MUNDO BIO BioCultura info
feria de productos ecológicos y consumo responsable
Edita: Asociación Vida Sana (Declarada de Utilidad Pública) - ENERO - FEBRERO - MARZO 2020

2020
BioCultura abre nuevos caminos

2020 va a ser, sin duda, un año apasionante para BioCultura. Se abren nuevas vías, nuevas expectativas. Lejos de seguir repitiendo las mismas fórmulas "hasta que el cuerpo aguante", desde Vida Sana "queremos seguir luchando para que el alimento ecológico llegue a todos los hogares", nos dicen desde la dirección de la entidad. "Eso significa empezar a picar piedra en otros enclaves y nosotros siempre hemos tenido vocación de picapedreros, desde hace 40 años, cuando empezó todo, o casi. Por ello, 2020 va a ser el año en que vamos a empezar a hacer ferias fuera del estado español", señalan desde Vida Sana. La primera cita fuera del estado va a ser Lisboa, en octubre.

Vida Sana/BioCultura presenta su nuevo calendario de fechas/citas para 2020. Del 28 de febrero al 1 de marzo, A Coruña. En mayo, del día 7 al día 10, BioCultura Barcelona. En octubre, la gran novedad de hogaño es BioCultura Lisboa, del 9 al 11. Y en noviembre, BioCultura Madrid, del 26 al 29.

BIOCULTURA, A RITMO DE FADO

Ángeles Parra, directora de BioCultura y presidenta de Vida Sana, señala que "están pasando muchas cosas en el sector ecológico y a nivel mundial. Cada vez más personas son conscientes de que hay que cambiar hábitos para hermanarnos con el sufrimiento del planeta, que es nuestro sufrimiento también. Sin embargo, la ciudadanía no confía en los políticos, como se ha demostrado en las calles en estos días. Y, por otro lado, las personas de buena voluntad tampoco saben a ciencia cierta cómo actuar para contribuir a la renegeración y no a la degradación de Gaia. Por ello, BioCultura se ha mostrado siempre como un muestrario excelente para dar ese salto necesario y ahí radica su éxito. Nos están pidiendo que exportemos esta fórmula que ha dado tan buenos resultados en España porque ya es hora de dejar de hablar y empezar a actuar. Y, como nosotros tenemos vocación de picapedreros, pues ahora queremos empezar a dar el salto y salir del estado español. Lisboa va a ser la primera cita. Los portugueses están encantados con BioCultura, han puesto todas las facilidades posibles para poder llevarla a cabo y estamos seguros de que va a ser un gran éxito. Esperamos que BioCultura sea una buena herramienta para darle un empujón al mundo 'bio' en Portugal, por supuesto con la colaboración y complicidad del sector en el país".

BioCultura 2020: cuatro sedes

LISBOA, CAPITAL VERDE

Por otra parte, BioCultura llega en un buen momento a Portugal. Recientemente Fernando Medina, presidente de la Cámara Municipal de Lisboa, y el concejal de Medio Ambiente, Estructura Verde, Clima y Energía, José Sá Fernandes, dieron a conocer recientemente el programa Capital Verde Europea 2020 y Acción Climática 2030 –Compromiso de Lisboa para el Medio Ambiente, Clima y Energía–. "Vamos a apelar a la participación de todos, incluidos los *indiferentes*. Queremos informar mucho, pero también debatir", subrayó Fernades durante la presentación. "El punto central de la Capital Verde es nuestro trabajo colectivo como ciudad", afirmó Fernando Medina. El próximo año, "va a ser un momento para movilizar a todos, con todo lo que la Cámara pueda contribuir, para hacer crecer los proyectos sostenibles, desde los mayores a los más pequeños, y concretar los compromisos de la ciudad para 2030", señalan desde Lisboa Capital Verde. En ese sentido, Ángeles Parra declara que "BioCultura Lisboa se va a sumar a toda una serie interminable de actividades, congresos y eventos que tienen por objetivo empezar a trazar soluciones para los grandes retos ambientales a los que se enfrenta la Humanidad. Está claro que BioCultura lleva más de tres décadas siendo pionera en estos asuntos. El liderazgo no nos lo ha regalado nadie. Lo hemos ganado a golpe de miles y miles de horas volcadas por la eco-nomía del bien común".

Redacción

TOMA NOTA
CITAS INELUDIBLES

BIOCULTURA A CORUÑA
Del 28 de febrero al 1 de marzo,

BIOCULTURA BCN
Del 7 al día 10 de mayo

BIOCULTURA LISBOA
Del 9 al 11 de octubre

BIOCULTURA MADRID
Del 26 al 29 de noviembre

www.biocultura.org

La Asociación Vida Sana para el Fomento de la Cultura y el Desarrollo Biológicos es una entidad sin fines lucrativos, inscrita el 22 de septiembre de 1981.
Coordinación: Ángeles Parra. **Redacción:** Pablo Bolaño, Pedro Burruezo, Julio Castellano, Tamara Novoa, Sara B. Peña, Carolina Sánchez, Esteban Zarauz.
Publicidad: J.C. Moreno. **Maquetación:** Enprensa.

MARÍA JOSÉ CELADA / "HAZTE ECO"
"Nos sigue, sobre todo, gente joven"

"Hazte Eco" se emite en Neox desde septiembre de 2010. Nace como un programa de medio ambiente familiar y de periodicidad quincenal. Después de nueve años en emisión, mantiene un tono positivo y dinámico con el objetivo de seguir motivando una conciencia ciudadana responsable con el medio ambiente. El programa, que consta de varias secciones, se centra en iniciativas y proyectos relacionados con la ecología. En 2018 el programa estuvo nominado en los premios Climate Reality Project en España. Acaba de recibir el Premio BioCultura en medios de información junto a la revista "AE".

Foto: EcoArchivo

María José Celada es periodista y actualmente coordina y presenta el espacio "Hazte Eco" de Atresmedia Neox

María José Celada es periodista y actualmente coordina y presenta el espacio "Hazte Eco" de Atresmedia Neox. Lleva desde el año 2008 en el grupo Atresmedia y ejerce su profesión a partir de 1998 en diferentes medios como Onda Madrid, Telemadrid o La Tribuna de Castilla La Mancha. Ha participado como ponente en las últimas ediciones de Planeta Responsable y en 2018 fue galardonada en los premios Recyclia en la categoría "Mejor labor de un periodista a la difusión del reciclaje".

-¿Cuál es el balance de estos años al frente de vuestro programa?
-A lo largo de estos nueve años hemos comprobado cómo ha ido cambiando la conciencia ambiental de los españoles. Cada vez llegan a la redacción más iniciativas empresariales y ciudadanas relacionadas con el desarrollo sostenible. Y si paseamos por las ciudades españolas, vemos cómo se han ido transformando. La gente demanda otro tipo de consumo. Un ejemplo lo tenemos en el aumento de tiendas de venta a granel o de productos ecológicos.

EL PÚBLICO

-¿Quiénes son las personas que os siguen?
-Nos sigue, sobre todo, gente joven; pero tenemos un público familiar que va desde los 4 a los 60 años. Y para llegar a una audiencia tan diversa, tenemos que pensar muy bien cómo tratamos los temas y el lenguaje que utilizamos en el programa. Nuestro objetivo es generar una conciencia ciudadana responsable con el medio ambiente y una reflexión sobre lo que ocurre en nuestro entorno.

-¿Cuáles son las joyas de la corona en estos años de difusión de lo "bio"?
-Personalmente creo que uno de los grandes logros del sector "bio" es que las grandes superficies, no todas, dediquen un espacio a estos productos. Sería estupendo tener en los supermercados un rincón de alimentos biológicos, locales y de temporada. Y por supuesto, accesibles a la gente. Pero el haber conseguido en todos estos años un interés considerablemente mayor por la producción orgánica es un éxito.

> **"Si nos comparamos con Dinamarca, que en breve va a tener una producción 100% ecológica, nuestro sector ecológico está mal. Pero lo cierto es que la agricultura orgánica crece en España y Europa apuesta por el sector ecológico. Aunque el futuro del sector orgánico está en manos de las empresas, de las políticas agrarias y, finalmente, del consumidor…"**

SECTOR ORGÁNICO

-¿Cómo veis el sector orgánico en la actualidad?
-Si nos comparamos con Dinamarca, que en breve va a tener una producción 100% ecológica, está mal. Pero lo cierto es que la agricultura orgánica crece en España y Europa apuesta por el sector ecológico. Aunque el futuro del sector orgánico está en manos de las empresas, de las políticas agrarias y, finalmente, del consumidor…

-¿Hacia dónde va el sector ecológico? ¿Cómo va a ser el futuro?
-Habría que ver hacia dónde tiende la agricultura. Hay muchos expertos trabajando sobre la posible adaptación de los cultivos como consecuencia del cambio climático. En España ha crecido considerablemente la producción ecológica. Y cada vez hay más gente interesada por consumir este tipo de productos. Han proliferado las iniciativas agroecológicas y los grupos de consumo. Y algo muy importante, la necesidad en muchos colegios de que los niños cambien su modelo de alimentación. Si continúan estas tendencias y otras que favorezcan al sector, podremos hablar de un futuro positivo.

Foto: EcoArchivo

María José Celada es una firme defensora de la alimentación ecológica

Foto: EcoArchivo

"Hazte Eco", de Atresmedia Neox, ha recibido recientemente el Premio BioCultura en medios de comunicación, en el apartado de audiovisual

PREMIO BIOCULTURA 2019

-¿Qué representa para vosotros el haber recibido uno de los Premios BioCultura 2019?

-Es una gran satisfacción. Llevamos 9 años haciendo este programa. Y el premio responde a un reconocimiento a nuestro trabajo, a nuestro esfuerzo. Recibir un premio después de una trayectoria como la nuestra y en un momento clave para el desarrollo sostenible… es motivador.

- ¿Qué es para vosotros BioCultura?

-Para "Hazte Eco" BioCultura es un gran escaparate, una fuente de información, un encuentro de pequeñas historias que nos han dado mucha vida. Y nos la siguen dando. Se concentran tantos sectores y es tanta la diversidad, que siempre encuentras algo nuevo y sorprendente para ofrecer a los espectadores. Además, es una feria que contempla a todos los públicos. Hasta el infantil. Eso es algo que tenemos en común. Y en estos últimos años, personalmente, me han gustado mucho los talleres de cocina. Los famosos showcooking.

CRISIS CLIMÁTICA

-¿La crisis climática está despertando a la gente joven y cada vez va a haber más personas con un consumo responsable en su alimentación y en todos los ámbitos de la existencia?

-Que el público más joven esté concienciado y luche por el clima es fundamental. Porque al final son ellos los que van a tener las herramientas necesarias para cambiar las cosas y para exigir que las cosas cambien. Movimientos como Fridays For Future demuestran la fuerza que tiene la juventud para arrastrar a la sociedad a la acción y a la reflexión. Se han dado cuenta de que otro modelo de producción y de consumo es necesario.

Pedro Burruezo

MEDIOS DE MASAS
MÁS INFORMACIÓN MEDIOAMBIENTAL

-¿Los medios van a informar más sobre estos temas en el futuro?

-Yo hablaría de presente. El contenido medioambiental ha aumentado en los medios de comunicación. Ya hay periódicos o programas de televisión que dedican una sección a esta temática. En parte se debe a la demanda de la sociedad. Aunque no hay que olvidar la gran labor que han hecho durante todos estos años el periodismo ambiental, las organizaciones ecologistas y la comunidad científica. Sin olvidar a todos los ciudadanos que han sido capaces de cambiar su estilo de vida por uno más sostenible.

El programa es quincenal y se emite los sábados a partir de las 10 de la mañana en Neox.

https://www.atresplayer.com/neox/programas/informativo-hazte-eco/

3VEGGIE
Una alternativa vegana al queso

Paula García es cofundadora de 3Veggie, una empresa que, en las palabras de sus creadoras, "nace tras la búsqueda en el mercado de una alternativa vegana al queso que además fuese artesana, nutritiva, ecológica y sin aditivos. Así, 3Veggie lanzó nueve variedades diferentes con sabores desde suaves y neutros para combinar con clásicos como el pan con tomate, pasando por sabores orientales, sabores italianos y hasta picantes". 3Veggie estuvieron en BioCultura València. Se estrenaron en BioCultura con mucha ilusión.

Foto: EcoArchivo

Las tres hermanas Mariángeles, Begoña y Paula son las cofundadoras de 3Veggie

3Veggie no descuida que sus variedades tengan además algún efecto funcional y aporten probióticos para mantener una adecuada salud del intestino.

-¿Nos podéis hablar de 3Veggie?
-3Veggie somos tres hermanas, Mariángeles, Begoña y Paula. Un día comenzamos a hablar del emprendimiento y coincidía con un momento de vida en el que estábamos cambiando nuestra alimentación a una más consciente y sostenible junto con un estilo de vida lo más libre posible de crueldad animal. Comenzamos a disminuir un alimento clave de nuestra dieta: el queso, pero en la búsqueda de un sustituto (pues nos hallábamos muy apegadas a este) no encontrábamos lo que buscábamos. Por esta razón, decidimos que el emprendimiento fuese de la mano con la creación de un "queso" que fuese lo que nosotras hubiésemos deseado encontrar en el mercado.

SUBE EL VEGANISMO

-¿Crece el consumo de productos veganos en España?
-Sí, el consumo de productos veganos está creciendo bastante rápido en España. Menos si lo comparamos con otros países como Australia o Estados Unidos, pero notamos un gran aumento en las ofertas y en restauración. En València, donde vivimos, hay muchas opciones para disfrutar de la gastronomía y comprar en mercados siendo vegano. Lo mejor de todo es que, a la vez que crecen los productos veganos, lo hacen también siendo saludables y ecológicos. Ya que "vegano" no es sinónimo de saludable, y de lo que se trata es de que potenciemos la salud de las personas mientras se lleva una alimentación vegetal respetuosa con los animales y el planeta.

-¿Cuál es el producto más demandado de los que hacéis?
-Las variedades que más se venden son el Raw (así llamamos a nuestros "quesos") de orégano y tomates secos por su sabor mediterráneo que recuerda a la comida italiana (¡está realmente bueno!); Espirulina, que simula un queso viejo y que además hemos logrado darle un aroma y sabor muy similar al queso; y Mostaza. Este último gusta mucho y además es funcional para aquellos que necesitan una ayudita para ir al baño.

CRUDIVEGANOS

-¿También son "raw" vuestros productos? ¿Le podéis explicar qué son a quien no lo sepa todavía?
-Sí, son raw o crudiveganos. "Raw" significa "crudo" en inglés, y nuestros Raw son "quesos" crudiveganos, es decir, ninguno de sus ingredientes ha sobrepasado los 42 grados de temperatura, por lo que son alimentos que no han sido cocinados. Entendamos

Fotos: EcoArchivo

Diferentes "quesos" de 3Veggie

el cocinado como aumentar la temperatura de los alimentos por encima de 42 grados. Por eso nuestros Raw se consumen crudos, lo que aumenta el aporte de nutrientes.

-¿Quién compra vuestros productos?
-Gusta a todos los públicos, desde los niños, a los que les encantan los sabores como el de tomate o la mostaza, hasta personas que no basan su alimentación en plantas pero buscan productos diferentes y saludables. Por supuesto, está constituido por mujeres de entre 30 y 45 años, con estilos de vida saludable, y a las que les preocupa su alimentación y la de su familia.

LO ORGANOLÉPTICO

-¿Habladnos de vuestros productos desde un punto de vista organoléptico?
-Desde un punto de vista organoléptico nuestras variedades sin duda despiertan los sentidos. Esto fue algo que surgió de forma fácil porque somos tres personas con un buen paladar. No nos conformamos con cualquier cosa, sino que nos gusta hacer disfrutar a los sentidos, no solo comer alimentos.
Los Raw 3Veggie tienen una textura claramente artesana: al comerlos, puedes sentir que está hecho de forma casera (y con mucho cariño). Con el paso de los días en la nevera, el producto adquiere una ligera costra que aporta una textura más durita en la parte externa, lo que recuerda más al queso. A nivel de sabores, como te he comentado, hay mucha variedad y cada uno de ellos despierta unos sentidos u otros. El de Curry y Pimentón huele y sabe a comida oriental, pero también tiene un punto muy español por el pimentón. El de Chili, pica, sube la temperatura y, combinado con guacamole, es puro amor. El de Mostaza tiene un sabor muy característico, suave a la vez que picante. Original y Espirulina huelen a "queso" y visualmente son "quesos"…

LOS TALLERES

-¿Nos podéis hablar de vuestros talleres?
-Hasta el momento hemos impartido un tipo de taller que es sobre creación de variedades de quesos veganos. Estos van desde frescos, untables, tipo patés, marinados, fermentados, curados… En este taller enseñamos cómo producir un queso vegano en casa. Qué necesitas, sus tiempos, recetas… Damos las herramientas para que puedan prepararlos en casa sin depender de comprar en el mercado.

-¿Qué es BioCultura para vosotros?
-¡Una gran alegría en septiembre! (jajaja) En serio, BioCultura ha sido una de las ferias a las que más hemos asistido como clientes y que este año expongamos nosotras con nuestra marca es una motivación muy, muy grande. Nos hace mucha ilusión formar parte de BioCultura 2019.

