

# PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA GUÍA DE CONSUMO RESPONSABLE Y CREACIÓN DE UNA MARCA EN TRANSICIÓN

## 1 ¿Qué es el proyecto?

Es una iniciativa que pretende crear, a la vez que una conciencia sobre la soberanía alimentaria, una guía de consumo responsable en base a criterios postcapitalistas como ecoeficiencia, producción local socialmente útil, tiendas que apoyen a las personas con bajos ingresos, carácter democrático de las unidades productivas, etc). A su vez, se creará una “marca en transición” que facilite estos procesos de consumo responsable con la consecuente campaña de consumo en transición.

## 2 ¿Qué importancia tiene este proyecto en la transición?

Este proyecto, toca muchos temas que responden a la idea de una iniciativa en transición:

- Apoya los canales cortos de comercialización, los cuales hacen que el coste energético del transporte de mercancías sea menor. Además, reduce el número de intermediarios, que encarecen el producto y hace que éste pierda calidad en muchas ocasiones.
- Nos hace ganar en soberanía alimentaria, puesto que somos conocedores del proceso de producción y mercantilización del producto.
- Una marca en transición nos permite saber en todo momento qué estamos comprando y nos da seguridad. Sabemos a dónde va a parar nuestro dinero y en qué se invierte.
- Favorece las relaciones entre vendedor y comprador, al tratarse de dar impulso a negocios pequeños en los que directamente tratas con los vendedores del producto, dando pie a relaciones de confianza.
- Se da relevancia a aquellos comercios que son importantes para la Transición que pueden ser también puntos de encuentro para otras actividades que favorezcan el proceso general de transición.

## 3 Ejemplos de proyectos similares:



**Comercio Justo** Cualquier marca bajo el sello de comercio justo puede ser un ejemplo de lo que sería una marca comprometida con el cambio. Las marcas de comercio justo se rigen bajo criterios de cooperativismo, rechazo a la explotación, igualdad de género, trabajo digno y la producción sostenible entre otras. Participan del comercio justo ONGs como Intermón Oxfam, y proyectos que trabajan en ecológico como Alternativa3 y Espanica.



Es un proyecto cooperativo desde la perspectiva del consumo responsable que opera en la comunidad de Madrid y fomenta la producción, distribución y el consumo justo, ecológico e inclusivo. Engloba alimentación ecológica y de comercio justo, finanzas y seguros éticos, energías renovables, transporte sostenible, diseño gráfico, mensajería, asesoría y ocio y cultura, entre muchos otros. Se puede consultar su página en:

<http://mercadosocial.konsumoresponsable.coop>



La guía de consumo responsable de la comunidad de Madrid, editada por el Colectivo *ConSumaresponsabilidad* es un ejemplo de lo que podría ser la guía de consumo que queremos realizar con este proyecto.



**minatural**  
producto local, artesano y ecológico



Las recientemente creadas distribuidoras de consumo ecológico o sociales, son redes de producción y consumo de alimentos ecológicos que no buscan tanto el beneficio privado sino poner en contacto a productores y consumidores priorizando a aquellos que responden a criterios de cercanía, sostenibilidad y divulgación del consumo responsable entre otros. Ejemplos dentro de la comunidad de Madrid son la Ecomarca y Verdeo (operando en toda la comunidad), Minatural (Alcorcón), y la Distribuidora Ecológica Rompe el Círculo (Móstoles).

#### 4 ¿Qué se puede hacer en Móstoles?

Este proyecto engloba muchas tareas distintas que pasaremos a enumerar a continuación:

##### 1. Para la realización de la Guía:

- Realizar un estudio de los comercios susceptibles de querer participar en la iniciativa, estableciendo contactos con la pequeña empresa local y las tiendas que estén interesadas y respondan a los criterios de la “marca en transición”.
- Desarrollo y maquetación de la información en una guía de fácil consulta.
- Buscar apoyo económico en las propias empresas y comercios que se verán anunciadas en la misma para la publicación de dicha guía.
- Promocionarla a través de los comercios, periódicos locales y charlas sobre soberanía alimentaria, además de dar a conocer en los grupos de consumo existentes en Móstoles.

##### 2. Para la creación de la marca:

- Desarrollo de unos criterios escritos que describan las bases en las que se fundamenta la marca que estén al alcance de todos los interesados, sea a través de una plataforma web, de una charla o de la propia guía.
- Desarrollo de un logo para la marca en transición que sea fácilmente identificable por los consumidores.
- Entrega de un logo impreso a todos los proyectos y productores (previamente hecho el estudio de afinidad) interesados en participar que respondan a dichos criterios.

- Promoción de la marca a través de una charla informativa en la que se presentará también la Guía.

##### 3. Para el fomento del consumo responsable y la soberanía alimentaria:

- Creación de una comisión encargada de realizar charlas sobre soberanía alimentaria, incidencia en la salud de los consumidores y pérdida de calidad de los alimentos producidos de manera convencional, descentralización productiva y alimentación de kilómetro cero, entre otros temas.
- Realización de una investigación sobre los lugares de agrupación de la ciudadanía (asociaciones de vecinos, centros culturales, escuelas, etc.) para el desarrollo de estas charlas, en las que se dará a conocer la guía y la marca en transición.
- Creación de grupos de consumo ecológicos que se puedan apoyar en las distribuidoras sociales ya existentes o que se autogestionen, pero intentando crear una red de apoyo y consumo que reduzca costes a los productores y a los consumidores.

#### 5 ¿Qué sinergias existen entre este proyecto y el resto de la Iniciativa en Transición?

Entre los proyectos que podrían complementar este se encuentran:

Moneda social complementaria, cooperativa integral, paquete de apoyo institucional a la economía social, mercado social, economía del compartir, plan local de consumo responsable, plan integral de agricultura urbana, entre otros.

#### 6 ¿Cómo hacer?

Este es un proyecto que se podría desarrollar sin ayuda de las instituciones pero que podría tener un gran impulso con su apoyo haciendo campaña por la promoción del comercio local.

El Instituto de Transición se compromete a dar apoyo al grupo motor de esta iniciativa para la realización de la guía y ofrece su estructura legal para la creación de la marca. Además, pone en conocimiento de los participantes la ya existente Distribuidora ecológica Rompe el Círculo para colaborar con el proyecto y presentar a los productores que trabajan con ellos para la inclusión en la guía.