



# BOSQUES y CONSUMO RESPONSABLE

**Interés del consumidor español  
hacia los productos con etiqueta  
de gestión forestal sostenible**



Ministerio de Medio Ambiente



**OCU 25 años**  
*...nos queda mucho por hacer  
¿te apuntas?*

## **Campaña de información sobre productos etiquetados procedentes de bosques gestionados de forma sostenible**

© **WWF/Adena**

Santa Engracia, 6  
28010 Madrid  
Tel.: 91 308 23 09/10  
Fax: 91 308 32 93

© **OCU**

**Organización de Consumidores y Usuarios**

Milán, 38  
28043 Madrid  
Tel.: 91 300 00 45  
Fax: 91 388 73 72

*Madrid diciembre de 2000*

**Textos:** Cristina Gómez.

**Coordinadores:** Raquel Gómez, Jorge Bartolomé e Isaac Vega.

**Diseño:** Amalia Maroto (WWF/Adena).

**Fotomecánica:** FCM Preimpresión, S.L., Madrid.

**Imprenta:** Artes Gráficas IRIS, S.A., Madrid.

**Depósito Legal:**

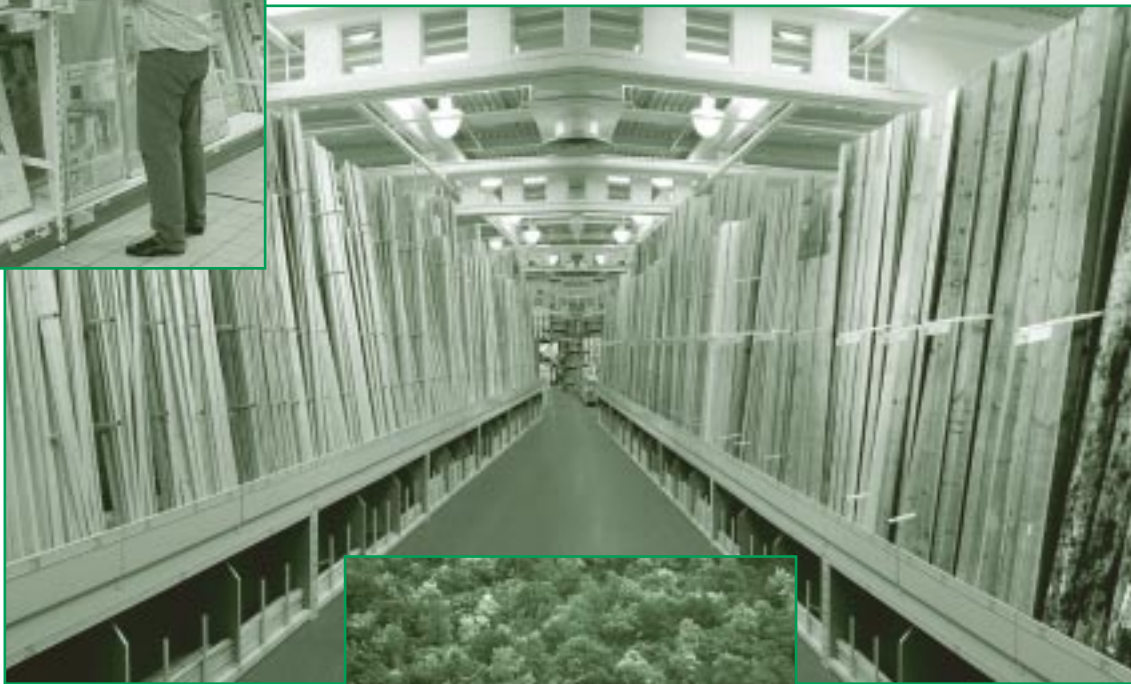
*Esta publicación presenta los principales resultados de una encuesta de mercado realizada por la empresa de estudios de mercado y marketing INVIMARK, S.A., por encargo de la OCU en colaboración con WWF/Adena, que ha contado con una subvención del Ministerio de Medio Ambiente (MIMAM).*

# BOSQUES y CONSUMO RESPONSABLE

**Interés del consumidor español  
hacia los productos con etiqueta  
de gestión forestal sostenible**



Eroski



Eroski



WWF/Ovidio G. Fernández

# 1 PRESENTACIÓN

## **El bosque nos ofrece lo mejor de sí, sin pedir mucho a cambio... tan sólo un trato respetuoso**

En cualquier época y en todo lugar, el hombre ha tenido y aún sigue manteniendo una fuerte relación con el bosque, del que obtiene cobijo, alimento, combustible, material de construcción y otros muchos recursos. No hay persona en el mundo que pueda decir que jamás consumió un producto forestal. El bosque se nos hace indispensable por el valor de sus productos.

Todos sabemos que la superficie que actualmente ocupan los bosques es mucho menor que hace unos miles de años; es más, en los últimos 30 años se ha producido la mayor disminución de la cubierta forestal a nivel mundial, registrándose una pérdida del 20% sobre la superficie original. Con el objetivo de suplir nuestras necesidades crecientes, hemos transformado grandes extensiones forestales en terreno agrícola o dedicado a soportar infraestructuras. También el uso excesivo de algunos recursos en lugares concretos lleva consigo una disminución de calidad ambiental y otras muchas amenazas se ciernen sobre los bosques por su aprovechamiento indiscriminado.



WWF/Adena

A pesar de todo, la superficie forestal que aún sobrevive tendría suficiente capacidad para proporcionarnos los recursos que necesitamos de ellos. Realizando una buena gestión, que sea beneficiosa para la sociedad, al tiempo que ambientalmente responsable y económicamente viable, podremos mantener el equilibrio del bosque, y nuestras exigencias de consumo quedarán satisfechas.

