El 74% de los consumidores incluyen criterios medioambientales en su compra

El 74% de los consumidores españoles considera importantes los criterios medioambientales en su decisión de compra, según se desprende del último informe de AECOC Shopperview, que incorpora la visión de las empresas de gran consumo.

Además, el 50% de los consumidores españoles ha dejado de comprar productos de marcas que consideran no sostenibles, e incluso, ha cambiado de establecimiento para seguir comprando productos sostenibles más baratos según comentó Cinta Bosch, gerente de Sostenibilidad de AECOC, durante el noveno Encuentro #DecirHaciendo de Consum sobre Economía Circular, celebrado en València.

“Incluso, en un momento como el actual, en el que el factor precio es determinante en la decisión de compra, los consumidores reclaman productos saludables, convenientes y sostenibles”, explicó Bosch que indicó que las empresas de distribución trabajan para dar respuesta a esta creciente preocupación de los consumidores. De hecho, ocho de cada diez empresas de distribución en España, usa plástico reciclable o reutilizable, en sus productos o procesos y el 34% de ellas tiene previsto aumentar su uso, según se desprende del último Informe sobre sostenibilidad en el Gran

Consumo. Además, el 95% de ellas dispone de medidas para la separación o recuperación de residuos.

No obstante, la economía circular no sería posible si, además de la voluntad de las empresas, no existieran gestores de residuos de envases intermediarios que ofrecieran soluciones sostenibles para la fabricación de nuevos envases reciclados y reciclables. Este es el caso de SAICA NATUR, una empresa con más de 80 años de historia, que fabrica envases a partir de residuos de cartón y plástico de las empresas. Se trata de la gestora que recicla y valoriza todos los residuos de la Cooperativa en sus 6 plataformas logísticas y su sede de Silla.

Proyectos de economía circular

Además, también está desarrollando desde 2022, un proyecto de economía circular con Consum, que, transforma el Poliestireno Expandido (EPS), conocido popularmente como porexpán, procedente de los residuos recuperados en las plataformas logísticas de la Cooperativa de supermercados, en muebles para la sección de horno de sus supermercados. Esta iniciativa permite el reciclaje, transformación y reintroducción de 10.000 kg de plástico, y se ha implantado ya en 49 tiendas, según ha explicado en el Encuentro, Marc López, director de desarrollo de negocio de SAICA NATUR. Esta medida se irá extendiendo progresivamente a toda la red hasta el año 2025.

Para López, la economía circular es una necesidad y una apuesta de futuro mirando siempre a los consumidores “porque los precios de las materias primas siguen elevados, los recursos naturales se están agotando, tenemos que minimizar nuestro impacto medioambiental para cumplir con la agenda 2030.

Sostenibilidad en la compra pensando en los consumidores

Consum, como Cooperativa y empresa de economía social, tiene la sostenibilidad en el centro de su gestión empresarial, desde su triple vertiente: económica, social y medioambiental, gestión que es auditada externamente siguiendo los requisitos internacionales del GRI.

“Un modelo de producción y consumo más sostenible, en el que los recursos se aprovechan al máximo con el objetivo de hacer un uso, lo más eficiente posible, de las materias primas. Hacer cada vez más con menos”, según ha afirmado Elías Amor, jefe de Área de Sostenibilidad de Consum. “La economía circular es otro gran pilar de la gestión ambiental de la Cooperativa, que trabajamos fundamentalmente en dos niveles: la ecoeficiencia en el consumo de materiales y la recogida selectiva y valorización de los residuos”, ha añadido Amor.

El jefe del Área de Sostenibilidad de Consum ha repasado todas las acciones que lleva a cabo la Cooperativa para conseguir que la compra de alimentos sea lo más sostenible posible: a través de la reducción de plástico, como la bolsa de 70% de plástico reciclado; la bolsa compostable de las

secciones de frescos; mediante la racionalización del uso del plástico en las tiendas y su sustitución por reciclado, con un ahorro de 880 kilos de plástico al año. A esto se suma la apuesta por el ecodiseño para el packaging de marca propia Consum; el fomento del reciclaje y la economía circular, como el servicio de recogida de bolsas de plástico para la compra online y el servicio a domicilio, con un ahorro de 873 toneladas al año, entre otras iniciativas.

Economía circular en el sector primario

“La economía circular en el ámbito rural puede actuar como un elemento dinamizador, fijar la población y es, en sí misma, menos contaminante. Es una verdadera apuesta por la sostenibilidad”, según ha comentado Carolina Femenia, periodista especializada en el mundo rural.

Femenia ha presentado algunos ejemplos, como una quesería que tiene unas ovejas criadas de forma ecológica, que además del queso, produce compost para uso agrícola, hecho que la convierte en atractivo para el turismo agrícola. “Se cierra el círculo y se mueve la economía de la población. Las personas que viven y trabajan en zonas rurales saben que no pueden quedarse sólo con el producto, tienen que ir más allá, darle más recorrido. En el mundo rural los principios de la economía circular han de actuar como palanca de cambio, retención y atracción porque se aplican de una forma mucho más tangible que en los procesos industriales”, ha concluido la periodista Carolina Femenia.