

LABORATORIO DE INNOVACIÓN SOCIAL: REPENSANDO LA ALIMENTACIÓN EN LOS CAMPUS UNIVERSITARIOS¹



LABS
DE INNOVACIÓN SOCIAL:
REPENSAR LA ALIMENTACIÓN EN LOS
CAMPUS UNIVERSITARIOS

WWW.SOSTENIBILIDADALIMENTARIA.ORG

GOSA MADRID
Grupo Operativo de
Sostenibilidad Alimentaria

Alimentando al Campus

UN CAMBIO DE MODELO ALIMENTARIO ES POSIBLE

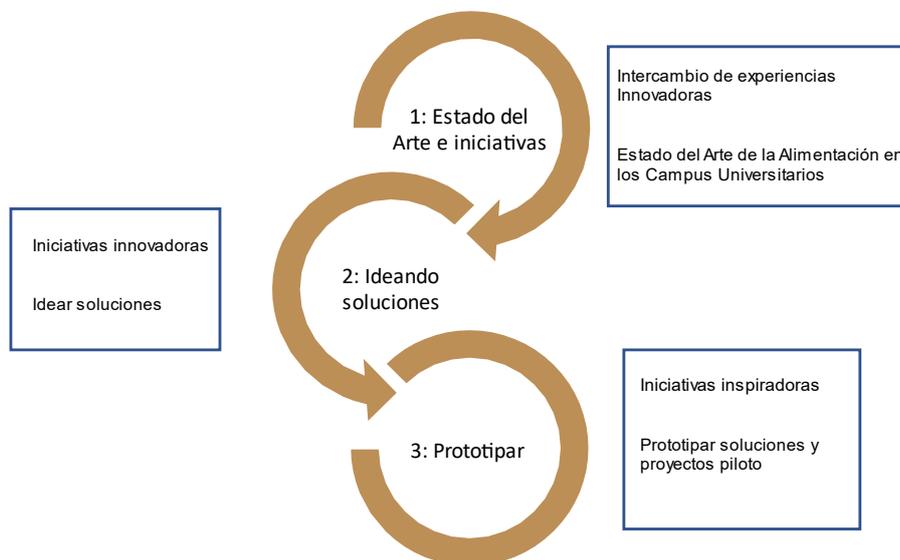
LOS PROYECTOS "GRUPO OPERATIVO ALIMENTANDO AL CAMPUS" Y "GRUPO OPERATIVO SUPRA AUTONÓMICO ALIMENTACIÓN PÚBLICA SOSTENIBLE 4.0" FINANCIADOS POR:

PROGRAMA DE DESARROLLO RURAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID 2014-2020

Taller 3: Prototipar proyectos

El miércoles 24 de marzo tuvo lugar el tercer taller de los Laboratorios de innovación Social. Este taller se titula: Prototipar proyectos y su objetivo es desarrollar proyectos piloto que promuevan la alimentación sostenible en los campus, a partir de las ideas que surgieron en el segundo taller.

¹ Esta actividad es parte de los proyectos "Grupo Operativo Alimentando Al campus" y "Grupo Operativo Supra Autonómico Alimentación Pública Sostenible 4.0" financiados por



Desarrollo del Taller 3

A) Presentación de iniciativas Inspiradoras

En un primer momento contamos con la presencia de dos iniciativas inspiradoras para introducir el trabajo:

- Juan Carlos Barrios (Global Action Plan): *Food talks. Proyecto europeo Erasmus+*
- Luis Molina (D.G. de Sostenibilidad y Control Ambiental, Ayto. Madrid): *Proyecto europeo Food wave. Empowering Urban Youth for Climate Action.*

Puedes ver el vídeo de las presentaciones [aquí](#).