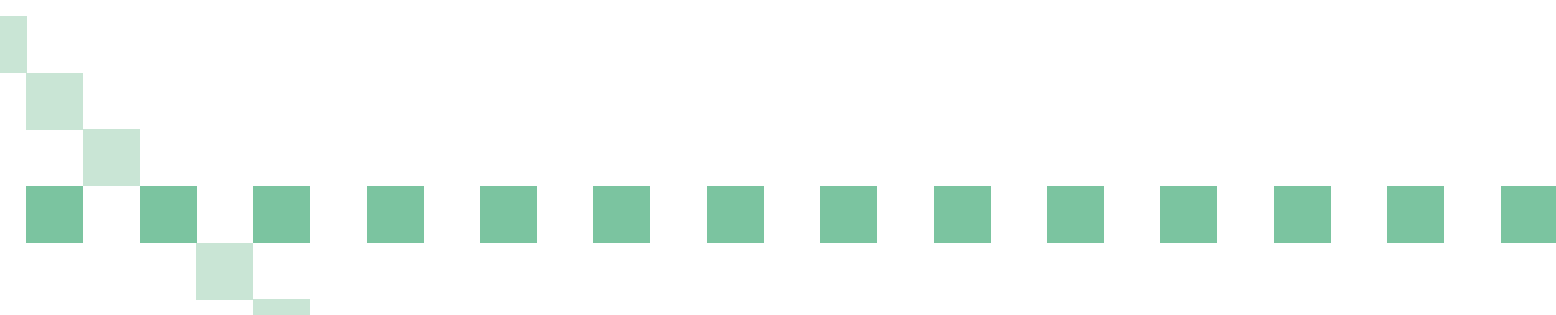
La sociedad actual, sensible y bien informada de cuanto pasa a su alrededor, está cada vez más comprometida con la preservación de la naturaleza. Cada individuo quiere colaborar en la medida de sus posibilidades a mantener el estado de los bosques, e incluso mejorarlo. Desde su posición privilegiada como último eslabón en la cadena de mercado, el consumidor tiene la posibilidad de actuar solicitando a las empresas que adopten, en sus métodos de producción, criterios acordes con los principios de sostenibilidad. Así, las empresas obrarán en consecuencia, exigiendo de sus proveedores materiales con origen certificado, y poniendo a disposición de la sociedad lo que ésta actualmente demanda.

Al promover la utilización de materiales con certificado FSC, las empresas estarán impulsando la mejora de la gestión forestal, y por tanto la conservación de los bosques. De esta forma, contribuirán a que el suministro de su materia prima a medio y largo plazo quede asegurado.

**Raquel Gómez**  
*Responsable del Área de Bosques de WWF/Adena*

## Índice

|   |    |
|---|----|
| 1. Presentación .....   | 3  |
| 2. Resumen .....  | 5  |
| 3. El etiquetado de gestión forestal sostenible FSC .....   | 6  |
| 4. El Proyecto: <i>Campaña de información sobre productos etiquetados procedentes de bosques gestionados de forma sostenible. FICHA TÉCNICA</i> ..... | 7  |
| 5. El interés del consumidor español: Resultados del estudio .....  | 8  |
| 5.1. Preocupación por la conservación de los bosques españoles y del resto del mundo .....  | 8  |
| 5.2. ¿Qué hacemos los españoles por los bosques? .....  | 9  |
| 5.3. La idea del etiquetado forestal sostenible nos parece... ..  | 9  |
| 5.4. ¿Estamos dispuestos a pagar más por un producto certificado? .....   | 10 |
| 5.5. ¿Cuánto más estamos dispuestos a pagar? .....  | 10 |
| 5.6. ¿Estamos dispuestos a desplazarnos para adquirir un producto certificado? .....  | 11 |
| 5.7. ¿Dónde preferimos encontrar los productos certificados? .....  | 11 |
| 5.8. ¿Hacemos uso de la información de las etiquetas? .....   | 12 |
| 5.9. ¿Quién debe garantizar la veracidad de las etiquetas de gestión forestal sostenible? .....   | 12 |
| 6. Conclusiones .....   | 13 |
| 7. ¿Qué puedo hacer yo? .....   | 14 |
| 8. ¿Quién es quién? .....   | 15 |
| 9. Agradecimientos .....  | 16 |



## 2 RESUMEN

Entre las principales amenazas para los bosques, se encuentran su gestión inapropiada y la explotación abusiva, e incluso ilegal en muchos casos, de las masas forestales. La certificación forestal del Forest Stewardship Council (FSC) es una iniciativa mundial que promueve la **gestión forestal económicamente viable, socialmente beneficiosa y ambientalmente responsable** en los bosques de todo el mundo, para asegurar su conservación.

**El etiquetado de productos derivados de la madera con el sello FSC, permite al consumidor informado adquirir artículos que proceden de bosques gestionados de forma adecuada.**

La oferta de productos FSC en España es pequeña, apenas unos pocos frente a los más de 10.000 que existen en todo el mundo; en este sentido, el consumidor de nuestro país se encuentra en desventaja frente a otros, al no tener acceso a los productos que garantizan un origen bien gestionado, y no poder realizar un consumo responsable y comprometido con el medio ambiente.

En España, la iniciativa del FSC es promovida por WWF/Adena y apoyada por la OCU (Organización de Consumidores y Usuarios). Estas dos organizaciones han colaborado en la realización de un proyecto para conocer las exigencias y preferencias en productos de madera del consumidor español en relación a su percepción sobre el origen de los mismos y su interés por aquellos con etiqueta de gestión forestal sostenible.

