Unión Europea, mejorar la libre competencia entre los productos europeos y los de terceros países, prevenir la posibilidad de fraude y aumentar la confianza de la ciudadanía hacia los productos ecológicos, además de clarificar algunos aspectos técnicos. Al mismo tiempo, se dota al sector de un ámbito de aplicación más completo que el actual.

Asimismo, se fomentan los circuitos cortos de distribución y las producciones locales en los territorios de la Unión, se refuerza el concepto de “producción ligada al suelo” y se promueve el uso de nuevos materiales de reproducción vegetal ecológicos, así como de razas de animales con un alto grado de diversidad genética, resistencia a las enfermedades y longevidad. También se incluye la posibilidad de que los pequeños productores europeos puedan acogerse a la certificación de grupo.

En España los sellos de agricultura ecológica son de competencia de los comités autonómicos y utilizan logos similares en todas ellas, con una ilustración de un campo bajo el sol, y con el nombre de la comunidad autónoma correspondiente. Se otorgan de acuerdo con los Reglamentos para la producción ecológica de la Unión Europea. Otros países de la Unión Europea tienen su sello propio, la mayoría con su sistema de regular su producción ecológica según normativa del país. En Francia (Sello AB), Holanda (Sello EKO) o Alemania (Sello Bio).



²⁴ Reglamento (UE) 2018/848 que deroga el Reglamento (CE) n° 834/2007 del Consejo: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32018R0848>

Publicado en el BOE: <https://www.boe.es/doue/2018/150/L00001-00092.pdf>

El Ecolabel (EU Flower) es la etiqueta de certificación ecológica de carácter voluntario establecido en 1992 por la comisión europea²⁵, su gestión está a cargo de la Comisión Europea y los organismos nacionales competentes y cumple con los requisitos de ISO 14020 Tipo I para etiquetas ecológicas. Los criterios de la eco-etiqueta de la UE se desarrollan y revisan en cooperación de expertos, la industria, las organizaciones de consumidores y las asociaciones medioambientales.

Reconoce a aquellos productos y servicios que durante su etapa de fabricación, distribución, empleo y residuo generan menor impacto al entorno y, por tanto, son más respetuosos que otros de su misma categoría.

Los criterios de la etiqueta ecológica de la UE se han formulado para más de 30 grupos de productos no alimentarios y no médicos (cuidado personal, limpieza, textil, equipos electrónicos, muebles, pinturas y barnices, jardinería, alojamientos de vacaciones...), que se revisan cada 3-5 años para analizar posibles cambios técnicos en el sector o nuevas normativas de regulación ambiental.



Aquellos fabricantes que quieren obtener el Ecolabel tienen que cumplir una serie de requisitos que se explicitan para cada grupo. Las solicitudes y licencias de etiquetas son gestionadas por los organismos nacionales competentes. Grupos de expertos en cada sector, en consulta con las principales partes interesadas, han desarrollado los criterios con el objetivo de desarrollar los principales impactos ambientales teniendo en cuenta el ciclo de vida del producto completo,²⁶ con el fin de promover la producción y consumo sostenibles en la región.

En marzo de 2016, 36.395 productos recibieron la etiqueta ecológica de la UE. Los países con más licencias de etiqueta ecológica de la UE fueron Francia (26%), Italia (18%) y Alemania (12%). La etiqueta ecológica de la UE tiene una buena aceptación en la mayoría de los países europeos, incluso por encima de los sellos de los diferentes países miembros.

El ecolabel tiene como objetivo:

- Homologar los signos con que los fabricantes pretenden caracterizar a sus productos con el fin de fomentar la fabricación de productos que no perjudiquen el medio ambiente. Identifica aquellos bienes que tienden a estar dentro del 10-20% superior de los más respetuosos con el medio ambiente dentro de su categoría. Los fabricantes sólo pueden utilizar la etiqueta después de que una autoridad nacional haya verificado que el producto cumple los criterios del sector.
- Informar a las personas consumidoras sobre las repercusiones ambientales de los productos que consumen.
- Evitar que la proliferación de sistemas de etiquetado nacionales que generen desorientación hacia la ciudadanía y que puedan convertirse en una barrera competitiva en un mercado que pretende ser único.

²⁵ Reglamento (CE) nº 66/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo:
https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm

²⁶ Grupos de productos y criterios: <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/products-groups-and-criteria.html>

- Exaltar sus virtudes ambientales frente a las personas consumidoras, incitándoles a la adquisición de dicho producto y no de otro carente de las mismas.

Sin embargo, también tiene puntos débiles como:

- La falta de obligatoriedad de poner el Ecolabel en productos y servicios.
- El excesivo peso de las grandes corporaciones frente a las empresas pequeñas que tienen más dificultades (económicas y de carácter técnico) para obtener la certificación.
- Los problemas comerciales que plantea dentro del marco de globalización económica dado que no todos los países tienen este marco regulatorio y de reconocimiento del sello.
- Carencia en los comités técnicos de certificación de diversidad de actores tales como la pequeña producción, las asociaciones ecologistas, de consumidores, etc.
- Además, el impacto de los productos y servicios con Ecolabel, no supone avanzar en un cambio estructural más amplio que suponga repensar el modelo de producción y consumo en su conjunto.

Como complemento al Ecolabel, la iniciativa sobre productos sostenibles²⁷, revisará la Directiva sobre diseño ecológico y propondrá medidas legislativas adicionales a los productos, de forma que sean más duraderos, reutilizables, reparables, reciclables y energéticamente eficientes. La iniciativa también abordará la presencia de sustancias químicas nocivas en productos electrónicos y TIC, textiles, muebles, acero, cemento y productos químicos.

Los Sistemas de Gestión de Calidad de los productos se basan en reglamentos y procedimientos estandarizados, como los ISO (International Organization for Standardization), y constituyen actualmente la principal norma de referencia ya que sigue indicadores internacionalmente reconocidos. La norma ISO 14001 facilita los requisitos para poder implantar un Sistema de Gestión Ambiental a cumplir la legislación de la Comunidad Europea (Reglamentación del Consejo N° 183/93, del 29 de junio del año 1993).

El sello Eco-Management and Audit Scheme-Reglamento Comunitario de Ecogestión y Ecoauditoría²⁸, faculta la participación voluntaria de las empresas de los diferentes sectores industriales para la auditoría que obliga a establecer unos indicadores de comportamiento ambiental, para analizar y medir el uso eficiente de los recursos, desde una perspectiva de ciclo de vida y contribuye a minimizar riesgos desde un enfoque preventivo. La Declaración Ambiental es validada por un verificador independiente y supone un ejercicio de transparencia que es reconocido por todas las partes interesadas, incluidas las administraciones públicas.

²⁷ Iniciativa UE sobre productos sostenibles (2020): <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12567-Sustainable-Products-Initiative>

²⁸ EMAS: <https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/sistema-comunitario-de-ecogestion-y-ecoauditoria-emas/antecedentes.aspx>

Tras haber demostrado la eficacia de esta herramienta de gestión medioambiental, en la promoción de la mejora continua del comportamiento medioambiental de las industrias, la revisión del EMAS fue publicada en 2001, como Reglamento (CE) nº 761/2001²⁹, por el que se permite que las organizaciones se adhieran con carácter voluntario a un sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales (EMAS).



Buenas prácticas

ALEMANIA

El sello Ángel Azul³⁰ alemán, es un sistema de etiquetado ecológico que certifica los productos de bajo impacto ambiental durante todo el ciclo de vida. Es uno de los sellos ecológicos con mayor prestigio a nivel mundial en cuanto a exigencia de criterios se refiere.

Se considera la primera certificación de carácter ecológico en el mundo en 1978 y depende de varias instituciones alemanas, siendo el Ministerio de Medio Ambiente el titular de la etiqueta, aunque la entidad certificadora es el Instituto Alemán de Aseguramiento de Calidad y Señalización (RAL) según las bases elaboradas por la Agencia Federal de Medio Ambiente. Pero además, existe un jurado independiente de etiquetado ecológico que se conforma con representantes de todos los grupos sociales. La adjudicación se documenta con el logotipo del *Ángel Azul*, con la especificación del sector industrial y con un certificado oficial.

Se otorga a los productos que cumplen con los criterios propios de reducción del impacto ambiental en las etapas de fabricación, embalaje, uso, emisión, recogida, reciclaje y desecho. Incorpora también, otros aspectos como la calidad y la seguridad del producto.



²⁹ Reglamento (CE) nº 761/2001 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX%3A32001R0761>

³⁰ Ángel Azul: <http://www.blauer-engel.de/en/index.php>

Permite identificar aquellos productos que son más ecológicos y seguros en relación con otros productos comparables, alrededor de 12.000 han sido certificados por el gobierno alemán. Los criterios principales para obtener el sello son los siguientes:

- Ahorro de recursos durante todo el ciclo de vida (agua, energía, materias primas)
- Uso preferencial de materiales reciclados y materias primas sostenibles.
- Evitar los contaminantes y tóxicos en el producto.
- Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y otros contaminantes en el suelo, el aire, el agua y los espacios interiores. Reducción de ruido y radiación electromagnética
- Incrementar la durabilidad, reparabilidad, reutilización y reciclabilidad
- Sistemas y servicios que permiten el uso compartido.

PAÍSES NÓRDICOS

El Nordic Swan Ecolabel³¹ o Cisne Nórdico, es el sello ecológico oficial de productos y servicios en los países nórdicos, que exige rigurosos criterios medioambientales, además de eficiencia energética y calidad de los productos. Incluye la trazabilidad de todo el ciclo de vida, desde las materias primas, hasta su producción, pasando por toda la necesidad de transporte y la fase de desecho.



Además, el sello da la garantía de que contiene cantidades mínimas de sustancias peligrosas para la salud y el medio ambiente, de que no contiene sustancias alérgicas y que han reducido lo más posible los materiales para su envasado. Es un sello oficial certificado y que se ha posicionado como referente en la ciudadanía preocupada por la ecología, siendo la quinta marca más conocida en Finlandia.

La Agencia Nacional de Alimentos de Suecia ha desarrollado el sistema llamado *ojo de cerradura* o Key Hole, que se ha extendido al resto de la comunidad escandinava (Dinamarca, Noruega y Suecia). Se trata de un logotipo que selecciona las opciones más saludables dentro de las diversas categorías de alimentos. Esta opción simplifica la información resaltando exclusivamente los “mejores alimentos” desde el punto de vista de la salud.



Otros países europeos y no europeos, han introducido sus propias certificaciones medioambientales. El objetivo común, aunque no todas igual de ambiciosas, es avanzar en la defensa del medio ambiente y aportar información a una ciudadanía cada vez más preocupada por la salud y la ecología.

³¹ Nordic Swan Ecolabel: www.nordic-ecolabel.org

MUNDIAL

En 1994, certificadores ecológicos de todo el mundo, se unieron en el desarrollo de la red mundial, *Global Ecolabelling Network* (GEN)³², un sello ecológico que tiene en cuenta la vida útil del producto o servicio, según descripción de la Organización Internacional de Normalización (ISO) 14024:2018, para informar sobre aquellos productos que son preferibles desde el punto de vista ecológico.

Cuentan con una certificación derivada de una norma científica específica para cada categoría y la mayoría de ellas incluyen requisitos para aspectos como la toxicidad, calidad del aire, uso de energía, reciclabilidad, compuestos orgánicos volátiles, agentes cancerígenos y otros aspectos que causan preocupación.

Su objetivo es promover el etiquetado sostenible de productos y servicios:

- Fomenta la cooperación, el intercambio de información y la armonización de estándares entre miembros, asociados y otros programas de eco-etiquetado.
- Participa en organizaciones internacionales para promover el eco-etiquetado.
- Fomenta la demanda y el suministro de bienes y servicios más responsables.
- Sus programas de eco-etiquetado son voluntarios
- Sus estándares abordan múltiples criterios ambientales durante el ciclo de vida de un producto o servicio
- Los estándares están publicados y son transparentes
- Las eco-etiquetas se otorgan mediante verificación independiente de terceros.

Recomendaciones de cara a los cambios normativos en España

Las recomendaciones las vamos a agrupar en dos grandes bloques, unas orientadas hacia las normativas de ecodiseño y eco-etiquetaje, mientras que el otro bloque incidirá en las medidas que se focalizan en la ciudadanía y la publicidad.

Sobre la normativa de ecodiseño y *ecolabel* de productos

- Evitar proliferación de logos. Existen demasiados, heterogéneos, algunos con certificación dudosa o que no aportan información relevante. Es necesario generar reconocimiento público y reforzar el Ecolabel Europe, y apoyar en Europa su consolidación como eco-etiqueta de referencia.
- Realizar aportes para mejorar el Ecolabel, pues se analizan de forma cuantitativa 16 tipos de impactos diferentes, sin incluir aspectos cualitativos como la pérdida de biodiversidad o aspectos sociales. Habría que identificar criterios para ir incorporando el Análisis de Ciclo de Vida, apoyándose en la Estrategia de Economía Circular.

³² Global Ecolabelling Network: www.globalecolabelling.net

- Unificar la diversidad de sellos en unos pocos que sean contrastados, verificados, evaluados y con herramientas que garanticen el cumplimiento de los estándares de calidad. Estos procesos, además de una base científica contrastada, debería contar con la participación de representantes de la sociedad civil como asociaciones de consumidores, ecologistas...
- Las certificaciones tienen que suponer mejoras ambientales claramente superiores a la media, deben de ser ambiciosas y no pequeños cambios ambientales. De forma que realmente sirvan para destacar aquellos productos que realizan aportes socio-ambientales significativos.
- Hay que generar una normativa de ecodiseño de obligado cumplimiento para la industria, que se extienda a todos los productos de los diferentes sectores y sea un requisito necesario para estar en el mercado.
- Es interesante aplicar la información de semáforos desde otra lógica, el rojo debería identificar productos que tendencialmente deberían estar fuera del mercado. Una regulación que realmente estimulara la mejora y la transición hacia mejores estándares socio-ambientales. En el Plan de Acción de Economía Circular se recoge “hacer que los bienes, servicios y modelos comerciales sostenibles sean la norma”. El cumplimiento de este objetivo se fortalecería negando el acceso al mercado de la UE a aquellos productos insostenibles, ineficientes, tóxicos, derrochadores y contaminantes.
- La producción limpia ahorra costes y es mejor para el medio ambiente y la salud. Sin embargo, es la producción insostenible la que resulta más asequible a las personas, esto es una paradoja que se tendría que tener en cuenta y buscar estrategias de abaratar el consumo sostenible dadas las ventajas que proporciona a la sociedad. Valorar propuestas de fiscalidad verde que faciliten el acceso de los productos sostenibles a la mayor parte de la población. Modulación de precios, a través de bonos de eficacia verde.

De cara a la ciudadanía y publicidad

Todas las eco-etiquetas, especialmente las veteranas y con mayor implantación en los mercados nacionales como Blue Angel o Nordic Swan, han contado con fuertes campañas institucionales. Así que, si queremos extender su implantación, habría que realizar campañas de divulgación de las eco-etiquetas oficiales que se consideraran estratégicas.

Las asociaciones de consumidores demandan un etiquetaje de productos que sea más accesible y útil y que son útiles para tenerlo en cuenta para las eco-etiquetas:

- Claridad y utilidad de la información que aparece.
- Eliminación información no esencial y regular la información parcial o engañosa.
- Presentación de fácil lectura, tamaño de letra adecuado.
- Utilizar palabras menos técnicas.
- Eliminar o minimizar el *greenwashing*, como veremos de forma detallada en otro apartado.

3.2 Obsolescencia Programada

La obsolescencia programada reduce intencionalmente la vida útil de un producto, de modo que este se torne obsoleto, no funcional, inútil o inservible; ello tras un período de tiempo calculado de antemano por el fabricante o tras una intensidad de uso predeterminada. Normalmente esto sucede al superar el periodo de garantía, de forma que se dificulten las reclamaciones legales. La lógica que subyace tras la obsolescencia es evitar la creación de productos de calidad, diseñados para maximizar su funcionamiento útil durante el mayor tiempo posible. El objetivo sería aumentar la tasa de sustitución y por tanto de lucro para los fabricantes, al favorecer el aumento de la velocidad en la compraventa de bienes, obviando las necesidades de los consumidores y los impactos socio-ambientales de estas prácticas.

Las tres tipologías de obsolescencia

- Obsolescencia programada: Aquella que provoca que el producto falle de manera predeterminada e intencional por parte del fabricante. La más conocida.
- Obsolescencia psicológica o cultural: Aquella que logra que desechemos bienes con vida útil porque ya no nos gustan o dejan de estar de moda. La publicidad sería una herramienta determinante para acelerar estos cambios de valores.
- Obsolescencia tecnológica: Aquella que provoca que el producto quede obsoleto porque la tecnología que lleva incorporada se va quedando desfasada de forma intencional. Esta se da principalmente en aparatos como ordenadores o móviles, cuyas actualizaciones van ralentizando y haciendo disfuncionales los dispositivos.

La obsolescencia tiene unas consecuencias socio-ambientales muy negativas, pues además de asentarse sobre lógica del derroche de recursos limitados y de energía, es una de las principales fuentes de generación de residuos. Aunque la obsolescencia en moda también es muy nociva, los principales impactos se asocian con los electrodomésticos y especialmente con la basura tecnológica.

Según el Global E-Waste Monitor 2020, auspiciado por United Nations University, el mundo produce hasta 50 millones de toneladas de desechos electrónicos y eléctricos al año, lo que pesa más que todos los aviones comerciales jamás fabricados. Solo el 20% de esto se recicla formalmente. Este tipo de desechos crecen en el mundo tres veces más rápido que la población mundial y 13% más rápido que su PIB. España produce 19 Kg *per capita* de desechos electrónicos anuales, en sintonía con la mayoría de los países de nuestro entorno.

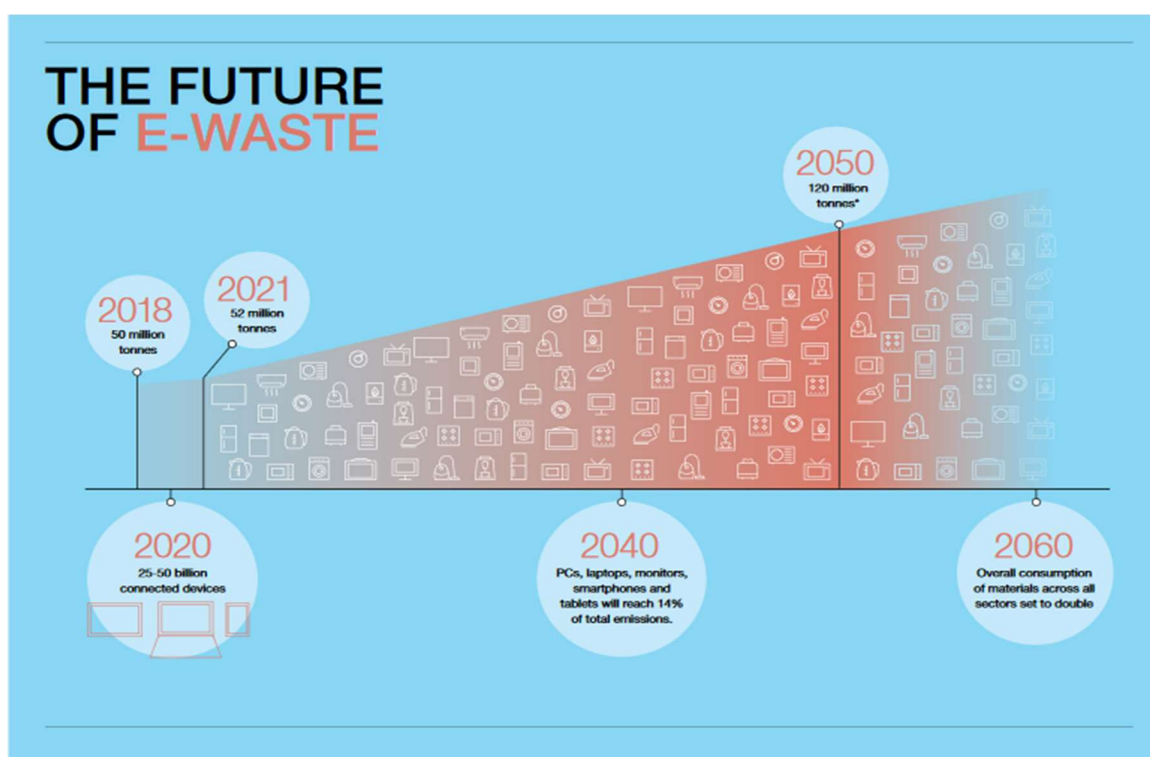
Además de los residuos tóxicos y de difícil gestión, los dispositivos electrónicos necesitan una gran variedad de materias primas que se extraen de las minas, incluyendo cantidades pequeñas de metales preciosos, como oro, paladio y plata. Para hacerse una idea de la huella ambiental que esto supone, extraer una tonelada de oro genera alrededor de 10.000 toneladas de CO₂. Y otro impacto asociado sería la energía necesaria para producir dichos objetos, que mayoritariamente procede de combustibles fósiles.

España es uno de los países con menor ciclo de vida de *smartphones*. De acuerdo a la consultora de mercados Kantar, la vida útil de un móvil en nuestra geografía es de un año y ocho meses. Generalmente, se asume que la vida útil de un *smartphones* es de dos años principalmente porque suele ser el periodo durante el cual los fabricantes ofrecen actualizaciones. El informe *Coolproducts don't cost the Earth* de la European Environmental Bureau (EEB), la organización de ciudadanos para proteger el medio ambiente

más grande de Europa, planteaba que la duración de la vida útil de un *smartphone* debería ser de mínimo 25 años, frente a los menos de tres de media actuales, para compensar su impacto en el medio ambiente, y de 20 años para los ordenadores *notebooks*.

Otro problema asociado serían las dificultades asociadas a la reparabilidad de los productos según una encuesta del Eurobarómetro, en Europa el 77% de los ciudadanos estaría dispuesto a reparar sus productos, pero casi nunca lo hace porque es demasiado caro. Ya sea porque los diseños impiden la reparación, porque no hay garantías de suministro de piezas cuando los productos comienzan a fallar, por las diferencias entre producir de forma deslocalizada y reparar con salarios locales, el caso es que es la reparación, contra toda lógica, se vuelve una práctica antieconómica.

Y las previsiones no son muy optimistas, pues se prevén aumentos constantes en la producción de residuos tecnológicos a nivel global y regional.



* http://www3.weforum.org/docs/WEF_A_New_Circular_Vision_for_Electronics.pdf

La situación en Europa y España

A principios del nuevo milenio este tema se fue convirtiendo en una preocupación creciente de la ciudadanía y de las asociaciones de consumidores/as. En el año 2011 el Senado español aprobó una Resolución en la que se instaba al Gobierno a que prohibiera la obsolescencia planificada, pero nunca evolucionó hacia una legislación que lo regulara de forma efectiva. Por las mismas fechas diversos países iniciaban tímidos abordajes a esta temática.

La cuestión empieza a vertebrarse a partir de 2013, cuando el Consejo Económico y Social Europeo (CESE) –órgano de representación institucional en el que están presentes empresarios, sindicatos y organizaciones de la sociedad civil, expertos y universidades– aprueba el Dictamen CCMI 112 sobre

Duración de la vida de los productos e información al consumidor. En él se establecen una serie de recomendaciones:

- Aboga por la prohibición total de los productos cuyos defectos se calculan para provocar el fin de la vida útil del aparato.
- Recomienda a las empresas que faciliten la reparación de sus productos. Ello deberá efectuarse en torno a tres ejes, siendo el primero la posibilidad técnica, a continuación, deberá mantenerse la posibilidad de que los consumidores puedan aprovisionarse de piezas de recambio durante un periodo de cinco años, a partir de la adquisición. Por último, al comprar un producto, se debería proporcionar un manual en el que se detallen las posibilidades de reparación y las instrucciones para realizarla.
- Fomenta las iniciativas voluntarias de certificación.
- Anima a los Estados a tener en cuenta los parámetros de lucha contra la obsolescencia programada en el marco de su política de contratación pública.
- Considera que la mejora de la calidad y de la sostenibilidad de los productos manufacturados generaría empleos duraderos en Europa y debe, por tanto, fomentarse.
- Propone ampliar el dispositivo de garantías vinculado a la compra mediante una garantía mínima de funcionamiento, de manera que las reparaciones se hagan a cargo del fabricante.
- Recomienda acelerar la investigación y las realizaciones en torno a tres ejes que constituyen frenos a la obsolescencia programada:
 1. El diseño ecológico de los productos.
 2. La economía circular.
 3. La economía de la funcionalidad.
- Preconiza un etiquetado sobre la duración de vida o el número estimado de utilizaciones de los productos para que el consumidor pueda escoger en el momento de la adquisición con pleno conocimiento de causa. Aboga por experimentar voluntariamente con un etiquetado en el que figure el precio por año estimado en función de la vida útil para fomentar la adquisición de productos sostenibles.

En esas mismas fechas se realizó una encuesta del Eurobarómetro que planteaba como un 77% de la ciudadanía estaría dispuesta a reparar sus productos, pero casi nunca lo hace porque resultaba comparativamente demasiado caro. El problema se iba diagnosticando y apuntaba a la necesidad de regular de una forma más exhaustiva a la industria.

En febrero de 2015, el Gobierno adaptó el Real Decreto sobre residuos y aparatos electrónicos al dictamen elaborado por la Comisión Consultiva de Transformaciones Industriales del CESE, que promueve la reutilización. En 2017 el Parlamento Europeo realizó un llamamiento a la Comisión Europea y los Estados miembro para luchar contra esta práctica. La Resolución del Parlamento Europeo, de 4 de julio, sobre Una vida útil más larga para los productos: ventajas para los consumidores y las empresas fue aprobada con una abrumadora mayoría (662 votos a favor, 32 en contra y 2 abstenciones). En 2018 la Directiva 2018/851 del 30 de mayo, por la que se modifica la Directiva 2008/98/CE sobre residuos, explica en su apartado 29 que “los Estados miembros deben facilitar modelos de producción que fomenten la prolongación de la vida útil de los productos y promuevan la reutilización mediante el establecimiento y

el apoyo de redes de reutilización y reparación, como las dirigidas por las empresas de la economía social, los regímenes de depósito, devolución, retorno y rellenado e incentivando la refabricación, el reacondicionamiento y, en su caso, la adaptación de los productos a nuevos fines”. Y es que en nuestro contexto los pequeños avances regulatorios han venido de la mano de los cambios normativos en el seno de la UE.