B) Trabajo en grupos:

A partir de los resultados del segundo taller (ver dossier del Taller 2) en esta ocasión las personas participantes se dividieron en 4 grupos para elaborar las siguientes propuestas de proyectos piloto:

- 1) Campañas de sensibilización-Concursos
- 2) Etiquetado de los productos/menú en las cafeterías (huella, procedencia)
- 3) Mercados Agroecológicos
- 4) Las cafeterías como espacios de información (productores, productos, etc.)
- 5) Incluir la compra obligatoria de productos y servicios sostenibles en los pliegos de condiciones y realizar consultas anteriores al mercado.



- 6) Proyectos de Aprendizaje por Servicios a través de los huertos y el agrocompostaje.
- 7) Cursos de formación al personal de cocina.

C) Fichas de los proyectos:

1.- Campañas de sensibilización- Concursos

<p>Resumen</p> <p>Diferentes campañas de sensibilización dirigidas a la comunidad universitaria sobre alimentación sostenible y temas relacionados. Campañas participativas con implicación del alumnado y en formato concurso.</p> <p>Algunos ejemplos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concurso otoño-invierno-primavera: platos de temporada en las delegaciones - Acercamiento a experiencias en vivo - Campaña Sensibilización Global en la q se enmarca el compostaje 	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Sensibilizar y concienciar sobre la alimentación sostenible en los aspectos sociales, ambientales , ecológicos y de salud de la alimentación. -Implicar al alumnado en la realización de las campañas, no sólo en la participación. -Conocer proyectos de impacto real en el territorio q tratan la producción, la inclusión, la integración, etc. 	<p>Antecedentes / Modelos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Concurso carteles sobre percepción de la salud desde Ecocampus (UAH) -Salidas de Campo - carga de horas y créditos para integrar en asignaturas
<p>Actores implicados/ Recursos Humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profesorado de las universidades • Administración de las universidades • Alumnado 	<p>Recursos Materiales y económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dotación económica para los concursos • Recursos materiales para campañas (Cartelería, vídeo...) 	
<p>Dónde se lleva a cabo</p> <p>En los campus universitarios. Visitas a productores, ir a fincas y microindustrias.</p>	<p>Cuándo se lleva a cabo</p> <p>Próximo curso escolar</p>	<p>Actuaciones/Temáticas</p> <ul style="list-style-type: none"> -Campaña de mejora de hábitos. -calendarios para sensibilizar e informar de la temporada y otros aspectos. -Mensajes en bandejas. -Cartas en cafeterías más elaboradas y con etiquetado.
<p>Personas a las que se dirige</p> <p>Comunidad universitaria</p>	<p>Pros</p> <p>No requiere apoyo externo, la propia universidad lo puede llevar a cabo</p>	<p>Contras</p> <p>Necesario la implicación del profesorado y admin. De las universidades para que funcione</p>
	<p>Seguimiento y evaluación</p> <p>Al finalizar la campaña o concurso, indicadores de impacto, de cambios de modelos, etc.</p>	<p>Personas que se involucran</p> <p>Estudiantes y personal de la UAH</p>

2.- Etiquetado de los productos/menú en las cafeterías (huella, procedencia)