**En este estudio original se han obtenido datos interesantes sobre las preferencias de los consumidores, que podrán orientar a las empresas en la planificación de sus estrategias de mercado.**

Entre los resultados del estudio, recogidos en estas páginas, se puede destacar que el consumidor de productos procedentes de los bosques, está muy preocupado por su conservación. Conscientes de la necesidad de actuar para cambiar la tendencia de degradación, más de un 95% de los entrevistados en el estudio piensan que el etiquetado de gestión forestal sostenible (FSC) es una buena idea, a pesar de no estar aún muy informados sobre la misma. Los datos revelan que el consumidor estaría dispuesto a hacer un gran esfuerzo, no sólo de tipo económico, por la adquisición de productos con certificación de origen sostenible. **Siete de cada diez ciudadanos pagarían entre un 5 y un 14% más por artículos FSC**, y cuatro de cada cinco se desplazarían a un establecimiento distinto del habitual para conseguirlos. Además, los encuestados depositan principalmente su confianza en la Administración como garante de la veracidad del etiquetado (48,9%) y otro 39,2% lo hace en asociaciones de defensa de la naturaleza y de consumidores.

El consumidor que abandonó el uso de productos de madera en favor de otros materiales sustitutos, con el propósito de preservar los recursos naturales, tiene ahora la oportunidad de recuperar la calidad que desea en los artículos con certificación de origen. Gracias a este consumo responsable la madera se revaloriza, como producto renovable y ambientalmente apropiado.



WWF-Canon/Tony Rath

### 3 EL ETIQUETADO DE GESTIÓN FORESTAL SOSTENIBLE FSC

Desde la creación del FSC en 1993, más de 200 bosques de 30 países del mundo, abarcando más de 19 millones de hectáreas, han sido certificados siguiendo los Principios del FSC, logrando que se realice en ellos una gestión adecuada y se respeten sus valores asociados. Por otra parte, entre las más de 650 empresas que apuestan por la certificación FSC priorizando el uso de sus productos, se encuentra The Home Depot, la mayor cadena del mundo de *Hágalo usted mismo* o los fabricantes alemanes de lápices Faber-Castell, por poner algunos ejemplos. Asimismo en obras públicas como los estadios de la olimpiada de Sydney se ha utilizado madera de bosques con garantía de buena gestión FSC.

En España la certificación forestal ha sido reconocida en la Estrategia Forestal Española publicada en el año 2000 por el Ministerio de Medio Ambiente (MIMAM) como un instrumento positivo para mejorar la gestión y los procesos productivos. También se está recomendando y utilizando en algunas obras públicas, y un número creciente de empresas apuestan por ella.

Las ONGs ambientalistas más importantes del mundo (WWF, Greenpeace, Amigos de la Tierra, etc.), además de organizaciones sociales y de consumidores, reconocen el sello FSC como el único que garantiza la gestión adecuada de los bosques. Hoy en día existe una enorme variedad de productos con este sello: papel, tableros y casas prefabricadas entre otros. Estos artículos se van introduciendo en el mercado español muy lentamente, y el consumidor no disfruta todavía de la posibilidad de elegir entre la misma variedad que otros usuarios europeos; tiene poca información sobre los productos FSC y apenas acceso a ellos.

La OCU apoya desde hace varios años la certificación FSC, y contribuye activamente en España al desarrollo de este sistema. Uno de sus objetivos es la difusión de esta iniciativa entre los consumidores a través de la información.



WWF/Raquel Gómez

Por su parte, WWF/Adena apoya a las entidades españolas que deciden comprometerse con el desarrollo del etiquetado FSC. Actualmente coordina una agrupación de empresas (**WWF-Grupo 2000**) dentro de la **Red Internacional de Bosques y Comercio**, que promueve la mejora de la gestión de bosques en todo el mundo a través de la certificación forestal. Las empresas que pertenecen a este grupo han acordado de forma responsable ir sustituyendo progresivamente sus productos de madera por otros certificados bajo los principios del FSC. Estos artículos etiquetados, permitirán su acceso a nuevos y crecientes mercados sensibles con los problemas ambientales.

A la vista de esta situación, se hacía necesario conocer la actitud frente a la certificación forestal de la sociedad española, e investigar el interés del consumidor final respecto al etiquetado FSC.

# 4 EL PROYECTO

## Campaña de información sobre productos etiquetados procedentes de bosques gestionados de forma sostenible

Subvencionado por el MIMAM a través de la línea de ayudas de la Dirección General de la Naturaleza para la realización de actividades de la conservación de la naturaleza y actividades coadyuvantes con la Estrategia Forestal Española, la OCU y WWF/Adena han llevado a cabo un proyecto titulado: *Campaña de información sobre productos etiquetados procedentes de bosques gestionados de forma sostenible*. Con él se ha pretendido, mediante el acercamiento a los consumidores, distinguir sus exigencias y preferencias en productos procedentes de nuestros bosques.

### Ficha técnica

El trabajo de campo lo realizó INVYMARK, entrevistando a 807 personas de edades comprendidas entre 25 y 65 años que fueron seleccionados de manera aleatoria entre los clientes que acudieron a comprar entre los días 19 y 21 de octubre de 2000 a establecimientos comerciales de Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Leioa (Vizcaya) de Alcampo, Aki, Carrefour, Eroski, Ikea, Grupo Gestión y Compra, y Merkamueble Europa.

La revisión, depuración, supervisión, grabación y tabulación de los cuestionarios se efectuó en Madrid entre los días 23 y 25 de octubre de 2000.

La investigación tiene un margen de error máximo, para datos globales, de +/- 3,5% en las condiciones estadísticas convencionales  $p=q=50$  y un nivel de confianza del 95,5%.

Los principales resultados de la encuesta se recogen en esta publicación.