CONSUMO "BIO" EN LA CV

-¿El consumo ecológico está por fin despertando en el área de la Comunitat Valenciana?
-Nosotras no nos hemos visto con limitaciones para consumir productos ecológicos en València. Tenemos una huerta espectacular y una materia prima exquisita. El clima acompaña, y eso se nota en la calidad y sabor de los vegetales. Además, hay muchos agricultores concienciados que trabajan de forma ecológica. A nivel de productos, desde que nosotras consumimos ecológico… no hemos visto un déficit de ello, al menos en València.

Carolina Sánchez

MÁS INFO
TOMA NOTA

www.3veggie.com / Instagram: @3veggie
Te.: 609409366 / contacto@3veggie.com

NATURA PREMIUM
Mucho más que stevia

Marcos Vicent Orts, de Natura Premium, nos dice: "Nuestra empresa, Stevia Premium, S.L. (marca comercial Natura Premium), nació en 2015. De manera precaria en sus inicios, hemos ido creciendo sin prisa pero sin pausa, siempre basados en servicio, calidad y precio, por ese orden. Creemos firmemente que ser accesibles a clientes y proveedores, contestar cuanto antes cualquier consulta, o responder a una llamada de inmediato, es fundamental en el desarrollo de una empresa. Iniciamos nuestra andadura ofreciendo stevia y cáñamo, con unas 20 referencias; y, hoy en día, ya tenemos más de 100: moringa, chlorella, espirulina, maca…". Estuvieron en BioCultura València.

Foto: EcoArchivo

Marcos Vicent Orts es gerente de Natura Premium

-¿Nos podéis explicar qué es vuestra empresa, qué vende…?

-Somos fabricantes y envasadores de productos ecológicos y naturales, labores para las cuales tenemos los certificados, licencias y permisos adecuados a esta actividad. Lo cual, visto cómo funciona la Administración, ¡no es cualquier cosa! Tenemos la gama más completa en productos de stevia y derivados: hoja seca, en polvo, comprimidos, chocolates, cápsulas, infusiones... Lo mismo podemos decir del cáñamo: cogollos, hoja, cápsulas, infusiones, harina, semilla, aceite... Y así intentamos hacer con todos nuestros productos.

LA STEVIA, AUTORIZADA

-¿Crece el público para la stevia en nuestro país?

-Despacio, pero sí que va creciendo. El público confía cada vez más en las propiedades de este producto, a pesar de la desconfianza que generó la mala gestión que se hizo por parte de las autoridades, cuando no estaba autorizado.

-¿Todavía existe confusión acerca de si la stevia se puede vender o no?

-Mucha gente sigue sin saber que ya se puede comercializar y consumir la stevia con todas las garantías, desde mediados de 2017.

> **"Somos defensores acérrimos del comercio de proximidad. No despreciamos a las grandes superficies, pero intentamos centrarnos en que, de momento, y esperamos que siga así, la gente confía mucho en el 'boticario' de la esquina"**

EL PÚBLICO

-¿Qué busca el público que se acerca a vuestros productos? ¿Cómo son vuestros clientes?

-El público sabe muy bien lo que quiere, aunque siguen pidiendo indicaciones de uso y aplicaciones. Pero siempre aconse-

Fotos: EcoArchivo

Diferentes productos de la empresa

jamos que lo mejor es consultar con un dietista o nutricionista. A partir de ahí, ya se nos va conociendo porque somos muy serios atendiendo y cumplimos nuestros compromisos en cuanto a producto ofrecido, plazos de entrega…

-¿Cómo es vuestra distribución?
-Cuesta mucho ganarse la confianza, y más siendo una empresa joven, pero ya estamos consiguiendo vencer esa resistencia, aunque aún nos falta presencia en varias zonas de España, por lo que andamos a la caza y captura de distribuidores serios y de confianza, cosa que no es fácil de conseguir.

INTERÉS GENERAL

-¿Cada vez hay más público en la Comunitat Valenciana que se acerca a la producción ecológica? ¿Tiene que ver el hecho de que sea una zona muy turística?
-No solo en la Comunitat Valenciana. El interés es general. Pero nosotros tenemos especial empeño en esta zona, porque somos valencianos de origen, concretamente de Alcoy, aunque hace ya muchos años que residimos en Málaga.

-¿BioCultura València es un motor para despertar el consumo "bio" en la zona de Levante?
-Es la primera vez que acudimos a esta feria, y estamos convencidos de que es una magnífica opción y una gran oportunidad para el sector.

-¿En qué medida os afecta el hecho de que las grandes superficies se hayan apuntado al sector ecológico?
-Somos defensores acérrimos del comercio de proximidad. No despreciamos a las grandes superficies, pero intentamos centrarnos en que, de momento, y esperamos que siga así, la gente confía mucho en el "boticario" de la esquina. Las personas que tienen un comercio de herbolario, herboristería, etc., son de las pocas que tienen verdadera pasión por el negocio al que se dedican y atienden a la gente de manera inmejorable, tratando de ayudar a llevar una vida mucho más sana y equilibrada.

Pablo Bolaño

EL FUTURO
LA VIDA DEVUELVE LO QUE LE DAS

-¿Cómo imagináis el futuro de vuestra empresa dentro de 10 años?
-Como dice un amigo, "para sabio, Salomón...". Pero somos de los que creemos que la vida, en la medida que cabe, te devuelve lo que das. Quien siembra, puede recoger, en definitiva. Si eso acaba siendo cierto, nuestro futuro puede ser inmejorable, porque estamos aportando todo nuestro esfuerzo, trabajo y cariño en este empeño. ¿Lo hablamos dentro de 10 años?

MÁS INFO
TOMA NOTA

Stevia Premium, SL
Mijas Costa (Málaga)
Tfno.: 682169690 - 952479799
Horario oficinas, entregas y recogidas: de 7 a 13'30
Dirección entregas y recogidas:
C/ Rio Tinto, 39 (29651 Mijas Costa)
NRS 40.058226 / MA
NRS 26.019307 / MA
ESB93420032
www.steviapremium.es
https://www.facebook.com/pages/Stevia-Premium/857982427584428?ref=hl

HERBES DEL MOLÍ / A. GARCÍA
"Esperamos que el consumo se multiplique en la CV gracias a BioCultura València"

Alberto García es director de Herbes del Molí, una firma radicada en Alacant. La firma es una clásica de BioCultura. Herbes del Molí se fundó en 1986 por tres apasionados de la hierbas, José Ismael Corberá, Boel Scott y Josep Rodie. Ya desde un principio se apostó por la agricultura ecológica siendo certificados por Nature & Progres en aquella época, antes de que se regulase en España. En este largo camino, se ha convertido en la empresa líder en infusiones y especias ecológicas y siendo un referente de cómo hay que hacer las cosas para que salgan bien en el mundo "bio".

Foto: EcoArchivo

Alberto García es director de Herbes del Molí

Herbes del Molí y ArtemisBio están más o menos casi siempre presentes en las diferentes ediciones de BioCultura. Es una firma pionera en el sector ecológico y hoy es una empresa líder gracias al buen trabajo realizado durante todos estos años. Sus productos son de primera calidad y sus consumidores son legión. Alberto García es un buen conocedor del sector orgánico…

-¿Con qué nuevos productos y lanzamientos estáis sorprendiendo al público esta temporada?
-Recientemente hemos incorporado a nuestro surtido de especias el Sazonador de Ajo y Perejil, una mezcla típicamente valenciana y que combina muy bien con pescados y ensaladas. Por otro lado, estamos implementado unas mejoras en el proceso de fabricación de nuestras infusiones, lo que repercutirá en una importante reducción de la cantidad de cartón y de celofán vegetal que, aunque era compostable, vamos a eliminar en gran medida. Y, finalmente, estamos preparando una nueva gama de productos basados en plantas que se ha presentado en BioCultura Madrid.

CRECIMIENTO DEL SECTOR

-¿Crece el público para vuestros productos en el mercado ecológico español?
-Sí, sigue creciendo y nos seguimos afianzando como marca líder por calidad, variedad y precio tanto en infusiones como en especias y condimentos.

-¿Qué es para vosotros BioCultura?
-BioCultura es la feria de referencia en el sector, una feria que une a productores, fabricantes, distribuidores, minoristas y consumidores. Es el mejor punto de encuentro del universo ecológico.

-¿Qué busca el público en vuestros productos?
-Nuestros productos, además de por su calidad, destacan por su sostenibilidad, veracidad y responsabilidad social. Nuestros numerosos proyectos de cultivos sostenibles y sociales se han convertido en realidades tangibles. Somos mucho más que unos meros envasadores, somos también productores y transformadores. Implicamos a toda la cadena para hacer un mundo más ecológico, sostenible y responsable socialmente.

> "BioCultura es la feria de referencia en el sector, una feria que une a productores, fabricantes, distribuidores, minoristas y consumidores. Es el mejor punto de encuentro del universo ecológico"

COMUNITAT VALENCIANA

-¿Por qué la Comunitat Valenciana es una de las comunidades líderes españolas en producción y consumo de productos ecológicos?
-Bueno, es evidente que la Comunitat Valenciana es un potente productor agrícola. Desde hace muchos años, algunos "locos" tuvimos claro que el futuro pasaba por una agricultura ecológica y sostenible y esa "locura" se ha ido contagiando poco a poco a las personas que estaban a nuestro alrededor hasta dejar de ser algo de una minoría y, por fin, se ha convertido en un derecho que los consumidores exigen.

-¿Cada vez hay más público en la Comunitat Valenciana que se acerca a la producción ecológica? ¿Tiene que ver el hecho de que sea una zona muy turística?
-Supongo que debe influir. A todos nos gusta conocer de dónde vienen los alimentos que tomamos y cómo se han producido. La CV es una comunidad muy turística y muchos de estos turistas están habituados en sus países de origen al consumo orgánico.

Foto: EcoArchivo

Alberto García, en su estand de BioCultura BCN, con parte de su equipo y haciendo negocios

BIOCULTURA VALÈNCIA

-¿BioCultura València es un motor para despertar el consumo "bio" en la zona de Levante?

-Eso esperamos todos. Esta comunidad necesitaba una feria "bio" y nosotros apostamos por ella al igual que muchos otros productores.

-¿Os afecta el hecho de que las grandes superficies se hayan apuntado al mundo orgánico?

-Claro, como a todos, pero es cuestión de adaptarse a las nuevas circunstancias, con nuevos actores en el mercado pero también con un incremento del público concienciado que reclama no solamente productos biológicos, sino que también sean responsables social y medioambientalmente.

FUTURO

-¿Por dónde van a ir los tiros del mundo de las infusiones en los próximos años?

-Esperamos que la demanda siga en aumento debido a la concienciación de la población y el cambio a hábitos más saludables.

Julio Castellano

PLANTAS PARA TODOS PRODUCIENDO PARA OTROS

-¿Vendéis también a otras empresas que producen infusiones?

-Sí, nuestras plantas forman parte de los ingredientes utilizados por otras empresas envasadoras de infusiones, entre las que se encuentran algunas muy conocidas y otras no tanto, así como a otros fabricantes de alimentos ecológicos y de productos cosméticos.

MÁS INFO. TOMA NOTA

Herbes del Molí
www.herbesdelmoli.bio
Av. Constitución 5 - 7. 03827 Benimarfull (Alicante) Spain
Tel. +34 965530718

PATRICIA RESTREPO
"El comedor sirve para aproximar la alimentación 'bio' a las personas de a pie… con un precio accesible"

Patricia Restrepo, una mujer muy conocida en el movimiento "bio" en el área de la Comunitat Valenciana y en todo el estado, es gerente de Movimientoalimento SL y directora del Instituto Macrobiótico de España (IME). Movimientoalimento es una empresa que se dedica a la difusión de una vida autosostenible y despertar de la consciencia a través de la alimentación, la ecología y el estilo de vida. El eje neurálgico de la empresa es la escuela de cocina (Instituto Macrobiótico de España), donde se imparten talleres de cocina y formación en educación macrobiótica. Ahora funcionan también como comedor abierto al mediodía. Estuvo en BioCultura València. Patricia protagonizó una de las actividades paralelas de la feria.

-¿Nos podéis hablar de vuestra nueva aventura?
-Hemos creado un comedor de carácter educativo, donde cada día servimos comida desde las 12:45h a las 16:30h. Cada comensal que viene disfruta de una comida estacional, con productos ecológicos y locales, en un ambiente familiar, donde se comparten mesas de manera que se retoma el diálogo y la tertulia, tan perdidos en un momento donde los dispositivos electrónicos se han adueñado de las relaciones humanas. La cocina es abierta en contacto con el cocinero delante, dispuesto a contestar y satisfacer las dudas de los comensales y a enseñar desde cómo equilibrar una comida hasta cómo emplatar.

-Habladnos del momento "social" que estáis atravesando…
-Estamos volviendo al origen, a la comida sencilla, desnuda en el plato, al momento educativo, de reconexión, de sociabilización, de reunión, de sinergia y resiliente.

-¿También impartís talleres en este comedor?
-El comedor en sí mismo es un taller donde los comensales, cuando vienen a comer, encuentran escritas en las pizarras todas las recetas y propiedades de la comida que están comiendo. Además, el propio cocinero les informa de los detalles de elaboración. También se imparten talleres específicos y cursos de formación vegana/macrobiótica.

KIMPIRA

-¿En qué se parece el nuevo proyecto al mítico Kimpira?
-Se parece en que seguimos nuestra labor de ofrecer solamente comida ecológica y local sin perder de vista la educación en el modo de comer. Los criterios son los mismos pero nos hemos centrado solamente en las comidas al mediodía: nuestro norte sigue siendo nutrir.

-¿Por qué lo habéis abierto en el barrio de Russafa?
-Es un momento de reunificar y simplificar y ya nuestra escuela de cocina funcionaba en Russafa por lo que hemos hecho polivalente este espacio.

EL CONSUMO

-¿Crece el consumo de productos ecológicos en el área valenciana?
-Sí, crece el consumo: ahora es importante concienciar a las personas de que un producto ecológico tendría que ser local.

> "Hemos visto pasar por nuestro centro cientos de personas, en la consulta de orientación y educación alimentaria otro tanto, y hoy vemos con satisfacción cómo este movimiento ha dado pie a que algunas de estas personas posteriormente hayan abierto restaurantes ecológicos, tiendas de productos 'bio', escuelas de cocina, etc."

Porque los productos ecológicos venidos de lugares trasatlánticos no son ecológicos en el lugar de destino, que también hay que tener en cuenta la huella de carbono. También cuenta el modo en el que ha sido obtenido el producto socialmente. Ecológico es mucho más que crecer sin químicos.

Foto: EcoArchivo

Patricia Restrepo, una pionera del mundo "bio"

-¿Desde hace cuánto tiempo estáis en el mundo de lo ecológico y la salud natural y por qué?
-Llevamos una vida de práctica personal y hubo un momento en que se convirtió en una misión de difusión y de hacer más grande esta conciencia. Concretamente con la escuela llevamos tres décadas, enseñando yoga, cocina, shiatsu, trabajando con mujeres, en la crianza natural, y en otros aspectos de crecimiento personal y espiritual.

MACROBIÓTICA

-¿Vuestra apuesta siempre ha sido muy macrobiótica? ¿Por qué?
-Porque tal y como lo dice la palabra, es

Fotos: EcoArchivo

La escuela de cocina (Instituto Macrobiótico de España) que dirige Patricia

una forma grande y amplia de ver la vida y todos los aspectos de la misma, porque respeta y considera al ser humano en su identidad única, teniendo en cuenta la edad, el sexo, el trabajo que desempeña, la estación del año en la que nos encontramos, los aspectos biológicos y climáticos. En definitiva, el constante cambio que sufre la naturaleza y los seres que vivimos en ella y de manera respetuosa para cómo adaptarnos a ella.

-¿Cómo veis el sector "bio" en la Comunitat Valenciana?

-En un momento interesante, como dijimos antes. Es innegable que cada vez somos más, pero hace falta más educación para crear un claro discernimiento y comprender que "bio" no es todo lo que se vende como tal si en su proceso de recolección, transporte y manipulación han intervenido aspectos no éticos o justos; si su transporte y embalaje no son autosostenibles; y como hemos manifestado otros años, sería ideal que lo "bio" no fuera lo exclusivo/elitista sino la norma, como lo fue hace sólo unas décadas.

EL BALANCE

-¿Nos podéis hacer un balance de vuestra trayectoria dedicada al mundo orgánico?

-Hemos visto pasar por nuestro centro cientos de personas, en la consulta de orientación y educación alimentaria otro tanto, y hoy vemos con satisfacción cómo este movimiento ha dado pie a que algunas de estas personas posteriormente

Uno de los cursos que Patricia dirige

hayan abierto restaurantes ecológicos, tiendas de productos "bio", escuelas de cocina, etc. Es satisfactorio.

-¿Qué ha cambiado en València desde que empezasteis?

-Encontramos la ciudad más amable con más lugares que ponen en valor el respeto por el ecosistema y el medio ambiente.

BIOCULTURA

-¿Qué es BioCultura para vosotros?

