

# Sociedad

INFODATO


**CONSUMO DE CARNE  
EN ESPAÑA**

CADA ESPAÑOL CONSUME UNA MEDIA ANUAL

DE **66,3** KILOS DE CARNELA CARNE SUPONE EL 21,4% DEL GASTO  
TOTAL DE LA CESTA DE ALIMENTACIÓN

FUENTE: Ministerio de Agricultura

UN MENÚ GLOBAL »

## La vuelta al mundo en la mesa

*La dieta actual se nutre de alimentos que recorren miles de kilómetros*

■ Desde el desayuno hasta la cena uno puede ingerir alimentos que han recorrido tantos kilómetros como los que se necesitan para dar la vuelta al mundo

JAVIER RICOU

LLEIDA. – Adam Smith, mentor de la economía liberal, nunca dejó de sorprenderse por la eficacia de lo que él llamaba “mano invisible” y a la que achacaba el milagro de que el París de su época (de mediados de 1700) amaneciese cada día abastecido de alimentos y productos de primera necesidad. Desde tiempos muy remotos los comerciantes siempre han buscado satisfacer las necesidades de sus clientes sin que las distancias hayan supuesto una traba. Las especias y sedas que llegaban del Lejano Oriente son un ejemplo. Trescientos años después esa mano invisible a la que se refería Smith ha ganado rapidez en sus movimientos y se ha alargado hasta llegar a los rincones más recónditos de este mundo.

Basta un paseo por cualquier supermercado para comprobar lo fácil que resulta hoy en día concebir una dieta con alimentos llegados de la otra punta del planeta y que se presentan en las estanterías como si fuesen del huerto, mar o granja que hay a la vuelta de la esquina. Entre desayuno, aperitivo, comida, merienda y cena uno puede ingerir –sin empacharse– alimentos que han recorrido hasta llegar a nuestra mesa tantos kilómetros como los que se necesitarían para dar más de una vez la vuelta al mundo.

Las distancias, en materia de alimentación, cada vez son más cortas y hasta los productos perecederos (pescado fresco o fruta) han entrado a formar parte de este mercado de los kilómetros. Y es que el primer mundo no podría hoy en día alimentarse sin ir a buscar productos a los países en vías de desarrollo. Una tarea, la del transporte de estos alimentos, concentrada en manos de unas pocas multinacionales que se encargan de la distri-

### Dieta transoceánica o dieta local

Antes de llegar a una mesa de Barcelona hay alimentos que viajan semanas desde el otro lado del mundo

Menú... ...de 133.600 kilómetros con productos de todo el mundo		Menú... ...de 1.580 kilómetros con alimentos producidos en Catalunya	
<b>DESAYUNO</b>		<b>DESAYUNO</b>	
Yogur de Alemania	2.000 Km	Mantequilla del Alt Urgell	200 Km
Kiwi de Nueva Zelanda	19.000	Queso de la Cerdanya	150
Barrita muesli de EE.UU.	8.400	<b>TOTAL KILÓMETROS</b>	<b>350</b>
<b>TOTAL KILÓMETROS</b>	<b>29.400</b>	<b>APERITIVO</b>	
<b>APERITIVO</b>		Longaniza de Vic	100
Pistachos de Irán	4.300	Patatas fritas de Prades	150
Anacardos fritos de la India	7.000	<b>TOTAL KILÓMETROS</b>	<b>250</b>
<b>TOTAL KILÓMETROS</b>	<b>11.300</b>	<b>COMIDA</b>	
<b>COMIDA</b>		Arroz del delta del Ebro	180
Arroz basmati del Himalaya	7.000	Ternera del Pirineo	300
Langostinos marfil de Australia	17.000	Turrón de Agramunt	130
Filete de merluza de Namibia	8.800	<b>TOTAL KILÓMETROS</b>	<b>610</b>
Espárragos de Pekín	9.000	<b>MERIENDA</b>	
Melón de Costa Rica	9.600	Avellanas de Reus	110
<b>TOTAL KILÓMETROS</b>	<b>51.400</b>	<b>TOTAL KILÓMETROS</b>	<b>110</b>
<b>MERIENDA</b>		<b>CENA</b>	
Plátanos de Colombia	8.500	Menestra de verduras del Maresme	60
Avellanas tostadas de Turquía	3.500	Pollo de El Prat	30
<b>TOTAL KILÓMETROS</b>	<b>12.000</b>	Clementinas de las Terres de l'Ebre	170
<b>CENA</b>		<b>TOTAL KILÓMETROS</b>	<b>260</b>
Pimientos del piquillo de Perú	10.500	<b>TOTAL KILÓMETROS DIETA UN DÍA</b>	
Mazorcas de maíz de Tailandia	9.000	<b>1.580</b>	
Brochetas de sepia de Vietnam	10.000		
<b>TOTAL KILÓMETROS</b>	<b>29.500</b>		
<b>TOTAL KILÓMETROS DIETA UN DÍA</b>			
<b>133.600</b>			