El Grupo Parlamentario Confederal de Unidos Podemos-En Comú Podem-En Marea presentó en junio de 2017 una proposición no de Ley en el Congreso de los Diputados, que instaba al Gobierno a impulsar las medidas legislativas necesarias para prohibir la obsolescencia programada, entendida como el conjunto de técnicas que introduzcan defectos, debilidades, paradas programadas, obstáculos para su reparación y limitaciones técnicas mediante las cuales un fabricante reduce de forma deliberada la durabilidad de la producción con el objeto de aumentar la tasa de reemplazo. En esta propuesta se planteaba avanzar en:

- Medidas para que las empresas faciliten la reparación de sus productos.
- Medidas para que las empresas mejoren la calidad y la sostenibilidad de los productos manufacturados.
- Medidas para establecer un sistema que garantice una duración de vida mínima de los productos adquiridos.
- Medidas de ampliación del dispositivo de garantías vinculado a la compra mediante una garantía mínima de funcionamiento, de modo que las reparaciones se hagan a cargo del fabricante.
- Medidas de fomento, sobre todo en fase de educación, del consumo responsable, con el objetivo que los consumidores tengan en cuenta el impacto sobre el medio ambiente, la huella ecológica y la calidad de los productos.
- Medidas para fomentar la realización de proyectos de I+D+i basados en el diseño ecológico de los productos, la economía circular, el residuo mínimo y la economía de la funcionalidad.
- Medidas para que en la contratación pública se consideren los parámetros de lucha contra la obsolescencia programada.

La Estrategia Española de Economía Circular identifica y reconoce los tres tipos de obsolescencia (programada, psicológica y tecnológica), pero elude regular y se conforma con apuntar la necesidad de promover nuevos sistemas de diseño y concepción de productos, considerando el alargamiento de la vida útil, la reparabilidad y la reducción de la obsolescencia de dichos productos. Hasta el momento no se ha mostrado una voluntad política decidida para abordar estas cuestiones.

A nivel regional en 2019 la Asamblea de Extremadura aprobaba la Propuesta de Ley del Estatuto de los Consumidores, donde se introducía una mención pionera con respecto a la regulación a nivel autonómico, de la obsolescencia programada. Dicho artículo establecía que “se prohíben las prácticas de obsolescencia programada, entendiendo como tales el conjunto de técnicas por las que las empresas pretenden reducir deliberadamente la vida útil de un bien para aumentar la tasa de sustitución”.

Desde la sociedad civil ha habido un esfuerzo por divulgar esta problemática e incluso se han avanzado medidas tan interesantes como el sello ISSOP, impulsado desde la Fundación FENISS, mediante el cual se certifican empresas y productos comprometidos con la lucha contra la obsolescencia planificada. Una potente herramienta que ha sido infrutilizada por parte de las administraciones de cara a utilizarla en

procedimientos de compra pública, de forma que estas actuaran de forma ejemplarizadora.

Enlace: <https://feniss.org/sello-issop/>

Además, desde la Organización de Consumidores y Usuarios OCU se ha impulsado el Barómetro de la Obsolescencia Planificada, de cara a ir recabando información sobre estas prácticas y disponer de herramientas que permitan visualizarla. Los primeros datos apuntan a los móviles, las impresoras, los aspiradores y las televisiones como los aparatos y electrodomésticos más problemáticos.

Enlace: <https://www.ocu.org/barometro-de-obsolencia-prematura>

Buenas Prácticas

La referencia indiscutible sería Francia, cuya iniciativa presentaremos de una forma detallada, pero también atenderemos a los avances en la legislación italiana (ahora mismo en tramitación) y de la estrategia sueca por haber sido muy divergente de estas dos primeras.

FRANCIA

En 2014, el parlamento francés aprobaba, en el marco de la Ley de Transición Energética, castigar a las empresas que, con la excusa de las leyes de mercado y la supervivencia empresarial, violasen las leyes de defensa del consumidor. Las penas contempladas pueden conllevar penas de hasta dos años de prisión y multas de 300.000 euros, que pueden incrementarse hasta el 5% de la facturación media anual calculada sobre el volumen de negocios de los tres últimos ejercicios. La normativa establece la existencia de la obsolescencia programada, a la que se incorporaron también otras medidas para luchar contra el despilfarro, y la reducción de residuos en origen.

La normativa ha sido actualizada en 2020 en el marco de la Ley de lucha contra el despilfarro y a favor de la economía circular³³. Una referencia internacional pues es la regulación que aborda de forma más rigurosa y ambiciosa ha regulado la obsolescencia programada, en un marco que además se relaciona con las transiciones ecosociales. Un resumen de esta ley:

- Mejorar la información del consumidor para que pueda tener los elementos adecuados para comprar de una manera clara.

Desarrollo de un sistema de referencia armonizado para información para el consumidor. A través de una aplicación digital de fácil acceso a la información exhaustiva del producto, mediante el enlace a una etiqueta, que además servirá como foro para los usuarios. Esta aplicación permitirá comparar las etiquetas, explicar los principales impactos ambientales del etiquetado ambiental, proporcionar información sobre la trazabilidad, reciclaje de los productos e incorporación del material reciclado y su fiabilidad, información sobre la vida útil, el diseño ecológico, el asesoramiento de mantenimiento y la

mejora de la información, ya obligatoria, sobre la disponibilidad de piezas de repuesto. La etiqueta funciona como un “índice de reparabilidad” de los aparatos eléctricos y electrónicos para que, entre otras cosas, el consumidor pueda elegir un aparato que sea más fácil reparar que otro.

³³ La ley se puede encontrar en este enlace:

<https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000041553759?r=ZPA0TYS7R8>

- Reforzar el principio de “quien contamina paga” para las empresas, mediante la creación de un *bonus malus* que permitirá a los productos que son menos contaminantes reducir su precio hasta un máximo de un 20%³⁴
- Extender la vida útil del producto a través del apoyo a la reutilización, reparación y la economía de la funcionalidad (privilegiar el uso frente a la posesión o servitización).

Fortalecer la oferta de reutilización, reparación y funcionalidad de los actores económicos, para facilitar que las personas acudan a sus servicios en lugar de tirar un bien y comprar uno nuevo, mientras se fortalece la economía social y solidaria de la economía en Francia.

Esto requiere una mejor estructuración de la oferta de reparación para que sea más competitiva y más fácil de acceder para los consumidores. Varias opciones son posibles:

- Desarrollar plataformas de redes digitales para reparadores y ponerlos en contacto con los consumidores;
 - Reforzar la participación de determinadas organizaciones en las actividades de reutilización y reparación, proporcionando a los consumidores un mapa territorial de los servicios de reparación y reutilización de fácil acceso y de calidad;
 - Examinar las opciones para mejorar la competencia entre los reparadores y las ventajas económicas o fiscales para permitir una reducción efectiva de los precios de los servicios de reparación.
- Extender la obligación de suministrar repuestos usados.

Aplicar la obligación existente para reparadores de automóviles a todos los reparadores de bienes tecnológicos (electrodomésticos, alta fidelidad, fotografía, telefonía, etc.), de forma que se extienda la obligación de disponer y de suministrar repuestos tan pronto como estén disponibles.

- Reforzar la información del consumidor sobre la garantía legal.

Un refuerzo de la información del consumidor donde se distingan mejor las garantías comerciales de los productos más durables, priorizando la reparación de un bien en lugar de reemplazarlo por uno igual y una extensión de la durabilidad de la garantía (paso del período de garantía de 2 a 5 años).

- Luchar contra el despilfarro

Cada año, en Francia, se destruyen cerca de 630 millones de euros en productos nuevos. Para detener el desperdicio y preservar los recursos, la Asamblea Nacional le ha dado, unánimemente, luz verde al artículo cinco de la ‘ley anti-desperdicio’. En 2023 estará totalmente prohibido que las empresas tiren o

³⁴ Un análisis detallado de los baremos de bonificaciones y penalizaciones financieras en el Sistema de Responsabilidad Ampliada del Productor, puede encontrarse:

<https://www.terraqui.com/blog/actualidad/francia-modifica-los-baremos-de-bonificaciones-y-penalizaciones-financieras-en-el-sistema-de-responsabilidad-ampliada-del-productor/>

destruyan los productos no alimentarios que no vendan (de momento la ropa, pero la voluntad es avanzar también en productos cosméticos, higiénicos o electrodomésticos). En vez de ello, deberán o bien donarlos a asociaciones o, en el futuro, reutilizarlos o reciclarlos, bajo pena de una sanción si no lo hacen.

- Final del plástico desechable de forma progresiva en 2040
- Lucha contra la publicidad que aliente el desecho prematuro de productos o la degradación deliberada del producto en un estado normal de funcionamiento y prohibición de la distribución de material publicitario no solicitado y catálogos comerciales con fines de promoción comercial para consumidores e impresos con tintas que contienen aceites minerales.

Las principales críticas a las que se está encontrando este despliegue normativo tienen que ver con su difícil aplicación. A la hora de judicializar procedimientos contra empresas que aplican la obsolescencia programada, se están encontrando problemas de justificación y demostración técnica de los mecanismos mediante los cuales se está limitando intencionalmente su durabilidad. Las empresas gastan miles de millones en practicar obsolescencia programada y ocultarla, la administración no invierte lo suficiente en investigación, control y verificación de las averías provocadas después de periodo de garantía. Al carecer de forma exhaustiva de los datos técnicos que demuestren esa obsolescencia, la justicia está rechazando la inmensa mayoría de las acusaciones.

Además, desde entidades ecologistas y de la economía solidaria plantean otra serie de demandas para mejorar la ley que han hecho públicas de forma conjunta, entre las medidas que solicitan:

- Cifrar los objetivos y proporcionar apoyo financiero para la reparación asignadas a las entidades de Responsabilidad Ampliada del Productor (RAP); el replanteamiento de las entidades de RAP implica una refundición de la gobernanza, integrando los actores de la reutilización, de la reparación y del consumo sostenible, y más transparencia sobre todo en la atribución de la parte las obligaciones de pago de los productores en función de criterios *bonus/malus* (según sean más o menos ecológicos en su impacto) por marca; la creación de un fondo para el reemplazo solidario, financiando los actores asociativos de reemplazo solidario;
- La puesta en marcha de un índice de durabilidad para el 2022, y no solo de un índice de reparabilidad;
- la prohibición de la destrucción de todos los productos que no hayan sido vendidos y bienes en estado de uso, precisando que el reciclaje es una forma de destrucción; privilegiar el donativo de estos productos no vendidos a las personas que sufren más precariedad, para conciliar lo ecológico y lo social, o, en su defecto, la reutilización;
- El reconocimiento de un verdadero derecho a la reparación que incluiría la libre elección del reparador, incluso no autorizado, y un libre acceso para este último a los planes de reparación, herramientas, programas de informática o repuestos; una duración mínima obligatoria de disponibilidad de piezas de repuesto de 5 años; el apoyo a la creación y al desarrollo de redes de formación de técnicos de reparación; visualización clara de la indisponibilidad de piezas de repuesto; creación de un fondo de apoyo a la reparación para disminuir su coste;

- El compromiso para bajar el IVA sobre las actividades de reparación y de la reutilización para pasar a un IVA “circular” del 5,5% cuando las directivas europeas lo permitan; la creación de un cheque reparación;

ITALIA

Basándose en regulación previa de defensa de los derechos de los consumidores preexistente impuso las primeras sanciones por obsolescencia programada a nivel mundial. En octubre de 2018 impuso multas de 10 y 5 millones de euros a Apple y Samsung, respectivamente, por prácticas comerciales injustas al haber obligado a los consumidores a realizar actualizaciones de sus teléfonos móviles, que suponían un empeoramiento deliberado de su rendimiento. En 2020 la sentencia se hacía firme, tras haber sido recurrida la primera condena hacia las corporaciones tecnológicas en primera instancia.

Italia ha mostrado una determinación que pocos gobiernos han tenido para enfrentarse abiertamente a las grandes corporaciones, si bien las multas son abultadas, al compararlas con los beneficios empresariales resultan muy testimoniales. Desde hace unos años vienen trabajando en un desarrollo legislativo sobre la Obsolescencia Planificada, que ahora mismo se anda en pleno proceso de tramitación parlamentaria.

Esta ley contempla una definición exhaustiva de lo que se entiende por Obsolescencia Programada, una modificación del código sobre los derechos del consumidor donde se incorporan estas cuestiones relacionadas con la vida útil y la reparabilidad “la seguridad, el conocimiento de la composición, la calidad, la vida útil y la posibilidad de reparaciones a costos asequibles de los productos y servicios”.

- De forma clara establece unas obligaciones para los productores

El fabricante tiene prohibido implementar técnicas que puedan conducir a la obsolescencia programada de los bienes de consumo.

El fabricante está obligado, para los bienes de consumo eléctricos y electrónicos que para su correcto funcionamiento incluyan un componente software, asegurar la disponibilidad de actualizaciones del software y aplicaciones relacionadas durante todo el período de comercialización y por un período posterior igual a la duración de la garantía legal, así como la asistencia técnica necesaria.

- La información al consumidor diferenciará la duración garantizada y la duración presunta del producto.
- Ampliación de la duración de la garantía legal de conformidad de los bienes de consumo de dos a cinco años desde la fecha de entrega de los electrodomésticos y pequeños bienes.
- El productor o, en su defecto, el importador está obligado a garantizar un adecuado servicio técnico de los bienes de consumo, así como el suministro de repuestos durante un período mínimo de cinco años a partir del momento del cese de fabricación de la mercancía, ampliable a siete años en las piezas fundamentales cuyo costo sea superior a 60euros. Los repuestos y los componentes agotables de los bienes de consumo deberán tener un costo congruente y proporcional al valor de los mismos bienes.

- El Consejo Nacional de Consumidores y Usuarios tendrá la tarea de supervisar y controlar las técnicas de obsolescencia programada, verificando el cumplimiento de las disposiciones mediante la realización de inspecciones y controles por muestreo para someterlos a pruebas y análisis, así como garantizar la retirada efectiva e inmediata de los bienes ya comercializados e informar a los consumidores sobre los incumplimientos a coste de las empresas. Y por último promoverá estudios, investigaciones y actividades de divulgación sobre las consecuencias derivadas de la práctica de la obsolescencia programada y sobre las medidas implementadas para combatirla.
- El productor o distribuidor de bienes de consumo es sancionado con pena privativa de libertad de hasta dos años y multa de 300.000 euros si ha engañado o intentado engañar al consumidor, por cualquier medio o procedimiento, también a través de terceros. El importe de la multa podrá incrementarse en proporción a los beneficios derivados de la infracción considerando el volumen de negocios medio anual relativo al bien de consumo, calculado sobre la base de los tres últimos ingresos anuales.

Enlace al proyecto de ley: [AQUÍ](#)

Las principales asociaciones de consumidores como ALTROCONSUMO apoyan la propuesta de ley, aunque plantean una serie de medidas para mejorarla:

La idea de indicar la duración esperada es extremadamente positiva, pero los controles de durabilidad del nuevo producto son largos y costosos y no necesariamente concluyentes. Mucho más útil sería tener un registro de productos que se rompen antes de lo esperado. En teoría, se requeriría que los fabricantes mantengan un registro de quejas/problemas críticos.

Además, consideran que sería más apropiado hablar en general de "Obsolescencia", dejando fuera el término "programada" porque implica una intencionalidad por parte del productor que no necesariamente existe, o al menos es difícil de probar en muchos casos.

SUECIA

El Parlamento sueco ha emprendido un camino alternativo al de Francia e Italia, poniendo el énfasis en el impulso activo de la reparabilidad, de forma que pueda convertirse en una práctica competitiva. Una forma de alentar un cambio en la cultura del consumo, desincentivando que se compre lo más barato para tirarlo rápidamente, además de favorecer el comercio local de reparaciones en detrimento de las grandes multinacionales fabricantes y generará puestos de trabajo entre los sectores de población menos cualificados. Una medida que supone un contrapeso a los procesos de automatización de la producción, pues las reparaciones se han vuelto más laboriosas que una producción altamente automatizada.

En 2017 se han hecho efectivas las exenciones fiscales a la reparación de todo tipo de productos, desde las ropas hasta las lavadoras, pasando por las bicicletas, los zapatos o las neveras. El IVA de dichos servicios será reducido desde el 25% hasta el 12% y podrán desgravarse sobre el IRPF la mitad de la mano de obra pagada para reparar electrodomésticos, lo que podría reducir el coste de las reparaciones hasta en un 87%.

El coste estimado que supondrá este impuesto, calculado en unos 48 millones de dólares, será

complementado con un impuesto sobre los productos químicos dañinos para el medio ambiente que funcionan en diversos electrodomésticos como las neveras.

Una medida de referencia a nivel internacional en cuanto a la posibilidad de usar la fiscalidad para promover cambios en los patrones de consumo e incentivar prácticas orientadas a mejorar la reparabilidad. El impacto que ha tenido esta medida ha sido bastante baja según *Promoting the Repair Sector in Sweden*, un informe sobre reparabilidad comparada de diversos países, donde se analizaba en profundidad la experiencia sueca.

Esta investigación arroja una serie de conclusiones críticas muy interesantes:

Los productos que acceden a los circuitos de reparación son aquellos que tienen una calidad media elevada, los productos de baja calidad se desechan y no se arreglan. Así que este tipo de medidas de fomento de la reparación beneficia indirectamente a las clases medias y altas, pues presupone un punto de partida ficticio en igualdad de condiciones. O se introducen medidas correctoras para que las economías vulnerables puedan acceder a productos de calidad o nunca entraran en los circuitos de reparabilidad.

Tras la aprobación de los cambios normativos, las empresas de diversos sectores dedicados a la reparabilidad no han percibido cambios significativos o muy notables en su carga de trabajo. El sector de la bicicleta y de las tecnologías de la información fueron los que percibieron un sensible aumento en el número de reparaciones, pero no pueden determinar si el aumento fue causado por las deducciones fiscales o no.

La mayoría de las personas que eligen las reparaciones son de mediana edad, esto podría deberse a los viejos hábitos y a los altos precios de las reparaciones, quienes reparan seguirán eligiendo la reparación. Las campañas de información deben estar dirigidas a las personas que no saben que existe la posibilidad de reparar los productos a un precio más económico en comparación con antes de que se implementara la reducción del IVA, especialmente la juventud.

Recomendaciones de cara a los cambios normativos en España

En nuestra legislación existe una clara infracción administrativa para los supuestos de obsolescencia programada no informada, según establece la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Sin embargo, al no haber una ley específica que regule la obsolescencia programada, las administraciones actúan únicamente ante una denuncia.

Las leyes francesa e italiana serían una referencia claramente inspiradora del tipo de normativas que deberían de ponerse en marcha. Un proceso que debería de ser coproducido con las entidades de la sociedad civil que vienen abordando estas temáticas (FENISS, asociaciones de consumidores/as, ecologistas...), de cara a aprovechar el conocimiento acumulado.

Un primer paso sería la creación de un Observatorio de la Obsolescencia Programada que permitiera articular a las entidades, elaborar un diagnóstico compartido y comenzar las tareas de diseñar un borrador de proyecto legislativo. FENISS, FACUA, OCU, Ecologistas en Acción, Greenpeace... confirman su predisposición a participar de un espacio de este tipo. Algunas de las medidas que se consideran prioritarias serían:

- Ampliar la Ley de Garantías. Un año progresivamente hasta los cinco años. Una forma de prevenir los residuos y garantizar la vida útil de los productos. Los productos con una vida útil más prolongada deben tener un periodo de garantía de la misma duración que la vida útil esperada. Además, convendría revisarla, atendiendo a la letra pequeña que permite estirar el margen legal para camuflar medidas de obsolescencia como en las bombillas.
- La normativa sobre ecodiseño europea no aborda cuestiones de obsolescencia, puedes hacer lavadoras más reparables, pero si no obligas a que haya piezas de repuesto, si no logras que las reparaciones supongan más de 20-30% del precio de un producto nuevo estas no serán competitivas.
- Incentivar fiscalmente a las empresas para que aumenten la durabilidad de los productos y subvencionar la compra de productos sin obsolescencia.
- Las PYMES tributan a una media del 23% frente a las grandes corporaciones (tecnológicas, electrodomésticos...) que lo hacen del 0 al 5%. Ampliar la tributación de estas últimas que son las que practican la Obsolescencia Programada.
- Implementar Etiqueta de durabilidad a través de una APP (vida útil, trazabilidad del producto, averías frecuentes, precio medio de reparación, disponibilidad de piezas de recambio...), cuya información deben facilitarse antes de la compra.
- Promocionar la compra pública sostenible. La aplicación de cláusulas sociales y medioambientales para los contratos de las administraciones pueden servir para que se impulse la innovación y la producción sostenible y, con ello, la cantidad de alternativas y unos precios más asequibles de los productos sostenibles que llegan a las tiendas. Mientras no haya un etiquetaje armonizado a nivel europeo, debería de aplicarse el sello ISSOP como ha sucedido en algunas experiencias piloto como en la isla de El Hierro, con una amortización anual de la inversión en un año y cero gastos en reparaciones, o con los proyectores certificados sin obsolescencia de CASIO comprados por la Generalitat de Catalunya y que multiplica por diez la durabilidad media.
- En la actualidad, la normativa española estipula que las piezas de repuesto deben estar disponibles durante el plazo mínimo de cinco años a partir de la fecha en que el producto deja de fabricarse. En el caso de los aparatos de uso doméstico, el real decreto ley 1/2007 de defensa del consumidor y el real decreto 58/1988 informan que deberán tenerlos por un mínimo de siete años. Aumentar estos plazos sería una medida sencilla con elevado impacto.
- Una rebaja del IVA a los productos que provienen de comercios dedicados a la reparación, el alquiler y venta de productos de segunda mano en las tiendas de economía social y solidaria. Una medida que viene reivindicando desde hace tiempo la Asociación Española de Recuperadores de Economía Social y Solidaria.
- Realizar campañas de divulgación y sensibilización sobre las problemáticas y los impactos socio-ambientales derivados de la obsolescencia programada.
- Aprovechar las herramientas que la sociedad civil ha ido desarrollando, de cara a maximizar su visibilidad y utilidad como el sello ISSOP o el Barómetro de la Obsolescencia.

3.3 Textil

El sector textil es uno de los grandes contribuyentes al deterioro medioambiental global, de acuerdo con la Conferencia de la ONU sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), la industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo. Esta industria afecta a los cultivos, a la extracción de materias primas y a toda la cadena de producción, donde únicamente un 13% de los recursos para la producción de ropa nueva proviene de materiales reciclados post-uso. Otros de los principales impactos serían el uso anual de 93.000 millones de metros cúbicos de agua, que son contaminadas con distintos compuestos químicos, un volumen suficiente para satisfacer las necesidades de cinco millones de personas. A esto se suman cuestiones como el vertido anual de medio millón de toneladas de microfibra, lo que equivale a 3 millones de barriles de petróleo; así como el elevadísimo consumo energético y de emisiones de carbono, que son superiores a las de todos los vuelos y envíos marítimos internacionales juntos.

La industria textil además utiliza grandes cantidades de sustancias químicas altamente tóxicas y peligrosas para la salud humana: alquifenoles, ftalatos, retardantes de llama bromados y clorados, colorantes azoicos, compuestos orgánicos de estaño, perfluorados (PFCs), clorobencenos, disolventes clorados, clorofenoles o las parafinas cloradas de cadena corta (PCCC). Muchas de las cuales han comenzado a regularse recientemente.

Además, encontramos la dimensión socio-laboral, donde este sector se encuentra altamente deslocalizado, trasladando las actividades más contaminantes, intensivas en mano de obra y con menor valor añadido a países empobrecidos, mayoritariamente de Asia. Las condiciones laborales destacan por ser muy precarias e incurrir recurrentemente en malas prácticas (abusos, largas jornadas, bajos salarios, hostilidad sindical...).

Y es que el modelo dominante en el sector es el de la “moda rápida”, que ofrece a los consumidores cambios constantes de colecciones a bajos precios, alentando a comprar y desechar ropa frecuentemente. El resultado es que la producción de prendas de vestir, muchas de ellas de baja calidad, se duplicó en el periodo de 2000 a 2014; y que las personas compran un 60% más de ropa que hace 15 años. Menos de la mitad de la ropa usada se recolecta para su reutilización o reciclaje cuando ya no se necesita, y solo el 1% se recicla en ropa nueva, ya que apenas están comenzando a surgir tecnologías que permitirían reciclar la ropa en fibras vírgenes.

Según el informe *A new textiles economy: Redesigning fashion's future* de la Fundación Ellen McArthur, que aglutina a una parte significativa de las grandes empresas del sector, la cantidad de veces que se usa la ropa antes de desecharla está disminuyendo dramáticamente. El promedio mundial en 2016 bajó de 200 usos a 120 usos. China ha experimentado una caída dramática a 62 usos, mientras que los estadounidenses se mantienen en un promedio de 40 usos, habiendo prendas que se desechan tras sólo siete o diez usos. Este aumento exponencial se traduce en que cada segundo se entierra o quema una cantidad de textiles equivalente a un camión de basura (alrededor de 12 a 14 toneladas).

No en vano hubo un escándalo internacional cuando en 2018 se reveló que la marca de moda Burberry había quemado ropa por valor de 40 millones de dólares en ropa sin vender, así como otros artículos de lujo, en un intento por evitar que las existencias no deseadas se vendieran a precios más bajos. Una práctica muy extendida en la industria, debido a que producen amplios stocks, contando con las economías de escala que les permiten reducir costes y bajar precios, sin ajustar la oferta a ningún tipo de demanda.