-Una plataforma de encuentro, como la meca donde nos reunimos todos en la liturgia del amor a la tierra: es un encuentro épico. Y desde aquí damos las gracias a sus fundadores y mantenedores, por su brillante labor, dedicación y buen hacer.

-¿Nos podéis hablar de lo que vosotros hacéis y difundís desde un punto de vista organoléptico?

-Desde siempre nuestra labor se centró en mostrar que lo saludable no está reñido con lo delicioso; que lo nutritivo, si es rico, es dos veces más nutritivo; en nuestra cocina los sabores son definidos respetando el propio sabor de las verduras y frutas ecológicas.

Pedro Burruezo

LA HUMANIDAD
EL FUTURO ES HOY

-¿Cómo veis el futuro de la Humanidad? ¿Hemos llegado al punto de no retorno?

-El futuro de la Humanidad es hoy. Si los seres humanos nos unimos y despertamos en meditación, vamos a ser capaces de elevar la conciencia y prepararnos para un nuevo paradigma. La Humanidad está viviendo la aventura y el desafío más grande de la Historia, pero a la vez el momento de mayor florecimiento de herramientas de sanación y liberación.

MÁS INFO

www.patriciarestrepo.org
C/ Cuba 3 Valencia
tel. 650 577 618

DOCUMENTALES
"Tener un huerto es un acto revolucionario"

Patxi Uriz y Santi Cordón son los artífices de "Los últimos de La Mejana", un documental que nos habla de los últimos hortelanos de Tudela. El fenómeno de desaparición de hortelanos es global y afecta a todo el planeta. El documental es también una apuesta firme por la agroecología. Pedro Burruezo habló con Santi…

Foto: EcoArchivo

Patxi y Santi son los artífices de "Los últimos de La Mejana"

-¿Cómo nació la idea de realizar un documental titulado "Los últimos de la Mejana?

-Después de abrir mi restaurante Trinquete, decidí acompañar a mi padre todas las mañanas en su huerta para empaparme de su conocimiento. Diez años después mi padre fallece y me doy cuenta de que con él muere un montón de conocimiento y de energía que aún no me había transmitido. Una madrugada me pongo en contacto con Patxi Uriz y le cuento lo ocurrido. En poco tiempo los compañeros hortelanos de mi padre morirán sin dejar su legado. Este correo se lo envié a las 5 de la madrugada, y a las 5 y cuarto Patxi me contesta que adelante y que, como hijo de hortelano, le tocaba la fibra y se sintió identificado en cuanto leyó mi correo.

LA DESAPARICIÓN

-¿Por qué desaparecen los hortelanos?

-El motivo principal de la desaparición de los hortelanos es el cambio de consumo que se ha sufrido estos últimos 30 años. El fomento de la agroindustria y la bajada de precios de la comida… La gente ve el trabajo de la tierra como algo sucio y de personas sin formación convencional. No se le da valor a la comida de verdad. Falta cultura gastronómica en la sociedad.

-¿Es un homenaje a una especie en extinción? ¿O una reivindicación hacia la agroecología?

-Las dos cosas definen muy bien el fin del documental. Por una parte, cada año las zonas rurales pierden alrededor de 45.000 habitantes, entre ellos muchos trabajadores de la tierra. Algunos lo llaman un exterminio silencioso. Por otra parte, "Los últimos de la Mejana" enfatiza el valor de la agroecología como la ciencia de la esperanza. La agroecología es la única esperanza para alimentar al mundo en el futuro de una manera ecológicamente sostenible, socialmente justa, culturalmente aceptable y económicamente viable. A través de ella

"El documental cuenta con la ayuda del Gobierno de Navarra, el Ayuntamiento de Tudela y el CPAEN (Consejo de Producción Agraria Ecológica de Navarra). Pero como estas ayudas no son suficientes el mes pasado lanzamos una campaña de crowfounding para terminar la fase de montaje. Apoyar económicamente a 'Los últimos de la Mejana' es respaldar también a una cultura milenaria y, sobre todo, el futuro de la alimentación sostenible"

CONCIENCIA Y ACCIÓN
UN ACTO REVOLUCIONARIO

-¿Por qué tener un huerto es un acto revolucionario?
-El valor de cultivar un huerto propio fomenta la conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y de la calidad de los alimentos. La comida es libertad y el que ayuda a la tierra a darla es libre, un hombre libre hoy en día es revolucionario. Si controlas tu comida controlas tu vida.

se activan valores tan importantes como mejorar el medio ambiente, detener el cambio climático y frenar el éxodo rural.

TUDELA

-¿Por qué en Tudela? ¿Qué tiene Tudela?
-Tudela es lo que es por su huerta. El río Ebro, la montaña de El Moncayo, el viento del Cierzo generan un microclima que hace de Tudela una ciudad donde las verduras se erigen con sello de calidad. También su mezcla de culturas a lo largo de los siglos que enriquecieron una forma de cultivo con una calidad sorprendente.

-¿Quiénes son los protagonistas del documental, sólo los antiguos hortelanos?
-En el documental es la tierra la que tiene el protagonismo y los hortelanos son los que la acarician para que les premie con salud. Hay que resaltar a los hortelanos como figuras clave de la gastronomía de nuestro país y que están desapareciendo. La agricultura industrial y el crecimiento de la importación de productos agrícolas cierran el círculo a un oficio milenario, cuyo valor es, más allá de lo económico, sanitario, cultural y ambiental.

EL ESTRENO

-¿Dónde se estrenará, dónde podrá verse?
-El documental se estrenó el 7 de noviembre en la Filmoteca de Pamplona. A partir de ahí comenzará un periplo por festivales de cine.

-¿Cómo estáis financiando el documental?
-El documental cuenta con la ayuda del Gobierno de Navarra, el Ayuntamiento de Tudela y el CPAEN (Consejo de Producción Agraria Eecológica de Navarra). Pero como estas ayudas no son suficientes lanzamos una campaña de crowfounding para terminar la fase de montaje. Apoyar económicamente a "Los últimos de la Mejana" es respaldar también a una cultura milenaria y, sobre todo, el futuro de la alimentación sostenible.

Fotos: EcoArchivo

Encuentro de hortelanos

Fotos: EcoArchivo

Tomás y Aingeru, que aparecen en el documental

UN FENÓMENO EXTRAPOLABLE

-¿Lo de Tudela y su desaparición de hortelanos y el abandono rural es extrapolable a otras partes del planeta?
-Como dice Ferrán Adrià en el documental, es un tema mundial, lo más local es lo más global, estamos en un planeta en el que la comida es dinero, cuando tendría que ser alimento.

-¿Qué es lo que más os ha impactado en la realización del documental?
-Los hortelanos de La Mejana son conocidos por desarrollar prácticas sostenibles en el cultivo de la tierra. Lamentablemente no existe un relevo generacional para dar continuidad a esa contribución por lo que los conocimientos para trabajar la tierra en armonía con la Naturaleza podrían desaparecer. Sin hortelanos no hay huertas… En el año 1980, había en Tudela 1.500 hortelanos, y hoy solo quedan 25. Si permitimos que desaparezcan las huertas, nos privaremos tanto de los cultivos selectos de proximidad que nos proporcionan, como de su paisaje del que formamos parte desde tiempo inmemorial. Los personajes que más me han impactado son Manuel Vila, un hortelano de 91 años que no había oído la palabra permacultura en su vida y tendrían que poner su foto al lado de la definición; y Víctor Lacruz, un hortelano filósofo valenciano que no tiene desperdicio.

Pedro Burruezo

BERLIN EXPORT
ABONOS Y PIENSOS NATURALES
Los Angeles, Cal. USA
E-mail: bioaga@bioaga.com

Desde 1922

Tudela (Navarra)
Tel. 948 41 38 17
Fax. 948 82 84 37
www.berlinex.com

BERLIN EXPORT a la cabeza de la alta tecnología con sus abonos EKOCÉN, conocidos internacionalmente por sus excelentes resultados y calidad.

FERTILIZANTE NATURAL EKOCÉN SIN HUELLA DE CO2

RÉCORDS CON OMEGA 3 Y FIBRA DIETÉTICA:
10.500 Kg. de TRIGO con Vit. A, C y B12, con Omega3
14.500 Kg de ARROZ por Ha. con Vitamina A, con Omega 3
215.000 Kg. de TOMATES por Ha. 8´9% Brix Vit A, C, con Omega 3
415 Kg. de ACEITUNAS por árbol, 37% Rto. Con Omega 3
14.000 Kg. de UVA por Ha. 14º, 17´5 Resveratrol, con Omega 3
88.000 Kg. de PATATAS por Ha. con Vit. A, con Omega 3
22.000 Kg. de MAÍZ por Ha. con Triptófano y Vit. E, + Omega 3

GIROSALUT
10º aniversario

La revista GiroSalut cumple 10 años. Al principio, sólo salía en el área de la provincia de Girona. Ahora, se ha extendido a Barcelona capital, Vallés, Maresme, Vic y la provincia de Osona también. Charlamos con Carolina Soler, su directora, que ha organizado recientemente una celebración de estos 10 años de esfuerzo: la 2ª Trobada de Professionals de la Salut i el Benestar Natural i Ecològic.

Foto: EcoArchivo

Carolina Soler está al frente de GiroSalut…

-¿Cómo nació la aventura de GiroSalut?
-GiroSalut nació como resultado de una experiencia propia. Fue un momento en el que atravesaba por una crisis personal que me llevó a querer ayudar a todas las personas que se encontraban en una situación parecida a la mía. 10 años atrás, no había tanta información ni tantas opciones como actualmente para conocer todo el movimiento "bio". Decidí crear una plataforma donde las personas encontrasen alternativas más en línea con la consciencia y lo natural para evolucionar, ayudarse a sí mismas y crecer interiormente.

EL BALANCE

-¿Cuál es el balance de estos 10 años de travesía?
-Han sido 10 años maravillosos. Debo agradecer a todos los profesionales del sector su apoyo, lealtad y la confianza que siempre nos han brindado. Han sido 10 años llenos de magia, esfuerzo, colaboraciones, organización y de mucha energía positiva. Me siento enormemente agradecida a todo mi equipo y colaboradores por su trabajo y esfuerzo; sin ellos, esta travesía no hubiese sido posible.

-¿Qué es lo mejor que has aprendido como editora?
-Intento mejorarme a mí misma día a día y la edición de GiroSalut me ha enseñado a aprender de mis propios errores y a confiar en la visión global. GiroSalut es un conjunto de esfuerzos y de personas; sin todos ellos, no hubiese podido resistir estos 10 años. He aprendido a COMPARTIR y a AGRADECER.

SECTOR "BIO"

-¿Qué es lo que más te ha defraudado?
-El intrusismo, definitivamente.

Fotos: EcoArchivo

Un resumen de las portadas de parte de la trayectoria de GiroSalut

-¿Cómo ves el sector "bio" en la actualidad?
-En expansión y en evolución constante. Me da mucha alegría saber que el esfuerzo de muchos años de personas y organizaciones, como vosotros, por ejemplo, con toda la difusión que lleváis haciendo desde hace 30 años… más medios de comunicación y profesionales de todo tipo… hemos logrado que el público general respete, conozca, consuma y apueste por el sector como se merece. Actualmente, lo "bio" está de moda pero no debemos de olvidar la esencia y el esfuerzo que esto ha llevado consigo durante muchos años. La moda de ahora es el resultado y la suma de muchos esfuerzos de antaño.

-¿Qué preparasteis para la celebración de este décimo aniversario?
-Hemos celebrado con todos los profesionales del sector 10 años de esfuerzo juntos. No solo nuestro esfuerzo en la difusión, sino el esfuerzo de todos estos profesionales, que, tras años de formación y responsabilidad, están ayudando día a día a tantas personas a mejorar su salud y bienestar. El día 20 de octubre celebramos el 2º Encuentro de Profesionales del Sector Terapéutico. El encuentro estuvo enfocado y dirigido a recordar la esencia real de nuestro movimiento a los profesionales y a compartir un buen momento lleno de actividades y sorpresas geniales. Fue nuestra celebración, pero es la celebración de todos también. Queríamos que los profesionales se vieran las caras y que colaboren los unos con los otros. Tantas tecnologías están destruyendo las relaciones interpersonales. Consideramos que es importante verse in situ y compartir.

BIOCULTURA

-¿Qué ha representado para ti BioCultura en estos años?
-BioCultura ha sido y sigue siendo el referente del sector ecológico y de las medicinas naturales. Gracias a esta feria el público y los profesionales hemos podido conocer y compartir muchísimas cosas. Felicito a Vida Sana por la expansión de la feria estos últimos años a Valencia, Sevilla y Euskadi porque de esta manera toda España puede conocer y dar a conocer productos y servicios muy interesantes.

-¿Por qué te metiste en el sector "bio" en su momento? ¿Qué te atrajo?
-Personalmente, hacía años que practicaba una alimentación saludable y me interesaba mucho el crecimiento personal. Lo que me atrajo más es que lo veía lógico. Consideraba que muchas veces, por desconocimiento, comíamos y vivíamos de una manera incorrecta. El sector "bio" siempre me ha enseñado cosas muy interesantes sobre la vida y sobre mí misma.

P. Bolaño

PASIÓN DE EDITORA
EL FUTURO

-¿Cómo imaginas Girosalut dentro de 10 años más?
-….Jajaja… ¡Viva, renovada, mejorada, honesta y fuerte! Creo totalmente en el trabajo que hacemos y en el amor que transmitimos desde cada una de las páginas que editamos. Me imagino muy satisfecha por la pequeña pero gran aportación que entregamos al mundo de manera leal y humilde.

COSMÉTICA ECONATURAL
Según Norma BioVidaSana
La norma de certificación de cosmética ecológica que más utilizan las empresas españolas

NUESTROS SELLOS

Cosmética con un 90% de ingredientes ecológicos para la categoría I; y entre el 15-89% para la categoría II (producto cosmético ecológico o natural con un % de ingredientes ecológicos)

Cosmética con menos de un 15% de ingredientes ecológicos (producto cosmético natural)

Empresas con el 80% de sus productos en la categoría I (cosmética ecológica) y no producen cosmética convencional con otras marcas

La cosmética BioVidaSana está certificada por bio.inspecta

Por una certificación responsable de calidad y respetuosa con el medio ambiente

Más información 972 451 129 / www.biovidasana.org

Conoce las empresas certificadas en www.biovidasana.org

CAECV / JOSÉ ANTONIO RICO
"Debemos ser capaces de planificar de manera ordenada y responsable el futuro de la agricultura 'bio"

José Antonio Rico es presidente del Comité de Agricultura Ecológica de la Comunitat Valenciana (CAECV) desde el año 2015, aunque ya estuvo presidiendo la entidad entre 2005 y 2010. Desde el nacimiento del CAECV, además de presidente, ha ocupado el puesto de vocal en el Pleno del Órgano de Gobierno en varias legislaturas. A sus recién estrenados 53 años, este productor de uva de mesa ecológica de Novelda (Vinalopó Mitjà) gestiona una empresa familiar de comercialización de este producto desde hace más de 25 años. Rico es una persona que vive por y para la agricultura ecológica: la considera una filosofía de vida de gran impacto social, ambiental y económico.

Foto: EcoArchivo

José Antonio Rico es un enamorado de la agricultura ecológica

-2019 ha sido un año importante para el CAECV. ¿Por qué?
-El Comité de Agricultura Ecològica de la Comunitat Valenciana (CAECV) nace el 13 de junio de 1994, lo que significa que este año cumplimos 25 años desde su creación como autoridad de control encargada de certificar los productos agroalimentarios ecológicos en la Comunitat Valenciana.

EL SECTOR

-¿En qué situación se encuentra el sector ecológico de la Comunitat Valenciana?
-La verdad es que estamos atravesando por un momento dulce en todos los sentidos: en lo que llevamos de 2019, la superficie ecológica y el número de operadores certificados ha crecido más que en todo 2018 y en 2017 la Comunitat Valenciana lideró el crecimiento nacional del número de operadores y de superficie.

-Estamos hablando de cifras muy importantes…
-Sin duda. En 2018 el sector ecológico de la Comunitat Valenciana generó un volumen de negocio superior a los 452 millones de euros, el 25% del valor de mercado del consumo de productos ecológicos de toda España; en solo cuatro años hemos multiplicado por dos la superficie dedicada a la agricultura ecológica, hasta prácticamente alcanzar el 18% de la Superficie Agraria Útil dedicada a la producción ecológica.

EL REPUNTE

-¿A qué cree que se debe este repunte en la Comunitat Valenciana?
-Creo que la evolución que está viviendo el sector en los últimos años sería impensable sin el apoyo de todos nuestros operadores y la puesta en marcha, por parte de la Administración autonómica, del I Plan Valenciano de Producción Ecológica 2016 - 2020, una herramienta consensuada con todo el sector que ha servido para definir las necesidades y prioridades que nos están permitiendo, y de qué manera, crecer como sector a todos los niveles. Además, la constancia, la austeridad, la planificación de tener los objetivos muy claros y la gestión transversal y responsable de nuestros recursos, nos ha permitido crecer en orden y ofrecer la credibilidad que tenemos como organismo público de certificación, reconocido en toda Europa.