Para entender la situación actual del sector, se realizó un estudio de mercado identificando a los principales minoristas de productos derivados de la madera en España. Con los resultados del mismo y mediante unos criterios de selección, diez empresas representativas fueron invitadas a colaborar en el proyecto.

Representantes de la OCU, WWF/Adena e importantes empresas del sector del mueble y afines, participaron en el diseño del cuestionario que fue elaborado por la empresa de estudios de mercado y marketing INVYMARK S.A. Esta encuesta debía servir para conocer la percepción del consumidor en relación con el origen de los productos y su interés hacia aquellos con etiqueta de gestión forestal sostenible.



El 20 de septiembre de 2000, técnicos de OCU, WWF/Adena, INVYMARK y varios representantes de grandes superficies que venden productos de madera, se reunieron para diseñar el cuestionario dirigido a los consumidores.

WWF/Raquel Gómez

# 5 EL INTERÉS DEL CONSUMIDOR ESPAÑOL

## Resultados del estudio

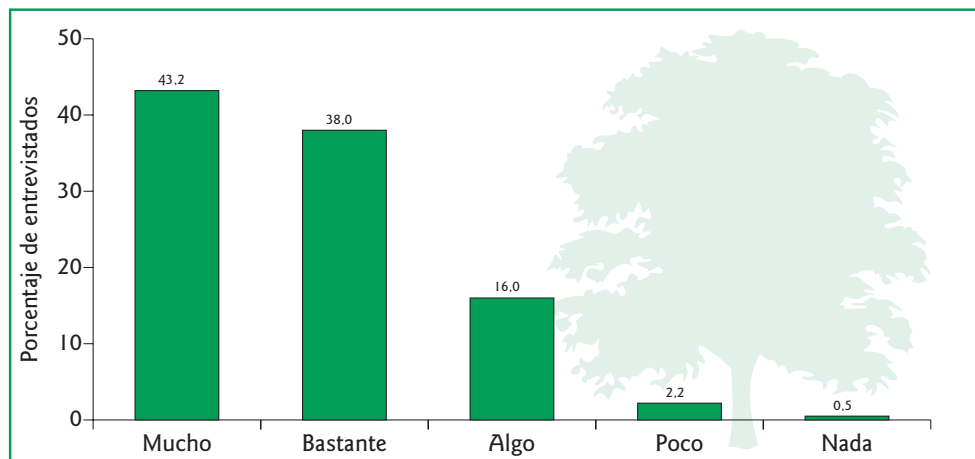
A continuación se exponen los resultados de la encuesta llevada a cabo para conocer la percepción del consumidor en relación con el origen de los productos y su interés hacia aquellos con etiqueta de gestión forestal sostenible.

### 5.1 Preocupación por la conservación de los bosques españoles y del resto del mundo

Cuando al consumidor español de productos de madera se le pregunta acerca de su conocimiento de la situación actual de los bosques, tanto en España como a nivel mundial, reconoce estar preocupado por su estado de conservación. Para muchos es un tema inquietante, mientras que sólo unos pocos permanecen indiferentes.

El gráfico muestra los porcentajes de entrevistados que están “muy preocupados” (43%) o “bastante preocupados” (38%).

**Preocupación por la conservación de los bosques**

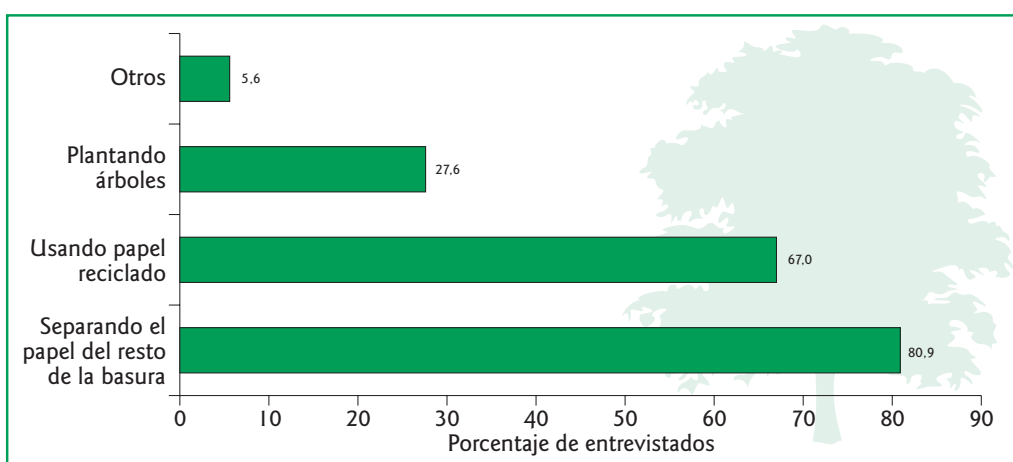


## 5.2 ¿Qué hacemos los españoles por los bosques?

La preocupación o inquietud del ciudadano español por el medio ambiente, no es sólo algo que esté de moda o socialmente bien visto; muchos de los consumidores tienen un compromiso personal con la naturaleza y no permanecen pasivos ante la situación de degradación de los bosques; sino que tratan de contribuir a su conservación a través de la realización de diversas acciones.

Plantar árboles es una práctica relativamente común y las actividades más frecuentemente realizadas son la separación de papel del resto de la basura y la utilización de papel reciclado. Por tanto, parece claro que el ciudadano se compromete de manera activa en la conservación, cuando dispone de medios a su alcance.