<p>Resumen Sistema de etiquetado que mejore la calidad (contenido y forma) de la información sobre los productos de cercanía/km0, ecológicos (no transgénico), de temporada, comercio justo + opciones vegetarianas/veganas + información nutricional + alérgenos (aunque ya obligatorio: más info sobre gluten...) Va de la mano con proyecto de incorporación de productos de temporada y cercanía, ecológicos en los menús.</p>	<p>Objetivos -Empoderar al consumidor para que pueda tomar decisiones más conscientes -Crear efecto llamada y fomentar que cada vez más empresas incorporen estos productos -Favorecer la formación/información de la comunidad implicada (personal de cocina, empleados de las cafeterías)</p>	<p>Antecedentes / Modelos - Ley sobre principales alérgenos (símbolos) - Experiencia de Red Natura alimentando al Campus (Escuela de Agrónomos - UPM). Piloto de medición de la H. de carbono - Eco score - Madrid Km Región: 6 indicadores: Agua, biodiversidad, gestión de suelo, condiciones laborales, cambio climático, huella de carbono, distancia consumo/producción (+ subindicadores)</p>
<p>Actores implicados/ Recursos Humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal de cocina y cafetería • Empresas de catering / Empresas de vending • Alumnado • Profesorado (asignaturas relacionadas) • Institución: equipos directivos (Decanato, Vicerrectorado) • Servicio de compras, Dirección de sostenibilidad • Productor (A condición de incorporar productos) 	<p>Recursos Materiales y económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cartelería • Sellos 	
<p>Dónde se lleva a cabo Servicios de RC de las universidades: comedores, cafeterías, vending.</p>	<p>Cuándo se lleva a cabo Posibilidad de empezar actuaciones 1) y 2) antes del verano (con una mayor carga al inicio del Cuatrimestre.) Las siguientes actuaciones 3) a 6) en 2º cuatrimestre.</p>	<p>Actuaciones/Temáticas 1-Formación de los actores 2-Diseño de las etiquetas: contenido/criterios y diseño gráfico 3-Campaña de información para explicar el sistema de etiquetado puesto en marcha 4- Monitorización, seguimiento de los <u>indicadores</u> 5- Implementación 6- Evaluación/feedback (encuesta)</p>

<p>Personas a las que se dirige</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas de la comunidad académica: usuarios (alumnado/profesorado/personal administrativo) • Personal de cafetería y cocina 	<p>Pros</p> <ul style="list-style-type: none"> -Buena disposición de las universidades (Campus sostenibles) e incluso del personal de cocina (Como se observó en el proyecto de Red Nat. Alimentando al Campus). -Alumnos: interesados en el aprendizaje/servicio para apoyar en el desarrollo de proyectos -Personal cualificado en las universidades en cuanto a información nutricional -Fácilmente replicable: una vez que se diseñe el piloto 	<p>Contras</p> <ul style="list-style-type: none"> -Viabilidad: esfuerzo extra para la R.C: cocineros, camareros sobre todo para trasladar toda esta información al consumidor. -Cómo garantizar la continuidad y poder ver los resultados? -Cómo garantizar la sostenibilidad económica de la iniciativa? -Cafetería: como espacio de consumo rápido, de paso, falta trabajar más el espacio.
	<p>Seguimiento y evaluación</p> <p>Diseño de indicadores eficientes</p>	<p>Personas que se involucran</p> <p>Mario a priori (en función del cronograma)</p> <p>Olaia a priori UPV</p> <p>Angélica "" UAM</p> <p>Marta "" UPV</p> <p>Celia " UAH</p>