-El sector ecológico en el ámbito nacional tampoco para de crecer, ¿verdad?
-Así es. El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en su informe "Agricultura Ecológica 2018", destaca que la superficie certificada se ha incrementado en el último año una media del 8%, mientras que el número de operadores lo ha hecho un 6%. Estos datos demuestran que el sector ecológico en el ámbito nacional no para de crecer, fruto de las demandas de los consumidores. Pero si trasladamos estos crecimientos a nuestra "Comunitat", nuestra superficie ha crecido en el mismo periodo un 18,6%, mientras que el número de operadores lo ha hecho un 11,6%. En la Comunitat Valenciana, continuamos creciendo muy por encima de lo que lo está haciendo el sector en el resto de España, factor que nos anima a seguir trabajando y, lo que es más importante, a planificar de manera ordenada, responsable y sostenible el futuro de la agricultura ecológica.

EL FUTURO

¿Cómo ve el futuro?
-Como decía, debemos de seguir avanzando de forma ordenada con la máxima profesionalidad para que el sector ecológico siga creciendo y que el trabajo de todos los operadores sea cada vez más reconocido. Tenemos que ser conscientes de que todavía queda mucho por hacer, y lo vamos a hacer entre todos.

-Póngame algún ejemplo de los retos a los que se enfrenta el sector…
-Una de las asignaturas pendientes en nuestro territorio es el sector de la ganadería ecológica, que no acaba de despegar. No hay suficiente carne certificada valenciana a disposición de los consumidores y somos conscientes de la alta calidad que aporta la gestión de nuestros ganaderos en sus explotaciones. Otro de los retos a los que nos enfrentamos es la fertilización en común. Se trata de un problema no

resuelto que limita, y en ocasiones condena, el desarrollo profesional de los agricultores. Es cierto que se está trabajando en este tema, pero no es menos cierto que necesitamos una solución rápida.

CONSUMO INTERNO

-¿Se está incrementando el consumo de alimentos certificados en la Comunitat?

-Sabemos que el consumo más importante de nuestros alimentos está en Europa, pero es fundamental que aquí, en casa, en los comedores escolares y dependencias públicas donde se ofrezcan alimentos, estos sean en la medida de lo posible de nuestra Comunitat y, preferentemente, ecológicos.

-¿Se están generando nuevas oportunidades laborales en el sector?

-El sector de la agricultura, desde hace muchos años, arrastra dos graves problemas: la falta de relevo generacional y la rentabilidad de las producciones. En la Comunitat Valenciana, la agricultura ecológica está generando más perspectivas entre los jóvenes que desean incorporarse a la actividad agraria. Muchos de los operadores que hoy se incorporan son agricultores jóvenes, con una mayor concienciación por los métodos de cultivo respetuosos con el medio ambiente y por una alimentación saludable. Las mujeres también se están incorporando, y de qué manera, al sector ecológico. Del total de los operadores con los que cuenta el CAECV, el 30% ya son mujeres.

-También me hacía referencia a la rentabilidad…

-Si hablamos de la rentabilidad, en estos momentos, podemos afirmar que todo lo que producimos tiene salida en el mercado, sobre todo en Europa, con una mayor concienciación en el consumo de productos ecológicos. Pero estamos creciendo a pasos agigantados y esto nos debe hacer pensar en la rentabilidad de nuestros productos en el futuro. Qué duda cabe de que estamos en el buen camino, pero tenemos que seguir creciendo, de forma ordenada, de la mano, y pensar en el futuro, en la comercialización y rentabilidad de todo lo que producimos. No podemos morir de éxito.

Pablo Bolaño

PETICIONES A LA ADMINISTRACIÓN

LA CLAVE ESTÁ EN LA EDUCACIÓN

-¿Qué le pide a la Administración?

-Tenemos claro que el sector va a seguir creciendo en los próximos años, pero nuestros esfuerzos ya no deben centrarse tanto en ese crecimiento, sino en cómo gestionarlo, trabajando en la comercialización y en la búsqueda de nuevos mercados. Para ello, sería necesaria la puesta en marcha de un II Plan Valenciano de Producción Ecológica que analizara todos estos factores, porque, si no lo hacemos así, nos encontraremos con los problemas que siempre ha tenido la agricultura. Tampoco me gustaría pasar por alto un elemento esencial como es la educación. Educar a los niños desde edades tempranas es esencial porque en un futuro van a ser ellos los que decidan qué productos van a consumir, por lo que formarles en la importancia de una buena elección es un tema clave que no solo les beneficiará a ellos, sino a los productores agroalimentarios y al sector ecológico en general. El consumo per cápita de alimentos ecológicos está liderado por países como Suiza, Dinamarca, Suecia o Alemania, con valores que multiplican hasta por seis los de nuestro país y esto no es fruto de la casualidad, sino de campañas educativas en los centros escolares y de actuaciones promocionales.

LUCERA / E. BRAVO
"Debemos ser conscientes de que no hay otro planeta Tierra"

Emilio Bravo es CEO de Lucera. Lucera es una compañía eléctrica, creada en 2014, pionera en vender luz a precio de coste y en utilizar Big Data con el objetivo de reducir el impacto energético de los hogares y empresas. Con Lucera, el usuario contrata la luz de origen renovable, y obtiene asesoramiento por la compañía para el ahorro energético y económico de cada mes, gracias a consejos sencillos e intuitivos. Bravo nos ilustra sobre las consecuencias de seguir dañando la capa de ozono y de seguir emitiendo a la atmósfera $C0_2$ a cascoporro.

Foto: EcoArchivo

Emilio Bravo estudió ingeniería técnica informática e ingeniería técnica industrial en la Universidad Politècnica de València, además de un Advance Management Program (AMP) por la IE Business School.

-¿Por qué no somos capaces de despetrolizar nuestra economía?

-Es complicado porque ha sido y es la fuente de energía que conocemos desde comienzos del siglo XX y representa un gran ingreso en el Producto Interior Bruto (PIB) para los países productores de petróleo. Además, existen muchos sectores de la economía basados en esta materia prima, como el automovilístico, químico y agricultor, cuya transición a modelos de energía renovable requerirá enormes inversiones de cada uno de los países. La industria vinculada al petróleo deberá diversificar sus economías para enfrentarse a un panorama que tendrá la desaceleración de esta fuente de energía como principal hecho, con el objetivo de cumplir con los acuerdos de París sobre el cambio climático.

LA CAPA DE OZONO

-¿Se ha hecho suficiente para proteger la capa de ozono hasta ahora?

-Aunque se han logrado muy buenos resultados en la protección de la capa de ozono, los países deben seguir cooperando para cumplir con el Protocolo de Montreal (firmado el 16 de septiembre de 1987). Dicho protocolo tiene como fin concienciar a través de diferentes acciones en la reducción de la producción y consumo de muchas sustancias que, junto a las emisiones de grandes cantidades de CO_2, dañan la capa de ozono y empeoran el efecto invernadero. En enero de este año, se anunció la enmienda de Kigali al Protocolo de Montreal, cuya entrada en vigor se ha producido con el objetivo de disminuir la producción y consumo de hidrofluorocarbonos (HFC), que son los gases inertes derivados de los hidrocarburos saturados y producidos por las industrias. Pese a que los HFC representan una mínima parte de los gases del efecto invernadero, suelen ser mucho más potentes que el CO_2 a la hora de contribuir negativamente al cambio climático. Con la nueva enmienda Kigali, los países se han comprometido a reducir la fabricación y el consumo de HFC en más del 80%, durante los próximos 30 años para evitar que la situación climática siga empeorando.

-¿Qué países están trabajando más por una eco-nomía solar?

-Según las estimaciones de la consultora Wood Mackenzie, China lidera la lista de países que más han invertido en energía fotovoltaica en el último tiempo con una potencia instalada de fotovoltaicas de 368,89 GWdc. Le sigue muy por detrás Estados Unidos (149,18 GWdc), India (105,44 GWdc), luego Japón (82,25 GWdc) y Alemania (64,95 GWdc). España, por su parte, es la décima nación en la lista y podría tener en cinco años una potencia instalada de fotovoltaicas de 23,31 GWdc.

EL "LOBBY FEROZ"

-¿Por qué es tan fuerte el lobby del petróleo?

-El lobby del petróleo es muy fuerte en los países productores de esta fuente de energía, impulsados sobre todo por las políticas que han fomentado los distintos gobiernos en este tipo de países. De todas maneras, debido a su desaceleración y los diferentes acuerdos internacionales por la búsqueda de la sostenibilidad con el planeta, esta fuente de energía tiene los días contados.

-¿Para cuándo se prevé la descarbonización total del mercado eléctrico?

-La ministra de Transición Ecológica, Teresa Ribera, ha dispuesto una lista de normativas que tiene como objetivo la descarbonización total del mercado español, apostando por un modelo energético sos-

tenible con el medio ambiente. El objetivo es reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en un 20% en el año 2030 y al menos de un 90% en 2050.

EL CO_2

-¿Cuáles son los agentes que más producen CO_2?

-Los agentes que más producen CO_2 son los que están relacionados al transporte de productos y personas. Coches, aviones, camiones, trenes y barcos son los que más producen CO_2 y dañan la atmósfera, impactando de gran manera en la sostenibilidad del planeta. Según un reciente estudio sobre el alto impacto del ganado en Argentina, se estima que este tipo de actividad suele ser uno de los principales contaminantes de la atmósfera. Otro de los agentes que más CO_2 produce son las centrales de carbón. Según estudios de Lucera, en 2017 el 21% la energía de España se produjo en centrales de carbón. Sin embargo, las centrales termoeléctricas de carbón sólo tienen una eficiencia del 37% y fueron las culpables de generar 46,5 millones de toneladas de CO_2 el año pasado. Por ello, es necesario apostar por modelos de energía de origen 100% limpio y renovable para garantizar la sostenibilidad del planeta y cerrar las centrales de carbón de forma permanente.

-¿De qué manera afecta a la capa de ozono las emisiones de $C0_2$?

-Para entenderlo es necesario comprender que, al producirse la combustión, el carbón contenido en los combustibles fósiles vuelve casi por completo a la atmósfera, causando un gran desequilibrio en el ciclo de carbono. De esta manera, las emisiones de dióxido de carbono (CO_2) provocan un exceso de gases de efecto invernadero en el planeta.

LAS CONSECUENCIAS

-¿Qué va a pasar con nuestro clima y nuestro planeta si no se actúa ya?

-Debemos ser conscientes de que no hay otro planeta Tierra, no hay plan B, no hay alternativa. Es necesario que los países y ciudadanos comprendan que los cambios deben realizarse cuanto antes para evitar un daño irreparable en la capa de ozono. En relación a las consecuencias que se pueden dar en seres humanos y animales terrestres, habrá más casos de cáncer de piel, ya que la radiación UV-B será mucho mayor. La misma podrá causar cambios en el sistema inmunológico, induciendo a cambios en nuestro organismo. También aumentarán los problemas respiratorios, debido a los altos niveles de ozono (O3) en la capa baja de la atmósfera. En cuanto a la flora del planeta, se alterarán los ciclos de floración y crecimiento, lo cual incidirá directamente en una reducción en la producción de alimentos a causa de la radiación UV-B.

Foto: EcoArchivo

Actualmente en Lucera, como fundador y CEO, Emilio se encarga de la estrategia empresarial de la compañía y su proyección en el mercado energético español…

-¿De qué manera podemos concienciar mejor a la población?

-En Lucera, además de brindar energía verde a precio de coste y de aconsejar a nuestros usuarios para ser más eficientes energéticamente, el cuidado del medio ambiente es fundamental para lograr un planeta sostenible. Para concienciar a la sociedad y evitar el cambio climático, ofrecemos los siguientes consejos:

- **Energía limpia:** una de las claves es asegurarse de contratar energía de origen 100% limpio y renovable. Otra de las opciones podría ser poner una instalación fotovoltaica en el hogar, aunque la inversión sería muy alta. La misma garantizará energía limpia, directamente del tejado, no se generará ningún impacto en el medio y reducirá la factura de la luz.
- **Ahorrar energía:** ser eficientes en el consumo de energía también es fundamental para reducir el cambio climático. No sólo consumir lo necesario, sino hacerlo de forma eficiente y responsable.
- **Las 3 `R´:**
  - Reduce: consiste en consumir menos, es decir, sólo lo necesario. Por ejemplo, comprar productos con menos embalajes, productos frescos frente a los envasados, y consume sólo la energía que realmente necesites.
  - Reutiliza: el objetivo es buscar una segunda vida útil a los productos. Por ejemplo, rellenar botellas, o utilizar la cara en blanco de los folios impresos. También puedes aprovechar los mercados de segunda mano para deshacerte de algunos objetos.
  - Recicla: el reciclaje es imprescindible si queremos frenar el cambio climático. Tanto los envases, productos electrónicos, papel, etc. Por ejemplo, por cada 3 botellas de vidrio recicladas, se reduce en un kilo la basura depositada en vertedero.
- **Transporte eficiente:** es uno de los agentes que más contamina y con pequeños cambios se pueden lograr grandes cambios. Lo primero es empezar a usar menos el coche privado y optar otros medios de transporte sostenible como la bicicleta, el transporte público y a pie si no implica recorrer grandes distancias.
- **Una dieta baja en carbono:** es necesario modificar nuestros hábitos de alimentación y consumir de manera más inteligente. Lo más aconsejable es reducir el consumo de carnes, ya que suele ser uno de los mayores contaminantes de la atmósfera, y aumentar la ingesta de frutas, verduras y hortalizas. Otro punto muy importante es que los productos que se consuman sean locales (o próximos al punto de venta) y que sean de temporada. De esta manera se evita la contaminación ambiental por parte del transporte debido a las largas distancias y se evita los embalajes excesivos.
- **Exigir un cambio real al gobierno:** vivimos en democracia y es necesario hacer valer nuestros derechos como ciudadanos para vivir en un planeta sostenible. Es fundamental exigir al gobierno un cambio visible y a escala nacional en sus políticas de sostenibilidad. Empezando por tomar medidas urgentes para poder cumplir con los compromisos del Acuerdo de París y el Protocolo de Kyoto y reducir el calentamiento global o al menos frenarlo.
  También será necesario un cambio estructural para movernos de forma más sostenible. Semanas específicas como las de la movilidad europea ayudan a concienciar a la sociedad que el cambio debe ser ya pero también son necesarios cambios más profundos como fomentar las ayudas para la compra de coches eléctricos.
- **Planta un árbol:** Mejor dicho, es necesario conservar los bosques y flora natural, que son el pulmón del mundo. Toma los recaudos necesarios para evitar provocar incendios en los paseos por la montaña o campo. Si compras muebles, asegúrate de que tengan la calificación o sello que asegure su origen sostenible. Para aportar nuestro granito de arena una opción puede ser el plantar un árbol, ya que cada uno de ellos puedes absorber un kilo de CO_2 durante su vida.

Esteban Zarauz

IEKU / RUBÉN ÁLVAREZ
"No hay que dejar la salud en manos de nadie"

El pasado 21 de septiembre tuvo lugar la inauguración del primer Instituto Europeo de Kinesiología Unificada® (IEKU) en Barcelona. Rubén Álvarez, su fundador, ha aglutinado la sinergia de diferentes técnicas y disciplinas terapéuticas, así como la unión de diversos protocolos de trabajo aplicados por distintos tipos de kinesiologías para realizar un tratamiento global, integrado y personalizado para cada persona. Pablo Bolaño charló con él.

La kinesiología es la ciencia que estudia el movimiento de los seres vivos, las relaciones existentes entre los diferentes movimientos y los procesos naturales que ayudan a mantener, devolver o potenciar la capacidad del propio ser vivo para mantenerse sano y adaptado a su ambiente. "Trabajamos a favor de la salud integral, no en contra de la enfermedad. La base de la vida es el movimiento del ser humano que está relacionado directamente con su calidad y cantidad de bienestar y salud, así como de su degradación y enfermedad", dice Rubén.

-¿La sociedad está entendiendo que no se trata de vivir más sino de vivir mejor?

-Estamos viviendo un momento muy importante de cambio de paradigma a nivel social desde el punto de vista de la salud y el bienestar personal. Cada vez más las personas buscan tener más autonomía y poder personal a la hora de influir en su propio bienestar y salud, así como de decidir sobre las cosas que creen y sus propios valores personales a la hora de acceder a un tipo de terapia médica o natural para trabajar sus problemas. Cada vez más personas se van más a lo natural para evitar los efectos secundarios de los medicamentos, porque muchas veces ven que no solucionan el problema, sino que se cronifica y además les intoxican. Para la sociedad cada vez es más importante ayudarse desde lo natural ya que no tiene efectos indeseados, no es invasivo y está más acorde a la naturaleza humana, y por eso cuidan más la alimentación, sus emociones, su mente, su cuerpo. Saben que está en ellos mismos la responsabilidad sobre su bienestar y todos quieren llegar a más edad y con calidad de vida para disfrutarla.

LA PREVENCIÓN

-¿Usted le da mucha importancia a la prevención… ¿Sus pacientes le entienden a usted?