La situación en Europa y España

Ante la presión de grupos ecologistas, de consumidores y por el comercio justo, la UE ha acordado restringir más de 30 sustancias peligrosas de la ropa y otros textiles de consumo. Estas sustancias se utilizan para colorear y tratar productos textiles, usando productos como plomo, cadmio y otros metales tóxicos que pueden causar cáncer, dañar el ADN o afectar a la salud reproductiva. Las asociaciones promotoras se felicitan del avance, pero consideran que se debe ser más ambiciosos a la hora de regular contra los productos químicos nocivos en textiles como los disruptores endocrinos o los alérgenos.

La Agencia Europea de Sustancias y Mezclas Químicas (ECHA) se encuentra tramitando una regulación sobre los microplásticos que aspira a reducir en 400.000 toneladas y a la que se dedicarían 9.400 millones de euros durante los próximos 20 años. Esto afecta sustancialmente a la industria de la moda debido a la liberación de microplásticos procedentes de productos textiles. Aunque los grupos ecologistas plantean que la ambición de la propuesta se ha ido reduciendo y los plazos de aplicación se han alargado significativamente debido a la presión de la industria.

Además, se estaban planteando porcentajes obligatorios de reciclaje de textil por parte de los distintos Estados, cuestiones relacionadas con el etiquetaje... una pluralidad de medidas que evidencian la complejidad de la cadena de valor textil, para responder de forma conjunta a estos desafíos que se superponen, y como estas cuestiones están entrando con fuerza en la agenda política. Tanto es así que, en el marco del Plan de Acción de la Economía Circular de la UE, se avanza la propuesta de una Estrategia Integral de la UE para los textiles.



La estrategia tendrá como objetivo fortalecer la competitividad industrial y la innovación en el sector, impulsando el mercado interno de textiles sostenibles y circulares, incluido el mercado de la reutilización de textiles, abordando la moda rápida e impulsando nuevos modelos comerciales.

Esto se plantea lograr mediante un conjunto completo de medidas, que incluyen:

- Aplicar el nuevo marco de productos sostenibles como se establece a los textiles, incluido el desarrollo de medidas de diseño ecológico para garantizar que los productos textiles sean aptos para la circularidad, asegurando la absorción de materias primas secundarias, abordar la presencia de productos químicos peligrosos y capacitar a las empresas y los consumidores privados para que elijan textiles sostenibles y tengan fácil acceso a los servicios de reutilización y reparación;
- Mejorar el entorno empresarial y normativo para los textiles sostenibles y circulares en la UE, en particular proporcionando incentivos y apoyo a modelos de producto como servicio, materiales circulares y procesos de producción, y aumento de la transparencia a través de la cooperación internacional;
- Brindar orientación para lograr altos niveles de recolección separada de desechos textiles, que los Estados miembros deben garantizar para 2025;

- Impulsar la clasificación, reutilización y reciclaje de textiles, incluso mediante la innovación, fomentando las aplicaciones industriales y medidas reglamentarias como la responsabilidad ampliada del productor.

En 2017 el Parlamento Europeo aprobó una resolución que pedía adoptar una legislación común que obligase a las empresas del sector textil a controlar el respeto de los derechos humanos a lo largo de toda su cadena de producción, siguiendo las recomendaciones de la guía de Diligencia debida de la OCDE sobre *Cadenas de suministro responsables en el sector de la confección y el calzado*, que afectarían a más del 72% de las importaciones mundiales de ropa. Varios años después desde la Comisión Europea se continuaba apoyando las medidas voluntarias y no vinculantes para las grandes empresas.



Esta temática se ha convertido en un caballo de batalla para las organizaciones de derechos humanos que están presionando para mejorar la transparencia de la industria textil y obligarla a cumplir con los derechos humanos a lo largo de la cadena de suministro. Un ejemplo es el informe *Fashion's Next Trend: Accelerating Supply Chain Transparency in the Garment and Footwear Industry* de Humans Rights Watch, donde describe cómo decenas de marcas y minoristas divulgan públicamente información sobre sus fábricas proveedoras, como una medida ampliamente aceptada para identificar y abordar mejor los abusos laborales en las cadenas de suministro de la industria de la moda.

Finalmente, a mediados de 2020 el Grupo de Trabajo de Conducta Comercial Responsable del Parlamento Europeo y la CE han lanzado una consulta sobre el desarrollo de una iniciativa legislativa intersectorial y obligatoria donde se abre el camino a las sanciones a las empresas que incumplen determinados acuerdos, así como los incentivos a aquellas compañías que vayan más allá del mínimo legal en cuestiones sociales y ambientales.

La decisión se basa en los resultados de la publicación de un reciente estudio sobre los requisitos de diligencia debida a través de la cadena de suministro que confirmó que las medidas voluntarias están fallando y que existe una necesidad urgente de medidas reglamentarias a nivel de la UE. Con el fin de proteger a los trabajadores, las comunidades y el medio ambiente de los impactos sistemáticos, continuos y que empeoran los derechos humanos y el medio ambiente vinculados a las cadenas de suministro globales de empresas e instituciones financieras. El estudio revela que "solo una de cada tres empresas en la UE está llevando a cabo una diligencia debida que tiene en cuenta todos los derechos humanos y los impactos ambientales".

La industria española de la moda tiene un peso en el PIB del 2,9% y genera el 4,3% del empleo, representando el 18,9% en el comercio y el 8,1% en la industria, siendo también una de las principales exportadoras de la UE, de acuerdo con el informe sectorial de la economía española 2019 elaborado por la Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación (CESCE). Los avances en materia de sostenibilidad y de derechos laborales asociados a la cadena de valor se encuentran estrechamente relacionados con las directrices europeas que resultan de obligado cumplimiento.

Las grandes empresas del sector han conseguido un reconocimiento mundial por liderar el desarrollo de modelos de negocio basados en el *fast fashion*, especialmente orientado a la exportación. Desde el Observatorio de la Moda Española avalaban esta estrategia, aunque en el informe *El Sector de la Moda en España: Retos y desafíos*, de 2016, reconocían que durante los últimos años, las cuestiones relacionadas con la sostenibilidad y las conductas éticas en este sector han cobrado una mayor importancia. Las cuestiones relacionadas con la sostenibilidad, aunque se identifican como un desafío a futuro, se abordan de forma muy vaga, ciñéndose al cumplimiento de la legalidad vigente y evidencian la escasa vocación proactiva de las grandes corporaciones.

La industria textil sería el sector donde la obsolescencia cultural funciona de una forma más nítida, la misma noción de moda se sustenta en desechar prematuramente bienes por cuestiones meramente estéticas. La Asociación Ibérica de Reciclaje Textil ASIRTEX nos ofrece algunos datos, en su informe *La ropa usada. Tendencias de un mercado emergente* de 2017, sobre el impacto de los residuos ligados a la *fast fashion* en nuestra geografía: cada persona compró de media 34 prendas al año y a su vez, tiró a la basura una media de 10 a 14 kilos de residuos textiles, de los cuales una décima parte se desecha en contenedores especializados y el 90% acaba en vertederos. Actualmente se recuperan 300 millones de kg de residuos textiles y el objetivo para 2020 es de 490 millones, una actividad que de forma predominante se realiza desde el sector de la economía social.

El sector de la moda sostenible supone sólo el 6,5% de las compras en el país y el gasto de los consumidores en este segmento ronda los 61 euros por cada compra, frente a los 246 euros del *fast fashion*. Según el *Estudio de sostenibilidad en el sector de la moda* que ha elaborado la consultora Simon-Kucher & Partners, sólo el 4% de los consumidores prefiere comprar moda sostenible, frente al 8% del sector del lujo, el 33% del *fast fashion* y el 21% de consumidores de moda *low cost*. Aunque convendría problematizar que se considera "moda sostenible" pues hay una pluralidad de certificaciones, y se corre el riesgo de tener miradas que no atiendan a la integralidad de los procesos de elaboración, y especialmente a las condiciones laborales, a lo largo de toda la cadena de valor.

La mayoría de los consumidores considera adecuado que la versión sostenible de una prenda cueste entre un 20% y un 30% más, por lo que se empieza a consolidarse un lento cambio cultural, a partir de una modesta industria alternativa. Un modesto nicho que está siendo empujado principalmente por las generaciones más jóvenes, y es que, aunque la moda sostenible no tiene mucho peso en el conjunto de las compras del sector en España, el 78% de los consumidores revela que las características *eco* de una prenda podría influir en sus decisiones de compra, así como el 69% afirma que lo harían el respeto a las condiciones básicas laborales podría. Una información que, sin embargo, el 65% de los consumidores no buscan activamente.

Una encuesta elaborada por Fashion Revolution en cinco países europeos concluye que casi un 40% de los consumidores se plantea las repercusiones sociales y medioambientales a la hora de adquirir ropa y complementos. Y el 68% de las personas piensa que los Gobiernos tienen que involucrarse en garantizar que la ropa, los zapatos y los accesorios se producen de forma sostenible, protegiendo los derechos de los trabajadores y el medio ambiente, así como para que las marcas sean más transparentes en cuanto a sus prácticas comerciales y su impacto en todo el mundo. En España sube al 82% quienes afirman que se debería "obligar por ley" a las marcas textiles a respetar los derechos humanos de todas las personas que intervienen en la elaboración de sus artículos.

Buenas Prácticas

PAÍSES NÓRDICOS

En 2015 el Consejo Nórdico de Ministros de Medio Ambiente lanzó el Plan de Acción para la moda y los textiles sostenibles *Well Dressed in a clean planet*. Una estrategia internacional que se ha convertido en una referencia ejemplarizante de cómo impulsar desde las políticas públicas cambios de calado en el sector textil. Una iniciativa que ha servido para articular actores, producir un conjunto de conocimientos especializados y de herramientas prácticas de gran utilidad para los responsables políticos, las organizaciones de normalización y las partes interesadas en la cadena de valor textil. Este Plan se articula en torno a seis líneas estratégicas, de las cuales se han ido viendo los primeros resultados en sus años de andadura:

1. Promoción del diseño nórdico sostenible a través de la educación. Los objetivos eran facilitar el establecimiento de una red nórdica de escuelas de diseño para crear un género nórdico común de diseño sostenible, y establecer una plataforma digital para compartir recursos escuelas y diseñadores actuales y futuros. Ambos se han cumplido y se ha realizado un evento en el Copenhagen Fashion Summit para lanzar la plataforma y dar a conocer la educación y la formación en diseño sostenible de moda y textiles.



WELL DRESSED IN A CLEAN ENVIRONMENT

Overview of six projects carried out under the Nordic action plan for sustainable fashion and textiles



2. Mayor influencia nórdica en la regulación de la UE sobre los productos químicos nocivos. Esta iniciativa ha permitido un punto de vista nórdico común para empujar hacia posiciones más ambiciosas las declaraciones/etiquetado de contenido químico en productos textiles en los mercados europeos.

3. Propuesta de directrices nórdicas comunes sobre restricciones químicas en la producción de textiles que las empresas textiles nórdicas pueden exigir a sus proveedores. Iniciativas para ayudar a las empresas textiles nórdicas a gestionar el uso de productos químicos en sus cadenas de suministro. Una guía paso a paso sobre el control y la gestión de los criterios de sostenibilidad para el uso de productos químicos en las cadenas de suministro textiles, que se esperaba que sea la primera etapa de una transición amplia hacia requisitos comunes de los proveedores nórdicos.

4. Adquisición ecológica de textiles en el sector de la salud. El sector público de la salud consume grandes cantidades de textiles: uniformes de personal, ropa de cama, ropa de pacientes y batas de quirófano. La inclusión de criterios ecológicos en los contratos de contratación puede aumentar la demanda de textiles y servicios textiles más ecológicos, lo que, a su vez, debería estimular la innovación verde en la oferta. Para facilitararlo se ha editado una guía nórdica sobre compra pública ecológica de textiles con información, recursos y ejemplos prácticos, así como se ha conformado una red nórdica para seguir profundizando en la ecologización de las adquisiciones sanitarias.

5. Promover la oferta de productos eco-etiquetados. Tras identificar las barreras a los textiles

etiquetados ecológicos se trataba de facilitar una mayor visibilidad de estos productos en el mercado. Para ello se ha realizado una revisión conjunta del etiquetado ecológico nórdico de textiles, pieles y pieles, así como elaborar materiales de marketing para ayudar a Nordic Ecolabel a comunicar y comercializar mejor las etiquetas ecológicas textiles a la industria. El proyecto también ha adoptado una perspectiva global, alentando a países productores con alta penetración en el mercado como la India y Turquía a participar en el eco-etiquetado.

6. Estimular al sector textil para el reciclaje de textiles. Una medida orientada a conocer las oportunidades para el reciclaje y cómo se pueden implementar. Un proceso de investigación centrado en los dos extremos de la cadena: productos textiles diseñados para el desmontaje y recuperación de fibras, y por otro lado demanda de fibras recicladas en nuevos productos. Así como una presentación y divulgación de 10 marcas nórdicas que están comprometidas con el diseño para el reciclaje, en la demanda de fibras recicladas y en iniciativas de ciclo cerrado.

Además, han decidido conformar un Comité específico para la reutilización y el reciclaje textil, abordando la falta de transparencia sobre el destino de los textiles postconsumo recolectados por las organizaciones. Esta iniciativa ha desarrollado un sistema de certificación voluntaria para las organizaciones de recolección de textiles que potencialmente puede dar ventajas en las licitaciones públicas. Este sistema incluye un conjunto completo de criterios que cubren una gama de métodos de recolección y la posterior clasificación, reciclaje, reutilización y venta de textiles reutilizados y exportación, ya sea que lo lleve a cabo el recolector o los actores intermedios. También incluye un sistema de certificación, formatos de informes, pautas de verificación de terceros, reglas sobre uso de logotipos y lo necesario para un estándar de verificación de terceros en pleno funcionamiento.

Un Compromiso firmado por una amplia gama de marcas, y que entre sus objetivos establece duplicar la proporción de textiles puestos en el mercado que se recolectan por separado y garantizar que el 50% de estos se reutilicen y el 90% se reutilicen o se reciclen. El sistema funciona en la región nórdica, pero también existe la posibilidad de certificación de colectores en otros países. Otras regiones también pueden tomar prestado del sistema y las experiencias para establecer estándares similares en sus propias regiones.

SUECIA

El gobierno sueco ha encomendado a la Universidad de Borås la tarea de establecer y liderar Textile & Fashion 2030, una plataforma nacional para avanzar en la moda y los textiles sostenibles. Un encargo con una duración de cinco años, que está dirigido por Smart Textiles, parte del Science Park Borås en la Universidad de Borås, en colaboración con la Escuela Sueca de Textiles, el Consejo Sueco de la Moda, los Institutos de Investigación RISE y TEKNO, y la asociación de empleadores y comerciantes que trabajan en la industria textil y de la moda.

La idea es conformar una comunidad dinámica y fuerte orientada a desarrollar nuevas soluciones sostenibles y oportunidades comerciales que permitan reducir el impacto ambiental a nivel nacional e internacional de la industria textil y de la moda. Sus principales objetivos serían:

- Promover la colaboración y la cooperación para construir una cadena de valor ambientalmente sustentable en el sector textil;
- Hacer que los resultados de la investigación y el desarrollo estén disponibles y proporcionar un

puente entre la investigación y la práctica;

- Promover modelos comerciales sostenibles y combinar beneficios ambientales con beneficios comerciales;
- Fortalecer el trabajo de las PyMEs para lograr un flujo circular y un desarrollo ambientalmente sustentable;
- Minimizar los efectos ambientales negativos de la producción;
- De esta manera, la plataforma también trabaja para lograr los objetivos ambientales nacionales y las metas de la Agenda 2030 que afectan a los textiles y la moda;

Estas áreas de intervención incluyen desarrollar nuevos modelos de negocio, liberar la producción y otras actividades de sustancias nocivas para la salud y el medio ambiente, mejorar la eficiencia energética en el sector y, principalmente, promover una transición a una economía circular, es decir, modelos que den como resultado un ciclo eficiente de materiales en lugar de procesos lineales. Una iniciativa que permite coordinar a una pluralidad de actores del sector con la universidad; de forma que la educación, la investigación y la innovación se encuentren alineadas con el objetivo de apoyar la sostenibilidad y crear un ciclo circular para el sector textil y de la moda.

Más información: [AQUÍ](#)

TEXTILE & FASHION 2030

Sweden unites for a sustainable textile and fashion future



SUSTAINABILITY
BY SWEDEN
THE NATIONAL PLATFORM

FRANCIA

Refashion es una empresa privada sin ánimo de lucro participada por más de 5.000 empresas del Sector de Confección Textil, Ropa de Hogar y Calzado. Una entidad encargada de centralizar la Responsabilidad Ampliada del Productor sobre los productos comercializados al público, una vez han llegado al fin de su vida útil. Refashion ofrece herramientas, servicios de información que facilitan y aceleran la transformación y ayudan a financiar la transición a la economía circular en el conjunto del sector: comercializadores, operadores de recolección y clasificación, comunidades locales y autoridades públicas, líderes de proyectos, ciudadanos.

Refashion es el organismo encargado de implementar, junto con otros sectores de prevención/reducción/tratamiento de residuos, la ambiciosa política del Ministerio de Transición Ecológica en el marco de la Ley Contra el Desperdicio. Para ello realiza desde labores de información ciudadana a la recolección y tratamiento centralizado de los residuos textiles. También se encarga de acompañar a la industria desde la primera plataforma del país que apoya a fabricantes y comercializadores en el camino hacia el diseño ecológico.

Un modelo que tendrá que adaptarse a las directrices que vengan desde Europa y encontrar un nuevo reacomodo.

Más información: [AQUÍ](#)

ALEMANIA Y HOLANDA

En 2013 se derrumbaba el edificio Rana Plaza en Bangladesh, donde murieron más de 1.100 personas, la mayoría trabajadores y trabajadoras de fábricas textiles que desempeñaban su labor para grandes empresas multinacionales en condiciones muy precarias. Este acontecimiento supuso un punto de inflexión, tanto para una parte de los consumidores, como para muchas empresas del sector textil que se vieron directamente asociadas a estos abusos laborales y de derechos humanos.

Al año siguiente, de forma sincrónica pero no sincronizada, se pusieron en marcha dos iniciativas muy relevantes en Alemania y Holanda. En ambos países se generaban espacios amplios de confluencia de los distintos actores relacionados con el sector textil (administraciones públicas, industria, sindicatos, consumidores, ONG...). El Ministerio alemán de Desarrollo impulsaba la creación de la Asociación Alemana para Textiles Sostenibles, mientras que desde el Consejo Económico y Social Holandés se promovía el Acuerdo Holandés sobre prendas de vestir y textiles sostenibles.

Estos espacios tripartitos han servido para avanzar en acuerdos voluntarios para que centenares de empresas del sector textil, de cada uno de los países, vayan asumiendo compromisos sustantivos en materia social y ambiental. Estos avances tienen que ver tanto con cuestiones de sostenibilidad (materias primas, sustancias tóxicas, reciclabilidad...) a cuestiones relacionadas con la gestión de la cadena de suministro (transparencia, derechos laborales...), tomando como referencia la Guía de Debita Diligencia de la OCDE para Cadenas de Suministro Responsables en el Sector de Vestuario y Calzado.

Recientemente, se han aliado para alinear el contenido de ambas iniciativas, con el objetivo de ayudar a las empresas a implementar la debida diligencia mediante la armonización de los requisitos de sostenibilidad. Además, las empresas miembros trabajarán en proyectos conjuntos para mejorar las condiciones de trabajo en áreas de riesgo y se beneficiarán del conocimiento compartido y el apoyo de ambas secretarías.

Algunas de las críticas al Acuerdo Holandés sobre Prendas de Vestir y Textiles Sostenibles AGT es que no ha hecho que la transparencia de la cadena de suministro de los miembros individuales sea una condición de membresía, sino que exige que sus miembros divulguen información sobre sus fábricas proveedoras a la secretaría del AGT. Esta se encarga de hacerla pública de forma agregada, a través de una base de datos de acceso y búsqueda fáciles.



Asociación Alemana para Textiles Sostenibles: [AQUÍ](#)
Acuerdo Holandés sobre prendas de vestir y textiles sostenibles: [AQUÍ](#)

Plan de acción europeo de la confección

El Plan de acción europeo de la confección (ECAP) fue un proyecto europeo completado en 2019, donde un consorcio de entidades e instituciones públicas de distintos países abordaron los mecanismos que podían servir para facilitar una transición acelerada de la sostenibilidad en el sector textil.

ECAP ha desarrollado un trabajo muy interesante para articular actores y debates a la escala europea, además de haber producido materiales muy relevantes en las ocho líneas estratégicas que vertebraban su actividad. Todos estos materiales se encuentran de libre acceso y van desde estudios e informes, a criterios de contratación circular para textiles, que se han incorporado al desarrollo continuo de la guía de contratación pública ecológica de la Comisión.

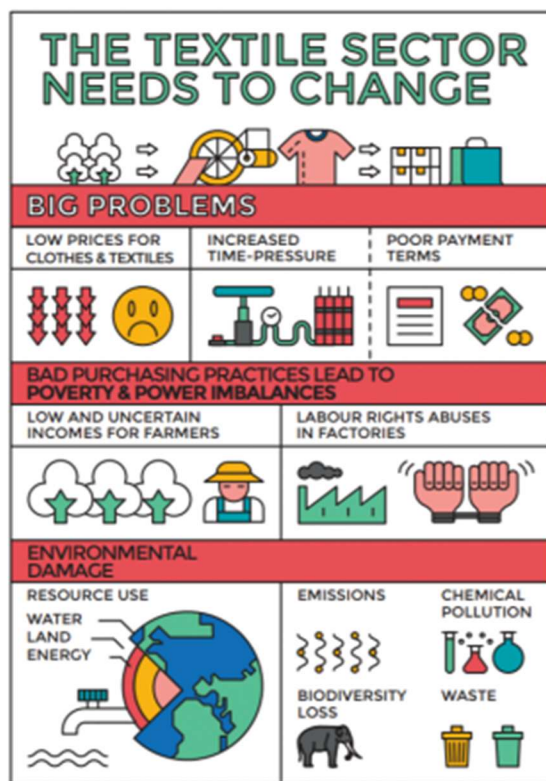
1. Influir en las prácticas de diseño: involucrar a diseñadores y compradores en prácticas de diseño más sostenibles a través de la plataforma Design for Longevity.
2. Abastecimiento de fibras más sostenibles: medir el uso actual de fibra de la "marca y los minoristas" y trabajar con ellos en estrategias para implementar fibras más sostenibles en sus productos.
3. Influir en las prácticas de producción: trabajar con los fabricantes de ropa para hacer que los procesos de producción sean más sostenibles, enfocándonos en las oportunidades para reducir y reutilizar el desperdicio de material.
4. Influir en la contratación pública: influir en la forma en que los gobiernos europeos adquieren

prendas más sostenibles para el sector público.

5. Involucrar a los consumidores europeos: involucrar a los consumidores europeos para que utilicen y desechen sus prendas de manera más sostenible.
6. Involucrar a los consumidores jóvenes: comprometerse directamente con los consumidores de entre 16 y 25 años sobre cómo usar y desechar sus prendas.
7. Mejora de las tasas de recogida de textiles: trabajar con los municipios locales de Europa para mejorar las colecciones textiles.
8. Integración de fibras recicladas: Trabajar con marcas y minoristas para integrar fibras recicladas en sus productos.

Las recientes enmiendas a la Directiva Marco de Residuos de la UE, derivadas del Paquete de Economía Circular, requerirán que los estados miembros organicen la recolección separada obligatoria de textiles a partir de 2025. Esto debería alentar a los gobiernos y municipios y al sector del reciclaje textil a considerar la mejor manera de maximizar el valor de los textiles. El ECAP ofrece materiales y referencias sobre cómo mejorar las tasas de recolección de textiles, así como plantea claves sobre los cambios en la industria y las fibras permitidas, pues los textiles recolectados de baja calidad actualmente no disponen de mercados finales viables.

European Civil Society Strategy for Sustainable Textile, Garments, Leather and Footwear



Una amplia coalición de entidades sociales y medioambientales ha desarrollado una estrategia europea de la sociedad civil para textiles, prendas de vestir, cuero y calzado sostenibles. En este documento se analizan las implicaciones sociales, medioambientales y de gobernanza del sector textil, incorporando escenarios de futuro de cara a la estrategia global de la UE para textiles, prevista para 2021.

Más específicamente, tiene como objetivo contribuir a la próxima "Estrategia global de la UE para los textiles", proporcionando recomendaciones sobre lo que debería abarcar dicha estrategia para mantener un alto nivel de ambición. Incluye propuestas prospectivas sobre diligencia debida, marco de políticas de productos, residuos, prácticas comerciales desleales, comercio internacional, apoyo a los países productores, modelos comerciales alternativos y una plataforma de múltiples partes interesadas.

Una propuesta consensuada por un número muy amplio de organizaciones europeas y que apunta las principales claves que debería de incorporar una normativa comprometida con provocar cambios en el conjunto de la cadena de valor de la industria textil. Aunque no sea una política pública, supone unas propuestas muy concretas para definir las líneas maestras de las políticas europeas.

Enlace al documento: [AQUÍ](#)

Recomendaciones de cara a los cambios normativos en España

Una de las prioridades sería sincronizar cualquier avance regulatorio en el sector textil con la Estrategia Integral que está pendiente de elaborarse en Europa. En este proceso el alineamiento del Gobierno debería de apoyar los posicionamientos más ambiciosos, que apunten a una verdadera transformación en el seno del sector. La propia estructura del sector textil, con una altísima globalización, resulta muy difícil de regular a escala nacional.

