



## LABORATORIO DE **INNOVACIÓN SOCIAL**



### Repensando la Alimentación en los Campus Universitarios

Proyecto PDR19-Alimentando al Campus (Mejorar la conexión entre productores de alimentos sostenibles de proximidad y la restauración colectiva en las universidades públicas madrileñas) financiado por:



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

ENTIDADES SOCIAS:



transitando



Instituto Madrileño de Investigación  
y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario



Asociación de Productores y  
Elaboradores de Alimentos de  
la Comunidad de Madrid



COMITÉ DE  
AGRICULTURA ECOLÓGICA  
CERTIFICADO POR EL  
CAEM  
ES-ECO-023-MA



Universidad Autónoma  
de Madrid



UNIVERSIDAD  
POLITÉCNICA  
DE MADRID



ENTIDAD CONTRATADA:



## CONTENIDO

PRESENTACIÓN .....	4
1. DEL GRUPO OPERATIVO ALIMENTANDO AL CAMPUS. ....	5
2. RESULTADOS DE LOS TALLERES DE INNOVACIÓN SOCIAL. ....	8
2.1 Taller 1: Estado del arte .....	8
A) Presentación de iniciativas Inspiradoras .....	9
B) Resultado del trabajo en grupos: .....	10
2.2 Taller 2: Ideando Iniciativas .....	11
A) Presentación de iniciativas Inspiradoras .....	12
B) Trabajo en grupos:.....	12
C) Priorización:.....	14
2.3 Taller 3: Prototipar proyectos.....	15
A) Presentación de iniciativas Inspiradoras .....	15
B) Trabajo en grupos:.....	15
C) Fichas de los proyectos: .....	16
3. RESULTADOS:ENCUESTA SOBRE ALIMENTACIÓN EN LOS CAMPUS. ....	27

## PRESENTACIÓN

Este documento es resultado del Laboratorio de Innovación Social, ejecutado en el marco de las acciones del Grupo Operativo Alimentando el Campus, que se llevó a cabo en tres sesiones a lo largo del mes de marzo de 2021. Cabe mencionar que esta actividad se realizó en formato online, a través de vídeo conferencia, teniendo como contexto las restricciones existentes debido a la situación sanitaria producto de la COVID 19. En este encuentro participaron al menos 60 personas.

El objetivo del Laboratorio fue motivar y conocer la percepción de la comunidad universitaria relacionada con los pasos a seguir para transitar hacia la sostenibilidad en la alimentación universitaria, recoger ideas y propuestas de trabajo de cara a la puesta en marcha de iniciativas piloto en las universidades socias de Alimentando el Campus.

El Laboratorio fue dirigido a gestores universitarios relacionados con el servicio de comedor, elaboración de los pliegos de condiciones para la contratación de empresas responsables del servicio de comedor universitario y vending, personal administrativo y de servicios de las universidades, personal docente, alumnado, empresas de restauración colectiva, productores y transformadores de alimentos de la Comunidad de Madrid.

La entidad responsable de realizar esta actividad fue el Observatorio para una Cultura del Territorio como entidad contratada en coordinación con las entidades socias.

## 1. DEL GRUPO OPERATIVO ALIMENTANDO AL CAMPUS.

El Grupo Operativo (GO) Alimentando al Campus, es parte de un proceso de transformación hacia la sostenibilidad del modelo alimentario a través de la compra pública, y que en este caso concreto se aplica en el ámbito universitario. Cuenta con la financiación del Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural en el marco del Programa de Desarrollo Rural de la Comunidad de Madrid 2014-2020. Las acciones del GO se están ejecutando desde Febrero del 2020 y finalizan en julio del 2022.

Alimentando al Campus, conecta el ámbito universitario con la investigación rural mediante la puesta en marcha de planes y estrategias de implantación de comedores sostenibles en las universidades públicas madrileñas. El foco de la atención del GO está centrado en el trabajo con productores y transformadores de alimentos de proximidad de la biorregión de Madrid, priorizando el sector ecológico y de producción integrada, con la comunidad universitaria y con las empresas de restauración colectiva. Se ha priorizado a las universidades públicas madrileñas por su gran potencial de compra a través de la contratación pública de sus servicios de restauración, así como productos de alimentación que se comercializan en sus campus ya sea en máquinas vending o espacios específicos diferentes a las cafeterías y comedores universitarios.

Alimentando al Campus interviene en tres universidades públicas de Madrid: Universidad Autónoma de Madrid, Universidad Politécnica de Madrid y Universidad de Alcalá de Henares. En estas tres universidades hay una población de 92.603 personas, están presentes al menos 20 empresas de restauración colectiva y se estima que al menos un 5% de esta población comen en el comedor universitario.

El GO incide en la desconexión existente entre el sector productivo de proximidad y consumidores, en Madrid, región de gran consumo. En la escasez de oportunidades y competencias del sector productivo de alimentos en especial el ecológico y agroecológico para articular su venta y comercialización en nuevos nichos de mercado como el de la contratación pública, con características específicas en la que prima el precio más bajo, por los pequeños márgenes con que se trabaja en la restauración colectiva pública, favoreciendo la compra de alimentos sin importar su origen. Este GO permite estudiar a través de un diagnóstico de capacidades productivas y de consumo cuáles son las claves para equilibrar esta situación, conocer cuánta producción se puede tener y cuánto se necesita, y a partir de estos datos realizar la intervención.