-Mis clientes me entienden, creo… O por lo menos eso me dicen… Cuando les explico a mis clientes las razones por las cuales han llegado al punto en el que están entienden qué les ha pasado, qué han hecho o no han hecho para encontrarse así y qué pueden hacer para ayudarse a salir de esa situación e incluso llegar a un punto de bienestar mayor que antes. Saben que nada viene del cielo, y que lo que les pasa es por una razón o varias. El saberlo y poder poner de su parte para superar cualquier situación en la que estén les da sentido a su vida y fuerza para ayudarse a sí mismos, aumenta su autoestima y refuerzan su poder para curarse. Yo siempre les digo que esto es una cuestión de dos, yo hago mi parte y ellos hacen la suya. Y así llegamos a un compromiso para conseguir sus objetivos.

-¿Se entiende que somos responsables de nuestros actos y de nuestra salud?

-Es incómodo poner al cliente ante esta situación ya que se contrapone a las creencias antiguas sobre la salud en la que nos dicen

Foto: EcoArchivo

Rubén Álvarez, fundador de IEKU

que todo viene de fuera y yo no tengo ninguna responsabilidad, como si fuera un castigo divino, y que el único que me puede salvar es el médico o terapeuta. Muchos clientes que vienen a mi consulta me dicen: "Quiero que me quites el dolor". Y yo les respondo que yo no quito nada ni curo nada, que toda la información de lo que le pasa está en ellos y vamos a averiguar qué causas y factores les están afectando para después poder eliminarlos o corregirlos, y en esto ultimo no todo depende de mí. En la biología todo tiene sus causas, la gran mayoría inconscientes e involuntarias, y todo lo que nos pasa está escrito en nosotros de alguna manera u otra, por lo que también la solución pasa por cambiar o modificar la información y respuesta biológica. Así que a más consciencia y participación por parte del cliente más fuerza de cambio se podrá lograr.

¿EN MANOS AJENAS?

-¿Por qué la dejamos, la salud, en manos ajenas?

-Es una cuestión de creencias, de educación. Nos han hecho creer que nosotros nada podemos hacer ante una enfermedad ya que es algo ajeno a nosotros, como si viniera de fuera, y esto no es cierto. Nos han dicho que la propiedad de la salud y la enfermedad de las personas está en manos de los médicos y ahí nos quedamos. La incultura y falta de información, así como la falta de responsabilidad sobre nosotros mismos y comodidad que eso genera, hace que dejemos nuestro cuerpo y vida en manos del mecánico para que

nos la solucione como si de un coche se tratase. Y sí es cierto que hay cosas que se necesitan de esas manos y conocimientos para darle solución, aunque también hay muchas otras que podemos hacer para mejorar y mantenernos saludables y no enfermar.

-¿Puede explicarnos qué es la kinesiología aplicada?
-La Kinesiología Aplicada es una disciplina terapéutica nacida en los años 60 en EE.UU., creada por el Dr. George Goodheart, que permite restablecer los tonos musculares y meridianos de energía mediante equilibraciones a diferentes niveles: estructural, emocional, nutricional y energético. Para ello se sirve de técnicas de quiropraxia, osteopatía craneal, masaje tendinoso, estimulación de puntos reflejos neurovasculares, neurolinfáticos, de acupuntura, de liberación emocional y cambios en la dieta y suplementación nutricional, movimientos y posturas corporales…El método que estableció para poder determinar los bloqueos y los músculos afectados fue el test o monitorización muscular, en el que se comprueba cualitativamente el grado de fuerza de un músculo. Si un músculo se encuentra inhibido (con poca fuerza en su tono) se busca con qué técnica o punto lo va a facilitar o fortalecer. Determinó la relación de los músculos con los órganos del cuerpo y los meridianos correspondientes, estableciendo una relación directa entre cómo nos afecta la estructura, las emociones, la nutrición y el funcionamiento orgánico y energético. A partir de aquí nacieron otras kinesiologías, como Touch For Health®, Three in One Concepts®, Neurotraining®, Braingym®, etc., que siguieron avanzando en el estudio y trabajo de diferentes ámbitos del ser humano. La Kinesiología Unificada®, término con el que acuñé mi trabajo y formación de kinesiología que imparto, permite trabajar con diferentes tipos de kinesiologías y otras terapias o medicinas con protocolos abiertos donde trabajar a múltiples niveles del ser humano. Es la forma en la que he unificado conocimiento y práctica para un mejor trabajo a nivel holístico y beneficio personal.

IEKU

-¿A quién se dirige su instituto recién creado?
-El Instituto Europeo de Kinesiología Unificada (IEKU) responde a la misma idea de unificar e integrar las diferentes kinesiologías y terapias naturales tanto para formar a profesionales en esta materia como para ayudar a mejorar las vidas de las personas aportando herramientas de desarrollo personal. Cualquier persona que desee aprender cómo funciona el cuerpo a un nivel holístico y adquirir herramientas para mejorar su vida y la de los demás encontrará en IEKU formaciones, cursos, talleres y sesiones regulares de calidad.

-Hábleme de la certificación con la que cuenta…
-La formación de Kinesiología Unificada® cuenta con 2 certificaciones:

- La certificación Internacional de Touch For Health® por el IKC® (International Kinesiology College), que es el máximo organismo a nivel internacional de kinesiología, avalando la formación como facilitador de kinesiología a nivel internacional, y además esta certificación permite acceder a otras formaciones más avanzadas de kinesiología a nivel internacional.
- La Acreditación de REFORMED® aisbl. a nivel europeo e internacional, máximo organismo a nivel europeo, con sede en Bélgica, de expertos en terapias naturales, cuya función es regular las profesiones en terapias naturales según las recomendaciones de la Comisión Europea tanto en Europa como a nivel internacional, además de obtener un pasaporte europeo con el que puedes formarte en otras escuelas asociadas para continuar con la formación en otras formaciones especializadas.

Pablo Bolaño

Foto: EcoArchivo

Rubén en acción

LA BÚSQUEDA DEL EQUILIBRIO
AUTOREGULACIÓN

-¿Cómo busca nuestro organismo su propio equilibrio?
-El organismo tiene un sistema que se llama homeostasis, que es la capacidad que tiene para regular las funciones corporales y mantenerse vivo. El cerebro está constantemente recibiendo información tanto externa como interna a través de nuestros receptores sensoriales que le envían la información mediante el sistema nervioso y la médula espinal para que éste la procese y decida qué mecanismos poner en acción en cada momento para mantener estable el sistema. Cuando recibe un estímulo el cerebro, este envía información a todo el sistema para regular el equilibrio homeostático. Cuando es un estímulo que produce estrés, ya que el sistema no puede adaptarse a él, entonces el sistema decide utilizar energía de una parte del cuerpo para dársela a otra y poner así en marcha un mecanismo de supervivencia. Si dura poco tiempo ese estímulo o la persona resuelve la situación el sistema vuelve a su equilibrio anterior. Pero si no es así, entonces permanece en ese estado de compensación teniendo que modificar su forma normal de funcionamiento, lo que con el tiempo aparecerá un proceso de enfermedad de deterioro físico y energético, teniendo cada vez la persona menos capacidad de adaptarse a nuevos estímulos y a su vez generar más estrés y más compensaciones hasta que el sistema ya no puede más y cae. Cuando estimulamos al cuerpo de una manera concreta mediante las técnicas de kinesiología, permitimos que el cerebro y el cuerpo aprendan nuevas formas de adaptarse a las antiguas situaciones de estrés, creando un nuevo equilibrio homeostático más eficiente y adaptativo, lo que permite al cuerpo restaurar aquellas partes que quedaron dañadas y así llevarlo a la autocuración y un equilibrio y estabilidad mayor. De esta manera la kinesiología utiliza el test muscular para comprobar qué estímulos (físicos, emocionales, nutricionales, energéticos…) están generando estrés en el sistema y cuáles necesita para resolver dicho estrés para recuperar la salud perdida, es decir, un equilibrio homeostático más eficiente y adaptado al momento presente de la persona.

MAS INFO
info@ieku.es / Móvil: 607 63 69 29

ESPACIO ORGÁNICO C. LÓPEZ-CARMEN JIMÉNEZ "El sector ecológico crece de forma imparable"

Carlos López y Carmen Jiménez son los directores-consejeros en Espacio Orgánico. Psicólogos de profesión, él master en medio ambiente y emprendedor de vocación. Ella… amante de la cocina sana y maestra infantil. Apasionados de la alimentación saludable y el consumo responsable desde muy jóvenes, se introdujeron pronto en el estudio del cuidado del medio ambiente y el desarrollo personal. Han dedicado las últimas dos décadas a estudiar y trabajar la economía sostenible, la salud humana y el mundo "bio". Espacio Orgánico, de Alcobendas, ha recibido recientemente el Premio BioCultura 2019 al Mejor Establecimiento Bio.

Foto: EcoArchivo

La familia López/Jiménez está al frente de Espacio Orgánico

Foto: EcoArchivo

Recibiendo el Premio BioCultura 2019 en la Gran Gala del Mundo Bio que se celebró en València

Espacio Orgánico es una empresa familiar, dinámica y joven. El negocio se compone de una tienda "bio", un eco-restaurante y el área de bienestar y terapias. Se consigue así una sinergia entre las 3 áreas como proyecto vivo y fuerte. "Nos felicitamos cada día del compromiso y la dedicación de los 24 empleados-familias que con su trabajo hacen que Espacio Orgánico tenga tanto éxito. Nuestro objetivo: acortar la distancia entre producción y consumo y establecer unas relaciones de confianza y solidaridad entre ambos extremos de la cadena, entre el campo y la ciudad; apoyar una agricultura campesina y de proximidad que cuida de nuestra tierra y que defiende un mundo rural vivo con el propósito de poder vivir dignamente del campo", nos dicen desde Espacio Orgánico.

-¿Cómo surgió la idea de crear Espacio Orgánico?

-La historia de Espacio Orgánico comienza en el año 2012. Para entonces Carlos López y Carmen Jiménez, sus fundadores, llevábamos años apostando por un consumo consciente y percibimos la necesidad de un centro "bio" para abastecer a la familia y vecinos/as de la zona norte de Madrid. Enseguida se nos unió nuestro hijo Nacho al proyecto, y más tarde se unió nuestro hijo Jorge. Pero el proyecto Espacio Orgánico no es sólo un supermercado 100% ecológico, sino que desde el principio tiene como motor una idea fundamental, un por qué, que no es otro que elevar la conciencia y caminar hacia la unión con la naturaleza. En otras palabras, se trata de un proyecto holístico que trabaja con el objetivo de la salud, el bienestar y la consciencia.

LA EVOLUCIÓN

-¿Cómo ha sido la evolución en estos años?

-Con todas las dificultades que tiene un proyecto que comienza, podemos decir que desde el principio tuvo una gran acogida y una respuesta positiva a esa necesidad de cultura ecológica y consumo responsable en la zona norte de Madrid. Contar con un equipo de personas comprometidas con el proyecto y consumidoras de productos ecológicos también fue determinante. Y desde entonces, en ese ambiente de acogida del proyecto, hemos continuado creciendo y evolucionando para satisfacer las demandas de un cliente cada vez más concienciado e informado con la necesidad del cambio de modelo hacia un modelo más justo y solidario.

-¿La competencia de las grandes superficies os afecta? ¿De qué manera? ¿Cuál es vuestra respuesta estratégica?

-Cualquier tipo de competencia puede llegar a afectar en un sentido o en otro, y te hace replantearte tu zona de confort y si satisfaces realmente lo que el cliente está demandando. En el caso de las grandes superficies, vemos cómo replican el modelo de la industria alimentaria en el sector ecológico trabajando en el límite de lo que permite el sello ecológico para, fundamentalmente, reducir los precios. Detrás de un producto a muy bajo coste, siempre encuentras modelos de producción que se basan en salarios bajos, agricultura o ganadería intensiva, y sistemas de distribución insostenibles, da igual si ese producto es o no ecológico. Pero nosotros somos el canal especializado, siempre vamos a apostar por la calidad, la sostenibi-

Foto: EcoArchivo

Espacio Orgánico es mucho más que un establecimiento del sector ecológico

lidad, la viabilidad social y el apoyo al proveedor concienciado que toda su producción es/sea en ecológico, así como al agricultor/a de pequeña escala y cultivo biodiverso, y el asesoramiento veraz y sincero al cliente.

BIOCULTURA

-¿Qué es para vosotros BioCultura?

-BioCultura es un referente dentro del sector. Espacio Orgánico desde el primer momento ha estado presente y ha colaborado con BioCultura como plataforma para promover la cultura ecológica, y a la vista está que ese trabajo iniciado hace ya muchos años está teniendo sus frutos. Más concretamente, BioCultura Madrid es una oportunidad para darnos a conocer e iniciar y consolidar nuestras relaciones comerciales.

-¿Qué ha significado para vosotros recibir el Premio BioCultura al Mejor Establecimiento 2019?

-Para nosotros este premio llega en un momento muy especial, ya que 2019 es la culminación del proyecto a medio plazo con una serie de hitos como son la ampliación del local, la inauguración de la tienda online, y la ampliación de servicios. Por eso nos ha causado una profunda alegría el reconocimiento al trabajo y esfuerzo de todo el equipo para seguir creciendo. Y es que recibir el premio de manos de BioCultura/Vida Sana es ser reconocido por una de las instituciones con más peso en el sector. Desde aquí queremos agradecer la confianza de nuestros clientes y felicitar al resto de premiados a los que consideramos justos merecedores en cada una de sus especialidades.

EL CRECIMIENTO

-¿Hacia dónde se dirige el sector ecológico?

-El sector ecológico crece de forma imparable. Nosotros queremos verlo de manera optimista, ya no hay marcha atrás y sí o sí vamos hacia un cambio de modelo. Vemos clientes cada vez más informados, que demandan un tipo de consumo consciente y que nos dan las directrices: proveedores locales, residuo cero, más transparencia en los procesos (trazabilidad del producto), origen del producto, etc. Consumir y producir ecológico es una decisión que surge muchas veces de la necesidad de cuidarnos más o por nuestra preocupación por el medio ambiente, pero este tema tiene muchas más vertientes. La producción ecológica va ligada a cambios sociales profundos que tienden a estructuras sociales más estables y autónomas.

-¿La crisis climática está motivando a la ciudadanía a adoptar formas de consumo más responsables, también en alimentación?

-Precisamente. La crisis climática ha despertado muchas conciencias, a eso nos referimos cuando decimos que nuestros clientes exigen un nuevo modelo. La alimentación es uno de los motores fundamentales de ese cambio, ya que, cambiando los hábitos de alimentación, puedes llegar a modificar los sistemas de retribución, de distribución, de salud… En este sentido también hemos tomado una responsabilidad pedagógica y queremos comunicar de forma correcta qué consecuencias tiene participar de un modelo convencional o de uno ecológico a escala local.

EL PÚBLICO

-¿Cuál es vuestro público y cuáles son los productos más vendidos en vuestro establecimiento?

-Como comentábamos, tenemos un público muy variado y diverso que viene por consciencia, por salud, por respeto al planeta, etc. También buscando la calidad que ofrece la producción ecológica, y poco a poco se va acercando a lo que llamamos "cultura eco". En ecología decimos que diversidad es sinónimo de estabilidad. En cualquier caso, siempre es un público que quiere "algo más", y además quiere un trato cercano, atención personalizada y asesoramiento. Sin duda lo más demandado por nuestros clientes es nuestra sección de frescos, nuestra fruta y verdura local y de temporada, recibida todos los días. Todo ello hace que esta sección tenga una calidad inmejorable. En definitiva, hacemos mucho hincapié en la atención al cliente y le damos toda la formación e información que tenemos a nuestro alcance de forma transparente.

-¿Nos podéis hablar de vuestras charlas, talleres, etc.?

-La sección de Bienestar es un área fundamental de nuestro proyecto. Incluye el bienestar físico y emocional, y el crecimiento personal. Las clases de Yoga constituyen la actividad regular del área y, en cuanto a las terapias, actualmente se ofrecen más de 15 técnicas terapéuticas que van desde el Reiki hasta el masaje deportivo. El área se completa con la actividad formativa, con una programación de talleres y conferencias cuyos contenidos tienen como objetivo la salud y el desarrollo personal. También ofrecemos charlas-coloquios sobre diferentes temas de la actualidad: cambio climático, vegetarianismo, ecología… para ahondar en la cultura "bio" y sus gentes. Así, es posible realizar actividades tan variadas como talleres de cocina, cosmética natural, relajación, conferencias sobre sostenibilidad, bien común, presentaciones de libros, etc.

Esteban Zarauz

MÁS INFO
TOMA NOTA

Espacio Orgánico
Avda. Fuencarral, 1. C.C. Rio Norte II. 28108-Alcobendas
www.espacioorganico.com

SANNAS
Empresas conscientes

SANNAS es sinónimo de empresas saludables, con ánimo de cambio. Surge en 2015 como resultado de un cambio de consciencia que opera a nivel individual y que se traslada a las empresas, que comprende la necesidad de sostenibilidad y responsabilidad para la mejora de la sociedad y la salvaguarda del planeta. La misión de SANNAS es fomentar y difundir un nuevo modelo de negocio empresarial basado en el triple balance: económico, social y ecológico.

Anna Cano es periodista y profesional del Marketing Consciente. Después de una década como directiva de Comunicación y Marketing en una multinacional cotizada en Bolsa, se "re-crea" personal y digitalmente para ofrecer su conocimiento y experiencia a emprendedores y marcas conscientes de su impacto social y medioambiental. En sus 10 años como autónoma ha colaborado en proyectos de turismo rural, cosmética natural y "bio", salud y bienestar. Es miembro de la junta directiva de SANNAS.