La sostenibilidad no es una temática que tenga una implantación relevante en el sector español, y las aproximaciones de las empresas convencionales suele ser muy unidimensional, encaminada generalmente a la reducción del volumen de residuos y su gestión. Un abordaje de estas cuestiones desde una perspectiva integral, incorporaría temáticas como la regulación de otras cuestiones como la cultura de la suficiencia (reducción número de colecciones que se pueden presentar anualmente, cantidad de stocks producidos...), durabilidad y reparabilidad, presencia de contaminantes químicos, microplásticos, condiciones laborales a lo largo de la cadena de valor...

Los avances a nivel europeo de cara a hacer obligatorias las recomendaciones derivadas de la Guía de Debida Diligencia de la OCDE para Cadenas de Suministro Responsables en el Sector de Vestuario y Calzado, suponen un contexto en el que se pueden dar pasos significativos mediante el desarrollo de acuerdos voluntarios para que las corporaciones españolas se adhieran a estas recomendaciones, que en el medio plazo serán obligatorias.

Un primer paso sería aprovechar al máximo los pasos que se han dado desde el Foro Social de la Moda de España, que desde la sociedad civil ha generado un espacio de confluencia con muchas similitudes con los de Alemania y Holanda. El trabajo del Foro se ha articulado en torno a cuatro grandes objetivos:

- Información sobre las cadenas de suministro y la trazabilidad de sus productos
- El reconocimiento como tales de los Grupos de Interés, así como su papel a lo largo de las cadenas de suministro, también de la de distribución, así como la participación de los mismos en la interlocución para la aplicación de los compromisos de Responsabilidad Social y de los Acuerdos suscritos para el seguimiento y verificación de su cumplimiento, con un balance regular y público de todo ello.
- Las recomendaciones acerca del consumo responsable, con eventuales campañas de concienciación de todos los protagonistas que a ello contribuyan, así como para el etiquetado.
- La profundización en el debate acerca de una fiscalidad responsable, con la adecuada información en esta materia.

La adopción de un rol activo y con cierta determinación por parte del Ministerio, alineado con las propuestas europeas, puede suponer un acelerador para definir una hoja de ruta y elaborar una estrategia concreta en nuestra geografía. Tomar como inspiración las campañas de los países nórdicos para la dimensión ambiental, incorporando la dimensión social asociada a las cadenas de suministro, permitiría realizar un abordaje integral que permitiera cambios significativos en el sector a medio plazo.

Otra medida que podría lanzarse, y que algunas entidades, verían como una nítida declaración de intenciones sería lanzar una campaña de publicidad y sensibilización que fuese ambiciosa sobre el consumo responsable y sostenible de textil. El mes de diciembre se perfila como el ideal debido a la confluencia de acontecimientos como el Black Friday y las campañas de navidad. Una de las referencias

que podría servir para inspirar este tipo de acciones comunicativas sería la campaña “Ama tus prendas” de Reino Unido: <https://www.loveyourclothes.org.uk/>

Estas medidas de corto y medio plazo deberían de incidir en promover un cambio cultural profundo en la forma en la que nos relacionamos con la ropa y la moda. Así como ir avanzando, en relación con la UE, en una taxonomía de la sostenibilidad en el sector textil que defina lo que realmente se considera moda sostenible y que armonice los sistemas de etiquetaje y de validación de las cadenas de suministro identificables como sostenibles.

Estas cuestiones tienen que acompañarse con avanzar de forma decidida en la gestión de los residuos textiles, pues es una normativa de obligado cumplimiento de la UE. El sector se debate entre un modelo centralizado de gestión integral y otros modelos más descentralizados y con cierta heterogeneidad.

La que cuenta con mayores apoyos promueve el desarrollo de una normativa y de un sistema colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor, con el objetivo de que sean las propias empresas textiles las que se hagan cargo de los costes asociados a su gestión. Esta normativa establecería las obligaciones de los productores tanto en la fase de diseño y producción de sus productos como durante la gestión de los residuos que deriven de su uso e incluiría: la forma de hacer frente a estas obligaciones, la financiación de su gestión y el cumplimiento de objetivos, así como la modalidad de cumplimiento de estas obligaciones. Y podría articularse en torno al desarrollo de un sistema integrado de gestión que hiciera factible obligar a las empresas comercializadoras a corresponsabilizarse en la gestión de los residuos derivados de sus actividades. Un paso que debería darse de forma que este sistema dependiera de una entidad sin ánimo de lucro y que valorizara la actividad realizada desde la economía social, como uno de los principales actores. El modelo francés presentado en el apartado de Buenas Prácticas podría ser una referencia.

Una iniciativa que debería de ir asociada a un sistema de trazabilidad, participado por las administraciones públicas, que cuente con un registro donde se declaren la cantidad de prendas que productores e importadores introducen en el mercado. Esto permitiría que realmente se aplicase la jerarquía de residuos en el sector textil, como sucede con el resto de flujos de residuos, debe considerarse una prioridad que mantener y potenciar, ya que es un tipo de material que permite muchas posibilidades de gestión. Esta jerarquía distingue la prevención, que haría referencia tanto al consumo responsable como al ecodiseño de productos), la reutilización, el reciclaje, y su valorización energética.

Por otro lado, habría que prestar atención a garantizar el protagonismo y la participación de la economía social en la gestión de cualquiera de los dos modelos, pues ha sido un actor históricamente determinante en la gestión de estos residuos.

3.4 Envasado y embalado

A mediados del siglo XX se produce la gran transformación del sistema de producción y consumo que pasa de desarrollarse en torno a industria, comercio y agricultura local, a un mercado globalizado y con concentración de la población en las urbes. Este nuevo modelo se caracteriza por la deslocalización de la producción, un transporte de larga distancia, los polígonos de logística y la consolidación de los supermercados y la gran superficie. Los embalajes y envases se vuelven imprescindibles para la protección y traslado de los productos. Muchos de estos son de un solo uso y se desechan rápidamente suponiendo un enorme despilfarro de recursos, dado que se recuperan en escasa cantidad, y un incremento en los costes de gestión de las basuras, en especial para los ayuntamientos.

La transformación del modelo alimentario principalmente, que incrementa el consumo de alimentos procesados y ultraprocesados, así como de bebidas de refrescos y agua mineral, demanda envases de un solo uso de una forma creciente³⁵. Esta situación conlleva múltiples impactos entre los que se puede destacar:

- Despilfarro de valiosos y escasos recursos naturales (petróleo, metales, celulosas...), algunos de ellos en situación crítica. El valor que supondrían la recuperación de las materias primas (aluminio, hojalata, vidrio, plástico...) se estima en 65 millones de euros anuales.
- Contaminación de suelo, agua y atmósfera, generada por vertederos e incineradoras. La incineración de plásticos, por ejemplo, genera dioxinas y furanos, compuestos muy tóxicos y altamente dañinos para la salud.
- Deterioro de los espacios naturales y urbanos por el abandono de residuos. La concentración de plásticos en los océanos es de enorme gravedad.
- Los costes del tratamiento de envases en vertedero o incineración son muy elevados, y suponen alrededor de 68 millones de euros.
- La exportación de residuos de todo tipo a países empobrecidos genera problemas de contaminación en esos territorios y es resultado de un modelo global injusto.
- Se ha testado la existencia de alteradores hormonales y otros compuestos perjudiciales para la salud en algunos de los envases del sector alimentario.

El embalaje sería un envoltorio o recipiente que contiene productos de manera temporal y que sirven para agrupar unidades con el fin de facilitar su manipulación, transporte o almacenaje. Protegen a la mercancía y también pueden llevar instrucciones de contenido del producto para facilitar su manejo, la normativa legal y otras informaciones complementarias. Además, pueden ser una herramienta para una mejor venta del contenido y de la imagen de marca, mediante el diseño gráfico y la forma del embalaje, como un elemento de marketing. Se pueden diferenciar varios tipos de embalajes o *packaging*.

- *Envase o embalaje primario*: es la envoltura que protege, contiene y conserva a la mercancía de forma que está en contacto directo con el producto, lo contiene. Los hay de diversos tipos, tanto por la forma (adaptada al producto) como por los materiales con los que está fabricado.

- *Embalaje secundario o empaque*: suelen contener varios envases iguales de forma que se

³⁵ Amigos de la Tierra (2018). Al desnudo: los envases de plástico no evitan el despilfarro alimentario.
https://www.tierra.org/wp-content/uploads/2018/04/informe_desperdicio_alimentos_plasticos.pdf

facilita la manipulación de varios envases a la vez. Suelen ser cajas de diversos modelos y resistentes. En su mayoría son de cartón ondulado, pero también de madera o plástico.

- *Embalaje terciario*: soporta grandes cantidades de embalajes secundarios y su objetivo fundamental es facilitar el proceso de almacenaje y de transporte a largas distancias.

En la medida que el *packaging* permite adjuntar información y creatividad de diseño, es usualmente utilizado en estrategias de marketing que buscan facilitar la venta del producto y de la marca asociada. Se trata, por tanto, de una carta de presentación ante la persona consumidora y busca que el producto destaque frente a los de otras empresas. Debido a estas estrategias publicitarias es común que se tenga que abrir más capas antes de llegar al producto adquirido, lo que supone un despilfarro de recursos y un aumento de la cantidad de residuos de los necesarios. El estudio *European Consumer Packaging Perceptions Study* sobre consumo en relación con el *packaging* en varios países de la Unión Europea, muestra que España es el país en el que el envasado tiene una mayor influencia a la hora de comprar el producto.

En el diseño de los envases deberían de primar aspectos ecológicos, de forma que el objetivo sea facilitar su reutilización y, en menor medida su reciclabilidad, así como utilizar materias primas menos agresivas con el medio ambiente y con un coste energético menor. El ecodiseño de envases y embalajes, en muchos casos, se reduce a algunas ventajas como reducir levemente el gramaje o tener una pequeña parte de material reciclado o de carácter orgánico, pero sin cambiar el paradigma de fondo de un embalaje de usar y tirar rápidamente.

En el mercado existe una gran variedad de envases y embalajes, que principalmente provienen de cinco materias primas: papel y cartón, metálicos (de aluminio y hojalata), vidrio, madera y plásticos. Los envases de plástico se han apropiado en gran medida del sector del embalado debido a su menor coste económico, versatilidad y ser más livianos, por lo que reducen los costes de transporte.

Las administraciones competentes, según la Directiva 2008/98/CE, deben aplicar criterios de *jerarquización de residuos* con el objetivo de reducir su generación. Esta jerarquía de residuos otorga un orden de prioridad a la prevención del residuo, siguiendo con la reutilización y en tercer lugar el reciclaje. Sólo la fracción de residuos que no puedan gestionarse según los criterios anteriores irá a vertedero o incineración, aunque haya valorización energética.

La prevención estaría vinculada a la promoción de productos cuya venta no necesite embalaje. El envase más ecológico es aquel que no se necesita. Iniciativas como la venta de productos a granel en alimentación e higiene, en mercados de cercanía, pero también en la gran superficie tendría un enorme efecto en la reducción de basuras de un solo uso. Además, un modelo de producción y consumo de cercanía favorece un menor uso de envases y embalajes. Cuanto más viaja un producto, más embalaje necesita para asegurar que llega a destino en las condiciones óptimas. La búsqueda activa de la disminución de residuos ayuda a fortalecer el desarrollo de una relocalización de la economía.



Uno de los aspectos fundamentales para analizar los envases y embalajes desde la mirada de la jerarquización de residuos, es su capacidad para ser reutilizados y, en menor medida, ser reciclados al mayor porcentaje posible, de forma que se puedan recuperar las materias primas de nuevo. Analicemos los distintos tipos de envases:

- Cartón y papel, es utilizado tanto en embalajes como envases, utiliza un recurso renovable, biodegradable y es reciclable 100%. Alrededor de un 60% de la pasta de papel que se usa en España es en forma de cartón ondulado para embalajes. El sello FSC (Forest Stewardship Council) es un sistema de certificación que facilita el desarrollo de estándares y garantiza la sostenibilidad de la gestión forestal para que los fabricantes y las personas consumidoras puedan optar a un *packaging* ecológico.
- El tetrabrik es un envase ligero, resistente y fácil de transportar destinado a contener líquidos. Está compuesto de un 75% de cartón, un 20% de plástico y un 5% de aluminio y puede estar formado hasta por seis láminas diferentes de materiales: dos iniciales de polietileno, una de aluminio, otra de polietileno, la más gruesa de cartón y una última más de polietileno. Esta "multimaterialidad" hace complicado, si no imposible, que se reciclen todos los componentes del envase, siendo recuperada sólo la parte de cartón. La mezcla de polietileno y aluminio se envía mayoritariamente al vertedero o a la incineración.

Existen otras alternativas para transformar la mezcla de los briks en un material mixto con el que fabricar palés, vallas, suelos, mobiliario... Sin embargo, esta mezcla tiene poca demanda. Con el material reciclado no se podrían fabricar nuevos tetrabriks, ya que tiene unas particularidades de fabricación que obligan a utilizar siempre materias primas nuevas: fibra virgen de pinos, abetos y abedules de bosques de crecimiento rápido, y también aluminio y polietileno.

- Las latas de aluminio, son envases utilizados para contener bebidas de forma creciente, compuestos de un único material. Sin embargo, para la extracción de la materia prima, la bauxita, se producen grandes impactos en el territorio y se generan 4 veces más residuos que el peso extraído. El proceso industrial en conjunto consume mucha energía y, por tanto, emisiones de gases de efecto invernadero y contaminación. Si no se reciclan tardan más de 10 años en degradarse en la naturaleza. Se pueden reciclar al 100% y convertirse en nuevos productos de aluminio. En la UE el reciclaje de latas de aluminio es del 73%.
- Las latas de hojalata están fabricadas con láminas de acero recubiertas de estaño para la protección de los alimentos de conserva. El proceso de extracción de los metales genera impactos ecológicos y consume energía, pero en menor medida que las de aluminio. Son fácilmente reciclables, en Europa la hojalata es el material más reciclado. Países como Holanda, Bélgica, Alemania, Suiza y España han logrado más del 90% de la recuperación de acero. Esto sucede gracias a sus propiedades magnéticas que hacen que sea fácilmente separable en la planta de reciclaje. El peso medio de los envases ha descendido en más de un 20% en los últimos años.

- El vidrio es el tipo de envase que permite la recuperación en mayor medida y, por tanto, el mejor posicionado para avanzar en una propuesta de envases que favorezcan la devolución a la tienda para su nuevo relleno en planta. La fabricación de vidrio utiliza materias primas más accesibles (caolín) y además es 100% reciclable. Las desventajas se encuentran en su peso, una botella de vidrio pesa alrededor de 320 gramos, su fragilidad y una degradación muy lenta en el medio ambiente (hasta 4.000 años), si bien no genera procesos contaminantes durante el proceso.
- Los envases de plástico son diversos, resultado de gran cantidad de fórmulas químicas en las que se utilizan muchos compuestos, algunos de carácter tóxico. Como sabemos, el plástico es un derivado del petróleo, una única botella necesita un cuarto de su volumen en petróleo para su fabricación.

La gestión de estos residuos plásticos se ha convertido en un problema grave, ya que son difícilmente reutilizables pues pierden propiedades en contacto con la luz (fotooxidación), únicamente se recicla el 30% en Europa. La mayoría acaban en vertederos, incineradoras o directamente en el medio ambiente, representan el 80% de la basura marina. Además, muchos residuos plásticos han sido exportados a países empobrecidos, lo que supone el traslado de los problemas ecológicos y de salud a esos territorios.

En gran medida este plástico no se gestiona adecuadamente y millones de toneladas de basura plástica, entre ellos muchos envases de alimentos y bebidas, acaban en los océanos y en el medio ambiente en general, generando un problema ecológico y de salud. De los residuos encontrados en las playas de la UE el 50% son plásticos desechables, el 34% son otros plásticos y sólo el 16% residuos no plásticos.

Los avances legislativos en la UE, se han dirigido hacia la eliminación de productos de un solo uso. Las bolsas ligeras de plástico y plásticos como platos, cubiertos, pajitas y bastoncillos para los oídos de usar y tirar estarán prohibidos a partir de 2021.

La creciente producción de plástico y sus desechos están generando contaminación en todos los entornos conocidos: el aire que respiramos, los alimentos que comemos y los ecosistemas. Los plásticos contienen una gran variedad de compuestos potencialmente tóxicos (monómeros, bisfenol-A, ftalatos, retardantes de llama y antimicrobianos) que son liberados al medio ambiente e incluso transferidos a las personas a través del consumo de pescado o de los envases de plástico utilizados para bebidas o comida³⁶. Según un estudio publicado en la revista científica *Environmental Research*, los microplásticos están contaminando las frutas y verduras que comemos, que son absorbidos por las raíces hasta llegar al resto de la planta. Estas investigaciones evidencian la necesidad de aplicar el principio de precaución sobre el uso de los plásticos, ante la incertidumbre de los efectos de un impacto negativo en la salud humana.

³⁶ Web libres de contaminantes hormonales: <https://www.ecologistasenaccion.org/130215/disruptores-hormonales-cancerigenos-prohibidos-envases-alimentarios/>



*Greenpeace. *Maldito plástico* (2019).

A través del *ecodiseño* de los envases y embalajes se pueden conseguir significativas mejoras ambientales. El objetivo prioritario de esta disciplina debería orientarse a producir envases más reutilizables y, secundariamente, que incrementen la reciclabilidad. Las propuestas basadas exclusivamente en reducciones de gramaje o en la biodegradabilidad de materiales no solucionan la raíz del problema. Es importante un diseño que apueste por envases de un solo componente, la eliminación de los envases de pequeño tamaño y "monodosis" que no pueden recuperarse en la cadena de selección de la planta de reciclaje.

El estudio *La crisis de la comodidad. Las corporaciones detrás de la marea de contaminación por plástico*, publicado por Greenpeace, analizan once de las principales corporaciones del sector y concluye que hay una falta de compromiso para eliminar los plásticos de un solo uso, así como para informar transparentemente sobre su huella de plástico.

La situación en Europa y España

Desde 1997, la Ley española de Envases y Residuos, obliga a las compañías de productos envasados a desplegar los medios para reducir el impacto ambiental y gestionar el reciclaje de los envases de un solo uso. Esta Ley nace de la transposición de la Directiva europea 94/64/CE que regula la Responsabilidad Ampliada del Productor sobre el residuo de envase. Más recientemente, se modifica esta con la Directiva (UE) 2018/852 con el objetivo de mejorar la protección del entorno y racionalizar el uso de recursos.

En España generamos gran cantidad de residuos en comparación con el resto de los países de la Unión Europea y a la vez tenemos una de las menores tasas de reciclaje y compostaje. Los envases ocupan más de la mitad de los residuos urbanos generados, 51 millones de envases, pero más de la mitad acaban en incineradoras, vertederos o son abandonados en el entorno.

Nuestro tratamiento de envases se basa en el Sistema Integrado de Gestión o SIG, mediante el cual la ciudadanía deposita los envases desechados en contenedores selectivos (verde de vidrio, azul de papel y cartón y amarillo para el resto de los envases), se basa en la voluntad de la ciudadanía, sin incentivo ni penalización. Sin embargo, los datos no son nada alentadores y es que este sistema tan sólo recoge selectivamente 3 de cada 10 envases de bebidas que se usan.

En lo relativo a los envases plásticos, los más dañinos para el medio ambiente, los datos son alarmantes, ya que sólo el 25% de los mismos son reciclados según el reciente estudio *Ecoembes miente*. Estas cifras concuerdan con los aportados por las Comunidades Autónomas y los Ayuntamientos, que es elevada hasta el 38% por el Ministerio de Transición Ecológica y que contrastan enormemente con los datos aportados por Ecoembes que eleva las cifras de reciclaje de envases plásticos hasta el 77,1%. Los datos están lejos de los objetivos que se fija la Comisión Europea, cuya estrategia hacia los plásticos de un solo uso, tiene como objetivo conseguir que todos los envases de plástico sean reciclables o reutilizables para 2030.

Los ayuntamientos son los responsables de la gestión de la basura doméstica y tienen que pagar parte de los costes del tratamiento de envases como la retirada de los contenedores y la separación en la planta; por lo que están soportando, desde sus presupuestos, un elevado sobre coste y no ejercen ningún control sobre las tasas de reciclaje de envases que se consiguen con la gestión de Ecoembes.

Una investigación realizada por organizaciones de más de 15 países sobre las prácticas de lobby y *greenwashing* de las grandes empresas contaminantes, señalan a Ecoembes como responsable de presionar para retrasar legislaciones medioambientales de reciclaje y recuperación de envases dedicándole un capítulo titulado: *España: Un lobo con piel de cordero*³⁷.

Otro hecho preocupante es que, desde hace años en España, las plantas de reciclado de todo tipo están sufriendo sospechosos incendios³⁸. A esto se suma la opacidad sobre los residuos plásticos que son exportados a otros países. Para poner freno a esto, los 187 países miembros del Convenio de Basilea, el tratado medioambiental que regula los movimientos transfronterizos de los desechos peligrosos, acordaron modificar ese acuerdo para poner en marcha una regulación para el plástico que entrará en vigencia en 2021.

El Anteproyecto de Ley de Residuos aprobado recientemente y la consulta sobre el Real Decreto de Envases y Residuos de Envases, debería de ser una oportunidad para poner las bases para una estrategia de *residuo cero* y de *economía circular*.

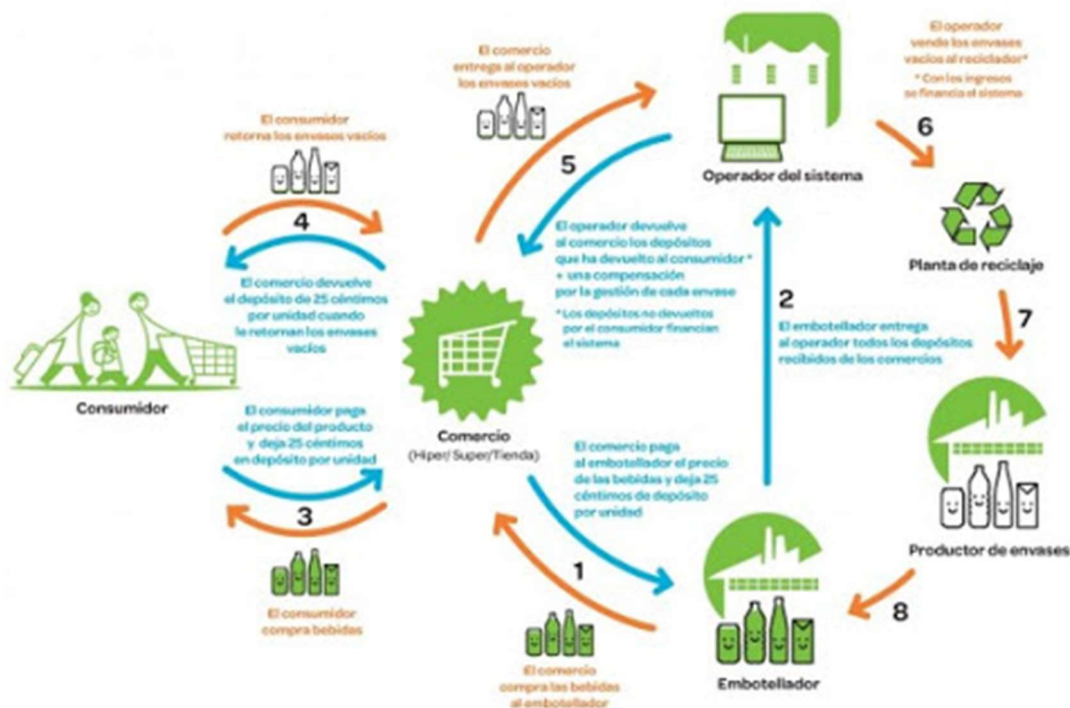
³⁷ Changing Markets Foundation (2020). *Talking Trash The corporate playbook of false solutions to the plastic crisis*. https://talking-trash.com/wp-content/uploads/2020/09/TalkingTrash_FullReport.pdf En el informe Talking Trash también se recogen las presiones de los gigantes del petróleo, el gas y la petroquímica y los supermercados ante las leyes tendentes a la minimización de uso de plástico.

³⁸ Un listado pormenorizado de incendios en plantas de reciclaje en: <https://blogsostenible.wordpress.com/2013/08/14/incendio-plantas-reciclado-plasticos-papel-residuos/>

El cambio de modelo de gestión de envases hacia un Sistema de Depósito, Devolución y Retorno SDDR mejoraría esta situación como demandan varias organizaciones de la Red *Residuo Cero*. En este sistema la ciudadanía, al comprar un producto envasado, deja un depósito o fianza adicional al precio del producto envasado, que recuperará al devolver el envase vacío al establecimiento de compra u otro lugar de recogida. Un sistema que se está mostrando mucho más eficaz al aumentar las tasas de reutilización y/o reciclaje hasta el 90 % de todos los envases de bebidas.

Una propuesta que cuenta con el rechazo de Ecoembes, que se va quedando sola a nivel europeo con su estrategia de oposición a esta forma de tratar los envases. Incluso la Federación Europea de Aguas Embotelladas EFBW y la Asociación Europea de Fabricantes de Bebidas Refrescantes UNESDA se han posicionado a favor del desarrollo de sistemas de depósito, devolución y retorno para poder cumplir los objetivos de la legislación vigente³⁹.

Una beligerancia compensada con la inversión de grandes sumas de dinero en una estrategia comunicativa de marketing verde, en medios de comunicación y en programas de educación ambiental. Uno de los últimos intentos de torpedear la implantación del SDDR en el Estado español es el proyecto Reciclos de Ecoembes, un llamado Sistema de Recompensa, que premiaría a los que depositen los residuos en el contenedor amarillo o en máquinas que se instalarían en lugares públicos, se trata de un obstáculo ante la presión para implantar el SDDR.