ALAN JÜRGENS

bución y comercialización de esos productos a lo largo y ancho del planeta. *No te comas el mundo* es el eslogan de una campaña impulsada por cuatro ONG (Acción Ecologista, Observatorio de la Deuda, Xarxa de Consum Solidari y Veterinarios sin Fronteras) que denuncia las negativas consecuencias que en su opinión tiene este modelo agroalimentario basado en la exportación de productos del Sur al Norte.

Gustavo Duch, de Veterinarios sin Fronteras, destaca que, en contra de lo que cabría

pensar, la pobreza en los países en vías de desarrollo de los que proceden algunos de los productos que llegan a las mesas aumenta cuando entran en este mercado de los kilómetros. Sobran los ejemplos. “En la zona del lago Victoria, donde se pesca parte del mero (perca del Nilo) que consumimos aquí, el número de personas que pasan hambre pasa de los dos millones. Las empresas foráneas que van a buscar ahí el pescado, lejos de llevar riqueza y paliar esa grave situación, lo que provocan es que ese pescado que antes era consu-

mido por la población local ya no pueda ni ser comprado por los pescadores autóctonos al dispararse su precio una vez entra en el mercado internacional”, explica Duch.

La campaña *No te comas el mundo* busca concienciar a los consumidores del daño que ocasiona en el medio ambiente y las estructuras económicas locales el desembarco de esas multinacionales que van a buscar el salmón a Chile; los langostinos a Asia, Ecuador, Brasil o Australia; la merluza a Sudáfrica o Argentina, y los plátanos a Colombia.

Sebastián Losada, responsable de la campaña de océanos de Greenpeace, revela que en Ecuador y Brasil se han arrasado zonas enteras de manglares para construir criaderos

### PERCAS DEL LAGO VICTORIA

*La población local ya no puede comprar su pescado al dispararse los precios*

### SALMÓN DE CHILE

*El 60% del pescado que se consume en España viene de aguas no comunitarias*

de langostinos. “A lo que hay que añadir –explica Losada– la contaminación de esas aguas por el uso de productos contaminantes como pesticidas”. Losada indica que el 60% del pescado que se consume en España viene de aguas no comunitarias. Las multinacionales que lo van a pescar a la otra punta del mundo acaban con el pequeño productor y esos pescadores autóctonos no tienen más remedio que trabajar para las empresas extranjeras en condiciones que rayan, en ocasiones, la esclavitud.

La actual situación, opinan los críticos de este modelo comercial, sólo puede ser reconducida si hay una implicación directa de los gobiernos del Primer Mundo para cambiar los sistemas de producción y cultivo de alimentos impuestos en los países pobres por las multinacionales. Precisamente, en Catalunya

*Continúa en la página siguiente*

(del 6 al 10 Diciembre)

**De Puente a Puente...**

...y me voy porque me toca

**Puente de la Inmaculada**

Desafío español 2007  
32ª America's Cup Challenger  
Valencia

**ISLAS** 6 días 5 noches

Tenerife  
Hotel Perla Tenerife \*\*\* M.P. **645€**

Hotel Puerto Palace \*\*\*\* M.P. **695€**

Mallorca  
Hotel Lancaster \*\*\* M.P. **367€**

Hotel Playa Calamayor \*\*\*\* M.P. **435€**

**EUROPA** 4 noches Alojamiento y Desayuno

Estambul Hotel Kaya \*\*\* **489€**

Praga Hotel Step \*\*\* **395€**

Roma Hotel Pisana Palace \*\*\* **495€**

Paris H. Campanile Bagnolet \*\*\* **460€**

Londres H. Ibis Earls Court **525€**

**CARIBE** 7 noches TODO INCLUIDO

Playa Bávaro (Rep. Dominicana)  
5 Dic. Hotel Carabela Bávaro \*\*\*\* **715€**

Hotel Bávaro Princess \*\*\*\*\* **839€**

Cancún/Riviera Maya (Caribe Mexicano)  
5 Dic. H10 Hacienda Maya \*\*\*\*\* **899€**

H. Occ. Grand Flamenco Xcaret \*\*\*\*\*/ Complejo Grand Palladium \*\*\*\*\* **939€**

Precios por persona en habitación doble válidos para salidas desde Barcelona (excepto Caribe que es desde Madrid) en las fechas indicadas. Incluye: avión ida y vuelta, estancia en el hotel y régimen indicado, seguro y asistencia. Tasas, gastos de gestión y suplemento por incremento de combustible no incluidos. Infórmate de precios para la fecha de tus vacaciones así como para salidas desde otros aeropuertos. Ofertas válidas para reservas efectuadas a partir del 13/11/06.