Foto: EcoArchivo

Anna Cano es miembro de la junta directiva de SANNAS

"SANNAS cuenta actualmente con más de 130 socios en todo el territorio español, principalmente pymes y autónomos. Cualquier empresa que comparta la visión del Triple Balance y sienta como misión participar en la transformación del modelo empresarial tradicional puede formar parte de la asociación. Algunas de las empresas pioneras son: Satt, Ecooo, The Circular Project, Rrebrand, Pez Estudio, Paisaje Sostenido, Coocrea, Noesutopia, Delaene, etc."

-¿Nos podéis explicar qué es Sannas?

-SANNAS es una asociación empresarial cuyo propósito es unir a todas las empresas que tienen ánimo de cambio y comparten la visión del Triple Balance (Económico, Ecológico y Social) para colaborar en la transformación del modelo empresarial tradicional, contribuyendo a construir una sociedad más sostenible, más justa y equitativa. SANNAS ofrece asimismo actividades y servicios que dan apoyo para poder ser una empresa Triple Balance, así como una herramienta de medición de este equilibrio.

CUARTO SECTOR

-¿Y qué es el "cuarto sector"?

-El cuarto sector es un nuevo bloque o espacio de empresas que, si bien tienen ánimo de lucro, se focalizan en objetivos sociales y medioambientales, de tal manera que su beneficio revierte en la sociedad y en el planeta. Este concepto nace en 1998, de la mano de Heerad Sabeti, cofundador del "Fourth Sector Network", que define una nueva categoría de empresa pionera e "híbrida", que no solo tiene un objetivo económico y que, por tanto, no encaja en las 3 definiciones tradicionales del modelo empresarial.

-¿Qué son las empresas llamadas "Triple Balance"?

-Las empresas "Triple Balance" son aquellas que miden el impacto de su actividad en 3 aspectos: el económico, el social y el medioambiental. Es habitual que las empresas midan su beneficio únicamente en términos económicos: ingresos, ventas... Pero el sentimiento de responsabilidad de muchas personas está fomentando la necesidad de análisis del impacto social y medioambiental empresarial, con una visión holística. Por eso nace la metodología Triple Balance.

MUY REAL

-¿Todo esto es realidad o es utópico?

-Es realidad en tanto en cuanto ya hay un número embrionario de empresas que están buscando el equilibrio entre los 3 aspectos clave: Económico, Ecológico y Social. Utopía es pensar o creer que toda la sociedad va a evolucionar en poco tiempo hacia el cuarto sector y que nosotros lo vamos a ver. Pero no

cabe duda de que todas las etapas por las cuales la Humanidad ha pasado como colectivo… se han gestado en algún momento como tendencia y han tenido su recorrido evolutivo.

-¿Qué empresas forman parte de SANNAS actualmente?

-SANNAS cuenta actualmente con más de 130 socios en todo el territorio español, principalmente pymes y autónomos. Cualquier empresa que comparta la visión del Triple Balance y sienta como misión participar en la transformación del modelo empresarial tradicional puede formar parte de la asociación. Algunas de las empresas pioneras son: Satt, Ecooo, The Circular Project, Rrebrand, Pez Estudio, Paisaje Sostenido, Coocrea, Noesutopia, Delaene, etc.

Foto: EcoArchivo

Asamblea reciente de SANNAS

ECO-NOMÍA

-¿El futuro de nuestra eco-nomía va por aquí?

-Se asevera hoy día que el futuro será sostenible o no será. Nadie tiene la bola de cristal y la incertidumbre es nuestra única certeza. Pero, ante la dualidad existente de una manifiesta sociedad distópica como la actual, consagrada a la destrucción, según los científicos, en no sabemos cuánto tiempo y una sociedad utópica donde la convivencia y el respeto entre seres vivos sea posible, focalizar en esta segunda vía parece la única opción de permanencia. Por lo tanto, la economía, como ciencia social que es, debería ser sostenible también.

-¿Es compatible la consciencia con el ánimo de lucro?

-La consciencia es darnos cuenta de lo que somos y lo que hacemos en este planeta, de cuál es nuestro cometido y nuestro impacto. En la asunción de que nuestra parte física tiene unas necesidades que cubrir, el ánimo de lucro y la consecución de beneficios económicos son objetivos sanos y deseables. El quid de la cuestión es cómo se obtienen (recursos, gestión, conciliación, relaciones) y en qué se reinvierten (innovación, consumo, reciclaje, reutilización).

Pablo Bolaño

Permacultura práctica

Para tu terreno, tu comunidad y todo el planeta

Jessi Bloom y Dave Boehnlein

320 pgs • 21,6 x 25,4 cm • color • rústica

PVP: 28,50 €

Cuida la Tierra y la Tierra cuidará de ti

Un libro útil tanto para quien se inicia en permacultura como para quien ya tiene conocimientos avanzados, que abarca los principios básicos de la permacultura y todo el proceso de diseño. Con más de **280 fotos e ilustraciones**, incluye información detallada sobre plantas, agua, residuos, energía, alimentos, animales y estructuras, con **diseños y ejemplos reales** en diferentes partes del mundo.

La Fertilidad de la Tierra Ediciones

www.lafertilidaddelatierra.com • info@lafertilidaddelatierra.com • Tel. 948 53 92 16

BIOTARONJA
Productos "bio" para poner en valor la naranja valenciana

La cabeza de Salvador Pérez Jorques no para ni un segundo. Esa mente inquieta y emprendedora le viene de familia. Su padre era fabricante de gaseosas y su abuelo se dedicó al mundo de la viticultura: fueron los primeros en crear el vino con gaseosa. Tras años dedicado al mundo de los licores, Salvador acaba de lanzar Biotaronja. Una marca a partir de la cual quiere desarrollar todo tipo de productos que tengan como base la naranja ecológica. Recientemente ha presentado cerveza, aceite, vino, agua de Valencia, mermeladas y vermut cuyo nexo de unión es la fruta estrella de la Comunitat Valenciana.

Foto: EcoArchivo

Salvador no para y BioTaronja es su último lanzamiento

-¿Cuándo empezaste a producir en ecológico?
-Hace cuatro años creé una fábrica de cerveza y la certificamos hace tres. Cerveza a base de arroz, naranja y mosto de vino. A partir de ahí empezamos con el "bio" y ahora tenemos un cava, aceites, vino, cervezas, agua de valencia, mermeladas y vermut.

-¿Todos ellos elaborados con naranja?
-Todos a excepción del cava y por eso no lo incluimos dentro del proyecto que es BioTaronja.

LA NARANJA

-¿Por qué la naranja?
-Porque somos valencianos y nuestra zona es riquísima en naranja. Todo alrededor nuestro es naranja y no se paga, por desgracia. Lo de la naranja es una ruina, tenemos un producto muy rico y que nadie quiere.

-¿Con estos productos queréis ponerla en valor?
-Sí, son productos muy innovadores. Tenemos un aceite virgen extra de oliva macerado con corteza de naranja que va muy bien para aliñar. El agua de valencia es un cóctel típico que lleva naranja exprimida, vino blanco, alcohol de grano y fermentación por levadura que es lo que le produce el gas. Acabamos de sacar una ginebra que es la única del mundo hecha con alcohol de naranja. Para conseguir 242 litros de alcohol puro de naranja necesitamos 6.000 kilos de naranja. Se puede comparar con la ginebra francesa G'Vine y la gallega Nordés que están hechas con alcohol de uva. Nosotros somos los terceros innovadores en fruta y primeros con la naranja.

EL PÚBLICO

-¿Qué tal responde el público?
-Pues es algo que estamos viendo ahora. BioCultura fue la primera feria ecológica que hemos hecho y allí estrenamos las mermeladas y el agua de Valencia. Nos ha servido para ver reacciones porque son productos muy peculiares.

-¿Dónde se cultivan vuestras naranjas?
-En la Rivera Alta de Valencia. Los naranjos los tenemos en una zona semitropical donde se está sustituyendo el cultivo de naranjos por el de aguacates porque son más rentables económicamente. Tenemos 18 negadas de naranja, muy poquito porque la mayoría de los productos los elaboramos con maceraciones de corteza, entonces se necesita poca naranja. El año pasado expri-

Foto: EcoArchivo

Agua de Valencia fresquita para llevar mejor "lo caloret"

Foto: EcoArchivo

Nuestro protagonista nos presenta algunos de los productos de su firma

mimos 5000/6000 litros de zumo de naranja para la cerveza y el agua de Valencia. Por el momento nos da, pero si crece tendremos que buscar otros productores de naranja certificada.

OTROS PRODUCTOS

-¿Tenéis en mente desarrollar otros productos a partir de la naranja?

-Sí, queremos alcanzar a tener 69 productos hechos de naranja. El próximo que presentaremos será el café de naranja. También unas chips y unas aceitunas para maridar con la cerveza que presentaremos en breve.

-Sois muy ambiciosos.

-Tenemos una ventaja que es nuestro pasado en el convencional. Toda la inversión que la empresa va a hacer ahora es en "bio". Todo lo que hacemos en convencional lo vamos a pasar a "bio" en un máximo de 2 o 3 años. Queremos un crecimiento rápido, no de ventas sino de creación e investigación. Tenemos un hermano mayor que es el convencional que nos permite invertir e ir más rápido.

Tamara Novoa

EL CAMBIO
CONCIENCIACIÓN Y EXPERIENCIA PRÁCTICA

-¿Por qué decidiste cambiar?

-Mi amigo Vicente, de aceites Agrisanz, lleva años produciendo en ecológico y me ha ido concienciado. También, mi mujer tuvo cáncer hace unos años y cambió la alimentación y le ha ido muy bien y eso nos ha concienciado a comer mejor, a elaborar mejor y estamos ofreciendo un productor mejor al mercado.

COSMÉTICA ECONATURAL

Según la Norma BioVidaSana

Por una certificación responsable de calidad y respetuosa con el medio ambiente

ECOPlus

ÁFRICA OURO KARITÉ www.africaourokarite.com
AINA DE MÔ www.ainademo.com
ALOEPLANT www.aloeplanteco.es
ALOESALUD www.aloesalud.es
ALQUIMIA NATURAL www.alquimianatural.cat
ALSKIN www.alskin.care
ALVIOLOR* www.alviolor.com
AMANTIS www.amantis.net
AMAPOLA BIOCOSMETICS www.amapolabio.com
ARTICA BIO-COSMÉTICA* www.articabio.es
AS PONTIS www.aspontis.com
ASHES TO LIFE www.ashestolife.es
ATALAYA BIO www.atalayabio.com
AUMA ADHY http://auma-adhy.com
AYURVEDA AUTÉNTICO www.econostrum.com
BIOJARAL COSMÉTICA ECOLÓGICA www.cosmeticabiojaral.com
BIOLOVE www.biolove.es
BIOSPORTY www.biosporty.com
CAL MARGARIT https://feixescalmargarit.com/productos/cosmetica
CARICIES D´OLI www.caricies.com
C´EST CHIC COSMETICS** www.cestchiccosmetics.es
COSMÈTICS GIURA www.cosmeticsgiura.com
ECOLACTIS www.ecolactis.es
EL FRUTO DEL BAOBAB www.elfrutodelbaobab.com
ELENA BUSTO ESSENTIAL BEAUTY www.elena-busto.com
EQUIMERCADO www.equimercado.org
ESENCIA DE LA CRUZ www.esenciadelacruz.com
ESENCIAS DE LUNA www.esenciasdeluna.com
GREEN FROG www.greenfrog.es
HATIPAI BIOCOSMETICS www.hatipaibiocosmetics.com
HERBARIUM SCALA DEI www.herbarium-scaladei.com
HERBERA BIOCOSMÉTICA www.herbera.es
HERBETOM www.herbetom.com
ILURBEDA, ARTESANÍA COSMÉTICA* www.ilurbeda.com
INDIGO EYES NATURE www.indigoeyesnature.com
IYINUT www.iyinut.com
JABONES BELTRÁN* www.jabonesbeltran.com
KOGO www.kogo.es
KOLOREKO www.koloreko.com
KOOCH GREEN COSMETICS www.koochgreencosmetics.com
KROUS EXPERT CARE www.krous.es
L'ABELLA MEL www.labellamiel.com
LA ALBUFERA http://albuferacosmetica.com
LA BEAUTÉ DE L´AME www.labeautedelame.es
LA BIZNAGUERA labiznaguera.com
LABNATUR BIO www.laboratoriosys.es
LA CASA DE LA LUNA MEDIA* www.lacasadelalunamedia.com
LA ESPIRAL VERDE www.laespiralverde.com
LAMIA BIOCOSMÉTICA www.lamiabiocosmetica.com
LAVANDA EXPERIENCE www.lavandaexperience.com
LILÀ COSMÈTICS www.lilacosmetics.com
LITTA PEH www.littapeh.com
LLUC & PAU www.naturalcarol.com
LUVENOR** www.luvenor.es
LYCOLAB http://lycolab.com
MAISON KARITÉ* www.maisonkarite.com
MANA PISTACHOS https://www.aceitedepistachonatural.com/
MARIA DAVIK COSMÉTICA www.mariadavik.com
MONTRÓS COSMÉTICS www.montroscosmetics.com
MÜNNAH NATURAL COSMETIC www.munnah.es
NADIUA www.nadiua.com
NATURALMENTE MEDITERRÁNEO www.naturalmentemediterraneo.com
NATURAL SOLTER** www.naturalsoltercosmetics.com
NATURAVIA, cosmética ecológica certificada www.naturaviacosmetica.com
NATURNUA* www.naturnua.com
NATUROLEO COSMETICS www.naturoleo.com
NAT&BE www.nbnaturalcare.com
NEATHEA www.neathea.com
OBBARA HOUSE www.obbarahouse.com
OLEOTHERAPY www.oleotherapy.es
OMAMORI latiendadeomamori.com
ORBAYU www.orbayunatural.es
OZOLABS www.ozolabs.com/es
PIEL SANA www.pielsana.es
PLANTAPOL www.plantapol.es
POSIDONIA COSMETICS** www.posidoniacosmetics.es
PRODUCTOS NATURALES LARA www.productosnaturaleslara.one
SÁLVORA www.salvora.eu
SÁPER, cosmética ecológica www.saper.es
SAVAGES www.savagesbiocosmetics.com
SECRET PLAY www.secret-play.com
SENDA AROMÁTICA* www.sendaaromatica.com
SENSOLIVE www.sensolive.com
SPA GARDEN www.spagardenbio.com
TALLER MADRESELVA www.tallermadreselva.com
TAÜLL ORGÀNICS www.taullorganics.com
TECENVAS** www.tecenvas.com
TERPENIC www.terpenic.com
VERACETICS www.veracetics.es
VICORVA** www.vicorva.com
VIDAL FORCE www.vidalforce.com
YEIDRA http://yeidracosmetica.com

EMPRESAS CERTIFICADAS BIOVIDASANA ECOPLUS
(*) Empresas que también elaboran para otras marcas
(**) Laboratorios que fabrican y/o envasan productos con certificación BioVidaSana

Más información
972 451 129 / www.biovidasana.org

ESTABLECIMIENTOS

A CORUÑA

A CORUÑA HORTA+SÁ
hortaisabel@@yahoo.es / 981 285 021
www.hortamaissa.es

A CORUÑA LA ALDEA BIOMARKET
info@laaldeabiomarket.com
981 976 165 / www.laaldeabiomarket.com

A CORUÑA TENDA ECOLOXICA EQUILIBRIO
equilibrio@tendaecoloxica.com
881 898 788 / www.tendaecoloxica.com

ÁLAVA

VITORIA TIERRA VIVA
tierravivanorte@gmail.com / 945 279 926
www.tierra-viva.es

ALICANTE

MUCHAMIEL PLANETA HUERTO
ayuda@planetahuerto.es / 966 371 130
www.planetahuerto.es

ALMERÍA

EL EJIDO COSMÉTICA NATURAL CASERA SHOP (online)
info@cremas-caseras.es / 950 576 162
www.cremas-caseras.es

BARCELONA

BARCELONA AGUAPUR - H2OPOINT
info@aguapur.com / www.aguapur.com
902 252 900

BARCELONA AMAPOLA BIOCOSMETICS (tienda física y online)
cosmetica@amapolabio.com / 935 131 292
www.amapolabio.com

BARCELONA AMATUSALUD (tienda física y online)
amatusalud@amatusalud.com
933 322 189 / amatusalud.es

BARCELONA BIOCENTER RESTAURANTE
info@restaurantebiocenter.es
933 014 583 / www.restaurantebiocenter.es

BARCELONA BLAU I VERD
blauiverd@hotmail.es / 934 207 396
www.facebook.com/herbolariblauiverd

BARCELONA BODEVICI, GELATS I IOGURTS ECOLÒGICS
info@bodevici.es / www.bodevici.es

BARCELONA NANA BIOSUPERMERCATS SANT ANTONI
info@nana.cat / 937 978 345 / www.nana.cat

BARCELONA GATA COSMETICA ORGÁNICA
gatacosmeticaorganica@gmail.com
931 483 220 / gatacosmeticaorganica.com