³⁹ El Salto (2020) Ecoembes se queda sola. <https://www.elsaltodiario.com/sddr/ecoembes-sola-industria-europea-refrescos-agua-embotellada-apoya-sistemas-deposito-envases>

Los plásticos son formalmente una prioridad para la UE desde 2015 y la aprobación del Plan de Acción para la economía circular. En 2017, la Comisión confirmó que se centraría en la producción y utilización de los plásticos y que trabajaría en pro de garantizar que en 2030 todos los envases de plástico sean reciclables.

Mediante la nueva estrategia, la Unión Europea propone:

- Hacer que el reciclaje sea rentable para las empresas. Se elaborarán nuevas medidas sobre el envasado para mejorar la reciclabilidad de los plásticos utilizados en el mercado e incrementar la demanda de plásticos reciclados.
- Frenar los residuos plásticos. La legislación europea ya ha dado lugar a una reducción significativa del uso de las bolsas de plástico y otros utensilios de un solo uso, en los distintos Estados miembros. Los nuevos planes se centrarán ahora en otros plásticos.

Buenas Prácticas

Los sistemas SDDR se han desarrollado en 23 países alrededor del mundo. Europa está a la cabeza en la implantación, puesto que 15 de esos 23 países se encuentran en su territorio. Algunas de los países en los que se han implantado:

ALEMANIA

El Sistema de Retorno se implementó en 2003. Originalmente, el depósito para todos los envases es de 25 céntimos. Los envases reutilizables, que constituyen una parte importante del mercado de bebidas en Alemania, están exentos, ya que llevan depósitos voluntarios de 8 céntimos para las botellas de cerveza y 15 céntimos para las botellas de bebidas no carbonatadas. Fruto de esta normativa actualmente, la tasa de reciclaje de envases en Alemania es del 98.5%⁴⁰.

DINAMARCA

La legislación de envases de cerveza y refrescos data de 1991, y exige que todos estos envases se reutilicen, los envases de metal están prohibidos y a los de vidrio y plástico se les aplica el sistema SDDR. Los índices de reciclaje en Dinamarca llegan en cerveza y bebidas carbonatadas 99.5%, PET reutilizable 99%, licores 60% y vino 80%.

HOLANDA

La ley holandesa de depósito en refrescos y aguas se aprobó en 1993 y marca un depósito de 15 céntimos para envases de menos de medio litro y 65 céntimos para envases de más de medio litro. El porcentaje de recuperación del vidrio reutilizable es del 98% y del PET reutilizable del 99%.

⁴⁰ Ordenanza alemana de embalaje: <http://www.bottlebill.org/assets/pdfs/legis/world/germany2009.pdf>

SUECIA

El sistema fue establecido para las botellas de plástico y envases de metal en 2006, cuenta con una normativa y gestión específica para la retornabilidad del vidrio. Returpack, la organización central del sistema sueco establece diferentes cuantías de depósito según el tipo de envase y esta cantidad se especifica en el etiquetado del envase. Las tasas de reciclaje conseguidas son del 90%.

NORUEGA

El sistema de retorno de envases funciona desde 1994 y la cuantía de los depósitos varía dependiendo del tamaño del envase. La tasa de recuperación es del 98% de los envases de cerveza y bebidas.

Recomendaciones de cara a los cambios normativos en España

No hace tanto tiempo, alrededor de unos cuarenta años, la mayoría de las bebidas y otros productos alimentarios iban envasados en vidrio y cartón. Cada marca recogía sus propios envases, que habían sido devueltos tras su uso recuperando el depósito, los lavaba, los volvía a rellenar, se enviaban de nuevo a los comercios y comenzaba el ciclo sin generar apenas residuos. Desde entonces los envases desechables han crecido exponencialmente. Es necesario y urgente poner coto a esta situación y transitar hacia un modelo de producción y consumo que minimice la generación de residuos y elimine progresivamente aquellos más dañinos para el medio ambiente.

La *Alianza Residuo Cero*⁴¹, plantea un modelo de gestión de residuos que imite los ciclos de la naturaleza, de forma que todos los materiales descartados en un proceso son reintegrados en las rutas metabólicas de los ecosistemas. Necesitamos que los procesos industriales y sus residuos estén diseñados y gestionados con el objetivo de la minimización (reducción del volumen de basuras) y se recuperen la mayor cantidad de los mismos buscando su integración en los ciclos naturales (residuos orgánicos) o en los circuitos técnicos que se diseñen para cada caso (envases, ropa, electrónica...). El foco de las propuestas debe de incluir un *análisis del ciclo de vida* del producto de modo que se tenga en cuenta el proceso de una forma integral de *"la cuna a la cuna"* y que permitan diseñar procesos verdaderamente circulares.

Una estrategia de Residuo Cero para España debería buscar una drástica reducción de residuos y aplicar un Sistema de Retorno SDDR de envases como paso inicial, prioritario y urgente. Las normativas sobre residuos y economía circular son inseparables de una transformación ambiciosa del modelo de producción y consumo. Una estrategia de este tipo supondría simultáneamente avances en la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.

Otras propuestas complementarias serían:

- Siguiendo la jerarquía de los residuos se han de empezar por propuestas de reducción de basuras de todo tipo, eliminando progresivamente residuos que puedan ser evitados, como el

⁴¹La Alianza Residuo Cero forma parte de Zero Waste Europe, plataforma formada por 30 organizaciones ciudadanas y empresariales de 24 países europeos.

exceso de envoltorios, las “unidosis”, los productos de un solo uso o aquellos que contengan tóxicos y los sean difícilmente reciclables como los briks y muchos tipos de plásticos.

- Una Responsabilidad Ampliada del Productor que conlleve la reducción de productos más dañinos hasta su eliminación, con la aplicación de tasas según los envases sean reutilizables como el vidrio (deberían estar exentos o tener la tasa más baja), los que sean fácilmente reciclables como por ejemplo el cartón y PET (tasa más alta que los reutilizables), los productos que sean difícilmente reciclables como (tasa más alta que los fácilmente reciclables), y los productos que no sean reciclables (la tasa más alta). Es imprescindible que haya diferencias significativas entre las tasas de unos productos y otros para que exista una diferencia de precio final real, y se incentive el consumo más sostenible vía precios.
- Establecer objetivos de reducción de envases del 50% para el 2025 y del 80 % para el 2030 con un gravamen progresivo, hasta conseguir los objetivos fijados por la legislación. La tasa para envases desechables de plástico propuesta es insuficiente y hay que asegurar que no repercuta en las personas consumidoras sino en las empresas productoras.
- El ecodiseño de envases y embalajes debe de tener como objetivo el uso de materiales y formas que faciliten la reutilización como primera opción y secundariamente la tasa de reciclabilidad.
- Promover una normativa sobre el envase y el embalaje que clasifique los mismos con el objetivo de priorizar los reutilizables y más fácilmente reciclables.
- Facilitar el derecho y el acceso a consumir productos que no necesitan envases apoyando con ayudas económicas e incentivos fiscales, la venta a granel, los productos homólogos sólidos sin envases (jabón, champú...) y una oferta amplia de productos reutilizables como las botellas de bebidas o los envases de alimentación de vidrio para que sean rellenables y, por tanto, reutilizables, en mercados, supermercados y grandes superficies.
- Respetar los derechos de la ciudadanía hacia la prevención, la reutilización y el reciclaje de calidad en vez de perpetuar las soluciones y los intereses de la industria: petroquímica, supermercados, envasadores y gestores de residuos.
- Respecto a los tratamientos finalistas, existe la *necesidad urgente de establecer un impuesto estatal único al vertido y a la incineración*. En España estamos llevando a vertederos más del 60% de los residuos municipales. La imposición de ese impuesto, solicitado por la Comisión Europea innumerables veces, podemos hacer que el vertido sea la «solución» residual y no la prioritaria como ahora. De hecho, esto es lo que ha sucedido en países que han establecido este impuesto como Inglaterra, Gales, Escocia e Irlanda.
- Hacer cumplir a las empresas del plástico con el deber de informar de una forma transparente sobre la huella plástica de sus envases, estableciendo metas anuales para reducir de forma continua el impacto del plástico de un solo uso hasta su completa eliminación, por su dificultad de tratamiento o por su toxicidad.
- La última directiva que limita el uso de plásticos no hace apenas mención a los recipientes como los tetrabriks, por lo que hay riesgos de que cada vez tengan más protagonismo en los mercados, cuando no pueden ser reutilizados y sólo reciclados en una pequeña fracción.

3.5 Materiales en situación crítica

Bajo esta denominación se agrupan principalmente aquellos minerales escasos que resultan indispensables para el funcionamiento de la industria, especialmente de aquella ligada a las nuevas tecnologías. La disponibilidad de estos minerales se viene estudiando hace tiempo y se puede medir a largo plazo, para ello se suelen usar cinco factores:

- Geológicos: ¿existe o no existe el recurso mineral?
- Técnicos: ¿es posible extraerlo y tratarlo?
- Medioambientales y sociales: ¿es posible producirlo de un modo medioambiental y socialmente aceptable?
- Políticos: ¿cómo influyen los gobiernos en la disponibilidad de un recurso por medio de sus políticas y acciones?
- Económicos: ¿se puede producir a un coste que los consumidores estén dispuestos a pagar?

El sistema utilizado en Europa para estudiar el nivel de criticidad de los diversos elementos se basa en el análisis de los siguientes aspectos para cada sustancia contemplada⁴²:

- Importancia económica para la industria
- Riesgo de suministro. Este se evalúa en base a las siguientes variables: Dependencia de las importaciones, Riesgo país estimado, Reciclado, Potencia de sustitución, Impacto en medio ambiente

La situación en Europa y España

La UE se enfrenta a graves riesgos de suministro junto debido a una gran dependencia de las importaciones que se encuentran concentradas en escasos países. El acceso a las materias primas minerales y su obtención a unos precios asequibles son fundamentales para un buen funcionamiento de la actual economía de la UE, siendo un factor de importancia creciente para garantizar su competitividad económica. De estos minerales dependen sectores como la construcción, las industrias química, automovilística y aeroespacial, la maquinaria y el equipamiento, que aportan un valor añadido total de 1 324 000 millones de euros y proporcionan empleo a aproximadamente 30 millones de personas.

Aunque esta temática ha estado presente en la UE desde los años setenta, con el establecimiento del Grupo de Suministro de Materias Primas, las alarmas no saltan hasta el año 2000, cuando se enfrentó una crisis de suministro debido al auge de los teléfonos móviles, que despertó una demanda repentina de tantalio. A raíz de lo cual se conformaron una serie de grupos de trabajo que convergen en 2008, cuando la Comisión Europea adoptó la *Iniciativa de materias primas* que estableció una estrategia para abordar de forma conjunta el problema del acceso a las materias primas fundamentales en la UE, especialmente aquellas asociadas a las industrias tecnológicas que dependen de las importaciones de metales de «alta tecnología» como el cobalto, el platino, el titanio y las tierras raras. Los principales problemas identificados serían la menor disponibilidad, el aumento de los precios y las disfunciones de los mercados internacionales.

⁴² Manuel Regueiro y González-Barros (2014) *Minerales críticos en Europa: metodología para la evaluación de la criticidad de los minerales*. Revista de la sociedad española de mineralogía nº19.
Disponible: http://www.ehu.es/sem/macla_pdf/macla19/Regueiro.y.Barros_WEB3.pdf

Esta estrategia tiene 3 pilares que tienen como objetivo asegurar:

1. Suministro justo y sostenible de materias primas de los mercados mundiales. El hecho de que algunas fuentes importantes de materias primas estén situadas en partes del mundo sin un sistema de mercado consolidado, con problemas de inestabilidad política o económica, o con deficitarias legislaciones laborales y ambientales, supone un riesgo. Ante ello se apela a la diplomacia en el campo de las materias primas, diversificar los países con los que se comercia, la cooperación internacional y a la necesidad de priorizar estas cuestiones en la política comercial y reguladora de la UE. Fomentar una gestión sostenible y acorde a los derechos humanos.

2. Suministro sostenible de materias primas dentro de la UE. Reactivar la minería en suelo europeo, de forma que se recomienda simplificar las condiciones administrativas y agilizar la tramitación de los permisos necesarios para las actividades de exploración y extracción. Mejorar la investigación y la formación, así como coordinar a los institutos geológicos nacionales serían otras medidas relevantes. En esta apuesta chocan los intereses de la industria y la conservación ambiental, cuando el desarrollo de las actividades extractivas afecta especialmente a zonas de protección de Natura 2000.

3. Mejorar en Eficiencia de recursos y suministro de "materias primas secundarias" mediante el reciclaje. Una de las formas más eficaces de reducir la vulnerabilidad sería maximizar el aprovechamiento y los usos de estas materias primas escasas. Desarrollar una estrategia de intercambio de Buenas Prácticas, disponer de una estadística actualizada sobre el flujo de materiales, revisar la legislación de residuos y de ecodiseño, apotar por la investigación e incentivar fiscalmente la reutilización y el reciclaje.

En 2017, la Comisión Europea identificaba los 44 minerales críticos para la economía europea, muchos de los cuales se encuentran localizados geográficamente en muy pocos lugares. China es el principal productor de 31 de ellos, lo que representa el 95% de la producción mundial estimada de galio, el 82% de tungsteno y el 71% de antimonio y elementos de tierras raras.



Report on Critical Raw Materials and the Circular Economy



En 2019, la Comisión Europea publicaba el *Report on critical raw materials and the circular economy*, donde vincula el abordaje de este problema al reenfoque de la gestión de residuos y su vínculo con la Economía Circular. En el mismo se presenta el European Innovation Partnership on Raw Materials (EIP), como la principal iniciativa de la UE que implementa la plataforma de partes interesadas de la iniciativa de materias primas que reúne a países, empresas, investigadores y ONG, de cara a promover la innovación en el sector. El EIP desarrolló su plan estratégico con acciones como la investigación, difundir Buenas Prácticas, construir una base de conocimientos y fomentar la cooperación internacional.

A esta iniciativa habría que añadir, como otros actores relevantes, los distintos consorcios agrupados en torno a los proyectos de investigación y experimentación ligados al programa europeo Horizon 2020. Unas investigaciones centradas en tecnologías innovadoras de exploración, extracción, procesamiento y reciclaje de materias primas críticas.

El Pacto Verde Europeo y la nueva estrategia industrial de la UE reconocen que el acceso a los recursos es una cuestión de seguridad estratégica para el éxito de las transformaciones ecológicas y digitales de la economía. Actualmente, la crisis del coronavirus está llevando a muchas partes del mundo a revisar con mirada crítica la organización de sus cadenas de suministro, especialmente en los casos en que afecta a sectores estratégicos o de seguridad pública.

Los cálculos prospectivos plantean que Europa necesitará casi 60 veces más litio y 15 veces más cobalto de aquí a 2050 para los coches eléctricos y el almacenamiento de energía. Además, la demanda de tierras raras utilizadas en imanes permanentes, esenciales para productos como generadores eólicos, se multiplicará por 10 durante el mismo periodo. La apuesta es tratar de eludir. Así que los materiales críticos son un elemento clave a la hora de concebir la autonomía estratégica de Europa, como evidencia el recién presentado Plan de acción sobre materias primas fundamentales, cuyo objetivo es lograr una mayor seguridad y sostenibilidad del abastecimiento, teniendo como uno de sus ejes principales reactivar la minería en los yacimientos de materias primas esenciales que existen en Europa. Un objetivo difícil, pues la UE ha tenido poco éxito hasta ahora en el desarrollo de proyectos de extracción de estas materias primas críticas. Las razones son variadas: falta de inversión en exploración y minería, trámites complejos y diversos para obtener permisos nacionales o bajos niveles de aceptación pública en las regiones afectadas.

La situación la sintetizaba muy bien en pocas palabras Maroš Šefčovič, vicepresidente de Relaciones Interinstitucionales y Prospectiva “no podemos permitir que nuestra actual dependencia de los combustibles fósiles se sustituya por una dependencia de las materias primas fundamentales”.

El informe europeo *More from less—material resource efficiency in Europe* describe las políticas y objetivos de los distintos países en relación a los materiales críticos. En el mismo se presenta un cuadro de diagnóstico para la realidad española, donde no es una temática que haya saltado a la esfera pública o la agenda política, por lo que no hay grandes planes o estrategias, lo que se traduce en una falta de ambición y de estrategias definidas que orienten el marco regulador o las políticas públicas.

En el País Vasco, una de las zonas más industrializadas del Estado español, es donde se han realizado los primeros estudios para valorar el impacto y los niveles de dependencia de sus industrias. Materiales críticos en la industria del País Vasco analiza la dependencia ante los distintos materiales críticos y avanza una serie de propuestas ante la volatilidad de precios y de suministro. La primera el impulso a la I+D+i para desarrollar o pilotar tanto alternativas de sustitución o de minimización de contenidos de materiales críticos. La segunda supone acelerar soluciones de remanufactura en sectores como la automoción, eléctrico o maquinaria. La tercera es reformar el reciclaje en fábrica o externo que reduzcan la dependencia de los materiales vírgenes. Por último, una respuesta genérica sería disponer de un sistema de información, monitorización y modelización para facilitar decisiones a las empresas y a la Administración vasca.

España es el país más rico de la UE en minerales metálicos, especialmente cobalto, y podría convertirse en el principal productor de algunas de las materias primas necesarias para la transición energética. La industria extractiva española se ha felicitado por la propuesta de dinamización y se postula como clave en el proceso de descarbonización, aludiendo a las mejoras que supone la relocalización de las industrias extractivas para generar empleo estable en la España Vacía.

Una aproximación que se complementaría con la importancia del sector de la chatarra, según la Federación Española de Reciclaje (FER) trabajan en este sector más de 33.000 personas, en 5.000 empresas, que supone un volumen de negocio de 10.000 millones de euros, o lo que es lo mismo un 1% del PIB nacional. En 2017 se trataron alrededor de 7,7 millones de toneladas de chatarras férricas, más de 231.000 toneladas de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos recogidos, 266.137 envases metálicos reciclados y más de 620.055 vehículos que habían sido dados de baja. El 75% de determinados metales en España proviene de materiales reciclados, llegando al 100% en el plomo, lo que supone la segunda tasa más alta en Europa.

Buenas Prácticas

HOLANDA

En Holanda han logrado un acuerdo nacional sobre materias primas para garantizar que la economía funcione completamente con materias primas reutilizables para 2050. Iniciativa a la que se han sumado las distintas administraciones públicas, la comunidad empresarial y ONG, con el compromiso de avanzar hacia una economía circular al cien por cien. Además, se han destinado 27 millones de euros para mejorar la separación de residuos, con el fin de garantizar que los productos desechados se reutilicen como materias primas en lugar de terminar en un vertedero. Otro elemento destacado es el abordaje de los productos especialmente nocivos para el medio ambiente, de cara a que surjan alternativas a los envases no reciclables, como los utilizados en patatas fritas y sopas. El Gobierno ha comprometido financiación de los tres bancos más grandes, que han manifestado su voluntad de apoyar inversiones en proyectos de economía circular.

Enlace: [AQUÍ](#)

FRANCIA

En 2011 se creaba oficialmente el Comité de Metales Estratégicos (COMES), como una estructura de consulta entre las autoridades públicas y los agentes económicos. Su misión es ayudar en el desarrollo e implementación de la política de gestión de metales estratégicos, con miras a fortalecer la seguridad de suministro necesaria para la competitividad de la economía francesa. Sus actividades incluyen el trabajo en objetivos específicos de reciclaje para metales estratégicos como parte de ciertos esquemas de responsabilidad extendida del productor.

Enlace: [AQUÍ](#)

Recomendaciones de cara a los cambios normativos en España

En la definición que se hace el problema predomina un enfoque geoestratégico, que no cuestiona las inercias del propio modelo socioeconómico y que se niega a internalizar cualquier noción de límite. La minería es uno de los sectores donde se está chocando con los límites de extracción, como magistralmente analiza la ecóloga industrial Alicia Valero, del Centro Investigación en Recursos y Consumo de Energía que además es asesora de la Comisión Europea. En su obra aborda la complejidad del problema y las contradicciones a las que debemos hacer frente: estamos llegando al pico de extracción de muchos minerales estratégicos para la transición energética, tenemos una enorme dependencia exterior de estos materiales, a la vez que aumenta su demanda global, lo que nos lleva a reactivar la minería en Europa, que hasta ahora se concentraba mayoritariamente en países empobrecidos, relocalizando la conflictividad que suponen y los impactos ambientales asociados.

Las transiciones energéticas o económicas hacia la sostenibilidad se vuelven una coartada para intensificar dinámicas claramente extractivas, las referencias a la sostenibilidad atienden mayormente al suministro y consumo sostenido en el tiempo que, a un cambio de lógicas, los llamamientos a la resiliencia son unidimensionales, solo implican a la economía, pero no a los ecosistemas o las dinámicas sociales de consumo. Una cuestión que acriticamente se elude en los debates sobre digitalización y automatización de la economía.

En los cinco últimos años ha habido un elevado número de permisos mineros otorgados por los distintos gobiernos autonómicos. La gran mayoría de las nuevas minas planteadas son a cielo abierto, dado que son más baratas de explotar que las subterráneas. El impacto ambiental y social de las mismas es, sin embargo, mucho mayor, debido a la necesidad de grandes superficies de territorio y, sobre todo, de las grandes cantidades de agua para concentrar los minerales. Otros riesgos graves son la contaminación del aire y de los acuíferos, así como la contaminación química y radioactiva, causadas por infiltración rutinaria o accidental del agua que abastece a los municipios de la zona. Algunos de estos proyectos mineros se encuentran en un proceso de tramitación avanzada o incluso ya han empezado a operar: minas de cobre en el bajo Guadalquivir, de oro en Galicia y Asturias, de uranio en Salamanca, de litio y estaño en Cáceres, wolframio y titanio en Ciudad Real, de tierras raras en Canarias, de potasas en Aragón y Navarra, de feldespato en Avila, etc.

La actual Ley de Minas, aprobada durante el franquismo, y que todavía no se ha modificado, debería revisarse de forma que supeditare siempre a la protección del medio ambiente y de las poblaciones de las zonas afectadas, y no, como ocurre con la actual legislación. Las medidas orientadas a reactivar el sector extractivo pueden ser incoherentes con otras necesidades ecosociales (mantenimiento biodiversidad, mantenimiento de ecosistemas naturales, contaminación...) y tremendamente conflictivas a escala local, así como tratar de mantener indefinidamente el suministro de determinados materiales finitos supondría aplazar en el tiempo la vulnerabilidad de nuestro modelo socioeconómico y su imprescindible transformación.

Desde el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico acaba de hacerse público el borrador de la Estrategia de Almacenamiento Energético, donde se plantea que “es fundamental disponer de fabricantes y proveedores nacionales que generen alto valor añadido e impulsen la innovación y la competitividad en el sector, desde la provisión de materias primas y componentes básicos, pasando por la fabricación y desarrollo de tecnologías, hasta la prestación de todo tipo de servicios mediante los nuevos modelos de negocio asociados al almacenamiento”.

Bajo nuestro criterio la prioridad en el corto plazo pasaría por aumentar la autonomía de nuestro metabolismo económico, reduciendo consumos energéticos y de materiales, apostando claramente por intensificar y optimizar el reciclaje de dichos metales. A la vez que se planifica un esfuerzo por reorientar dichos recursos hacia la transición energética y se obstaculiza su destino a consumos más superfluos. Una problemática que conecta claramente con la necesidad de regular contra la obsolescencia programada, por el derroche de materiales y energía que supone. La extensión de la vida útil de los bienes, así como su ecodiseño y reparabilidad, deben ser premisas de obligado cumplimiento, para que tenga sentido el desarrollo de la minería urbana, orientada a extraer metales y minerales de los desechos electrónicos de cara a su reutilización en el sistema productivo.

Estas acciones son indisociables de la necesidad de abrir un amplio debate público sobre estas cuestiones, en el marco de uno más amplio sobre las transiciones ecosociales. No se puede abordar políticamente una problemática que no existe en la esfera pública. Lo primero es lograr que se presente en sociedad la complejidad del problema, y sus enormes consecuencias a medio plazo, para que las medidas que se vayan tomando puedan entenderse. Hay que realizar una enorme labor de alfabetización ecológica para abordar cuestiones de fondo como la gestión estratégica de la escasez, repensar el papel de las industrias, abordar los límites de la digitalización, la obsolescencia, los consumos individuales o el papel de los servicios públicos para garantizar accesibilidad a los bienes tecnológicos en el futuro.

3.6 Stress hídrico y agua virtual

Históricamente España ha tenido que enfrentarse a altos niveles de estrés hídrico, y las perspectivas a medio y largo plazo no son favorables debido al riesgo de desertización que sufre una importante parte del territorio. El estrés hídrico es la relación entre el volumen de agua consumida y el volumen de recursos renovables de agua que se generan debido a las precipitaciones. A nivel europeo somos, de los grandes países, desde hace varias décadas el país con mayor índice de estrés hídrico europeos (33%). Adicionalmente, esta situación no ha variado en los últimos 30 años

A rasgos generales, esto se debe principalmente a dos factores como nuestro bajo nivel de precipitaciones debido a factores climáticos y el elevado nivel de consumo de agua por habitante, 700m³ por habitante, el tercer mayor consumidor de Europa, debido fundamentalmente al mayor peso del sector agrario en la economía española. Y las perspectivas de futuro son muy negativas, debido a los procesos de desertificación creciente de nuestro territorio, derivados principalmente de la emergencia climática.

Aunque una mirada integral sobre el agua en nuestra vida cotidiana y en el funcionamiento de los metabolismos económicos, implica asumir que los cálculos son mucho más complejos. Identificar los flujos reales de agua que consume una sociedad conlleva integrar unos conceptos relativamente nuevos, como serían el agua virtual y la huella hídrica.

El agua virtual haría referencia al agua dulce requerida para fabricar un producto, en el lugar donde ha sido producido, incorporando la suma de los diferentes usos de agua a lo largo de la cadena de productiva. Una forma de explicarlo con claridad, el contenido de agua virtual de una manzana no son los 0,05 litros de agua que se podrían obtener exprimiéndola a fondo, sino los 70 litros de agua que ha sido necesario invertir en su cultivo.