3.- Mercados Agroecológicos

<p>Resumen</p> <p>Mercado en las Universidades mensual con productos locales y agroecológicos. Se puede ligar a un proyecto de aprendizaje y servicio para que se apoye de esa manera desde el alumnado</p>	<p>Objetivos</p> <p>Acercar el producto de cercanía, temporada y con criterios de calidad entre ellos el ecológico a los campus universitarios</p>	<p>Antecedentes / Modelos</p> <p>Universidad de Valencia, Red Natura Alimentando el Campus</p>
<p>Actores implicados/ Recursos Humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia de campus (común), alguna unidad ambiental (oficina verde p.ee. en URJC), departamentos de comunicación de los centros • Productores de cercanía, cámara agraria, organizaciones de economía social, economía circular, de comercio justo • Profesorado, asociaciones de estudiantes de las universidades, • Representantes de las administraciones locales donde están ubicadas las facultades, p.e. concejalías de ma. o relacionadas, asociaciones en el municipio relacionadas a este tema, • asociaciones de consumidores de mayores, asociaciones de huertos urbanos... 	<p>Recursos Materiales y económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stands, • Infraestructuras para luz • Cartelería 	
<p>Dónde se lleva a cabo</p> <p>URJC, zonas peatonales muy grandes, Alcorcón, Móstoles, Fuenlabrada y Vicálvaro y Aranjuez.</p> <p>Complutense y Politécnica: Jardín Botánico o avenida complutense</p> <p>UAM: la plaza</p> <p>UAH: rectorado cerca de la Plaza Cervantes</p>	<p>Cuándo se lleva a cabo</p> <p>Durante el curso escolar, una vez al mes en día lectivo.</p>	<p>Actuaciones/Temáticas</p> <p>-Definir qué sector productivo</p> <p>-Definir criterios: cercanía, temporada, certificaciones (ecológica, comercio justo...)</p> <p>-Definir tipos de productos que queremos que estén: alimentario, textil...</p> <p>-Asignar espacios en función de número de stands, qué tiene que tener</p> <p>-Establecer Grupos de Trabajo para la organización y ejecución de las diferentes tareas, incluyendo un grupo de voluntariado en la organización</p>
<p>Personas a las que se dirige</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes y comunidad universitaria en general. • Asociaciones de consumidores • Autoridades locales • Población en general 	<p>Pros</p> <p>-Acercar los productos al consumidor en su lugar de trabajo, para que el producto sea accesible y fácil de comprar.</p>	<p>Contras:</p> <p>-Desde el CAEM se hace hincapié en que un producto ecológico llamado así siempre debe estar certificado, y un mercado agroecológico sólo puede llamarse así si todos los productos que se venden están certificados en ecológico.</p>
<p>Seguimiento y Evaluación</p>		<p>Personas que se involucran</p>

4.- Las cafeterías como espacios de Información

<p>Resumen Desarrollar soportes de información en la cafetería/comedor con pantallas informativas sobre los productos que se consumen y los productores que abastecen. Ej: Video en torno al mes de la lechuga, seguimiento y visibilidad del proceso de producción hasta llegar al plato.</p>	<p>Objetivos -Empoderar al consumidor para que pueda tomar decisiones más conscientes -Crear efecto llamada y fomentar que cada vez más empresas incorporen estos productos -Favorecer la formación/información de la comunidad implicada (personal de cocina, empleados de las cafeterías)</p>	<p>Antecedentes / Modelos - Comedor de la FAO: traen a chef y productores locales. 1 día/ semana - Red Natura Alim Al Campus: encuentro con productores locales que explican su proyecto, sus prácticas</p>
<p>Actores implicados/ Recursos Humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal de cocina y cafetería • Empresas de catering / Empresas de vending • Alumnado • Profesorado (asignaturas relacionadas) • Institución: equipos directivos (Decanato, Vicerrectorado, • Servicio de compras, Dirección de sostenibilidad • Producto 	<p>Recursos Materiales y económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cartelería • Vídeos breves de productores • Visitas a fincas y encuentros con productores 	
<p>Dónde se lleva a cabo <i>A valorar: UAH, UAM, UPV, UPM</i></p>	<p>Cuándo se lleva a cabo Curso escolar</p>	<p>Actuaciones/Temáticas</p>
<p>Personas a las que se dirige</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas de la comunidad académica: usuarios (alumnado/profesorado/personal administrativo) • Personal de cafetería y cocina 	<p>Pros -Buena disposición de las universidades (Campus sostenibles) e incluso del personal de cocina (Como se observó en el proyecto de Red Natura Alimentando al Campus). -Alumnos: interesados en el aprendizaje/servicio para apoyar en el desarrollo de proyectos -Personal cualificado en las universidades en cuanto a información nutricional -Fácilmente replicable: una vez que se diseñe el piloto</p>	
	<p>Seguimiento y evaluación</p>	<p>Personas que se involucran</p>

5.- Incluir la compra obligatoria de productos y servicios sostenibles en los pliegos de condiciones y realizar consultas anteriores al mercado (sector producción y empresas).