BARCELONA NATURA SIBERICA
naturasibericaes@gmail.com / 932 529 379
www.naturasiberica.ru

CALDES DE MONTBUÍ CICLE VITAL
infociclevital@gmail.com / 938 654 500
www.ciclevital.com

LA GARRIGA BOTIGA NANA
info@nana.cat / 937 322 601 / www.nana.cat

MANRESA CENTRE BIOLOGIC L'ARREL
arrelarrel@hotmail.com / 938 746 106

RUBÍ FONT DE VIDA (tienda física y online)
fontdevida@cevagraf.coop / 662 300 401
www.fontdevida.com

SANTA MARIA PALAUTORDERA AGUA, TRATAMIENTO NATURAL
agua@aguanatural.com / 972 874 026
www.aguanatural.com

SANT BOI DE LLOBREGAT GRANUM ORGANIC (online)
granum@granumorganic.com
687 270 337 / www.granumorganic.com

TERRASSA NATURABIO COSMETICS
info@naturabiocosmetics.com / 938 546 617

VIC BOTIGA NANA
info@nana.cat / 938 868 648 / www.nana.cat

CANTABRIA

CABEZÓN DE LA SAL LA SALUD I
lasaludcabezon@hotmail.com
942 700 166

TORRELAVEGA LA SALUD II
lasaludtorrelavega@hotmail.com
942 806 144

SANTANDER LA SALUD III
lasaludIII@hotmail.com / 942 052 253
www.lasaludsantander.com

CÓRDOBA

PALMA DEL RÍO NARANJAS ECOLÓGICAS BIOVALLE (online)
naranjas@biovalle.es / 686 892 064
htp://biovalle.es

GIRONA

BLANES FARMASALUT
info@farmasaut.cat / 972 359 171 /
www.farmasalut.cat

FIGUERES BOTIGA NANA
info@nana.cat / www.nana.cat / 972 508 801

GERONA BOTIGA NANA
info@nana.cat / www.nana.cat / 972 426 405

OLOT BOTIGA NANA
info@nana.cat / www.nana.cat / 972 273 952

PALAMÓS BOTIGA NANA
info@nana.cat / www.nana.cat / 972 600 675

PLATJA D'ARO BOTIGA NANA
info@nana.cat / www.nana.cat / 972 825 085

SANTA CRISTINA D'ARO ORGANIC COTTON COLOURS
info@organiccottoncolours.com / 972 835 995
www.organiccottoncolours.com

GUIPÚZCOA

SAN SEBASTIÁN MISOHI COSMÉTICA (online)
info@misohi.com / 943 570 345
www.misohicosmetica.com

ZARAUTZ BERISTAIN PRODUKTU EKOLOGIKOAK
amaia@beristain.es / 943 980 690
www.beristain.es

HUELVA

JABUGO JAMONES ECOLÓGICOS DE JABUGO - DEHESA MALADUA (online)
info@dehesamaladua.bio / 959 503 228
dehesamaladua.bio

JAÉN

ALCALÁ LA REAL CONASI, VIVE COCINA NATURAL (online)
info@conasi.eu / 953 102 560 / www.conasi.eu

LA RIOJA

LOGROÑO ARCO IRIS
info@arcoirisherbolario.com / 941 258 631
www.arcoirisherbolario.com

LOGROÑO EL ARBOLITO
clientes@arbolito.net / 941 209 214
www.arbolito.net

Más información: www.vidasana.org

RECOMENDADOS

LEÓN

LEÓN LA CESTA BIOLÓGICA
pcshambhala@yahoo.es / 987 235 286
www.pymesleon.com/cestabiologica

REQUEJO DEL PRADORREY LA CASA DEL ARZIPRESTE
lacasadelarzipreste@gmail.com / 687 564 043
wwwlacasadelarzipreste.com

MADRID

ALCALÁ DE HENARES ECONOMATO MACABEO
emacabeo@grupema.eu / 911 379 223
www.economatomacabeo.eu

ALCOBENDAS ESPACIO ORGÁNICO
info@espacioorganico.com / 916 572 515
www.espacioorganico.com

ARAVACA ECONOMATO MACABEO
emacabeo@grupema.eu / 913 070 799
www.economatomacabeo.eu

COLLADO VILLALBA ECONOMATO MACABEO
emacabeo@grupema.eu / 918 519 600
www.economatomacabeo.eu

CHINCHÓN LA RUTA NATURAL
676 918 607 / www.perihelio.com

GUADALIX DE LA SIERRA SELECCIÓN NATURAL (online)
seleccionatural@seleccionatural.es
918 471 566 / www.seleccionatural.es

MADRID BIOFERTA - Cosmética Ecológica (online)
bioferta@gmail.com / www.bioferta.com

MADRID CUCUTOYS (online)
cucutoys@gmail.com / 911 412 314
www.cucutoys.es

MADRID ECOCENTRO
eco@ecocentro.es / www.ecocentro.es
915535502

MADRID EL BAOBAB VERDE
info@elbaobabverde.com / 918 652 416
elbaobabverde.com

MADRID ESCUELA ECONSENTIDOS
escuela@econsentidos.com / 911 129 187
econsentidos.com

MADRID NATURASI (Argüelles-Moncloa)
info@naturasi.es / 915 445 663
www.naturasi.es

MADRID NATURASI (Dr. Fleming)
info@naturasi.es / www.naturasi.es
914583254

MADRID VITAESENCIA (online)
www.vitaesencia.com / 660 267 975

MAJADAHONDA ECONOMATO MACABEO
emacabeo@grupema.eu / 916 340 407
economatomacabeo.eu

MORALZARZAL ECONOMATO MACABEO
emacabeo@grupema.eu / 918 578 625
economatomacabeo.eu

MÁLAGA

FUENGIROLA BIONATURA FUENGIROLA
info@bionatura.es / 952660757
www.bionatura.es

MÁLAGA NATURAL ALOE
correo@herboristeriaaloe.com / 952 254 960

MURCIA

ALCANTARILLA GREEN PLANET SHOP
j.marin@greenplanetshop.com
673 535 191 / www.greenplanetshop.com

MURCIA BIOSHOP
bioshop@coato.com / wwcoato.com
968424621

NAVARRA

IRURZUN VEOBIO (online)
info@veobio.es / 948 500 772
www.veobio.com

PAMPLONA EKODENDA EKIA
ekodendaekia@gmail.com / 948 173 150
www.ekodendaekia.com

PONTEVEDRA

A ESTRADA SANOBIO (online)
tiendasanobio@gmail.com / 676 819 842
www.sanobio.es

SEGOVIA

SEGOVIA IMAGINA...T
info@imagina-t.es / 921 441 995
www.imagina-t.es

SEVILLA

LOS PALACIOS Y VILLAFRANCA RITUALES CENTRO HOLÍSTICO
mercedesgomezrituales@hotmail.com
660 371 084 / rituales-holisticos.com

SEVILLA ECOVIDASOLAR
tienda@ecovidasolar.es / 954 323 507
www.ecovidasolar.es

TARRAGONA

REUS VIU L´ECOLOGIC
info@viulecologic.cat / 630 927 855
www.viulecologic.cat

VALENCIA

CARCAIXENT NARANJASECOLOGICAS.COM (online)
jordi@naranjasecologicas.com
962 460 929 / naranjasecologicas.com

VALENCIA PUNT DE SABOR
info@puntdesabor.com / 963 536 080
www.puntdesabor.com

VIZCAYA

BILBAO TIERRA VIVA
tierravivanorte@gmail.com / 944 248 441
www.tierra-viva.es

ZARAGOZA

ZARAGOZA BIO BIO ZARAGOZA
info@biobiozaragoza.es / 979 901 738
www.biobiozaragoza.es

ZARAGOZA LA NATURAL
info@la-natural.es / 976 359 283
www.la-natural.es

☎ 935 800 818 recomendados@vidasana.org

SANCHONAR / ECOSANCHO
Pollos como los de antes

Sanchonar nació en el año 2008, aunque venía rumiándose desde muchos años antes. La ilusión de Elena y Santiago venía cimentada sobre su arraigo rural. La avicultura, por ser una actividad que conocían desde niños y no ser una inversión excesiva, fue la actividad elegida. Ecosancho es su marca comercial. Se ubicaron en Sanchonuño (Segovia) que era su lugar de residencia y donde los padres de Elena disponían de algunas tierras de labor. En la actualidad producen y comercializan pollo, capón, pularda y pavo de forma ecológica. Una vida dedicada a una ilusión. Sara B. Peña charló con Santiago.

Fotos: EcoArchivo

Los pollos de Ecosancho saben a campo...

-¿Cómo empieza vuestra aventura en Ecosancho?
-Sanchonar comenzó su andadura produciendo y comercializando capones, pulardas y pollos de corral con salida a patios, de forma convencional. Al cabo de muy poco tiempo nos dimos cuenta de que, salvo en la alimentación certificada, cumplíamos todos los requisitos para alcanzar la certificación ecológica. Dimos ese sencillo paso de certificación y comenzamos a comercializar nuestras aves con la marca Ecosancho. Nos certifica CAECYL.

EN ECOLÓGICO

-¿Os dedicáis especialmente a la avicultura? ¿Por qué en ecológico?
-Tanto Elena como yo, Santiago, hemos nacido en pequeños pueblos de la provincia de Segovia en los que la cría de aves de forma doméstica estaba absolutamente arraigada. Los sabores que se prueban siendo niños quedan marcados para siempre en las personas. Si se ha comido auténtico pollo de corral no es fácil consumir pollo industrial, que no sabe a nada. Con el sistema de producción ecológico se consigue ese sabor que tanto nos gusta.

-¿Cuáles son las diferencias entre avicultura ecológica y convencional? ¿Se las puedes resumir a nuestros lectores?
-Las diferencias son tan numerosas que resulta difícil enumerarlas. Las razas utilizadas (adaptadas a vivir en libertad) tienen una vivacidad imposible de comparar con los pollos "atontados" que solo comen y descansan. La alimentación con pienso ecológico les aporta nutrientes sin residuos. Una vida que duplica o triplica la edad a los convencionales. Salen a los patios todos los días, ven la luz solar a diario y la libertad les mantiene felices.

POLLOS EN LIBERTAD

-¿Es de gran importancia la alimentación y el hábitat de los pollos para incidir en la calidad como alimento? Explícanos el proceso en tu granja…
-En Ecosancho nos planteamos disfrutar con lo que hacemos. Nos encanta ver a los pollos en libertad, escarbando en la tierra, corriendo libremente, viendo a los animales comer productos sanos e interactuando entre ellos. Es muy bonito ver un lote de pollos esparcidos a lo largo y ancho de los corrales al aire libre, integrados en la naturaleza. Cuando sacrificamos esos pollos su carne es de mayor calidad. No hay lugar a dudas.

-¿Cómo es el entorno de vuestros animales?
-En Ecosancho alojamos a las aves en explotaciones "reutilizadas".

Foto: EcoArchivo

Pollos felices...

Son naves en las que antes hubo otras especies. En unas había cerdos; en otra, conejos; en otra, perdices; en otra, pollos… Así ponemos en valor estructuras que habían perdido su utilidad. Para amoldarlas a la producción ecológica eliminamos tabiques interiores, abrimos trampillas para salida al exterior, alquilamos tierras alrededor para patios de esparcimiento. Todo ello en una comarca rodeada de pinares en plena meseta castellana.

BIOCIDAS

-¿Podríais decirnos algunas desventajas de la avicultura convencional para la salud humana?

-Por respeto hacia otras formas de producción y otros ganaderos que se esfuerzan en sacar adelante a sus familias, nuestra opinión nunca puede ser crítica hacia ellos. Pero es indudable que los pesticidas (herbicidas, fungicidas, biocidas, insecticidas…) son venenos contra la hierba, los hongos, los gérmenes, los insectos… Estos venenos acaban llegando a los consumidores a través de la cadena alimentaria. Si comemos venenos… ¡cada cual que llegue a sus conclusiones!

-Además de pollos, ¿qué otros animales tenéis en Ecosancho?

-En Ecosancho, además de pollo, hacemos capón (pollo castrado) y pularda (hembra del pollo). Desde el mes de mayo estamos produciendo pavo. Es una especie complicada de manejar pero nos está resultando de una forma muy satisfactoria. La carne obtenida tiene un sabor intenso, propia de animales paseados y con mayor edad de la que se suele encontrar en el mercado. Es una carne con poca grasa y muy nutritiva.

DE LA GRANJA A LA MESA

-¿Cómo es el proceso de vuestros pollos desde Ecosancho hasta la mesa?

-En Ecosancho disponemos de matadero propio, situado muy cerca de las instalaciones de cebo. Se transportan cuando aún es de noche. Por eso los pollos no se estresan y llegan al sacrificio descansados y tranquilos. Tras el sacrificio se faenan en nuestras instalaciones anexas al matadero y se preparan para la expedición enteros o en despieces. También transformamos la carne para hamburguesas, salchichas, frankfurt, jamón cocido de pollo…

"Nosotros amamos a nuestros animales y después les convertimos en alimento. En nuestro caso decimos que los 'sacrificamos'. No los 'matamos'. Puede parecer lo mismo, pero, en nuestro interior, el acto del sacrificio es totalmente diferente a la matanza y está cargado de dignidad"

-¿Quién forma vuestro equipo?

-Ecosancho es una empresa familiar. Elena es la titular de la empresa, secundada por Luci y Elvira, hermana e hija, respectivamente. Santiago, esposo de Elena, yo, colaboro responsabilizándome de la coordinación entre las explotaciones (animales vivos) y la parte de elaboración. Una persona se encarga del reparto y otros se encargan del cuidado directo de los animales. Pero, como en cualquier empresa familiar, "todos hacemos de todo".

LA DISTRIBUCIÓN

¿De qué manera distribuís vuestros productos?

-Un operario se encarga de llevar directamente los pedidos a Valladolid, Segovia y Madrid. El resto de pedidos se envían por agencia de transporte. También vienen algunos clientes a nuestras instalaciones en Sanchonuño (Segovia) y aprovechan para visitar nuestras instalaciones y granjas. Nuestros clientes fundamentalmente son particulares, grupos de consumo, tiendas ecológicas, restaurantes… También otros productores ecológicos nos distribuyen.

-¿Utilizáis algún método relacionado con el mundo espiritual a la hora de sacrificar a vuestros animales?

-Nosotros amamos a nuestros animales y después les convertimos en alimento. En nuestro caso decimos que los "sacrificamos". No los "matamos". Puede parecer lo mismo, pero, en nuestro interior, el acto del sacrificio es totalmente diferente a la matanza y está cargado de dignidad. Criamos nuestros animales para producir alimento y no para acabar con ellos. La respuesta a su pregunta es SÍ. Estamos encantados de apoyar la Libertad de Culto. Hacemos sacrificio Halal para nuestros clientes musulmanes. No estamos certificados pero los operarios encargados del sacrificio son musulmanes y cumplen con la Ley Islámica en el sacrificio. En otro tiempo también hemos colaborado con la Comunidad Judía con el sacrificio Kosher. La empresa no tiene la certificación como tal. Es el Rabino quien certifica. ¡También respetamos a los que no comen carne!

Sara B. Peña

UNA FORMA DE VIDA
AMOR POR LOS ANIMALES

-¿Pensáis que es importante acompañar y mimar a los animales hasta su último momento?

-Decíamos en la pregunta anterior que amamos a nuestros animales y que consideramos que el sacrificio ha de ser digno. El cuidado y respeto hacia todos los seres vivos va ligado a nuestra forma de vida. Personalmente considero tan errático un comportamiento salvaje contra los animales como el hecho de humanizarlos. Por tanto el buen trato a los animales ha de ser en todos los momentos, sea el principio o el final de su vida. Espero haber sido mínimamente claro y conciso. Esta entrevista da para muchas horas de conversación y discusión pero las cinco líneas no dan para más.

MÁS INFO

ECOSANCHO. Pollo y pavo ecológicos
www.ecosancho.es
Tels: 921 16 03 90 y 630 24 18 98
Pol. Ind. "Prado Boyal" Parcela 7. 40297 Sanchonuño (Segovia)
e-mail: ecosancho@ecosancho.es

SERGI QUIÑONERO
"En mi obra está presente una poética de la humildad"

La exposición "Naturalis" de Sergi Quiñonero fue inaugurada en julio en el Museo Deu del Vendrell y permaneció en él hasta el 29 de septiembre. Según rezaba el díptico, escrito por César Reglero, "es un auténtico deleite para la vista, ya que no sólo nos ofrece un verdadero repertorio de creación exquisita, conectando naturaleza y arte con la magia del alquimista, sino que, además, ha demostrado que con un mínimo de recursos se pueden realizar obras magistrales. Por otro lado, hay que señalar el componente crítico, transmutando los residuos humanos en espléndidas obras de arte". Tal y como se refleja en su acción poética "Llum" ("Luz"), en homenaje a Joan Brossa.

Sergi Quiñonero (Barcelona, 1968) es licenciado en Psicología y Educación Social. Estudios que complementó con los de dibujo y pintura, instalaciones, expresión artística y poesía visual. En1993 fundó Acam (Associació Cultural d'Acció Minúscula). Ha sido editor de les revistas "Lletra minúscula", "7 formes" y "Euphorbia Pulcherrima". Coordina y ejerce como coordinador de las convocatorias de Land art.