En definitiva, se trataría de un indicador biofísico en términos de agua usada para la producción de un bien o la prestación de un servicio (por ejemplo, turismo), alcanzado su mayor potencia explicativa agua utilizada en la prestación de un servicio (por ejemplo, en el turismo cuando se la relaciona con el comercio, facilitando información de los flujos de agua virtual entre países o regiones.



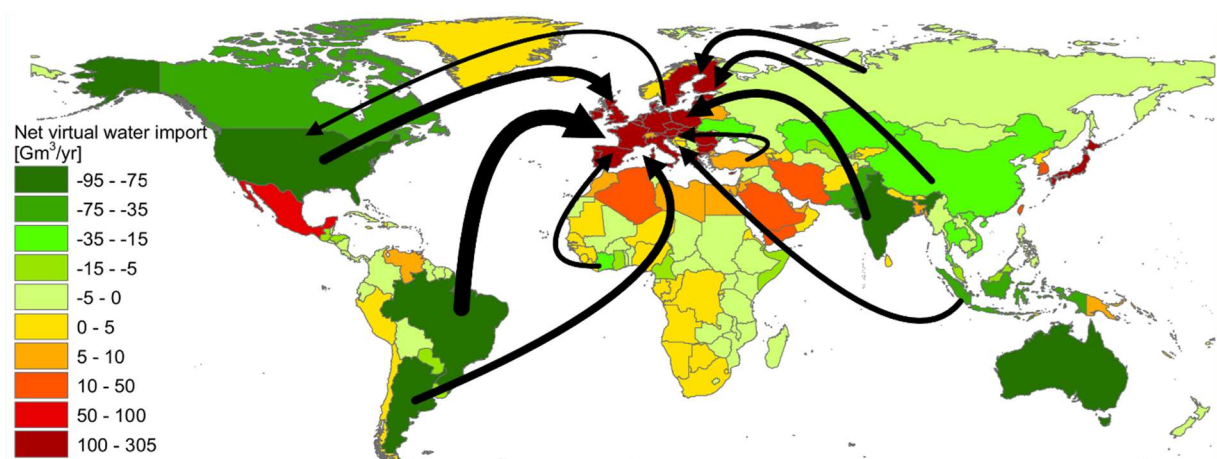
La Huella Hídrica, como indicador complementario, haría referencia al volumen de agua necesaria para producir los bienes y servicios consumidos por los habitantes de un país o región, siendo un indicador del uso de agua en relación al consumo de una población determinada. La huella hídrica se calcula sumando el consumo doméstico y la importación de agua virtual del país o región, menos la exportación de su agua virtual. El resultado nos mostraría el nivel de autonomía o de dependencia hídrica respecto a otros lugares, que disfruta este territorio.

Este indicador, igual que la huella ecológica, permite percibir de forma muy sencilla los niveles de sostenibilidad o insostenibilidad que tienen los estilos de vida y los sistemas socioeconómicos de un país o una región en relación a un recurso esencial. Esta herramienta de análisis es determinante para poder realizar estimaciones ajustadas a los consumos reales, ofreciendo una información clave para tomar decisiones políticas sobre la gestión hídrica o alimentaria.

Hay una estrecha relación entre la huella hídrica y el funcionamiento del sistema alimentario, según estimaciones de la FAO se calcula que el 70% del consumo de la huella hídrica global estaría vinculada a lo que comemos. Producir alimentos exige enormes cantidades de agua, siendo la carne el producto que más litros precisa para su elaboración (15.400 litros de agua para producir 1 kilo de ternera; 8.700 litros para 1 kg. de cordero; cerca de 6.000 litros para 1 kg. de cerdo y 4.300 litros para 1 kg. de pollo).

La situación en Europa y España

La dependencia internacional del agua a nivel europeo en 2011 era del 40%, lo que supone que dependemos en gran medida de los recursos hídricos de otras partes del mundo para sostener nuestro consumo actual de productos y servicios. Y la mayor parte de este agua virtual importada viene en forma de alimentos. Investigaciones más recientes plantean que la EU27 es la región del mundo con mayores niveles de importación de agua virtual, que ascenderían hasta el 67.9% de su huella hídrica. Con solo el 7% de la población mundial la UE27 fue responsable de más del 28% de las importaciones de flujos de agua virtual en 2009 en el mundo. Europa importa más agua virtual (51% del total) de otras regiones del mundo de lo que consume sus propios recursos hídricos (49% del total). Alrededor del 19% del agua regional que se utiliza directamente se exporta a otras regiones del mundo, y hasta un 14% se mueve dentro de la UE27 de un país a otro como agua virtual. España es el mayor exportador de agua azul de la UE incorporada en productos agrícolas.



* Legend: Virtual water imports into Europe. Source: Mekonnen, M.M. and Hoekstra, A.Y. (2011) National water footprint accounts: the green, blue and grey water footprint of production and consumption,

En España la situación es también muy alarmante. Las primeras investigaciones sobre nuestra huella hídrica empezaron a publicarse a mediados de la primera década del nuevo milenio y tuvieron mucho impacto. La Fundación Marcelino Botín constituyó un Observatorio del Agua que se especializó en desarrollar esta línea de investigación durante unos años, generando una colección de materiales de libre acceso llamada Papeles de Agua Virtual. Dicha colección, planteaba en su informe *La huella hidrológica de la agricultura española* publicado en 2008 con datos de 2003, que la dependencia de las importaciones de agua virtual se encontraba en el 63,2%. Lo que significa que más de la mitad de los recursos hídricos usados para la producción de los bienes y servicios consumidos en España procedieron de otros países. La huella hídrica de la ganadería y de la agricultura conjuntamente representaba cerca del 80% del total. El 20% restante se debe al consumo de agua por parte del sector urbano y de la industria. España es por tanto importadora neta de agua virtual contenida productos agrícolas, mientras que exportaba agua virtual a través de productos ganaderos, aunque a un menor nivel.

En la década 1996 a 2005 la huella hidrológica se incrementó un 23%, a la vez que la renta per cápita lo hacía un 61%. Esto supone identificar la incapacidad de desvincular el crecimiento económico del aumento en el uso del agua. España ahorra recursos hídricos domésticos importando productos que consumen mucha agua y exportando productos que consumen menos agua. Nuestro país ocupa el octavo puesto en la clasificación mundial de países con mayor huella hídrica (producción y consumo) y el segundo puesto en el ranking europeo.

También la Fundación por la Nueva Cultura del Agua realizó un seguimiento de la mayoría de las investigaciones que se realizaron sobre la situación en España, que también se encuentran disponibles en su Biblioteca Virtual. Y las conclusiones a las que llegaron eran muy similares, identificando una altísima dependencia de los recursos hídricos extranjeros importados. Y esto es particularmente problemático ante escenarios de emergencia climática, que indudablemente nos obligará a hacer frente a una mayor escasez de agua a nivel local y global.

Buenas Prácticas

ESPAÑA

En 2011 el gobierno español se convertía en el primer país que incorporaba la evaluación de la huella hídrica en sus políticas, al hacer del análisis de la huella hídrica una parte obligatoria del proceso de desarrollo de los planes de cuencas hidrográficas. Desde el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino se publicaba el libro *La Huella Hídrica de España* de Fernando Esteban Moratilla, Miriam Molina Moreno y Mario Fernández Barrena. La evaluación de la huella hídrica se concebía como una herramienta que puede ayudar a los gobiernos a comprender cómo los diferentes procesos de producción contribuyen a la huella hídrica total en las diversas cuencas hidrográficas relevantes, y también ayudar a enumerar los productos finales relacionados con el consumo de agua y la contaminación dentro de una cuenca hidrográfica.

El agua virtual y la huella hídrica son indicadores y por lo tanto su vínculo con las políticas públicas sería precisamente su incorporación o no como una herramienta privilegiada para ofrecer información a los decisores políticos. El desafío consiste en traducir la información en políticas hidrológicas y especialmente alimentarias que resulten eficaces a la hora de conformar metabolismos económicos y estilos de vida que reduzcan su consumo de agua, virtual y no virtual.

Recomendaciones de cara a los cambios normativos en España

Desde la óptica del consumo proponemos dos líneas de trabajo que tendrían que ver con incorporar la huella hídrica y el agua virtual a las iniciativas que relacionadas con el sistema alimentario se pudieran impulsar desde el Ministerio. Recordando que las principales medidas para reducir la huella hídrica de la alimentación serían:

- Elegir productos alimentarios en base a criterios de proximidad y estacionalidad.
- Reducir la ingesta de alimentos con mayores necesidades hídricas, especialmente la carne. La recuperación rigurosa de la dieta mediterránea con una elevada ingesta de frutas, verduras, proteínas vegetales y pescado proporcionaría un gran ahorro de agua.
- En el caso de productos con origen lejano, elegir aquéllos producidos en territorios que puedan acreditar una buena gestión de sus recursos y, preferentemente, disponer de un balance positivo en su huella hídrica,
- Elegir productos que sean distribuidos en canales que pueden acreditar eficiencia y escasa pérdida de materiales a lo largo del proceso de transporte y transformación.

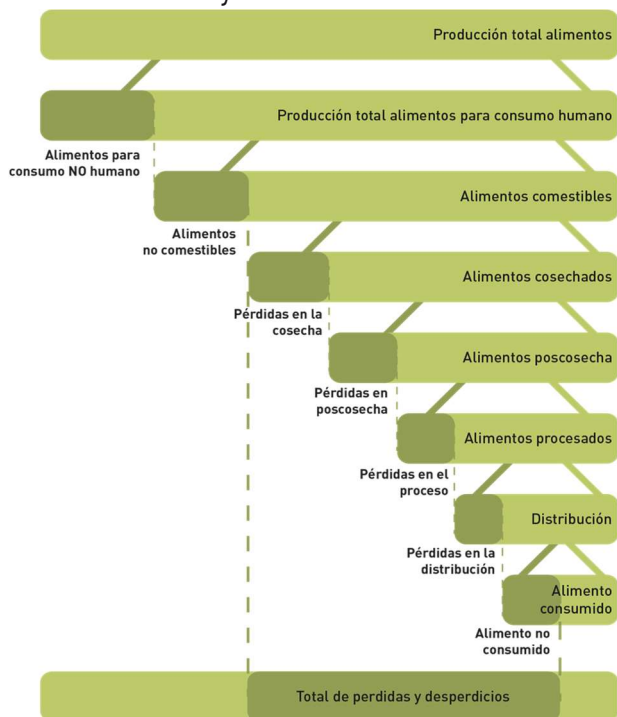
En relación a la sensibilización, han funcionado muy bien las campañas orientadas en informar a los consumidores sobre la cantidad de agua virtual que tienen los alimentos que llevan en su cesta de la compra y otros bienes de consumo muy generalizados. La contundencia de la representación gráfica del contenido de agua virtual tiene un impacto visual inmediato y sorprendente para cualquier persona, aunque desconozca por completo la realidad de su huella hídrica (ver este ejemplo de FAO). Imaginemos a las personas sensibles con sus ahorros domésticos de agua, cerrando el grifo cuando se lava las manos, y que desconoce que está desperdiciando una cantidad muchísimo mayor de agua cuando deja que algunos alimentos se estropeen en su frigorífico.

3.7 Desperdicio alimentario

El actual modelo agrícola, nacido de la llamada Revolución Verde, se centra en la especialización productiva de monocultivos, la mecanización, la selección de escasas variedades que ofrecen mayor rendimiento o el uso de pesticidas y abonos de síntesis química para maximizar la producción por hectárea en el corto plazo. Esto sumado a las cadenas globales de suministro, las políticas de precio y las estéticas impuestas por los grandes operadores del mercado alimentario, propician que una cantidad considerable de estos alimentos sean desaprovechados a lo largo de toda la cadena alimentaria.

Actualmente, en el marco de las instituciones internacionales y europeas, se sigue debatiendo sobre la definición del desperdicio alimentario. La FAO diferencia entre:

- Pérdidas de alimentos: la disminución en la cantidad o calidad de los alimentos como resultado de las decisiones y acciones de los proveedores en la cadena alimentaria, excluyendo a los minoristas, proveedores de servicios de alimentos y consumidores. Empíricamente, se refiere a cualquier alimento que se descarta, incinera o desecha desde la cosecha/sacrificio/captura, pero excluyendo el nivel minorista y consumo final, y no vuelve a ingresar en ninguna otra utilización productiva, como alimento o semilla.
- Desperdicio de alimentos: se refiere a la disminución en la cantidad o calidad de los alimentos como resultado de las decisiones y acciones de los minoristas, proveedores de servicios alimentarios y consumidores.



La estrategia *Más alimento, menos desperdicio*, del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Pesca, considera desperdicio de alimentos al “conjunto de productos alimenticios descartados de la cadena agroalimentaria por razones económicas o estéticas o por la proximidad de la fecha de caducidad, pero que siguen siendo perfectamente comestibles y adecuados para el consumo humano y que, a falta de posibles usos alternativos, terminan eliminados como residuos, lo que genera externalidades negativas desde el punto de vista del medio ambiente, costes económicos y pérdida de beneficios para las empresas (definición del Parlamento Europeo)”.

* Esquema. Fuente: menosdesperdicio.es

La FAO calculó en 2011 que el 30% de los alimentos que se producen a escala global se desperdicia, aproximadamente 1.700 millones de toneladas al año. Las tasas más altas de desperdicio se sitúan en el 40-50% para tubérculos, frutas y hortalizas; 35% para pescado; 30% para cereales, y 20% para semillas oleaginosas, carne y productos lácteos.

Los impactos del desperdicio alimentario son múltiples y variados. Desde el punto de vista ambiental, cada vez que se desperdicia un alimento, se desaprovechan todos los recursos utilizados para su producción (suelo fértil, agua, fertilizantes, energía, etc.), y su descomposición puede provocar importantes cantidades de gases de efecto invernadero. Se estima que el 28% de la superficie agrícola del mundo se usan anualmente para producir alimentos que se pierden o desperdician; mientras que el 8% de emisiones de CO₂ a escala global está producido por la descomposición de alimentos no aprovechados.

En cuanto a su impacto económico, FAO ha estimado en 728.000 millones de euros el coste directo del desperdicio alimentario anual. Este cálculo se basa en el precio de mercado de los alimentos, por lo que no incluye cualquier externalidad no recogida en dicho precio, ni los costes directos relacionados con la gestión de esos alimentos como residuos, que oscilaría entre 50 y 150 €/ton.



* Infografía. Fuente: menosdesperdicio.es

El impacto social del desperdicio de alimentos se relaciona con su consideración de necesidad básica en un marco de importantes desigualdades, así como con su producción a partir de recursos limitados. La FAO estima que una cuarta parte de las pérdidas y el desperdicio de alimentos actual permitiría alimentar a 870 millones de personas, por encima de los 795 millones de personas que dicha institución estima sufren subalimentación. Por otra parte, el exceso de producción vinculado a los alimentos no aprovechados contribuye a la intensificación del sistema agrícola, que a su vez genera una importante huella socio-ambiental negativa.

Las causas del desperdicio alimentario varían dependiendo de la etapa de la cadena agroalimentaria en la que se producen. Fundamentalmente, son consecuencia de limitaciones tecnológicas, de mercado, y conocimiento/voluntad. Las primeras tienen que ver con la eficiencia de los procesos utilizados en la producción, procesado, distribución o comercialización.

Las limitaciones del mercado alimentario afectan tanto a la oferta como a la demanda de alimentos, en un sistema agroalimentario globalizado donde el objetivo principal de la oferta es minimizar costes para aumentar márgenes y reducir precios para el consumo. Las políticas de mercado provocan el descarte, incluida la no cosecha, de productos aptos para el consumo por motivos estéticos, porque los precios de mercado no cubren costes o para influir en dichos precios. El transporte innecesario de alimentos propio de su comercio globalizado, en el que es habitual que una misma región importe y exporte grandes cantidades de los mismos alimentos, incrementa a su vez el desperdicio de alimentos.

A modo de ejemplo, entre 2008 y 2015 en la UE se retiraron del mercado 1,8 millones de toneladas de frutas y hortalizas, y más de 45.500 ha se cosecharon antes de madurar o bien no se cosecharon en absoluto. La UE abonó 380 millones de euros para compensar a los productores que se vieron afectados. Según las cifras de la Comisión, el 66 % de los productos retirados se desperdiciaron.

La situación en Europa y España

El proyecto europeo FUSIONS estimó que cada año se descartan en la UE 88 millones de toneladas de alimentos, equivalentes a 173 kg/año per cápita, sin contar la etapa de producción ni los descartes de pescado arrojados al mar. También estima que el 30% de los alimentos no aprovechados corresponden a la etapas previas a la venta minorista, porcentaje que la FAO eleva al 59%, y que podrían estar subestimados debido a la escasez de información relativa a la producción primaria⁴³. A pesar de esto, la Estrategia From farm to Fork de la Comisión Europea publicada en 2020 incluye un compromiso de reducir a la mitad en 2030 el desperdicio de alimentos sólo en las etapas de venta minorista y consumo, a pesar de las estimaciones de generación ya mencionadas.

Esta importante carencia en la meta europea de reducción del desperdicio resulta además incoherente con otros compromisos y normativas comunitarias:

- El Objetivo de Desarrollo Sostenible de la ONU 12.3 plantea reducir a la mitad el desperdicio de alimentos *per cápita* en los niveles minorista y de consumo, pero también reducir las pérdidas de alimentos a lo largo de las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas de cosecha, para 2030.
- El nuevo Plan de Acción de Economía Circular del Pacto Verde de la UE, en el que la Comisión se compromete a proponer un objetivo para la reducción del desperdicio de alimentos que abordaría de manera integral la cadena de valor alimentaria.
- La Directiva 2018/851/CE de residuos, estipula la necesidad de que los Estados miembros adopten medidas de prevención de residuos con el fin de “reducir la generación de residuos alimentarios en la producción primaria, en el procesamiento y fabricación, al por menor y otra distribución de alimentos, en restaurantes y servicios de alimentos, así como en los hogares”.

En un Acto Delegado, la comisión estableció en 2019 una metodología común de medición del desperdicio alimentario, ofreciendo cierta flexibilidad en cuanto al sistema para recoger los datos a nivel nacional. Sobre la base de este método, los Estados miembros deben poner en marcha un marco de seguimiento y determinar cuál es la situación en 2020, con el fin de proporcionar a Bruselas los primeros datos nuevos sobre la evolución del desperdicio alimentario para mediados de 2022.

Según datos de la Comisión, en España se desperdician anualmente 7,7 millones de toneladas, que corresponden a 176 kg/cápita, sin tener en cuenta los que genera el sector primario: el 42 % corresponde a los hogares, el 39% a la industria de transformación, y el 19% al comercio al por mayor y el sector servicios.

La situación en el Estado español es similar a la europea: la contabilidad de alimentos desperdiciados y el grueso de la acción política en la materia se centran en la fase final de la cadena agroalimentaria. La *Estrategia Más alimento, menos desperdicio 2017-2020* estableció ocho áreas de actuación (Generación de conocimiento, Formación y sensibilización, Fomento de buenas prácticas, Colaboración con otros agentes, Acuerdos sectoriales, Aspectos normativos, Investigación e innovación, y Medio ambiente y

⁴³ “Tackling food waste in the Farm to Fork strategy” Carta abierta a la Comisión Europea de la sociedad civil. 9/7/2020.

<https://mk0eeborgicuytuf7e.kinstacdn.com/wp-content/uploads/2020/07/Tackling-Food-Waste-in-the-F2F-Strategy.pdf>

cambio climático), cuyas acciones se han centrado en las etapas de consumo en los hogares, hostelería y servicios.

Destaca la información obtenida desde el año 2015 mediante el “Panel de cuantificación del desperdicio alimentario en los hogares españoles”, que en 2019 estimó una importante ralentización en el incremento del desperdicio respecto a los años anteriores.⁴⁴ En cambio, el desperdicio fuera del hogar comenzará a medirse en 2021.⁴⁵

En septiembre de 2020 se han presentado los resultados de una encuesta realizada en colaboración con AECOC en 2018 sobre el desperdicio de alimentos en la industria y la gran distribución, realizada a 75 empresas industriales y 15 compañías de distribución. De acuerdo con el estudio, un 70% dispone de una estrategia interna definida para luchar contra el desperdicio alimentario, un 61% promueve buenas prácticas destinadas a la prevención o reducción en origen del desperdicio, y un 51% promueve acciones conjuntas con sus proveedores para reducirlo. No existen no obstante herramientas ni información contrastada para valorar las respuestas de estos operadores alimentarios.

En el ámbito de la comunicación, sensibilización, fomento de buenas prácticas y colaboración con otros agentes y sectores, las acciones se han centrado igualmente en el consumo doméstico, el comercio minorista y la hostelería. Así, no es de extrañar que buena parte del debate público en torno a la reducción del desperdicio alimentario en España responsabilice al consumidor final del problema, y la acción propositiva esté copada por diferentes recomendaciones para la gestión en los hogares (planificación de la compra, almacenamiento, cocina de aprovechamiento, conservas...) y por un número creciente de aplicaciones tecnológicas y modestas iniciativas de aprovechamiento de excedentes en los hogares y restaurantes. No obstante, la promoción de algunas pautas de consumo como la temporalidad, compra de proximidad, canales cortos de comercialización... van ganando peso en el debate y en algunas de las guías prácticas y catálogos de iniciativas contra el desperdicio⁴⁶.

La reducción de las pérdidas de alimentos en las etapas de producción, transformación y distribución también es marginal en los objetivos de investigación e innovación, con una aproximación eminentemente tecnológica, que no cuestiona las pérdidas estructurales en la actual cadena agroalimentaria.

En lo relativo a la normativa, el desperdicio de alimentos tiene un papel marginal en el proyecto de Ley de Cambio Climático, a pesar de su importancia en emisiones, mientras que el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima no incluye ningún objetivo ni medida adicional a la estrategia “Más alimento, menos desperdicio”. En cambio, es en el plano autonómico en el que se está planteando mayor innovación normativa para reducir el desperdicio de alimentos: con la reciente ley catalana que

incluimos en las Buenas Prácticas al ser probablemente la más innovadora de la UE en la materia, pero también con medidas de prevención, mejora de la gestión de los residuos orgánicos o fomento del compostaje en diferentes leyes de residuos autonómicas.

⁴⁴https://menosdesperdicio.es/sites/default/files/documentos/relacionados/presentacion_desperdicios_ano_natural_2019_web.pdf

⁴⁵ <https://www.efeagro.com/noticia/desperdicio-alimentos-reducido-confinamiento-espana/>

⁴⁶ A modo de ejemplo, la *Guía de medidas para prevenir y reducir el desperdicio alimentario* del Consell Insular de Menorca

Buenas Prácticas

FRANCIA

En 2016 la “Agence de l’Environnement et de la Maîtrise de l’Energie” (ADEME) publicó el informe “Pérdidas y desperdicio de alimentos – inventario y gestión en cada etapa de la cadena alimentaria, que cuantificó las pérdidas y desperdicio alimentario a lo largo de toda la cadena alimentaria en 10 millones de toneladas al año (150 kg *per cápita*). El reparto estimado fue Producción 32%, Transformación: 19%, Distribución: 14% y Consumo: 33%. Este reparto era desigual en función de los grupos de alimentos: las frutas y hortalizas se pierden en gran medida en la etapa de producción, mientras que los productos de origen animal se desperdician más en la etapa de consumo⁴⁷.

En el mismo año, se aprobó en Francia la Ley N° 2016-138 relativa a la lucha contra el desperdicio alimentario, que obliga a los supermercados de más de 400m² a entregar los alimentos no vendidos que todavía son consumibles mediante la suscripción de convenios de donación; prohibiendo hacer inservibles dichos alimentos y desecharlos.

La Ley se compone de 4 artículos que introducen modificaciones a distintos códigos (Código de Medioambiente, Código Civil, Código de Educación y Código de Comercio), y se complementa con el Decreto n° 2016-1962 de 28 de diciembre de 2016, que establece los requisitos de los productos que pueden ser donados y las condiciones de las donaciones a las asociaciones de ayuda alimentaria autorizadas. Se establece una jerarquía en el uso de los alimentos no vendidos: 1º prevención; 2º donación; 3º recuperación para alimentación animal; 4º compostaje o metanización; y se incorpora la lucha contra el desperdicio tanto a los programas educativos de la etapa escolar, como a las responsabilidades sociales y ambientales de las empresas minoristas implicadas.

A pesar de considerarse pionera, la ley tendrá un efecto limitado sobre el desperdicio global de alimentos, ya que solo afecta a la etapa de la cadena -la distribución- en la que menos alimentos son desaprovechados (un 14% del total), y además no aplica a los establecimientos minoristas de menor tamaño.

CATALUÑA

El 4 de marzo de 2020 el Parlamento de Cataluña aprobó la *Ley de Prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentarios en Cataluña*, una normativa pionera en Europa porque prioriza la prevención en origen frente a la redistribución de los excedentes, así como la medición de las pérdidas y desperdicio; y lo hace a lo largo de toda la cadena alimentaria, incluido el sector primario y la transformación. El destino de los excedentes debe cumplir con la jerarquía: 1. alimentación humana; 2. alimentación animal; 3. compostaje y otros usos técnicos⁴⁸. La ley se aprobó por unanimidad, siendo el resultado de un importante proceso de participación de múltiples actores sociales y económicos.

La ley impone una serie de obligaciones a todos los agentes de la cadena alimentaria, con el

⁴⁷[https://alimentosindesperdicio.blog/2018/04/22/perdidas-y-desperdicio-de-alimentos-en-francia/#:~:text=A%20trav%C3%A9s%20del%20Pacto%20Nacional,11%20de%20febrero%20de%202016\).](https://alimentosindesperdicio.blog/2018/04/22/perdidas-y-desperdicio-de-alimentos-en-francia/#:~:text=A%20trav%C3%A9s%20del%20Pacto%20Nacional,11%20de%20febrero%20de%202016).)