<p>Resumen Incluir la compra obligatoria de productos y servicios sostenibles en los pliegos de condiciones y realizar consultas anteriores al mercado (sector productivo y empresas) para realizar pliegos con criterios de sostenibilidad valorados y que sean concursos atractivos.</p>	<p>Objetivos -Pliegos de condiciones con criterios de sostenibilidad valorados -Disminuir el peso de la oferta económica en los pliegos -Consultar con los actores implicados (sector productivo y empresas) para una co-construcción de pliegos</p>	<p>Antecedentes / Modelos -La cafetería del ministerio de agricultura -La experiencia de Ecocomedores de Canarias y de Navarra con pliegos modelo. -Pliegos de la CRUE.</p>
<p>Actores implicados/ Recursos Humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> Unidad sostenible de la universidad, servicio de contratación (incluido servicio jurídico), rector, gerente, 	<p>Recursos Materiales y económicos</p>	
<p>Dónde se lleva a cabo Universidades públicas</p>	<p>Cuándo se lleva a cabo -Grupo de trabajo durante el curso escolar. -Consultas al sector cuando se hayan establecido criterios. -licitaciones cada universidad tiene su cronograma.</p>	<p>Actuaciones/Temáticas -Detectar qué empresas dan este tipo de servicios para consultarles en relación a precios. -Grupo de trabajo (juristas) para introducir criterios de sostenibilidad conforme a ley -Diagnóstico de la capacidad productiva de la biorregión de Madrid -Intercambio de experiencias con otras iniciativas.</p>
<p>Personas a las que se dirige</p> <ul style="list-style-type: none"> Servicio de contratación de las universidades Empresas de restauración colectiva Empresas de producción 	<p>Pros -Existen modelos en los que nos podemos basar. -La Ley de compra Publica Verde de la UE apunta en este sentido. -Unos pliegos consultados y aprobados por el sector son fuertes.</p>	<p>Contras -Ley de contratación presenta ciertos problemas: Prima el precio, y la ley de competencia dificulta el criterio de producto local. -Se quedan concursos desiertos si lo que se pide en los pliegos es demasiado exigente o no existe en el mercado. -Si se aumenta el precio de los menús y productos, riesgo de que no funcione con los estudiantes. Si cuesta más el menú no funciona con los estudiantes. -Medir la huella de carbono de los productos es caro para los productores.</p>
	<p>Seguimiento y evaluación</p>	<p>Personas que se involucran</p>

6.- Proyectos de Aprendizaje por Servicios a través de los huertos y el agrocompostaje (y otros).

<p>Resumen</p> <p>Proyectos universitarios de Aprendizaje por servicios, TFG y TFM relacionados con la alimentación sostenible y aspectos relacionados.</p> <p>-Posibilidad de creación de un FORO - PLATAFORMA de encuentro entre pequeñas empresas y posibilidades de desarrollo por los estudiantes.</p> <p>-Convenios para prácticas, TFG y TFM dirigidos a solucionar problemáticas reales de las pequeñas producciones: variedades autóctonas, bancos semillas, etc.</p>	<p>Objetivos</p> <p>Acercamiento del alumnado con las iniciativas reales de producción, huerta, compostaje, transformación etc.</p> <p>Intercambio de conocimientos y prácticas, que sean de formación para el alumnado y de resolución de problemáticas reales para la empresa, explotación, etc.</p>	<p>Antecedentes / Modelos</p> <p>Compostadores en los jardines botánicos de la UAH.</p>
<p>Actores implicados/ Recursos Humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empresas y explotaciones • Alumnado • Profesorado 	<p>Recursos Materiales y económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de una plataforma o foro donde pone en contacto empresas/alumnado. 	
<p>Dónde se lleva a cabo</p> <p>En las universidades y empresas o explotaciones que formen parte de este proyecto.</p>	<p>Cuándo se lleva a cabo</p> <p>Necesidades : formularse en Marzo-Mayo Oferta TFG: Mayo Actuaciones: siguiente curso escolar</p>	<p>Actuaciones/Temáticas</p> <p>Crear la plataforma o foro de intercambio Buscar las problemáticas y necesidades Vincularlo a TFG/TFM Hacer el contacto entre empresa- Alumnado Seguimiento y evaluación</p>
<p>Personas a las que se dirige</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alumnado • Empresas y explotaciones relacionadas con la alimentación sostenible. 	<p>Pros</p> <p>Proyectos de beneficio mutuo.</p>	<p>Contras</p> <p>Los tiempos de gestión y admin. Universitarios no siempre son compatibles con los tiempos de las explotaciones.</p>
	<p>Seguimiento y evaluación</p> <p>Por parte del profesorado en los plazos acordados</p>	<p>Personas que se involucran</p> <p>M^a Jesús UAH en la plataforma</p>