- ¿Cuál es el título de tu exposición y qué quieres decir con ese emblema?

-El título de la muestra, "Naturalis", hace referencia a un conjunto de obras que toman la naturaleza como motivo o fuente de inspiración, es decir, a aquello que pertenece o es relativo a la naturaleza (si nos ceñimos al adjetivo en latín). Hay obras que exaltan su belleza, o tratan del respeto y admiración que puedo sentir hacia la naturaleza; en otras, en cambio, me centro en la forma en que la Humanidad se relaciona con la misma. El germen de la exposición está en el proyecto "Del Natural", que fue seleccionado en la convocatoria que en 2017-2018 llevó a cabo el Centre de la Cultura de l'Oli CCOC, en la Granadella (Lleida). Muestro el trabajo de estudio realizado en los 2 últimos años y lo relaciono con otros precedentes que entroncan perfectamente en la propuesta y que muestran de qué manera todo este discurso se ha ido construyendo a lo largo del tiempo. Abarco, en este caso, el período que va desde 1999 hasta la actualidad, es decir, 20 años de trabajo artístico condensados en una exposición.

Foto: EcoArchivo

Sergi Quiñonero, en la presentación de su última exposición

Foto: EcoArchivo

Un homenaje a la poesía visual de Joan Brossa

TÉCNICAS DIVERSAS

- ¿Qué técnicas utilizas? ¿Cuáles son tus formatos más utilizados?

-Podemos encontrar obras con técnicas diversas y más de una disciplina. Hay esculturas, básicamente realizadas a través del ensamblaje, pero también hay instalaciones sobre la propia pared de la sala o algún documento fotográfico de instalaciones en la naturaleza. También hay muchas obras sobre soporte bidimensional, trabajos cercanos a la pintura, u otras confeccionadas como un *collage*. Aunque el tipo de obra que tiene mayor presencia es el objeto, por herencia del poema objeto, del *ready made* y de toda la tradición de las primeras vanguardias del s. XX. De ahí el homenaje que hicimos a Joan Brossa en la inauguración, coincidiendo con la conmemoración del centenario de su nacimiento. En cuanto al formato, no hay ninguno que predomine sobre los demás. Soy una persona ecléctica e inquieta que necesita de la variedad para no aburrirse. Voy dando saltos entre disciplinas, géneros, técnicas y formatos.

-¿Dirías que tu visión del mundo natural es pretecnológica?

-No. En mi obra está presente una poética de la humildad, al utilizar materiales en la creación plástica que son accesibles, no ostentosos, no tecnológicos, etc. La obra de arte resulta, así, mucho más cercana al espectador, más humana. Pero esto no significa que renuncie a la vídeo-creación, la fotografía o el tratamiento de imágenes por ordenador, por poner unos ejemplos.

SEGUIR EN LA BRECHA
HOMENAJE A JOAN MIRÓ

- ¿En qué estás trabajando ahora?

-Sigo inmerso en la línea de trabajo que muestro en "Naturalis", obras de estudio con materiales diversos. Y, por supuesto, con mis intervenciones de land art y mis performances, quizás algo más conocidas en el conjunto de mi trayectoria. En este preciso instante estoy preparando un homenaje a las constelaciones de Joan Miró, en el que conecto las cosas más inmediatas con todo lo que nos rodea en el universo.

Foto: EcoArchivo

Obra de la exposición de Sergi Quiñonero

LOBO SOLITARIO

-¿Tu actitud artística es la del "lobo solitario" o hay más creadores que apuestan por esta visión de la naturaleza menos materialista?

-No soy el único en absoluto, de hecho; cada vez hay una comunidad más grande de personas que necesitan alejarse de la vida en las ciudades, conectar nuevamente con la vida en el campo, en la naturaleza. Son esas nuevas ruralidades compuestas de nuevos payeses, activistas, ecologistas, profesionales liberales, artistas, etc. Conceptos como la soledad accesible o el exilio amable empiezan a ser comunes, y a mí me permiten tener mi propio estilo de vida sin abandonar mis compromisos artísticos o docentes (en la Universidad URV).

-¿Quiénes son tus referentes? ¿Por qué? ¿En qué punto se encuentra hoy Catalunya en ese aspecto?

-Son muy amplios, desde el informalismo europeo de la segunda mitad del s. XX (Tàpies), el *arte povera* italiano de los 60, el arte conceptual catalán de los 70 (Fina Miralles, Àngels Ribé), toda la obra de Joan Miró, Dau al Set (Brossa, Ponç, etc.) y, por supuesto, las vanguardias de principios de s. XX (el *objet trouvé* surrealista, el *ready made* dadaísta), o la figura del *flâneur*, que vaga dejándose inundar de sensaciones (naturales en este caso). Y sigo encontrando en mi entorno más inmediato propuestas artísticas que me siguen influyendo, alimentando e inspirando. En ese sentido, creo que sigue siendo interesante lo que a nivel artístico ocurre en la Catalunya actual. Aunque también soy consciente de la enorme dificultad para mantener esta actividad, que casi se ha convertido en militancia después de una dura crisis que ha tambaleado todo el sistema. Quizás, ahora, la necesidad de defender la cultura sea más imperiosa que en nuestro pasado reciente.

MONTAÑAS DE PRADES

-¿Qué te llevó a esta concepción del mundo natural y a expresarla a través de trabajos artísticos?

-La naturaleza ha estado siempre presente en mi obra, desde mis tiempos en Barcelona. Pero en 2007, cuando me instalé en "les Muntanyes de Prades" (Tarragona), emergió con fuerza y claridad. Esta muestra podría englobarse en lo que se denomina "Arte Ambiental" o "Eco-Arte", que puede tanto presentar imágenes que llamen a la reflexión y a la acción, como proyectos que directamente intervengan sobre el medio como forma de conservación.

Pedro Burruezo

ecoticias.com
el periódico verde

Agencia EFE, Europa Press... ECOticias.com
Solo los GRANDES 'certifican oficialmente' su AUDIENCIA

Anúnciate con 'GARANTIAS'

CAVALLUM
La revolución ecológica del packaging

A Tati Guimarães le gusta emocionar a través del diseño. Transformar ideas en proyectos únicos llenos de sensibilidad. Crear soluciones ingeniosas, que generen el máximo impacto sensorial y el mínimo impacto ambiental. Ésta es la filosofía que la inspira. Tati es una creadora por vocación. Pionera en el ecodiseño, es reconocida internacionalmente por haber creado conceptos innovadores como la "sostenibilidad emocional" y el "packaging with second life". Brasileña, vive en Barcelona desde 1998, donde dirige Ciclus, su laboratorio creativo, que fundó en 2001. Aquí desarrolla productos y packagings sostenibles en exclusiva para empresas; presta servicios de consultoría en eco-innovación; y comercializa sus eco-diseños únicos y emocionales. Tati trabaja para empresas como Heineken, MoMA, Fundació Joan Miró y Benetton. Y también colabora como docente para escuelas de diseño cómo IED y Elisava.

-¿Qué es Cavallum?
-Cavallum es una caja de vino que se convierte en una lámpara de mesa. Es el primer packaging en el mundo con una nueva vida, y ha dado origen al concepto "packaging with a second life".

LOS PREMIOS

-¿Qué premios ha recibido?
-Fue seleccionado por Global Innovation Report, Londres, en 2009, como unos de los 9 productos más innovadores del año, y premiado por Idea Brasil de Ecodiseño en el mismo año. Más que premiado, Cavallum está revolucionando la historia del diseño y generando una transformación en la mentalidad de la sociedad. Inspirados en Cavallum nació toda una generación de packagings con una segunda vida y las personas también empezaron a ser más creativas en relación al packaging. Estoy muy contenta porque, además, pasados 10 años, Cavallum sigue joven y ¡más rompedor que nunca! Una gran prueba de su atemporalidad, uno de los puntos claves de la sostenibilidad.

-¿Cómo has celebrado estos diez años de Cavallum?
-Para ello unimos a nuestra comunidad en una campaña de producción compartida, #Cavallum10years, para que todos (empresas y particulares) pudieran adquirir Cavallum a mitad de precio. Esto fue posible porque en una producción compartida se optimizan los recursos y, además de generar menos impacto en el medio ambiente, se reducen considerablemente los costes de producción.

Foto: EcoArchivo

Tati, feliz con su trabajo...

PERSONALIZACIÓN

-¿Se puede personalizar Cavallum para hacer un regalo de empresa? ¿Cómo?
-Sí. En esta campaña, las empresas pudieron personalizar la funda de madera con su logo. La personalización es muy elegante, hecha en impresión a láser.

-¿La botella de vino está incluida en el producto?
-No está incluida la botella de vino y puede funcionar también para otros tipos de botellas: aceite, kombucha, cava, tés, vinagres...

-¿Cavallum tiene una segunda vida y es KM0?
-Sí, Cavallum es Km0 porque está fabricado en España y tiene una segunda vida porque el 70% de la caja se convierte en un nuevo producto: una elegante lámpara de mesa.

LOS REFERENTES

-¿Quiénes son tus referentes en el mundo del diseño?
-Me encantan las soluciones conceptuales del japonés Nendo (Oki Sato). Es de una simplicidad e inteligencia magnífica. En España, admiro y conecto mucho con los

Fotos: EcoArchivo

Cavallum, ecodiseño para productos con más de una vida...

proyectos de Martín Azúa, Curro Claret y Ana Mir. Han sido mis referentes cuando llegué a Barcelona.

¿Hacia dónde va el mundo del packaging? ¿Ha sido muy insostenible hasta ahora?

-Hasta el momento, el gran enemigo ha sido el mal uso del plástico. Por su precio, fabricación y posibilidades es muy difícil competir contra él. Aunque existan miles de alternativas para reemplazarlo, como los bioplásticos, aún es muy complicado encontrar fabricantes que estén dispuestos a probar estos nuevos materiales. Y de momento, no existe un contenedor en las ciudades específico para ellos, ya que muchos de ellos se biodegradan solamente en condiciones de laboratorio. Pero esto es igual un avance, sobre todo teniendo en cuenta que está creciendo el numero de consumidores conscientes y cada vez más el packaging, que suele ser tan efímero, es cuestionado. Otro problema muy visible es el sobre-packaging. Para solucionarlo, es importante tener en cuenta todas las etapas del ciclo de vida del packaging. En Ciclus, nos guiamos por estas 5Rs: Repensar el diseño de forma creativa e inteligente; Reducir recursos: materiales, procesos de producción, volumen, transporte, energía y agua; Reemplazar materiales insostenibles por materiales biodegradables y/o compostables. El reciclado y el reciclaje lo debemos evitar porque casi siempre no son sostenibles. Consumen mucha energía y agua en su proceso; Reutilizar para darle un segundo uso atractivo y aplazar al máximo su vida útil; y Regenerar, es decir, integrar naturalmente el packaging en la naturaleza para que vuelva a ser un recurso una vez termine su vida útil. Con esto diseñamos packagings 100% cíclicos que generarán un impacto positivo en nuestro habitat natural y, a la vez, un gran beneficio económico para la empresa. Porque al reducir los recursos también estamos reduciendo los costes. Por lo tanto, la auténtica sostenibilidad aplicada al diseño también es una gran oportunidad de negocio.

VOCACIÓN

-¿Por qué te dedicas al packaging sostenible?

-Me dedico al diseño sostenible en general, pero, por cuenta de Cavallum, muchas empresas empezaron a contactarme para rediseñar sus packagings y el packaging se convertió en mi expertise. Me encanta porque supone un gran reto ya que es la carta de visita del producto y debe cumplir con muchas otras funciones a parte de comunicar… Por ejemplo: proteger, transportar, manipular, almacenar... Esto implica más ingenio en su diseño. Soy una pionera en el sector y empecé a dedicarme a ello por la alimentación. A los 14 años ya consumía alimentos naturales y de cultivo orgánico. La conciencia en la alimentación me ha llevado a una conciencia más amplia, en todos los ámbitos de mi vida y, consecuentemente, mi trabajo empezó a ser un reflejo de mi vida personal. En esta época, 1998, no existía la palabra sostenible... Yo era considerada una "hippie"... Ahora soy ¡"cool"! Pero es importante dejar claro que mi diseño va más allá de la sostenibilidad...

P. Bolaño

MÁS INFO
TOMA NOTA

email: cavallum10years@ciclus.com
web: ciclus.com/sharecelebration/

Tati Guimarães
email: tati@ciclus.com
web: ciclus.com
T +34 931273824 / M +34 666325759

#UniqueWayToDesign
ciclus.com
linkedin.com/in/tatiguimaraes
facebook.com/ciclusdesign
instagram.com/ciclusdesign

#Cavallum10years
www.ciclus.com/shareproduction/

HERBERA
Premio BioCultura 2019 Cosmética

Cosmética, fitoterapia y aromaterapia se unen en Herbera, una firma con unos valores muy definidos donde la conciencia y el respeto por el medio ambiente son tan importantes como la calidad de los productos. Han conseguido unir los saberes más antiguos sobre botánica farmacéutica con los avances científicos en dermocosmética, creando fórmulas ecológicas e innovadoras. Fabrican sus productos en España, más concretamente en la capital madrileña, donde disponen de laboratorio propio. Están comprometidas con la vida en cualquiera de sus formas, por ello son cosmética 100% natural, orgánica, sostenible y vegana certificada. Han recibido el premio BioCultura 2019 en el apartado de cosmética y estuvieron en BioCultura Madrid.

Detrás de Herbera está Mayte García (en la foto, recogiendo el premio BioCultura 2019 en la Gran Gala del Mundo Bio que se celebró en Valencia), una farmacéutica cautivada por el mundo de la fitoterapia y la dermocosmética. Después de trabajar en un laboratorio cosmético, viajó a Centroamérica para investigar sobre las relaciones de las comunidades indígenas con las plantas y aprender sobre otras especies que aquí desconocía. Se especializó en formulación con diferentes másters y posgrados en fitoterapia, cosmética natural y en normas de correcta fabricación mientras desarrollaba y probaba sus fórmulas. En 2016 se lanzó a crear su propio laboratorio en Madrid y nació Herbera.

-¿Cuál es el balance de estos años al frente de Herbera?

-El balance es muy positivo. Desde el principio tuve claro que quería tener mi propio laboratorio. Formular y crear una línea de cosmética que fuera ecológica, vegana y sostenible era mi pasión. Así que la apuesta era arriesgada y más teniendo en cuenta los obstáculos que encuentra un emprendedor en los inicios de su actividad. Pero me siento muy orgullosa de lo conseguido. Herbera cada año evoluciona y son muchas las personas que usan nuestra cosmética y nos recomiendan. Gracias a ello podemos seguir lanzando nuevos productos con los que aportar nuestro granito de arena al mundo de la cosmética saludable.

EL PÚBLICO

-¿Quiénes son vuestros clientes? ¿Por qué acuden a vosotros?

-Tenemos clientes de todo tipo pero quizás el cliente más común sea mujer entre 30 y 50 años que busca una cosmética respetuosa con su piel y efectiva. Muchas personas llegan a Herbera después de haber probado de todo para tratar la piel sensible o con rosácea y consiguen con nuestros productos calmar y recuperar la vitalidad de su piel. También tenemos muchos clientes preocupados por el medio ambiente y veganos convencidos de que existe otra forma de producción y consumo más respetuosa con el planeta.

-¿Cuáles son las joyas de la corona y/o lo más demandado? ¿De qué producto os sentís más satisfechos?

-La joya de la corona siempre ha sido el Contorno de ojos. Su formulación, su eficacia y su formato le han convertido en el producto top ventas de Herbera, seguido muy de cerca por el agua micelar y el fluido antiedad de hialurónico, granada y uva. También, como comentaba antes, nuestros fluidos faciales para pieles sensibles o para pieles con tendencia acnéica han sido siempre muy demandados. Pero ahora, sin duda, están despuntando mucho y nosotras nos sentimos muy orgullosas de la línea de Bio Serum para tratar el envejecimiento de la piel, que ha ganado además el premio BioCultura 2019. Llevamos más de un año trabajando en esta gama y el resultado ha sido unos productos realmente redondos, en formulación, textura, fragancia, eficacia y formato.

Foto: EcoArchivo

Detrás de Herbera está Mayte García

Carolina Sánchez

Foto: EcoArchivo

Mayte García recogiendo el Premio BioCultura 2019 Cosmética en la Gran Gala del Mundo Bio, celebrada este año en Valencia

LA CERTIFICACIÓN CERCANA Y PROFESIONAL

-¿Quién te certifica y por qué?

-Estamos certificados por BioInspecta bajo la Norma BioVidaSana por diferentes motivos: primero, porque es una de las normas más exigentes en cosmética ecológica; lo segundo, porque está pensada para pequeñas y medianas empresas, primando la elaboración artesanal, el incremento de la sostenibilidad y el mercado local; por último y más importante, por su cercanía y profesionalidad. Nuestro objetivo al certificarnos es dar confianza al consumidor para que pueda estar seguro de estar comprando lo que dice la etiqueta y para ello la Norma BioVidaSana pone especial atención asegurándose de que la información que el producto ofrece al consumidor sea exacta y clara.