⁴⁸<https://web.gencat.cat/es/actualitat/detall/Aprovada-la-Llei-de-prevencio-de-les-perdues-i-el-malbaratament-alimentaris-a-Catalunya.>

correspondiente régimen sancionador. La organización Espigoladors, participante en el proceso legislativo, destaca 5 aspectos innovadores de la ley:⁴⁹

1. Todos los agentes implicados en la cadena alimentaria (incluido el sector primario, empresas y entidades distribuidoras) están obligadas a prevenir y cuantificar las Pérdidas y el Desperdicio Alimentario de su actividad. Esta información es básica para seguir avanzando en las soluciones a esta problemática social y medioambiental.
2. La Administración pública tiene como obligaciones: analizar y ordenar todos los datos provenientes de los distintos agentes de la cadena; facilitar la creación de espacios y sistemas para la distribución de excedentes; elaborar el Plan Estratégico de Prevención de pérdidas y desperdicio; incorporar en los contratos públicos y los convenios de gestión de servicios alimentarios, cláusulas para prevenir las pérdidas y el desperdicio alimentarios.
3. El sector de la restauración/hostelería está obligada a promover el consumo de productos de temporada y de proximidad; y facilitar que los y las consumidoras se lleven la comida no consumida en un envase biodegradable o reciclable.
4. Se regula el espigamiento⁵⁰ como una actividad complementaria y sin ánimo de lucro que contribuye a la prevención de las pérdidas/desperdicio alimentario.
5. Administración y empresas de la cadena alimentaria deberán contribuir a la sensibilización sobre esta problemática global; y fomentar las buenas prácticas comerciales.

Recomendaciones de cara a los cambios normativos en España

Siguiendo el ejemplo catalán, la política estatal de prevención de la pérdida y desperdicio de alimentos debe desplazarse del foco actual en el final de la cadena alimentaria y la donación de excedentes, a la cuantificación y prevención a lo largo de toda la cadena, con especial énfasis en el sector primario, industria y distribución de alimentos. La estrategia de prevención del desperdicio de alimentos a partir del año 2021, en línea con nuevas herramientas normativas, deberían establecer objetivos ambiciosos y servir de paraguas a las iniciativas autonómicas en marcha, así como de estímulo para los territorios sin acción política en la materia.

Algunas de las medidas a incorporar en la acción política son:

- Planes de cuantificación y prevención de pérdidas y desperdicio de alimentos para todos los actores de la cadena alimentaria, que faciliten tanto su reducción, como la cuantificación por parte de la administración (también mediante estudios de campo) de las pérdidas y desperdicio de las etapas hasta ahora desatendidas, tal y como establece el Acto Delegado de la Comisión. Dicha cuantificación es un paso imprescindible para el diseño de acciones de reducción que permitan cumplir los objetivos vinculantes que deberían establecerse, en coordinación con la Comisión Europea en 2023.

⁴⁹ <https://espigoladors.cat/2020/03/13/ley-reduccion-desperdicio-alimentario/>

⁵⁰ La palabra viene de recoger las espigas que han quedado en el campo tras la siega, su uso se refiere al aprovechamiento por particulares de productos que quedan en el campo tras la cosecha y que pueden ser aptos para el consumo humano.



- Identificar aquellas prácticas comerciales que indirectamente favorecen el desperdicio de alimentos en la etapa de producción, y diseñar estímulos y cambios normativos que desincentiven dichas prácticas por parte de distribuidoras y minoristas.
- Promover los canales cortos de comercialización de la mano del consumo de proximidad, que reducen el desperdicio en las fases iniciales de la cadena. Y esto se traduce en difundirlos tanto en las acciones de sensibilización, fomento de buenas prácticas y colaboración con actores socioeconómicos, así como en priorizar la asignación de los fondos de la PAC destinados a cumplir los objetivos en materia medioambiental y climática.
- Incorporar en los contratos públicos y los convenios de gestión de servicios alimentarios, cláusulas obligatorias para prevenir las pérdidas y el desperdicio alimentarios, para facilitar la donación de excedentes aprovechables mediante iniciativas sin ánimo de lucro, y para una correcta separación y gestión de los residuos orgánicos.
- Estimular la donación de alimentos no comercializados mediante desgravaciones fiscales.

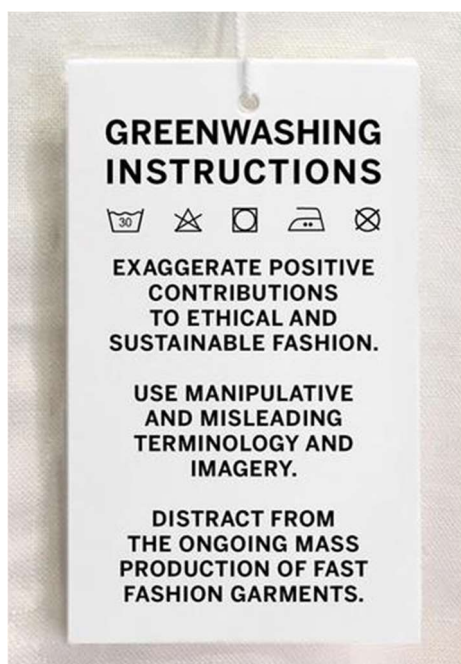
3.8 Greenwashing

El *greenwashing* haría referencia al lavado de imagen de grandes empresas, cuyas campañas de publicidad y marketing presentan como verdes productos y actividades económicas que en realidad no lo son, o lo son de forma muy sesgada. Muchas de estas empresas promocionan presuntas políticas de respeto al medio ambiente como una forma de mantener y aumentar su cuota de mercado, aprovechando la creciente sensibilidad ciudadana antes estas cuestiones.

La denuncia de este tipo de prácticas ha sido liderada desde la sociedad civil, mediante la investigación, la sensibilización e incluso el desarrollo de crecientes procesos de judicialización. ONG y organizaciones ecologistas impulsaron hace más de una década la creación de premios donde denunciar a las corporaciones que peores prácticas ambientales tenían y más *greenwashing* realizaban: los Premios Sombra de Ecologistas en Acción o los Public Eye Awards.

La investigación igualmente ha dependido de entidades sociales, ambientales y académicas. Un ejemplo reciente sería *The Influence Map*, que estudia a nivel internacional el despliegue de mensajes en redes sociales, televisión, así como acciones, mediante las cuales el lobby de los combustibles fósiles invierte sumas millonarias para apropiarse de la narrativa sobre lo que es necesario para luchar contra el cambio climático y para posicionarse como parte de la solución. En nuestra geografía la revista Ballena Blanca acaba de realizar hace poco tiempo un estudio monográfico sobre esta temática en España.

Y por último los tímidos avances en la judicialización. Recientemente la asociación de abogados ambientales Client Earth ha dado un paso para que haya un control internacional en los anuncios que publican las compañías de combustibles fósiles, las que más contribuyen a las emisiones de gases de efecto invernadero, presentando una demanda detallada a la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) contra el *greenwashing* de una petrolera. En caso de tener éxito podrían pedir a que se retiren sus anuncios y, aunque no tiene ningún poder legal, sentaría un precedente para otras compañías.



El *greenwashing* además de ser económicamente perverso afecta a las percepciones que los consumidores se hacen del mercado ecológico, así como a los vínculos que se establecen con distintas marcas y productos. Diversas investigaciones han planteado que el consumidor medio no sabe diferenciar entre el *greenwashing* y el marketing verde honesto, particularmente cuando perciben que la empresa o la marca tienen buena reputación. La compra de productos que se consideran ambientalmente responsables genera una identificación positiva con la marca, y el problema añadido es que el *greenwashing* afecta especialmente al público con menor conciencia ambiental, pues la capacidad de distinguir se relaciona directamente con los niveles de concienciación ambiental previos.

Un riesgo grave es que debido a la proliferación de los reclamos ambientales y el *greenwashing* se aumente la desconfianza de forma generalizada hacia el sector, afectando a las propias empresas y los productos que realmente están comprometidas con el consumo sostenible.

La situación en Europa y España.

En el marco del Pacto Verde Europeo se están desarrollando una serie de medidas orientadas a fortalecer las leyes de protección al consumidor, entre ellas se encuentra la lucha contra el *greenwashing*. Una de las cuestiones que van a abordarse en todos los avances normativos relacionados con el eco-etiquetaje, de forma que resulte obligatorio a las empresas justificar las afirmaciones medioambientales que realizan en la publicidad de sus productos. El planteamiento sería el desarrollo de métodos que midan la "huella medioambiental de productos y organizaciones" bajo la regulación de la etiqueta ecológica de la UE, que incluirá de manera más sistemática la durabilidad, la reciclabilidad y el contenido reciclado.

El problema del *greenwashing* es muy relevante porque tres de cada cuatro productos muestran una declaración o etiqueta medioambiental en la UE que, en términos prácticos, son superfluos pues muchos de ellos se reducen a cumplir la legalidad. Y esto sucede porque, según el Eurobarómetro en relación a las actitudes de los europeos hacia el medio ambiente, el 57% de los consumidores de la UE son receptivos a las declaraciones medioambientales al tomar sus decisiones de compra.

Y a la mayoría de estos consumidores (61%) les resulta difícil comprender qué productos son verdaderamente respetuosos con el medio ambiente. La desconfianza en la información medioambiental que se muestra en los productos y en los anuncios es relativamente común. El 44% de los consumidores dice no confiar en este tipo de información.

La primera medida contundente que se ha tomado en la UE es la regulación de los criterios por los que las inversiones económicas pueden concebirse como "verdes" o ecológicas. Una herramienta de gran importancia, que desarrollamos en el apartado de Buenas Prácticas.

En España ha existido tradicionalmente una falta de compromiso institucional con estas cuestiones. Recordemos cuando en 2004 la UE estableció que los términos "bio" y "eco" se consideran indicaciones referentes al método de producción ecológica en todas las lenguas comunitarias. El decreto español reservaba "ecológico" y su prefijo "eco" a los productos ecológicos, mientras que el "bio" podía emplearse en alimentos que no responden a las exigencias de la agricultura ecológica. A demanda de las organizaciones ecologistas y de consumidores España fue llevada a juicio, y hasta que no hubo sentencia firme de los tribunales comunitarios en 2005 no se asumió la normativa europea.

Aunque esta temática no ha sido abordada de forma destacable desde las políticas públicas, si que conviene recordar los elevados niveles de desconfianza de la ciudadanía española hacia el etiquetaje y la publicidad de productos que se comercializan como ecológicos. En el último Eurobarómetro en relación a las actitudes de los europeos hacia el medio ambiente, el 87% de la población española se mostraba de acuerdo con la afirmación: *Muchos productos afirman ser ecológicos, pero no confía en que esto sea cierto.*

Más allá de la sana prudencia, la desconfianza generalizada que provoca el *greenwashing* termina sembrando dudas y dificultando la credibilidad del sector ecológico entre los consumidores. A pesar de que no se hayan encontrado casos de fraude entre empresas certificadas ecológicas. Conviene recordar como una investigación de Greenpeace en 2005 analizó los pesticidas de las manzanas en diversos supermercados de once países europeos, encontrando un cóctel de restos de pesticidas, mientras que aquellas que se comercializaban como ecológicas no tenían restos de ningún tipo.

Buenas Prácticas

UNIÓN EUROPEA

La UE ha dado un paso pionero a nivel mundial, a la hora de definir un marco legal que define una taxonomía de actividades ambientalmente sostenibles, para canalizar hacia estas las inversiones públicas. Se trata de una clasificación de las inversiones en función de sus emisiones de carbono y su impacto en el clima, que establece tres categorías, la verde al cien por cien, la de transición y la que, aunque sea contaminante, facilita el desarrollo de actividades no emisoras de carbono. Hasta ahora, los bancos, las compañías de seguros y los fondos de inversión podían decidir por sí mismos lo que consideraban una inversión "verde", lo que solía terminar en *greenwashing*.

El Reglamento sobre taxonomía creará criterios armonizados para definir las inversiones que pueden considerarse sostenibles y en qué medida. Los inversores deberán ser informados si un producto financiero no se adhiere a la taxonomía de la UE, también las grandes empresas deberán informar la proporción de actividades alineadas con la taxonomía de su facturación, capital y gastos operativos. Una fórmula que obliga a los actores financieros, incluidos los administradores de fondos, los emisores de bonos y las empresas cotizadas, a revelar cuán ecológicas son realmente sus inversiones.

La taxonomía de la UE es un paso revolucionario hacia la corrección de la forma en que el sector financiero y la economía real valoran, o más bien no valoran, las externalidades medioambientales negativas. Los primeros estándares sobre mitigación y adaptación climática se publicarán a finales de 2020 y se aplicarán a partir de 2022. Junto con el Reglamento de Divulgación, la Taxonomía de la UE proporcionará información transparente y comparable sobre el impacto y los riesgos ambientales, ayudando a canalizar inversiones en proyectos más sostenibles.

La llamada 'taxonomía verde' establece seis objetivos medioambientales que deben ser considerados al evaluar si una actividad es sostenible. De este modo, para que una actividad sea considerada como sostenible para el medio ambiente debe contribuir «sustancialmente» al menos a uno de los seis objetivos que se han considerado y no causar un perjuicio a ninguno de ellos (mitigación y adaptación al cambio climático, el uso sostenible y la protección de los recursos hídricos y marinos, la transición a una economía circular, la prevención y el control de la contaminación y la protección y recuperación de la biodiversidad).

El propio reparto de los fondos europeos se regirá por esta taxonomía, de forma que a partir de 2022 ya no se destinará fondos a energías fósiles, o incluso el BCE se plantea introducir el cambio climático en sus análisis de riesgo. Ahora, con estas etiquetas verdes, el objetivo es potenciar de forma efectiva las inversiones en actividades sostenibles y en la lucha contra el cambio climático.

Sin embargo, las críticas han llegado porque la nueva norma no recoge una lista 'negra' de tecnologías

o sectores dañinos para el medio ambiente más allá de los combustibles fósiles como el carbón, por lo que la producción de gas y energía nuclear no están específicamente excluidas. Esto supone que ambas actividades podrían ser etiquetadas como una actividad «de transición o facilitadora» que cumple «totalmente» con el objetivo de no producir un daño «significativo» sobre el medio ambiente, con la salvedad de que no podrán perjudicar el desarrollo de otras bajas en carbón ni contribuir a la perpetuación de las tecnologías basadas en el uso intensivo del carbón.

Más información: [AQUÍ](#)

NORUEGA

En 2007 la Oficina noruega de Defensa del Consumidor prohibía que la publicidad de automóviles pudiera hacer referencia a nociones como “verde”, “limpio” o “amigo del medio ambiente”. Una forma contundente, sin igual, para poner freno al *greenwashing* de muchas corporaciones de la industria automovilística. Estas solo podrán utilizar dichas afirmaciones si aportan una documentación que pueda demostrarlo, incorporando en dicha descripción el ciclo de vida completo del producto desde la “cuna a la tumba”. En palabras de Bente Oeverli, de la Oficina del Defensor del Consumidor, "si alguien dice que su automóvil es más 'ecológico' o 'respetuoso con el medio ambiente' que los demás, entonces debería poder documentarlo en todos los aspectos de la producción, a las emisiones, al uso de la energía, al reciclaje".

La Oficina seleccionó al coche como símbolo de una industria altamente contaminante y fuertemente asociada al cambio climático, que estaba realizando sistemáticamente campañas de *greenwashing*. Los reclamos ambientales que mandaban los fabricantes de automóviles se consideraron excesivos, pues inducían a error a los consumidores. Las empresas que publicitan productos ecológicos en Noruega deben ser plenamente conscientes de que los organismos de control de la publicidad en todas las regiones están muy pendientes de sus afirmaciones.

EEUU

La Comisión Federal de Comercio (FTC) proporciona pautas voluntarias para las declaraciones de marketing ambiental. Estas pautas le dan a la FTC el derecho de procesar reclamos publicitarios falsos y engañosos. Estas serían las principales:

- **Calificaciones:** La Comisión tradicionalmente ha sostenido que para que sean efectivas, cualquier calificación debe ser lo suficientemente clara, prominente y comprensible para evitar engaños.
- **Distinción entre beneficios de producto, paquete y servicio:** Una declaración de marketing ambiental debe presentarse de una manera que aclare si el atributo o beneficio ambiental que se afirma se refiere al producto, el envase del producto, un servicio o una porción o componente del producto.
- **Producto, paquete o servicio.** En general, si el atributo o beneficio ambiental se aplica a todos los componentes secundarios de un producto o paquete, excepto los menores, no es necesario calificar la afirmación para identificar ese hecho.
- **Exageración del atributo ambiental:** Una declaración de marketing ambiental no debe presentarse de una manera que exagere el atributo o beneficio ambiental, de manera expresa o implícita.

- Declaraciones comparativas: Las declaraciones de marketing ambiental que incluyen una declaración comparativa deben presentarse de manera que la base de la comparación sea suficientemente clara para evitar el engaño del consumidor. Además, el anunciante debe poder fundamentar la comparación.

Tras la actualización de estas medidas la FTC comenzó en 2013 a hacer cumplir las Guías Verdes, tomando medidas enérgicas contra seis empresas diferentes, en las que cinco de los casos estaban relacionados con la publicidad falsa o engañosa en torno a la biodegradabilidad de los plásticos que utilizaban. Aunque como en el caso noruego, parece que las intervenciones más contundentes se han focalizado de forma simbólica en un sector en concreto.

Recomendaciones de cara a los cambios normativos en España

La lucha contra el *greenwashing*, al margen de alguna regulación específica, requiere de articular medidas en otros ámbitos con los que se encuentra estrechamente relacionado, como las políticas de ecodiseño y etiquetaje. Muchas de estas medidas se encuentran actualmente a discusión en la UE, y, como apuntaremos en las conclusiones, convendría alinear al gobierno español con los países que demandan una regulación más rigurosa y exigente en términos socio-ambientales.

Medidas orientadas a la regulación del ecodiseño debería avanzar hacia hacer de los productos sostenibles la norma, derivando la responsabilidad hacia las empresas y no hacia las elecciones de los consumidores; el refuerzo de los eco-etiquetajes a nivel de la UE como Ecolabel; el establecimiento de una lista negra de afirmaciones confusas o engañosas, eliminando las referencias sin fundamento como "verde", "sostenible" y "respetuoso con el clima"; así como no se deben permitir declaraciones de desempeño al nivel de los requisitos legales.

Y por último resultaría muy relevante explorar un proceso de aprobación previa para las declaraciones y etiquetas, tal como lo aplica la EFSA para las declaraciones de propiedades saludables en los alimentos. Los productos etiquetados como ecológicos también deben ser justos y socialmente sostenibles; la iniciativa también debe permitir la debida diligencia.

Además, deberían de establecerse sanciones disuasorias a nivel de la UE para evitar el *greenwashing*, así como disponer de un cuerpo de vigilancia y fiscalización que se encargue de velar por el cumplimiento de la normativa y de evaluar anualmente las declaraciones ecológicas mediante muestras al azar.

4. Apuntes para una Estrategia de Consumo Sostenible desde el Ministerio de Consumo

El consumo es una de las actividades más transversales que existen, afectando a distintas áreas de gobierno y con competencias muy distribuidas. Una aproximación integral al consumo sostenible implicaría políticas de consumo y salud, agrícolas, construcción y vivienda, infraestructura y transporte, investigación y educación, medio ambiente, legislación laboral o política social y económica o exteriores. No resulta concebible avanzar de forma ambiciosa en estas cuestiones sin un liderazgo claro y una estrategia definida.

El Ministerio de Consumo sería el encargado de coordinar una Estrategia Nacional de Consumo Sostenible, que debería de definirse en un proceso participado por las distintas áreas de gobierno y ser coproducida con los principales actores sociales implicados en el consumo sostenible (asociaciones de consumidores, sindicatos, grupos ecologistas, entidades de economía social y solidaria, entidades especializadas sectorialmente, universidades...). Indudablemente esto sería un proceso a medio plazo, que debería de combinarse con acciones en el corto plazo, que permitieran abordar cuestiones urgentes de forma inmediata, de forma que los pasos que se fueran dando resultaran coherentes con el diseño de una estrategia más integral.

Un proceso que implicaría transversalizar el consumo sostenible en los planes y acciones de gobierno de los distintos ministerios, así como definir una agenda propia de trabajo más anclada en competencias propias que pudiera liderarse desde el Ministerio de Consumo. Este trabajo debería de combinar las aproximaciones transversales (sensibilización, educación, investigación, monitoreo, etiquetaje...) y las sectoriales (textil, alimentación, vivienda, energía...), de cara a disponer de una aproximación integral. Una referencia inspiradora en este sentido sería el *National Programme on Sustainable Consumption From Sustainable Lifestyles towards Social Change*, que desde 2015 viene funcionando en Alemania.

Programa Nacional de Consumo Sostenible Alemania	
Aproximaciones transversales	Aproximaciones sectoriales
Espacios de debate e interacción con la sociedad civil organizada sobre estrategias para acelerar cambios en consumo y estilos de vida.	Movilidad
Educación en consumo sostenible, en el marco de un abordaje transversalizado desde la Educación para el Desarrollo Sostenible.	Alimentación
Mejorar la información al consumidor, hacerla más práctica y accesible	Hogar
Ecoetiquetaje	Lugar de trabajo y oficina
Ecodiseño	Ropa
Compra Pública Sostenible	Ocio y turismo
Investigación en consumo sostenible	
Monitoraje permanente del consumo sostenible (indicadores, estadística oficial...)	

Este apartado del documento supone un complemento a las recomendaciones formuladas sobre las distintas temáticas concretas, de forma que se aporte un enfoque más estratégico. A continuación, presentamos una serie de claves, sugerencias, ideas, acciones y temáticas que podrían servir para empezar a vertebrar el trabajo en torno al desarrollo de una Estrategia Nacional de Consumo Sostenible.

4.1 Fortalecer el liderazgo y el protagonismo del Ministerio en consumo sostenible.

En nuestra geografía los principales avances en materia de consumo sostenible se han producido en la escala local y europea, habiendo una falta de liderazgo institucional a los niveles autonómicos y nacional. Esto se ha traducido en una ausencia de enfoques innovadores y de estructuras renovadas, capaces de ir incorporando en su agenda de trabajo estas cuestiones. La creación del Ministerio de Consumo genera un marco incomparable para incorporar estas cuestiones en la agenda política a escala nacional, y desde ahí intentar condicionar por su incorporación posterior al nivel autonómico.

El consumo sostenible se presenta como una temática emergente, en la que se podría definir un perfil propio y realizar intervenciones de cierta envergadura política, aprovechando los amplios consensos sociales que formalmente tienen estas temáticas. Unas políticas que indudablemente suponen abrir discusiones y realizar procesos pedagógicos en torno a las transiciones ecosociales.

El ecosistema de entidades que podría movilizarse en torno al consumo sostenible celebrar la conformación del Ministerio, a pesar de las limitaciones presupuestarias o competenciales, y le reconocen la capacidad y la autoridad para poder ejercer de coordinador interinstitucional, y de principal interlocutor con la sociedad civil. Impulsar una Estrategia Nacional de Consumo Sostenible, más allá de los avances prácticos que se logran, tendría un fuerte valor simbólico a la hora de posicionar temáticas en la esfera pública y dinamizar al propio ecosistema de organizaciones que trabajan estas cuestiones.

Otra demanda que se traslada y que sería simbólicamente muy relevante sería reforzar el carácter ejemplarizante que pueden tener las prácticas de las figuras más visibles del Ministerio. Debido al escrutinio público al que están sometidas, apoyarse en ellas para tratar de generar tendencias y visibilizar alternativas de consumo. Gestos como rehuir el uso de mascarillas desechables, beber agua en botellas de plástico a dejarse ver vistiendo ropa de moda sostenible. Pequeños guiños a los que el entorno del consumo sostenible es muy sensible.

Las demandas del consumo sostenible resultan coherentes con otras que forman parte de la agenda más tradicional de las asociaciones de consumidores como reforzar su capacidad sancionadora ante fraudes que se dieran en más de una comunidad autónoma, la necesidad de reformar el texto refundido de protección de los consumidores y usuarios, avanzar en el reconocimiento de la figura del consumidor vulnerable, el reconocimiento efectivo como parte interesada en expedientes que se incoen contra empresas infractoras, las mejoras en la atención al cliente...

4.2 Sincronizar la Estrategia con la agenda internacional del consumo sostenible.

El consumo sostenible va ganando un progresivo peso en los organismos internacionales, como una estrategia clave para abordar cuestiones ecosociales. La mayoría de los avances normativos de nuestra legislación en materia ambiental y de consumo sostenible vienen de Europa, por lo que resulta indispensable que la agenda nacional y la europea puedan acompasarse y resultar coherentes.

Ante estas cuestiones resulta indispensable que el Gobierno Español tenga un posicionamiento favorable y proactivo ante las principales directivas y políticas europeas que resulten estratégicas para el desarrollo del consumo sostenible desde una perspectiva más transformadora. Algunas de las que van a decidirse en el corto plazo serían:

- Sustainable Product Policy Initiative
- Legislative initiative to empower consumers to participate in the green transition.
- Legislative initiative to substantiate green claims
- New Strategy to reinforce the EU Ecolabel

Las cuatro se encuentran estrechamente interrelacionadas. En el siguiente cuadro os desglosamos brevemente la descripción de sus objetivos y las claves que podrían orientar un enfoque más transformador, que además se encontraría más alienado con las organizaciones ecologistas y de consumidores.