902 30 60 90 [www.marsans.com](http://www.marsans.com) viatges marsans

UN MENÚ GLOBAL **»»** Los establecimientos incorporan productos de los cinco continentes

# De viaje en el súper

*En los hipers no faltan anacardos de la India, pimientos de Perú, langostinos de Australia o sepia de Vietnam*

JAVIER RICOU  
Lleida

La idea es recorrer kilómetros mientras se compra comida. Lo chocante es que para este ejercicio no hay que andar ni 300 metros y puede ponerse en práctica en cualquier supermercado. El resultado de esta experiencia: 133.600 kilómetros recorridos en poco más de una hora. Los han hecho los productos elegidos para la dieta de un solo día antes de llegar a las estanterías y puestos de un área comercial de Lleida.

En esta particular jornada de compras no se ha perdonado ni un ágape. Hay que elaborar un menú completo, con desayuno, aperitivo de media mañana, almuerzo, merienda y cena. La sorpresa llega al comprobar lo fácil que resulta sumar kilómetros mientras se va llenando el carro de la compra.

Lo más difícil es diferenciar, en las estanterías, el producto de fuera del nacional. En toda la comida envasada y en lata uno puede dejarse la vista para encontrar el origen del alimento. Queda claro que el comerciante, salvo en productos muy concretos que se ofertan como exóticos o aquellos de marcas reconocidas, prefiere ocultar esa información antes que colocarla en un lugar destacado para facilitar las cosas al consumidor.

La compra se hace de forma ordenada, lo que requiere ir más de una vez a las diferentes secciones. Para el desayuno se elige un yogur ecológico –de las decenas de marcas que se ofertan– producido en Alemania. Al final será, de todos los productos elegidos para este menú de un día, el que menos kilómetros ha recorrido. Por la mañana sienta también muy bien un kiwi –de Nueva Zelanda, por su puesto–, y si uno busca más vitaminas no sienta nada mal una barrita de muesli que ha viajado desde Estados Unidos. Antes de salir de casa uno se ha desayunado ya 29.400 kilómetros.

Con tanto estrés, nunca viene mal un aperitivo a media mañana. El supermercado nos ofrece unos pistachos de Irán, y ya que hemos llegado hasta ahí, por qué no añadir a la lista de la compra unos anacardos fritos



Esta vendedora de Lleida muestra las frutas de medio mundo que vende en su comercio

*Lo más difícil es diferenciar, en las estanterías, si el producto procede de fuera o es nacional*

de la India, que ocupan también un lugar destacado en la sección de frutos secos. En este descanso de media mañana, haremos otros 11.300 kilómetros.

Y llega la hora de preparar el menú del almuerzo. Aquí vamos a dar una vuelta y media al mundo de una sola sentada: 51.400 ki-

lómetros. Recorrerlos es muy fácil. Preparamos un arroz del Himalaya con unos langostinos marfil de Australia. De segundo, encontramos en la zona de congelados merluza de Namibia (de pescado hay mucha oferta de la otra punta del planeta), que puede acompañarse con espárragos de Pekín (como si fuera a la vasca). Y de postre –lo de la fruta es el paraíso alimenticio de los kilómetros y ahí sí que se informa con carteles del origen de los productos– se elige un melón de Costa Rica.

Para la merienda –el comensal empieza a animarse– se eligen unas avellanas de Turquía (a los productores de Tarragona no de-

be de hacerles ninguna gracia) y un plátano cultivado en Colombia. Otros 12.000 kilómetros que se pueden digerir en menos de diez minutos.