7.- Cursos de formación al personal de cocina

<p>Resumen</p> <p>Curso de formación al personal de las cafeterías en materia de sostenibilidad. El curso constará de una parte teórica y otra parte práctica.</p>	<p>Objetivos</p> <p>Formar a l@s trabajador@s de las empresas de restauración en materia de sostenibilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Definir sostenibilidad (más allá de lo eco) -Concienciación y sensibilización personal de restauración -Cómo y para qué apoyamos la sostenibilidad -Comunicación: que el lugar y sus trabajador@s transmita estos valores. 	<p>Antecedentes / Modelos</p> <p>Gastronomic: imparte formaciones a todo el personal de la empresa en sostenibilidad.</p> <p>Garúa S. Coop en EEII de Madrid y el proyecto Alimentar el Cambio</p>
<p>Actores implicados/ Recursos Humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas que den el curso (depende del curso y las horas) • Gerencias empresas • Trabajador@s 	<p>Recursos Materiales y económicos</p> <p>Materiales: Sala para la formación teórica y cocinas para la formación práctica.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Materiales formativos -Digitalización de materiales formativos 	
<p>Dónde se lleva a cabo</p> <p>Cafetería de ETSEM Aulas de ETSEM Cocinas de Mares Villaverde</p>	<p>Cuándo se lleva a cabo</p> <ul style="list-style-type: none"> -3-4 horas de curso de concienciación y sensibilización teórico. -6-10 horas de curso práctico: elaboración y herramientas para cómo hacer una cocina más sostenible. -Curso escolar 21/22 	<p>Actuaciones/Temáticas</p> <ul style="list-style-type: none"> -Formación en sensibilización medioambiental. -Compostaje y residuos -Elaboración/manipulación
<p>Personas a las que se dirige</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15-20 personas formación teórica • 6-10 formación práctica • Gerencia, personal de cocina • Posibles adjudicatarios 	<p>Pros</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fund. Tripartita paga formaciones internas a empresas -Incluirlo en los pliegos de condiciones como formación obligatoria 	<p>Contras</p> <ul style="list-style-type: none"> -Difícil trabajar con personal subrogado con costumbres muy "arraigadas"
	<p>Seguimiento y evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> -Encuesta a los participantes del curso. -Indicadores de mejora del servicio 	<p>Personas que se involucran</p> <ul style="list-style-type: none"> -ETSEM (UPM)- espacios de la facultado -Gastronomic- Experiencia, formadores y materiales -Área de Educación Ambiental- Ayto de Madrid- Apoyo



Próximos pasos

Tras la realización de estos talleres hemos obtenido iniciativas que podemos llevar a cabo en los campus universitarios. Los próximos pasos desde el Observatorio para Una cultura del Territorio, será analizar las mismas, ver su viabilidad económica y práctica, y ponernos en contacto con las personas y entidades que tienen que estar implicadas en la realización de las mismas.

Desde el OCT, en el marco del proyecto Alimentando al Campus, llevaremos a cabo alguna de estas iniciativas piloto en el curso 21/22, siempre que el contexto Covid lo permita.

Nos despedimos agradeciendo de nuevo la disposición y participación de todas las personas que habéis formado parte de los Laboratorios de Innovación Social.

¡Seguiremos en contacto!

Equipo OCT.