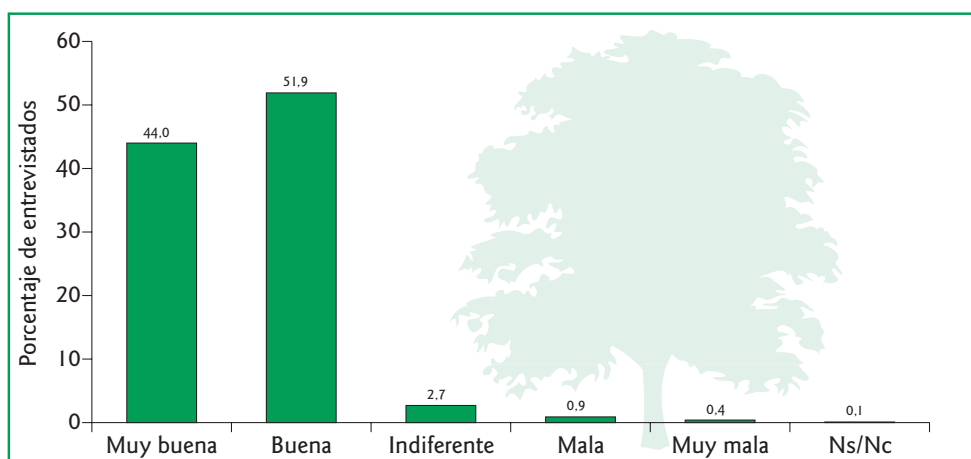
### Participación activa en la conservación de los bosques



## 5.3 La idea del etiquetado forestal nos parece...

Al preguntarles qué les parecía la idea de la etiqueta de gestión forestal sostenible FSC, que garantiza las buenas prácticas de gestión en la masa forestal de donde proviene el artículo, la mayoría de los encuestados consideraron que la existencia de la etiqueta de gestión sostenible FSC es una “buena” (52%) o “muy buena” (44%) idea, a pesar de ser pocos los que a priori conocían la existencia de dicha etiqueta.

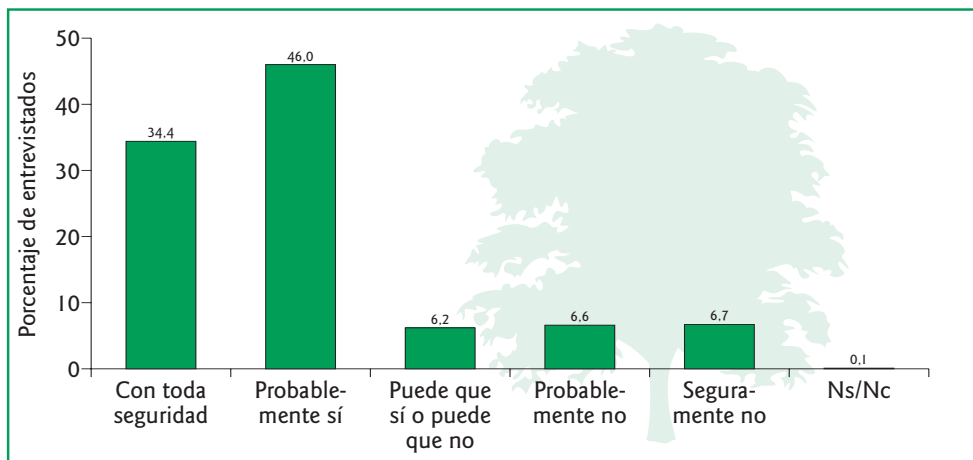
### Participación activa en la conservación de los bosques



## 5.4 ¿Estamos dispuestos a pagar más por un producto certificado?

Al conocer la existencia y el significado del etiquetado FSC, casi todos los entrevistados mostraron su opinión favorable a la compra de estos productos de madera. Muchos de ellos, el 80%, están dispuestos a realizar un esfuerzo económico en favor de la garantía de origen del producto. Por su parte, los que manifestaron tener dudas sobre su disposición a pagar más por un producto certificado, lo justificaron por razones económicas, o porque no entienden que haya que pagar más por un producto semejante, independientemente del proceso seguido en su fabricación y lugar de origen.

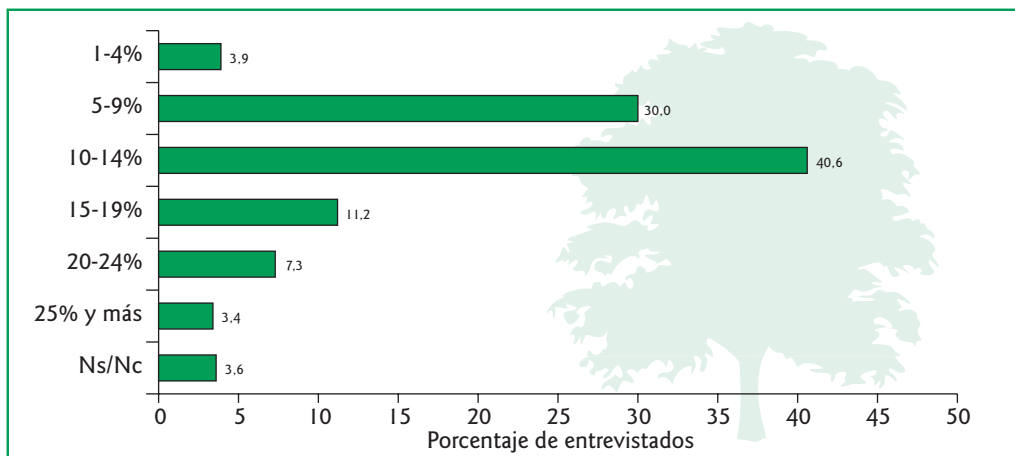
### Disposición a pagar más por un producto con etiqueta de gestión forestal sostenible



## 5.5 ¿Cuánto más estamos dispuestos a pagar?

Cada consumidor está dispuesto a pagar una cantidad distinta por el producto que se diferencia de otros en la forma de tratar los bosques de origen. Los resultados de la encuesta ponen de manifiesto que cuatro de cada diez consumidores pagarían entre un 10 y un 14% más por productos con etiqueta de buena gestión forestal FSC y siete de cada diez entre un 5 y un 14%.