El nivel está tan alto, que a la hora de elaborar el menú de la cena hay que empezar a ponerle imaginación. La oferta del supermercado es infinita con productos llegados de fuera, y eso facilita al final las cosas. En la zona de latas de conserva hay unos pimientos del piquillo de Perú y mazorcas de maíz de Tailandia. El colofón lo ponen unas brochetas de sepia congelada que han volado desde Vietnam. 29.500 kilómetros más antes de ir a dormir.●

## ONG denuncian que este modelo comercial tiene un impacto negativo en los países pobres

Viene de la página anterior

se acaba de dar un nuevo impulso a una campaña que busca potenciar el consumo de productos autóctonos y especialmente aquellos de mayor calidad con el distintivo de denominación de origen o indicación geográfica protegida. La campaña, del DARP, va dirigida a los consumidores de grandes ciudades. Si la cosa se cuenta por kilómetros, la diferencia entre un menú elaborado con estos productos catalanes (longaniza de Vic, ternera del Pirineo,

clementinas de las Terres de l'Ebre, queso de la Cerdanya...) y el ideado con alimentos que llegan de la otra punta del mundo es abismal. Los kilómetros que han recorrido en total estos alimentos del menú autóctono hasta llegar a una mesa de Barcelona no llegan a los 1.600. Pero, como explica Rosa, propietaria de una frutería de Lleida, el cliente no siempre mira el origen del producto. "Si quiere uva, melón o cualquier otra fruta de fuera de temporada, el consumidor la compra venga de donde venga", afirma la mujer. En esta

tienda se puede encontrar desde fruta de México hasta verdura cultivada a sólo un kilómetro del establecimiento.

Duch recalca, por otro lado, que el negocio de la exportación de productos producidos en países en vías de desarrollo ha llegado a tal límite, que en Europa se consume, por ejemplo, más salmón criado en Chile que el que llega de Noruega. Los kilómetros que deben recorrer esos productos hasta llegar a los mercados del Primer Mundo no suponen ninguna traba para esas multinacio-

nales. Tanto trasiego de aviones, alertan Duch y Losada, pasa factura al medio ambiente, al contribuir al calentamiento del planeta. Duch considera que hay que preocuparse más de las consecuencias que este modelo comercial tiene en la economía de los países productores que de los riesgos sanitarios por su consumo, al asegurar que se aplican rigurosos controles.

El bolsillo del consumidor es el que más beneficiado sale, ya que un langostino de Asia, el salmón de Chile o un plátano de Colombia salen más baratos que los criados o cultivados aquí. Eso se explica porque la producción en los países del Tercer Mundo se hace a gran escala y los sueldos pagados a los trabajadores son muy bajos.

Las ONG que alertan de las nega-

tivas consecuencias que en su opinión tiene este modelo comercial en los países pobres se preguntan también por qué ha crecido entre los consumidores la imperiosa necesidad de consumir muchos de esos productos que se van a buscar a miles de kilómetros. La respuesta hay que buscarla en campañas como las que alaban los beneficios de la soja (otro producto importado) como alimento anticancerígeno o el salmón como alimento que reduce el colesterol. La incógnita está en saber si algunos de esos estudios sobre las cualidades de determinados alimentos han sido pagados por las mismas multinacionales para colocar en el mercado la sobreproducción que muchas veces tienen de esos productos que dan la vuelta al mundo antes de llegar a la mesa.●

Organitza:

clade  
Grup Empresarial Cooperatiu

Blanquerna  
Universitat Ramon Llull

I JORNADA CLADE

L'empresa del sXXI

un model basat en les persones

Places Limitades. Confirmeu, si us plau, l'assistència.  
Tel. 93 332 07 93 - Email: grupclade@grupclade.com - www.grupclade.com

Programa

Dijous 16 de Novembre de 2006

Inauguració oficial de la jornada

- Antoni Castells, Hble. Sr. Conseller d'Economia i Finances
- Santiago Estevan, director general d'economia cooperativa

Conferència inaugural

- Constan Dacosta, president Grup EROSKI vicepresident d'MCC

Taula rodona 1: Les persones al centre de l'empresa

- Mercè Sala, presidenta del Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya
- Oriol Amat, professor i vicerector de la Universitat Pompeu Fabra
- Miquel Valls, president de la Cambra de Comerç de Barcelona
- Àngel Castiella, director departament Ciències Socials ESADE

Auditori Caixa Catalunya, La Pedrera,  
Passeig de Gràcia 92, 08008 Barcelona

Taula rodona 2: La responsabilitat social a l'empresa

- Antonio Argandoña, director Càtedra Responsabilitat Social Corporativa IESE
- Cristóbal Colón, president La Fageda
- Francisco Abad, director general Fundació Empresa y Sociedad
- Lluís Font, director general Fundació Blanquerna

Taula rodona 3: Estratègies de creixement: la cooperació empresarial

- Adolf Todó, director general Caixa Manresa
- Xavier Tubert, president Confederació Cooperatives de Catalunya
- Antón Costas, catedràtic de Política Econòmica de la UB i vicepresident Cercle d'Economia
- Josep Maria Loza, director general Caixa Catalunya

Cloenda Jornades

- Jordi Valls, Hble. Sr. Conseller de Treball i Indústria