Referencia	Descripción	Claves
<p>Sustainable Product Policy Initiative</p> <p>https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12567-Sustainable-Products-Initiative</p>	<p>Esta iniciativa, que revisará la Directiva sobre el ecodiseño y propondrá medidas legislativas adicionales, según proceda, tiene por objeto hacer que los productos comercializados en el mercado de la UE sean más sostenibles.</p> <p>Los consumidores, el medio ambiente y el clima se beneficiarán de productos más duraderos, reutilizables, reparables, reciclables y energéticamente eficientes. La iniciativa también abordará la presencia de productos químicos nocivos en productos tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Equipos electrónicos y TIC ▪ Textiles ▪ Muebles ▪ Acero, cemento y productos químicos 	<p>Una legislación que se desarrolla en el marco del Plan de Economía Circular</p> <p>Apoyar las medidas más ambiciosas en términos socio-ambientales, de forma que su traslado a las normativas de los Estados resulte vinculante.</p> <p>En relación a los equipos electrónicos y el textil, muchas recomendaciones se pueden encontrar en este mismo Informe.</p>



Referencia	Descripción	Claves
<p>Legislative initiative to empower consumers to participate in the green transition</p> <p>https://www.europarl.europa.eu/legislative-train/theme-a-european-green-deal/file-consumers-in-the-green-transition</p>	<p>Ayudar a que los consumidores tomen decisiones más sostenibles. La Comisión sobre el Pacto Verde Europeo anunció planes para centrarse en la información al consumidor sobre cuestiones relacionadas con la economía circular: durabilidad, reparabilidad, mejorabilidad y reciclabilidad, así como esfuerzos regulatorios y no regulatorios para combatir el 'lavado verde' (es decir reclamaciones).</p> <p>Una de las posibles medidas tendría que ver con el desarrollo de una etiqueta ligada a la Huella Ambiental de los productos.</p>	<p>No se sabe si será una nueva ley o una reforma de la Unfair Commercial Practice Directive. Trata de incentivar la durabilidad y la reparabilidad de los productos a través de la información y/o otros medios relacionados con asegurar la disponibilidad de piezas de recambio, software etc</p> <p>También intenta regular el <i>greenwashing</i>, combatiendo la proliferación de reclamos engañosos o no fundados. También podría ser el marco para favorecer la creación de una nueva eco-etiqueta o información mínima ambiental en los productos. Podría establecer principios mínimos para las eco-etiquetas disponibles en el mercado como la implicación de agentes sociales en la definición de criterios, certificación independiente...</p>
<p>Environmental performance of products & businesses – substantiating claims</p> <p>https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12511-Environmental-performance-of-products-businesses-substantiating-claims</p>	<p>Esta iniciativa requerirá que las empresas respalden las afirmaciones que hacen sobre la huella ambiental de sus productos/servicios mediante el uso de métodos estándar para cuantificarlos.</p> <p>El objetivo es hacer que las afirmaciones sean fiables, comparables y verificables en toda la UE, reduciendo el "lavado verde" (empresas que dan una falsa impresión de su impacto medioambiental).</p> <p>Esto debería ayudar a los compradores e inversores comerciales a tomar decisiones más sostenibles y aumentar la confianza del consumidor en las etiquetas y la información ecológicas.</p>	<p>Esta se considera la más estratégica y a la que habría que prestar mayor atención. La apuesta sería el diseño de un procedimiento de aprobación previa para el uso de declaraciones ecológicas en productos no alimentarios. El valor añadido de este sistema sería que la información a los consumidores sea más clara, más fácilmente comparable y más creíble.</p> <p>A las entidades ecologistas y de consumidores les da miedo una nueva etiqueta que ofrezca unos estándares de calidad inferiores a los que obliga la ECOLABEL de la UE. Su apuesta sería ligar las mejoras en ecodiseño y sus exigencias asociadas a fortalecer la etiqueta ECOLABEL.</p>
<p>The new Circular Economy Action Plan</p> <p>https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/</p>	<p>Anuncia iniciativas a lo largo de todo el ciclo de vida de los productos, dirigidas, por ejemplo, a su diseño, promoviendo procesos de economía circular, fomentando el consumo sostenible y con el objetivo de garantizar que los recursos utilizados se mantengan en la economía de la UE durante el mayor tiempo posible.</p> <p>Habrán objetivos obligatorios para la compra pública sostenible y estrategias sectoriales para los sectores con mayor impacto como el textil</p>	<p>Revisar la documentación sobre textiles del presente informe</p>

Además, otro elemento estratégico sería cuidar la representación institucional española en los foros en los que se abordan estas cuestiones, pues tradicionalmente esta ha recaído sobre personas del Ministerio de Agricultura cuya mirada era excesivamente especializada y no disponía de una mirada más amplia e integral del consumo sostenible.

A medio plazo haría falta en el Ministerio un equipo de trabajo formado y consolidado en cuestiones relacionadas con el consumo sostenible, que en el marco de la Estrategia Nacional pudiera hacerse cargo de la representación institucional tanto en Europa como en otros foros especializados.

4.3 Formación e investigación en consumo sostenible

Abrir una línea de trabajo estable en el tiempo va a requerir la conformación de un equipo de trabajo especializado, que tenga un alto nivel de conocimiento en estas cuestiones y que a su vez este sometido a un proceso de formación permanente. Este equipo encargado de dinamizar el desarrollo e implementación de la Estrategia Nacional, debería asumir como una de sus tareas estratégicas alentar un proceso básico de formación y sensibilización interna en Consumo Sostenible orientado al personal del Ministerio, así como a personal de otros ministerios con los que se fuera a tener una estrecha relación durante el proceso de elaboración de la Estrategia.

Otro elemento relevante sería velar por la incorporación de los contenidos relacionados con el consumo sostenible, en el previsible proceso de transversalización de las competencias ecosociales en los currículos académicos, que comprenden desde la educación primaria a la formación universitaria. Una tarea que dependería del Ministerio de Educación y por la que hay un fuerte interés desde organizaciones sociales y ecologistas, especialmente significativa en el mundo de la Educación Ambiental.

Apoyar activamente el desarrollo de una oferta educativa especializada y profesionalizante en el ámbito del consumo sostenible, respaldada por el propio ecosistema de entidades y empresas implicadas, similar a la que se ha ido conformando durante los últimos años en torno a la economía solidaria⁵¹. Una oportunidad para sistematizar conocimientos, conformar grupos de investigación y formación de referencia, pero especialmente para formar a parte de las personas que deberían de acompañar profesionalmente estos procesos en los distintos organismos de las administraciones, así como en el sector privado.

Desarrollar una línea de formación orientada especialmente a empresas preocupadas por reverdecer de forma integral su actividad. Una línea que podrían contar con financiación para el acompañamiento por parte de otras empresas que ya estuvieran operando en sectores similares.

Incorporar también la óptica de la educación no formal, mediante el desarrollo de jornadas de trabajo y divulgación, seminarios u otras actividades, orientadas a aumentar los conocimientos, habilidades y competencias del personal de las administraciones, así como de las empresas y los equipos de las entidades implicadas en el consumo sostenible.

⁵¹ En el diagnóstico se contaba el inspirador caso de ARACOOOP en Catalunya.

Desde el Centro Nacional de Educación Ambiental (CENEAM) han abierto una línea de trabajo relacionada con los estilos de vida resilientes, que conecta con el consumo sostenible, pero va más allá. Este organismo puede ser un aliado preferente a la hora de elaborar materiales, organizar eventos, divulgar contenidos, acompañar investigaciones o apoyar en el diseño de la Estrategia.

Además de la formación el desarrollo y seguimiento de una Estrategia Nacional debe basarse en el mejor conocimiento científico disponible y en la experiencia acumulada por los principales actores del ecosistema del consumo sostenible. El desarrollo de una línea de investigación permanente y estable en el tiempo es fundamental para disponer de una información sobre el consumo sostenible actualizada, fiable y que permita desarrollar indicadores para dar seguimiento y evaluar el impacto de las políticas públicas.

Una oportunidad para generar dispositivos capaces de aprovechar y divulgar la información derivada del Eurobarómetro, pero también de producir información significativa mediante la colaboración con el Centro de Investigaciones Sociológicas. Este impulso a un campo de investigación emergente debería de apoyar la conformación de grupos de investigación estables en las distintas universidades. Además, deberían habilitarse líneas de financiación para proyectos de investigación liderados por entidades independientes solventes, así como para el desarrollo de Laboratorios de Ciencia Ciudadana asociada estas temáticas.

Una investigación que contemple desde abordajes más generales como actitudes de los consumidores, hábitos de compra y estilos de vida, hasta cuestiones mucho más técnicas y especializadas temáticamente en campos muy variados, que irían desde la psicología del consumo, al impacto de los contextos en los patrones de consumo a los análisis de flujos metabólicos de la economía para medir los impactos del consumo. Investigar en campos como las necesidades de los consumidores y los productos y servicios alternativos para facilitar el consumo sostenible, sobre el papel que puede jugar el consumo sostenible como motor de la innovación. La aspiración sería disponer de un conjunto de investigaciones e información estadística capaz de guiar la toma de decisiones políticas, y la posibilidad de reorientación de las mismas de una forma ágil.

Y, por último, sería indispensable disponer de un dispositivo digital, que sirviera como repositorio de libre acceso a toda esta información y pudiera convertirse en una herramienta de referencia para la divulgación y la comunicación social.

4.4 Comunicación, sensibilización y visibilidad alternativas de consumo

El despliegue masivo y la democratización del consumo sostenible supone principalmente un problema cultural, más que tecnológico, logístico o político. Más que un cambio en los procesos de producción y una sustitución de objetos, el reto es relacionarnos de otra manera más consciente con los mismos. La psicología ambiental demuestra que solo un deseo sustituye a otro deseo, el desafío es lograr que mayorías sociales deseen vivir de otra manera. Operar una transformación cultural capaz de modificar valores, actitudes, imaginarios, ideas de vida buena, expectativas de futuro, representaciones del éxito social... de forma que consumir menos y mejor lo percibamos como un avance social y no como una renuncia. Y esto nos lleva a la necesidad de poner al servicio de la Estrategia todos los dispositivos comunicativos y de sensibilización capaces de maximizar las potencialidades de intervenir en este ámbito desde el Ministerio.

El conjunto de actores del ecosistema del consumo sostenible plantea la necesidad de este tipo de campañas de sensibilización audaces, ambiciosas y sostenidas en el tiempo sobre el consumo sostenible. Esto se considera una acción prioritaria e irrenunciable, al margen de que lograra materializarse en el marco de la Estrategia o se hiciera al margen. Unas campañas sobre consumo y estilos de vida sostenibles concebidas de una forma estratégica, orientada a públicos específicos e incorporando mecanismos novedosos para la comunicación institucional.

Una de estas campañas podría pensarse y concebirse junto al Consejo de la Juventud, que depende directamente del Ministerio de Consumo, y servir para experimentar aproximaciones innovadoras al consumo sostenible, trabajando con *Influencers* de Youtube o concibiendo materiales para redes como Tik Tok. Una forma de inaugurar formas de colaboración, que podrían ir más allá, incorporando cuestiones relacionadas con la investigación (monográfico en la Revista de Estudios de Juventud, investigación focalizada en Generación Z y consumo sostenible, campañas dinámicas intergeneracionales que los jóvenes eduquen a adultos...).

Además, habría que habilitar un portal digital donde se pudiera centralizar la información y que sirviera como herramienta de referencia para la divulgación de cuestiones relacionadas con el consumo sostenible. Un archivo de informes y documentos relevante, repositorio de investigaciones, visibilidad de recursos interactivos desarrollados por las entidades sociales:

barómetro obsolescencia programada de OCU, la calculadora social de AERESS, calculadora de impactos de los alimentos kilométricos de Amigos de la Tierra...

Un elemento central en esta estrategia de comunicación y sensibilización, debería ir más allá de visibilizar y concienciar sobre los impactos negativos ocultos tras determinados hábitos de consumo, para enfatizar la importancia de reflejar prácticas de consumo alternativas, accesibles y que puedan constituir buenas prácticas inspiradoras. Y es que, aparte de divulgar las iniciativas, estos apoyos se aprovecharían de la capacidad de las instituciones para legitimar, normalizar y transmitir confianza a los consumidores sobre prácticas que pueden transmitir inseguridad o incertidumbre.

A tales efectos, instaurar algún premio desde el Ministerio que reconociera las mejores políticas públicas de consumo sostenible resultaría muy interesante. Algo similar al Premio de la Estrategia Naos que se celebra anualmente, y que permitiera simultáneamente visualizar buenas prácticas y consolidar a nivel institucional la apuesta por el consumo sostenible. Resultaría importante que en el jurado pudieran participar entidades sociales, figuras reconocidas del ecosistema del consumo sostenible y personas procedentes del ámbito académico.

4.5 Compra Pública

La compra pública como una herramienta capaz de apoyar el desarrollo de otros modelos económicos más inclusivos, innovadores y resilientes, como plantea la propia Unión Europea. Una quinta parte de la actividad económica, entre el 15 y el 20% del PIB de nuestros países, depende de la orientación que se dé a la contratación pública de bienes y servicios. Esto quiere decir que una quinta parte de la actividad económica está directamente relacionada con el papel que decidan tener las administraciones a través de los bienes y servicios que contratan o consumen; fomentando buenas o malas prácticas ambientales, siendo ejemplarizantes o no con las condiciones laborales, apoyando a las grandes corporaciones o apostando por las pequeñas empresas, incentivando u obviando los impactos ambientales.

En el Plan de Acción de Economía Circular de la UE se reconoce que «La contratación pública representa una gran proporción del consumo europeo (casi el 20 % del PIB de la UE). Por tanto, puede desempeñar un papel clave en la economía circular, y la Comisión fomentará este papel a través de sus acciones sobre contratación pública ecológica, elaborando unos criterios a escala de la UE que posteriormente serán utilizados de forma voluntaria por las autoridades públicas. En primer lugar, la Comisión se asegurará de que en el futuro se haga especial hincapié en aspectos pertinentes de la economía circular, como la durabilidad y la reparabilidad, al establecer o revisar los criterios. En segundo lugar, apoyará un mayor uso de estos criterios por parte de las autoridades públicas, y reflexionará sobre el modo en que puede recurrirse a la contratación pública ecológica de modo más generalizado en toda la UE, en particular, en relación con los productos o los contratos muy pertinentes para la economía circular. Por último, la Comisión dará ejemplo, asegurándose de que la contratación pública ecológica se utiliza de la forma más amplia posible en su propia contratación, y reforzando el uso de la contratación pública ecológica en la financiación de la UE.»

Los avances del Plan de Contratación Pública Ecológica de la Administración General del Estado, sus organismos autónomos y las entidades gestoras de la Seguridad Social, suponen un salto cualitativo en relación a su predecesor. La ampliación de los productos y servicios incluidos (sumando algunos estratégicos como la alimentación o los textiles), la incorporación explícita de la defensa de la durabilidad frente a la obsolescencia programada, la puesta en valor de los sistemas de certificaciones ecológicas o la buscar mecanismos que prioricen a las PYMES, suponen la configuración de un plan mucho más ambicioso.

Algo que se echa mucho de menos de este tipo de planes es que se acompañen de campañas de divulgación, pues tan relevante cómo impulsar estos cambios es utilizar la dimensión de pedagogía ciudadana y de provocación positiva para alentar cambios en el sector privado que pueden tener estas medidas. Otro elemento que sería francamente mejorable son los informes de resultados, valorando el II Informe Segundo Informe general sobre el estado de la contratación pública verde en la Administración General de Estado, sus Organismos Públicos y las Entidades Gestoras de la Seguridad Social, resultaría relevante que fuesen más detallados, que incorporasen indicadores socio-ambientales y un sistema de evaluación más complejo, así como que se pensara en formatos para comunicar los resultados de forma que resulten más atractivos (maquetación, infografías...).

Otro elemento a incorporar serían los mecanismos de fiscalización del nivel de cumplimiento de las cláusulas ambientales de estos contratos, visualizar cuantas inspecciones se han realizado y si se han establecido sanciones. Esta es una cuestión crítica para velar por la no perversión de las potencialidades de la compra pública, que por problemas de personal y recursos se suele desatender y siempre surge como una problemática recurrente cuando se desarrollan este tipo de cambios.

Aunque las competencias directas del Plan de Compra Pública Ecológica dependan de otro Ministerio, la Estrategia Nacional debería servir para enmarcarlo en un futuro. La compra pública sería una de las medidas esenciales para dotar de coherencia a la Estrategia, y un instrumento indispensable para extender el consumo sostenible. Además, se convierte en una de las escasas herramientas que permiten reducir sesgos y democratizar el acceso de los grupos sociales más vulnerables a estos consumos a través de los servicios públicos.

Y por último habría que tratar de articular alguna estrategia para que estos enfoques de la compra pública permeasen hacia abajo en la cadena de interdependencias institucionales, llegando a las comunidades autónomas y los municipios.

4.6 Impulso interinstitucional del consumo sostenible

Hasta la fecha, como comentábamos en el diagnóstico, los principales avances de políticas públicas de consumo sostenible con un carácter integral, han sido impulsadas desde los municipios. Una serie de experiencias pioneras (Madrid, Zaragoza y Barcelona), que pueden servir como referencia para las grandes ciudades. Desde el Ministerio y en el marco de la Estrategia Nacional debería de incentivarse la realización de Estrategias de Impulso del Consumo Sostenible a nivel local, y para ello resultaría fundamental una alianza con la Federación Española de Municipios y Provincias FEMP.

Hay un alto nivel de acuerdo entre las personas entrevistadas en que, en la medida de lo posible, convendría sacar este tema de la disputa partidista. Se trataría de minimizar el riesgo de que una temática emergente quede cercenada en cuanto haya cambios en los gobiernos locales, por lo que sería estratégico que la FEMP como espacio de mayor consenso institucional pudiera avalar y acompañar las recomendaciones en favor del desarrollo de Estrategias de Impulso del Consumo Sostenible.

Otra estrategia de promoción del consumo sostenible sería repensar el papel que vienen jugando las Oficinas Municipales de Información al Consumidor OMIC. Una herramienta infrutilizada en materia de consumo sostenible y que permitiría aprovechar estos dispositivos descentralizados y de proximidad para lograr una gran capilaridad. Una medida que las principales entidades de consumidores verían muy pertinente.

Las competencias en consumo están delegadas en las comunidades autónomas que han legislado sobre la materia, ejercen competencias de representación y dictan las normas y criterios generales de aplicación en todos los municipios de su territorio. El desafío es persuadir a las comunidades autónomas para que en el marco de la protección y defensa de los consumidores se incorporen las cuestiones relacionadas con el consumo sostenible.

Las OMIC surgieron en los años ochenta como consecuencia de la intoxicación masiva derivada de la introducción en el mercado alimentario de aceite de colza desnaturalizado. Desde entonces han evolucionado mucho, desde un origen más alimentario hacia llevar a cabo actuaciones e instrumentos de protección de los derechos del consumidor mayoritariamente en el campo no alimentario, ya que los servicios de salud asumen lógicamente el control de los aspectos sanitarios de los alimentos.

Una de las líneas de actuación principal de las OMIC sería la defensa del derecho básico de los consumidores a recibir información veraz y suficiente sobre los bienes de consumo y servicios prestados. Lo que se concreta en su capacidad para organizar actuaciones singulares y generales de información y formación dirigidas a consumidores, lo que habilitaría un amplio margen para desarrollar estas cuestiones. Además, muchos municipios han desarrollado estas competencias en ordenanzas donde se establece la previsión de fomento del consumo responsable, como una forma de alinearse a nivel internacional con los objetivos de desarrollo sostenible.

Desde el Ministerio de Consumo se trataría de desarrollar una serie de disposiciones generales de aplicación en todo el territorio nacional (legislación y directrices a través de la Conferencia Sectorial de Consumo), de forma que se puedan establecer criterios generales de aplicación para el desarrollo del consumo sostenible en todas las comunidades autónomas. Una forma de reforzar las potencialidades que tendrían las OMIC para desplegar a nivel territorial dinámicas que favorezcan el impulso del consumo sostenible.

Y, por último, sería recomendable habilitar una mesa de trabajo o un espacio de coordinación entre el Ministerio de Sanidad y el de Consumo, de cara a articular conjuntamente el diseño de determinadas normativas higiénico sanitarias que sin renunciar a la seguridad del consumidor faciliten el desarrollo de patrones de consumo sostenibles (gestión de graneles y envases, posibilidad de rellenar leche o zumo en supermercados con botellas propias...).

4.7 Otras temáticas emergentes.

Además de las temáticas abordadas de forma específica para este informe, durante el proceso de investigación han ido apareciendo una serie de problemáticas complementarias que podrían ser susceptibles de conformar parte de la agenda de trabajo futura del Ministerio de Consumo.

Movilidad

Aunque las competencias más directas de movilidad recaigan sobre otros ministerios, hay una aproximación a esta temática relacionada con el tipo de bienes que se incentiva comprar desde las políticas públicas. La importancia industrial del sector del automóvil ha hecho que acapare una cantidad de ayudas públicas enormes, sin ir más lejos el Plan Renove 2020 suponen 250 millones de euros. ¿Imaginamos algo similar para promover la movilidad sostenible?

Más allá de la sensibilización en patrones de movilidad sostenible, y de medidas de fomento del transporte público, una medida que se ha planteado en varias ocasiones tendría que ver con desarrollar una serie de ayudas e incentivos económicos similares para incentivar el consumo y reparación de bicicletas, electrificadas y sin electrificar, así como de otras modalidades de movilidad individual eléctrica.

Alimentación sostenible

Otra temática cuyas competencias principales recaen en otros ministerios, con los cuales deberían de establecerse estrechas líneas de colaboración. En el marco de las competencias propias estaría la promoción de dietas saludables, que desde una Estrategia Nacional de Consumo Sostenible resultaría necesario complementar con la dimensión de la sostenibilidad en las aproximaciones a la alimentación: proximidad, temporada, reducción proteína animal, variedades locales y productos con Indicación Geográfica Protegida... Desde los Premios de la Estrategia NAOS sí que está teniéndose en cuenta este enfoque más integral, pero debería de reforzarse con un planteamiento más explícito donde lo saludable para las personas resultase indisociable de la salud de los ecosistemas en los cuales estas se insertan.

Las distintas estrategias municipales de consumo sostenible identificaron claramente esta línea como una de sus prioridades, y anclaron su intervención a través de los espacios responsables del desarrollo del Pacto de Milán por las políticas alimentarias urbanas, auspiciado por la FAO en 2015. Un marco de desarrollo institucionalmente impulsado desde la Red de Ciudades por la Agroecología en la que conviven ciudades gobernadas por un amplio abanico de fuerzas políticas. Existe la necesidad de acompañar este tipo de enfoques y acciones desde las políticas a escala nacional

En el medio rural la dinamización agroecológica y la transición hacia modelos de producción, transformación y comercialización más sostenibles, que además prioricen los mercados de proximidad, sería una apuesta clave no solo para el consumo sostenible, sino también para ayudar a fijar población y mejorar las rentas agrarias. Y es que sin una producción sostenible no hay posibilidad material de que el consumo sostenible sea una realidad consistente.

Plástico

La emergencia sociosanitaria ligada a la pandemia ha tirado por tierra buena parte del trabajo realizado sobre prevención del uso del plástico durante los últimos años. Y es que más allá de los envases todo lo relacionado con los protocolos sanitarios han priorizado el uso de materiales plásticos, desechables...

Una revisión de las normativas, consensuada con técnicos sanitarios, desde la óptica de tratar de reducir al máximo las recomendaciones de uso de materiales plásticos de un solo uso y de productos desechables. Intentar priorizar un enfoque en positivo de las alternativas como las mascarillas reutilizables frente a las de usar y tirar.



5. Anexo metodológico

Este informe se ha elaborado combinando una revisión y análisis de fuentes secundarias, así como un trabajo cualitativo en base a más de una decena de entrevistas. A continuación, presentamos un listado del tipo de fuentes consultadas, así como una relación de las personas entrevistadas, las organizaciones a las que pertenecen y su cargo.

Análisis de fuentes secundarias

Una extensa y exhaustiva revisión normativa, documental y bibliográfica, que se ha focalizado en la normativa y literatura referida al marco teórico y práctico de la economía circular, el consumo sostenible y las distintas temáticas sectoriales demandadas. Las principales fuentes consultadas han sido:

- Documentos normativos y legislativos de las distintas escalas institucionales
- Revistas científicas
- Revistas especializadas
- Estudios e informes realizados por ONG, organizaciones sociales, empresas y organizaciones profesionales.
- Libros
- Prensa especializada

Entrevistas a personas expertas

Una serie de entrevistas a las principales organizaciones de consumidores, entidades ecologistas y otras entidades o personas especializadas en algunas de las distintas temáticas sectoriales. Una forma de recoger el conocimiento y la experiencia acumulada, contrastar ideas y validar algunas de las recomendaciones.

Organizaciones de consumidores:

- Blanca Morales Responsable de ecoetiquetale del European Enviromental Buerau EEB y Representante de la Organización Europea de Consumidores BEUC.
- Jesús Benítez FACUA Consumidores en Acción
- Belén Ramos Responsable de Consumo Sostenible de OCU
- Toni Lodeiro. Investigador del Centre de Recerca e Informacio en Consum CRIC-Opcions

Organizaciones ecologistas:

- Alba García Responsable de Consumo Sostenible de Greenpeace
- Celia Ojeda Responsable de Plásticos de Greenpeace
- Adriana Espinosa Responsable de Recursos Naturales y Residuos de Amigos de la Tierra.
- Isidro Jiménez Área de Consumo de Ecologistas en Acción
- Koldo Herloz del Área de Contaminación Química de Ecologistas en Acción

Organizaciones especializadas en temáticas sectoriales y periodistas especializadas en consumo sostenible:

- Benito Muros Presidente Fundación FENISS
- María Rodríguez Experta en Obsolescencia Programada, Responsabilidad Empresarial Corporativa, y miembro del Foro Social de la Industria de la Moda
- Gema Gómez de Slow Fashion
- José Manuel Portas de la secretaría técnica de proyectos de AERESS Asociación Española de Recuperadores de Economía Social y Solidaria
- Laura Villadiego, periodista de investigación sobre los impactos de los productos del colectivo de periodistas especializadas en consumo Carro de combate
- Brenda Chávez periodista especializada en temas de consumo sostenible