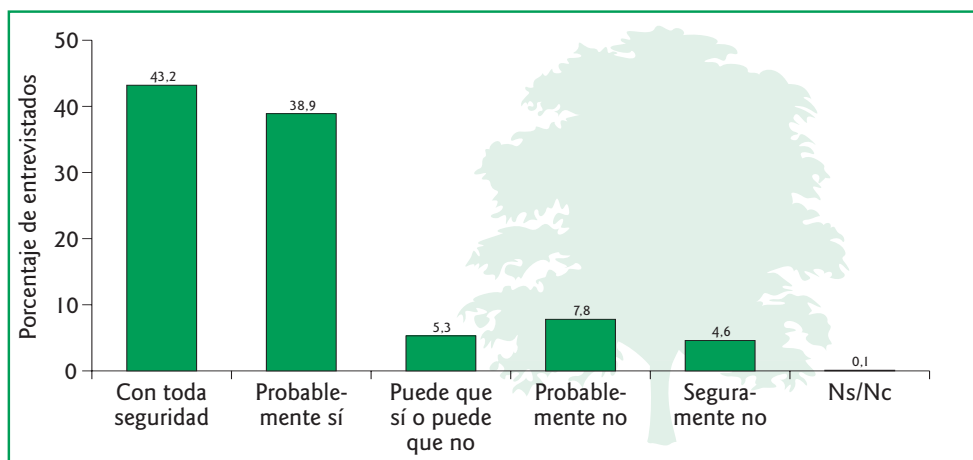
### Incremento de precio asumible



## 5.6 ¿Estamos dispuestos a desplazarnos para adquirir un producto certificado?

Actualmente los productos con etiqueta de buena gestión forestal FSC no se pueden encontrar en todos los establecimientos. Por este motivo los encuestados fueron preguntados sobre su disposición a desplazarse a lugares distintos de su local de compra habitual en busca de estos artículos. La mayoría no dudó en afirmar que se desplazaría a otros establecimientos para adquirir el producto deseado: cuatro de cada diez entrevistados lo haría “con toda seguridad”, y el 39% “probablemente”.

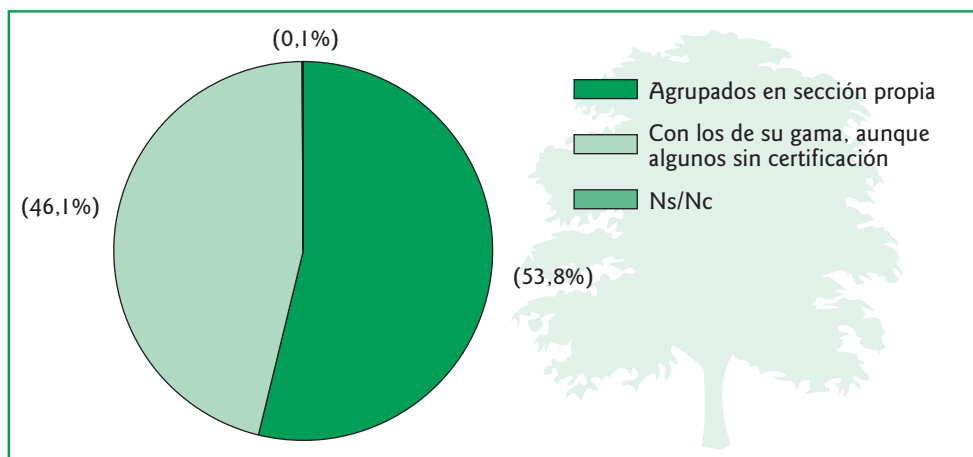
### Disposición a desplazarse a un establecimiento no habitual para adquirir productos etiquetados



## 5.7 ¿Dónde preferimos encontrar los productos certificados?

Una vez que el establecimiento le ofrece el producto que busca, no se puede afirmar que el consumidor manifieste alguna preferencia sobre su localización. Algunos querrían que todos los productos certificados estuviesen agrupados formando una sección propia, aunque sean de gamas diferentes. Otros prefieren encontrarlos mezclados con los de su gama, independientemente de que algunos no tengan la certificación.

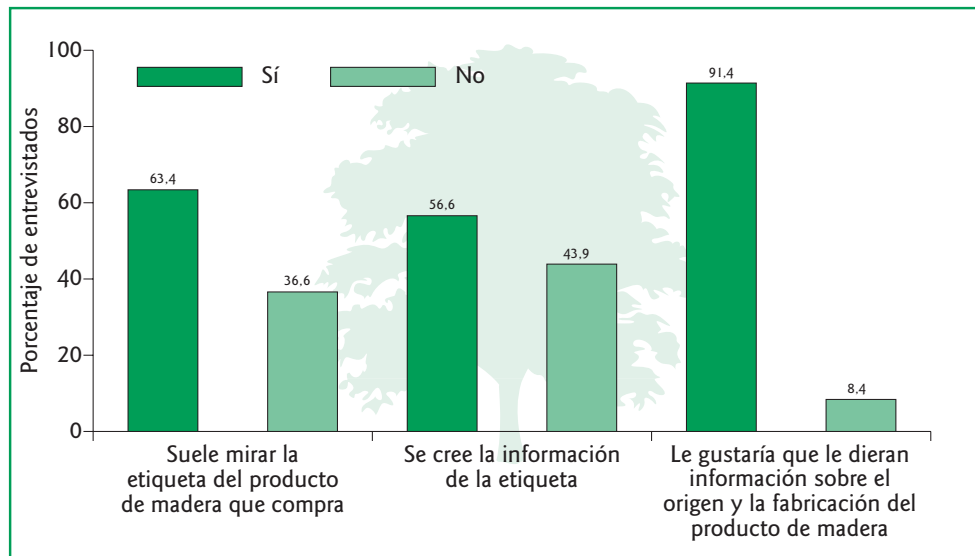
### Localización de los productos de madera certificada dentro del establecimiento



## 5.8 ¿Hacemos uso de la información de las etiquetas?

Usualmente, el consumidor mira la etiqueta del producto de madera que compra en busca de datos de interés (así lo afirman seis de cada diez entrevistados). Sin embargo, también es frecuente que desconfíe de la veracidad de la información que en ésta aparece (56%). El sondeo mostró que la gran mayoría de los consumidores quiere disponer de información sobre el origen y la fabricación de los artículos de madera que adquiere.

