

## Proyecto de la guía de consumo responsable de la Provincia de Tarragona

### Introducción

El porque es necesaria una guía en la provincia de Tarragona y que comportamiento implica.

### Objetivos

1. Sensibilizar a la población, centrándonos en los consumidores hacia un comportamiento responsable de sus compras, ya que hacen parte del eslabón final de la cadena de consumo.
2. Promocionar el consumo responsable de productos locales para potenciar la economía local y como premio viene una consecuente reducción de los gases de efecto invernadero, tan perjudiciales para las personas.

### Criterios de selección.

Desde nuestro punto de vista hemos preparado unos parámetros que tomaremos en cuenta en la selección de los productos y servicios presentes en la provincia de Tarragona, y estos son:

- *Ciclos/modelos de Producción Sostenibles, no contaminantes:*

Mínima huella ecológica<sup>1</sup> posible; gestión y reutilización adecuadas de materias primas y residuos, reducción de materiales de envasado, permacultura<sup>2</sup>, etc.

El objetivo es llegar a una producción en donde se cierre o pueda cerrar el ciclo y así ser sostenible, la clave es fijarse en la naturaleza donde todos los seres hacen su vida formando parte de un ciclo.

- *Transporte, Movilidad Sostenible<sup>3</sup>*

Distancia de origen de los productos al consumidor final mínima; ya que el transporte (intermediario) aumenta el precio, la contaminación y reduce el poder adquisitivo a los productores incluso a niveles de pérdida.

Como referencia la distancia ideal está por debajo de los 100km., mientras que los productos que consumimos habitualmente tienen medias de más de mil de kilómetros!

- *Condiciones Laborales:*

Acuerdos para la consecución de trabajos justos, remuneración suficiente, horarios y trato apropiado, gestión participativa o cooperativa, uso de la contabilidad social<sup>4</sup>.

- *Calidad:*

Productos manufacturados durables y alimentos sin aditivos o pesticidas químicos y en lo posible de semilla autóctona y de temporada; también productos ecológicos, producción integrada y un buen trato hacia los animales domésticos<sup>5</sup>.

Pensamos que un producto de alta calidad deberá ser contemplado desde una perspectiva en la que los tres componentes: personas, ambiente y economía son tomados en cuenta.

---

1 El impacto de una persona, empresa, ciudad o país, sobre la Tierra, para satisfacer lo que consume y para absorber sus residuos.

2 Permacultura es un término genérico para la aplicación de éticas y principios de diseño universales en planeación, desarrollo, mantenimiento, organización y la preservación de hábitat apto de sostener la vida en el futuro.

La Permacultura también es una red y un movimiento internacional de practicantes, diseñadores y organizaciones, la gran mayoría de las cuales se han desarrollado y sostenido sin apoyo de corporaciones, instituciones o gobiernos.

Los ejes centrales de la permacultura son la producción de alimentos, abasto de energía, el diseño del paisaje y la organización de (Infra) estructuras sociales. También integra energías renovables y la implementación de ciclos de materiales en el sentido de un uso sustentable de los recursos al nivel ecológico, económico y social.

3 Conjunto de procesos y acciones orientados para conseguir como objetivo final un uso racional de los medios de transporte por parte tanto de los particulares como de los profesionales.

4 La ampliación de los objetivos de la contabilidad tradicional hacia nuevas áreas, abarcando aspectos como la información sobre empleados, productos, servicios al vecindario y la prevención o reducción de la contaminación.

5 Gandhi: la cultura de un pueblo se manifestaba en la forma en que trata a los animales

### - *Ética comercial:*

Comunicación comercial transparente, servicios que aporten valor auténtico y condiciones beneficiosas para todas las partes, formas de pago accesibles (medios de intercambio) y desarrollo comunitario.

### **Territorio de actuación.**

La delimitación territorial para la recolección de datos es la Provincia de Tarragona. Esta provincia la hemos dividido en comarcas, para clasificar los datos que aparecen en la guía. Con el fin de potenciar la resiliencia y productos característicos comarcales.

### **Metodología**

1. Cuestionario.  
Elaboración de un cuestionario donde viene recogido principalmente los datos que aparecerán después en la guía.
2. Trabajo de campo.
  - 2.1. Visitas personales de intermediarios, pequeños productores, pequeños comercios, artesanos; en mercados municipales, ferias, etc. Para la obtención de datos a través del cuestionario (folletos y tarjetas) y utilizando los criterios de selección, citados anteriormente.
  - 2.2. Visitas personales, realizadas previa cita a los centros de producción (huertos, talleres, etc).
3. Comunicación electrónica.
  - 3.1. Utilización de los medios de comunicación online, en este caso Gdoc, de la cuenta Gmail para elaborar la recolección de nuevos datos y contactos a través del “efecto mariposa”.
  - 3.2. Búsqueda de información en páginas web-[www.productesdelcamp.cat](http://www.productesdelcamp.cat), blogs, facebook y en sistemas de intercambio-CES-[www.xarxaeco.org](http://www.xarxaeco.org).

### **Estructura de la guía:**

- Pequeña introducción y logotipos de las distintas instituciones participantes.
- Cuerpo de la guía.  
Se compone de cinco grandes bloques.
  - El primer bloque está dividido por grupos de alimentos siguiendo criterios de la pirámide nutricional de la dieta mediterránea.
  - El segundo bloque está dividido por comarcas en productos alimentarios y productos no alimentarios.
  - El tercer bloque está dividido por comarcas.
  - El cuarto y quinto por ciudades.Cada producto que aparece en la guía presenta una descripción, el precio y el lugar donde se puede adquirir.
- Leyenda. Esta compuesta de todos los datos de los productos que por motivos de espacio y simplificación están representados en las páginas principales de la guía por un número o símbolo.

## **Presupuesto**

Los encontramos adjuntos a este documento.

## **Financiación.**

- Búsqueda de fuentes de financiación (subvenciones, donaciones, etc )
- Ayuda con la promoción a nivel local (ayuntamientos, consells comarcals, diputación, etc.) y Catalunya (Generalitat y otras organizaciones)