Una nueva forma de comprar

Abre en Berlín la primera tienda «libre de envases»

****

1. Bolsas, cartones, bandejas de porexpan y plástico, mucho plástico. Nuestro carro de la compra no solo se llena de productos sino también de muchos envoltorios. De hecho, se calcula que **los envases suponen cerca del 25% de los residuos** domésticos.

2. Berlín fue la primera ciudad en inaugurar [un establecimiento «libre de envases»](http://original-unverpackt.de/) . Los beneficios de esta tendencia son muchos, el primero y más evidente es la **reducción de residuos**.

3. Además, si los productos no llevan envase, deben venderse a granel, lo que nos permite **comprar exactamente lo que necesitamos**. ¿Por qué comprar cuatro yogures si solo necesitamos dos? ¿Por qué comprar un litro de leche si solo beberé medio? ¿Por qué comprar 600 gramos de cereales si solo comeré 200 antes de que el resto de la caja se reblandezca? A granel ajustamos más la compra a nuestras necesidades así no solo ahorramos dinero sino que además reducimos la cantidad de comida que termina caducada en la basura. Menos envases, además, supone también más espacio en casa. Por último,**sin packaging de por medio**, sin envoltorios coloridos y con un diseño atractivo, sin marketing en definitiva, nos olvidamos de “comer por los ojos” para comprar solo lo que realmente necesitamos o nos apetece.

4. Sin embargo, los supermercados sin envases [también tienen sus «contras»](http://www.biocoop.fr/actualites-bio/A-partir-du-4-novembre-Biocoop-avec-la-SEMAEST-lancent-le-1er-magasin-bio-vrac-sans-emballage) y es que comprar un pack de 6 huevos es mucho más sencillo que llevar una huevera y procurar que lleguen a casa sanos y salvos. Coger un paquete de arroz, uno de lentejas y otro de garbanzos, también es más cómodo que llevar tres tupper distintos y cargar con ellos a la ida y la vuelta de la compra. Los envases, por lo tanto, nos lo ponen algo más fácil. Hay algunos productos preparados, además, que requieren obligatoriamente de envasado para no perder sus propiedades y poderse conservar en el tiempo.

*OTRAS IDEAS SOSTENIBLES:*

5. Aunque en España no existen todavía los supermercados sin envases, la cultura sostenible ha llegado a nuestra cesta de la compra de otras muchas formas. La principal vía ha sido la de los **productos ecológicos**, que cada vez ganan más espacio en los lineales de los supermercados y se hacen populares en establecimientos dedicados exclusivamente a ellos, como [OBBIO](http://www.obbiofood.com/home/es/) en Barcelona, un supermercado con más 6.000 productos ecológicos, vegetarianos y veganos, el más grande de este tipo en la Ciudad Condal.

6. Otra tendencia cada vez más implantada es la de los **productos de kilómetro 0**, es decir, que llegan a nuestra cesta desde los lugares de cultivo o cría más cercanos posibles, lo que nos garantiza la máxima frescura. Es el caso de todo lo que llega al [Huerto de Lucas](http://elhuertodelucas.com/) o [Mama Campo](http://www.mamacampo.es/), dos mercados de reciente creación en Madrid, donde podemos comprar este tipo de productos e incluso consumirlos, ya que ambos cuentan con propuestas de restauración. Y es que lo orgánico se sirve cada vez más en restaurantes, así lo demuestran locales especializados en ello como [OhBo Organic Café](http://ohbo.es/) en Barcelona, donde los alimentos son orgánicos y las recetas originales y con diseño.

7. Las evidencias lo demuestran, la sostenibilidad crece en el sector de la gastronomía y eso es porque la demanda crece y, de ser así, ¿cuánto tardaremos en ver en España un supermercado sin envases? ¡Preparemos los tupper!

<http://www.abc.es/viajar/guia-repsol/abci-supermercados-sin-envases-nueva-forma-comprar-201512142211_noticia.html>

**Comprensión**

**1. Busca en el texto sinónimos de:**

(Párrafo 1) Sobra, deshecho, que ya no sirve.

(Párrafo 2) Comercio, tienda.

(Párrafo 3) Producto que es mejor no comer porque su estado no es bueno para la salud.

(Párrafo 6) Los dos.

**2. Decide si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas. Busca información en el texto que confirme tu decisión.**

* Los productos a kilómetro cero son los que llegan a nosotros directamente cuando compramos online.
* Comprando a granel ahorraríamos dinero.
* Si los paquetes no están envueltos de forma atrayente nos sentimos menos influenciados a la hora de comprar.

**3. Haz una lista de los pros y los contras de este proyecto.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Pros** | **Contras** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**4. Mira el siguiente vídeo**: <https://www.youtube.com/watch?v=NtFTZkMAV1g>

* ¿Sobre qué tres ideas fundamentales gira este proyecto?
* ¿Dónde abrirán este supermercado?
* ¿Cómo harán con los envases?
* ¿Qué harán con los alimentos que se vayan pudriendo o poniéndose en mal estado?
* ¿Se puede ya ir a comprar a este supermercado?

**Pero no todos lo ven así…Mira este clip**: <https://www.youtube.com/watch?v=nVvmiQwHRwA>

**¿Y tú? ¿Qué opinas?**

[**https://www.youtube.com/watch?v=qga-IM7CSnM**](https://www.youtube.com/watch?v=qga-IM7CSnM)

[**https://www.youtube.com/watch?v=8dibOqR9rno**](https://www.youtube.com/watch?v=8dibOqR9rno)

[**https://www.youtube.com/watch?v=FKOjWwJMqRk**](https://www.youtube.com/watch?v=FKOjWwJMqRk)

**El plástico:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Positivo** | **Negativo** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**¿Qué hacer?** <https://www.youtube.com/watch?v=YcU5hiEx1mY>

**Ahora escribe un texto que recoja tu opinión.**

**Ampliación**

* **Ahora visita la página de “Embalaje cero”** [**http://www.embalajecero.com/**](http://www.embalajecero.com/) **y escribe un texto (máximo 250 palabras) en el que des tu opinión sobre este proyecto.**
* **Investiga sobre la situación en tu país y escribe una entrevista a una persona que haya abierto uno de estos supermercados.**

**Recursos:**

[**http://www.lifegate.it/persone/stile-di-vita/supermercati-senza-imballaggi-italia**](http://www.lifegate.it/persone/stile-di-vita/supermercati-senza-imballaggi-italia)

[**http://www.negozioleggero.it/**](http://www.negozioleggero.it/)