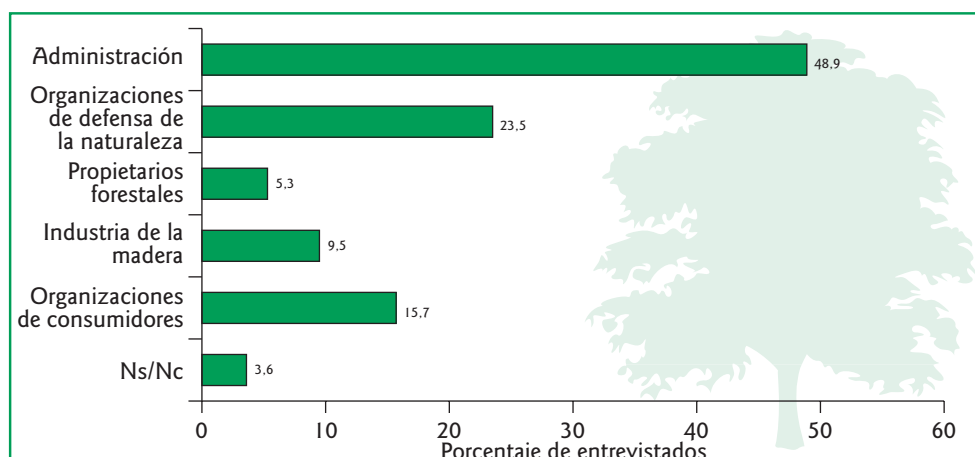
**Comportamiento frente a etiquetas**



## 5.9 ¿Quién debe garantizar la veracidad de las etiquetas de gestión forestal sostenible?

Ante esta situación de desconfianza respecto al etiquetado de productos, se consultó sobre quién puede o debe garantizar la veracidad de las etiquetas de gestión forestal sostenible. Asociaciones de defensa de la naturaleza y organizaciones de consumidores aparecen para el 39,2% de encuestados como garantes fidedignos, y casi la mitad (48,9%) piensa que es la Administración quien debería realizar esta función.

**Confianza en los organismos que deben garantizar la etiqueta**



## 6 CONCLUSIONES

El consumidor español está cada vez más sensibilizado con la problemática de los bosques, provocada en gran parte por las malas prácticas forestales llevadas a cabo, y se muestra preocupado por su desaparición y pérdida de calidad. En la medida de sus posibilidades quiere contribuir al cambio de esa situación, pero muchas veces no sabe cómo hacerlo, está desorientado y no tiene la información suficiente para actuar.

Por eso es necesario que conozca las iniciativas que contribuyen a la conservación de nuestros bosques y sus valores asociados; mostrarle que existen opciones a su alcance, como el etiquetado de buena gestión FSC, para que sea él quien realice una elección responsable y consecuente con su conciencia ambiental.

**Gran parte de los consumidores de productos derivados de la madera considera que diferenciar los productos con garantía de origen de otros con procedencia desconocida, es una buena idea. Además, el ciudadano está dispuesto a desplazarse a establecimientos distintos de los habituales, e incluso a pagar más para conseguir esos productos de origen sostenible y cuyos procesos de transformación acreditan su procedencia.**

El acceso del ciudadano a productos que tengan este sello no es fácil en el mercado español; apenas hay unos pocos de los disponibles en otros países. Es necesario que la oferta se amplíe, para que el consumidor español pueda superar su situación de desventaja a la hora de elegir y exigir productos respetuosos con el medio ambiente, y para garantizar que pueda ejercer su derecho a realizar un consumo responsable y sostenible.

Ahora, las empresas disponen de información valiosa y hasta hoy inédita que les permite desarrollar y ajustar sus estrategias de mercado, y de esta forma satisfacer la demanda de la sociedad actual. Con ello ejercen su responsabilidad hacia el medio ambiente y contribuyen a garantizar el futuro de los recursos naturales.



Eroski

## ¿QUÉ PUEDO HACER YO?

No cabe duda que las empresas que utilizan madera en sus procesos de producción, tienen una enorme capacidad de influir en las formas de gestión de los bosques, al exigir a sus proveedores materiales con certificación de buena gestión forestal. Las 650 empresas que priorizan la madera procedente de bosques certificados FSC, ya se han dado cuenta. Entre ellas están las reunidas en el WWF-Grupo 2000, que han comenzado a trabajar a tiempo para no quedar descolgadas y no perder su cuota de mercado.

### ¿Qué pueden hacer industrias, tiendas de muebles y comercios?

- **Exigir a los proveedores y distribuidores productos etiquetados con el sello FSC.**
- **Incorporar en el proceso de comercialización y transformación de sus productos la cadena de custodia, para que puedan llevar el sello FSC.**
- **Entrar a formar parte de la Red Internacional de Bosques y Comercio a través del WWF-Grupo 2000 español.**

Gracias al valor que añade el sello FSC a los productos, la imagen de mi empresa frente al consumidor mejora, pues aprecia mi respeto y preocupación por el medio ambiente. Además, trabajar con un producto de vanguardia reconocido internacionalmente incrementa mi cuota de mercado, y me coloca en una situación competitiva y ventajosa en el mercado español, donde la demanda de productos ambientalmente respetuosos es cada vez mayor.

### ¿Qué pueden hacer los ayuntamientos y organismos oficiales?

- **Utilizar productos FSC en la ejecución de las obras públicas.**
- **Incentivar entre la opinión pública, la industria y los comercios, el uso y el comercio de productos ambiental y socialmente responsables.**
- **Informar a la opinión pública sobre la destrucción de los bosques en el mundo y la importancia del consumo responsable de productos FSC.**

La administración pública tiene la responsabilidad de promover iniciativas respetuosas con el medio ambiente, para conservar y proteger los bosques mediante una buena gestión. Además, debería dar su apoyo a las empresas para que adopten en sus circuitos de comercialización productos forestales etiquetados con el sello FSC y garantizar su competitividad frente a los mercados internacionales.

# 8 ¿QUIÉN ES QUIÉN?

## FSC (*Forest Stewardship Council*)

Organización no gubernamental sin ánimo de lucro fundada en 1993 en Toronto (Canadá) y con sede en Oaxaca (México).

Es una organización democrática cuyos miembros se reparten en 3 cámaras: económica, social y ambiental, con el mismo poder de decisión. Asimismo, dentro de cada cámara, se mantiene un equilibrio entre los países del Norte y del Sur.

Su misión es promover una gestión socialmente beneficiosa, ambientalmente responsable y económicamente viable en los bosques de todo el mundo. Su principal actividad es acreditar a las entidades certificadoras que operan bajo los 10 Principios y 56 Criterios de buena gestión, reconocidos mundialmente y aplicables a todos los tipos de bosques del mundo.

## OCU

La Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) es una asociación sin fines de lucro, constituida en 1975 al amparo de la Ley de Asociaciones de 1964.

La OCU es miembro de pleno derecho de la Internacional de Consumidores (CI), del consorcio mundial de asociaciones de consumidores independientes dedicadas a análisis comparativos International Testing (IT) y de la Oficina Europea de los consumidores (BEUC), y es socio fundador de la Asociación Europea de Consumidores (Euroconsumers).

La OCU apoya la certificación forestal FSC y quiere contribuir a que el consumidor español conozca su existencia. Ha sido la entidad beneficiaria de la subvención del MIMAM para el proyecto "Campaña de información sobre productos etiquetados procedentes de bosques gestionados de forma sostenible".

## WWF/Adena

Organización no gubernamental sin ánimo de lucro, declarada de utilidad pública, fue fundada en 1968. Es la delegación española de WWF, una de las organizaciones de conservación de la naturaleza más importantes del mundo, que desarrolla proyectos en más de 100 países y cuenta con más de 5 millones de socios y colaboradores.

WWF y OCU han promovido el desarrollo del estudio cuyos resultados se muestran en esta publicación, para conocer el interés del consumidor español hacia productos de madera con etiqueta de gestión sostenible.



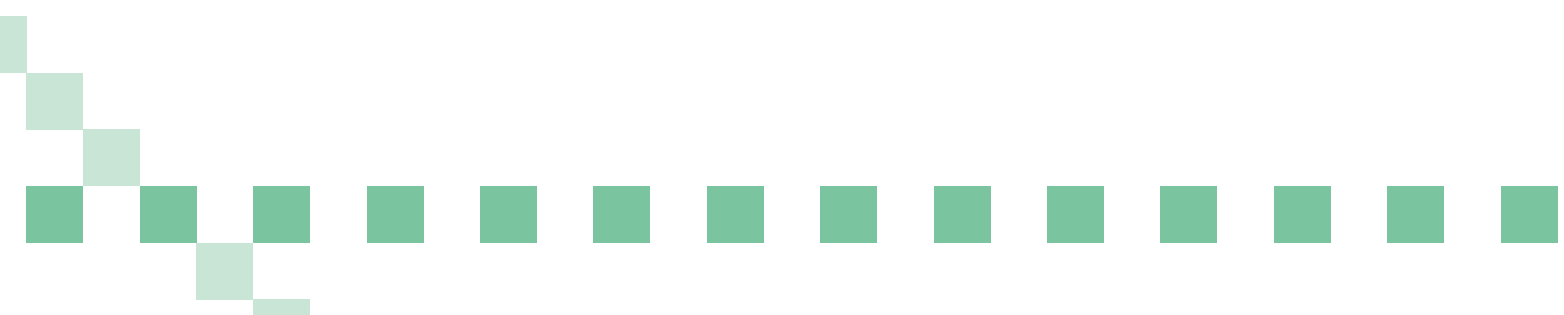
WWF/Cristina Gómez



## Agradecimientos

Nuestro sincero agradecimiento a todas las empresas que participaron en el proyecto, colaborando en el diseño del cuestionario y/o permitiendo la ejecución de las encuestas entre sus clientes:

Aki, Alcampo, Carrefour, Eroski, Ikea, Grupo Gestión y Compra y Merkamueble Europa.





*Para más información contactar con:*

**WWF/Adena**

Santa Engracia, 6  
28010 Madrid  
Tel.: 91 308 23 09/10  
Fax: 91 308 32 93  
E-mail: [wwfgrupo2000@hotmail.com](mailto:wwfgrupo2000@hotmail.com)

**OCU**  
**Organización**  
**de Consumidores**  
**y Usuarios**

Milán, 38  
28043 Madrid  
Tel.: 91 300 00 45  
Fax: 91 388 73 72



Ministerio de Medio Ambiente