Las acciones del Alimento al Campus, tiene como antecedentes el proyecto “*La Red Natura alimentando el CAMPUS*”, ejecutado en 2018 en la Escuela Técnica Superior Agronómica, Alimentaria y de Biosistemas de la Universidad Politécnica de Madrid (UPM), el *Grupo Operativo Potencial (GOP) “De la Red Natura al Campus”<sup>1</sup>* estudió la manera de continuar esta experiencia en el ámbito universitario madrileño, la Jornada técnica en la Universidad de Alcalá de Henares, en el marco del proyecto europeo Big Picnic: ‘*Transitando hacia la sostenibilidad alimentaria: estrategias para comedores colectivos en el ámbito educativo*’<sup>2</sup> realizada en Enero de 2019, el GOP “*Alimentos Ecológicos en el Campus*” que estudió cuáles son los aspectos claves para el estudio de diagnóstico de capacidades para su aplicación en las universidades, proyectos ejecutados y coordinados por el Observatorio para una Cultura del Territorio.

**Alimentando al Campus**, es una **asociación multiactor** que trabaja en alianza para lograr el desarrollo del Grupo Operativo, desde las diferentes visiones y formas de trabajo necesarias para la consecución de resultados y el objetivo del mismo, está conformado por las siguientes entidades socias:

1. Asociación Ecología y Educación para una Ciudad Sostenible-Transitando.
2. Asociación Profesional de Productores y Elaboradores de Alimentos Ecológicos de la Comunidad de Madrid (APRECO).
3. Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad de Madrid (CAEM).
4. Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario (IMIDRA), Departamento de Investigación Aplicada.
5. Universidad Autónoma de Madrid.
6. Universidad Politécnica de Madrid.
7. Universidad de Alcalá de Henares.

Además, participa en el proyecto como entidad contratada el Observatorio para una Cultura del Territorio dada su especialización y experiencia en acciones similares.

### **Objetivo general.**

El proyecto tiene como objetivo general **promover el abastecimiento de producciones alimentarias sostenibles y de proximidad a través de la contratación pública en el ámbito universitario.**

### **Objetivo específico.**

Mejorar la conexión entre productores de alimentos sostenibles de proximidad y la restauración colectiva en las universidades públicas.

---

<sup>1</sup> GOP “De la Red Natura al Campus” disponible en:  
<https://observatorioculturayterritorio.org/wordpress/red-natura-2000-alimentando-el-campus/>

<sup>2</sup> Jornada técnica en la UAH: ‘Transitando hacia la sostenibilidad alimentaria: estrategias para comedores colectivos en el ámbito educativo’ (24/01/2019). Disponible en:  
<http://portalcomunicacion.uah.es/sala-prensa/notas-prensa/jornada-tecnica-transitando-hacia-la-sostenibilidad-alimentaria-estrategias-para-comedores-colectivos-en-el-ambito-educativo.html>

## **Resultados esperados.**

El proyecto está organizado en 4 resultados o paquetes de trabajo, los cuáles se alinean para lograr el objetivo específico y son:

**Resultado 1. Diagnóstico de producción, consumo y hábitos alimentarios.** Conocer las capacidades productivas, de consumo y hábitos alimentarios y percepciones sobre alimentación sostenible en la comunidad universitaria. La población meta de este resultado son: productores y transformadores de alimentos de la Comunidad de Madrid y sector Restauración Colectiva universitaria.

**Resultado 2. Pilotos de consumo en universidades.** Implica la puesta en marcha de iniciativas piloto en 3 comedores universitarios de 3 universidades públicas madrileñas y estudia la viabilidad de la incorporación de producciones de proximidad de manera estable. La población meta son las personas usuarias del servicio de comedor, comunidad universitaria, productores-transformadores madrileños, empresas de restauración universitaria.

**Resultado 3. Sensibilización.** Puesta en marcha una campaña de difusión y sensibilización de alimentación sostenible en el ámbito educativo. La población meta de este resultado es la comunidad universitaria con todos los actores, el sector productivo de alimentos de la comunidad de Madrid y las administraciones públicas.

**Resultado 4. Aprendizajes.** Se concentra en obtener aprendizajes a partir de la sistematización de la experiencia para continuar el proceso. La población meta de este resultado, al igual que en el resultado 3, es la comunidad universitaria, el sector productivo alimentario de la región y las administraciones públicas.

Los resultados como las acciones previstas están orientadas a poner las bases para la creación de vínculos entre el sector productivo de alimentos sostenibles de proximidad de la biorregión de Madrid y un potente canal corto de comercialización de estos productos como es el ámbito universitario madrileño.

## 2. RESULTADOS DE LOS TALLERES DE INNOVACIÓN SOCIAL.

### 2.1 Taller 1: Estado del arte

#### ¿Qué son los Laboratorios de Innovación Social?

Son espacios de encuentro y de diálogo que se caracterizan por:



A) Involucran a todas las partes: Convocamos a todos los actores (Universidades, alumnado, empresas de restauración y de producción) con el objetivo de integrar capacidades y resolver retos sociales complejos de forma colaborativa. A diferencia de los equipos de expertos, la participación de los diferentes grupos de interés va más allá de la consulta.



B) Son experimentales: No son experiencias de un único intento u oportunidad, sino esfuerzos continuos y sostenidos en el tiempo. Plantean una aproximación iterativa hacia los retos, co-diseñando prototipos de intervención y testeándolos directamente con los beneficiarios hasta dar con la solución más eficaz, eficiente y justa.



C) Son sistémicos: Las ideas e iniciativas desarrolladas en los laboratorios, lanzadas como prototipos, aspiran a responder a los retos con el objetivo de solucionarlos de forma sostenible y a escala, lo que implica que las soluciones sean de naturaleza sistémica.

#### ¿Qué queremos?

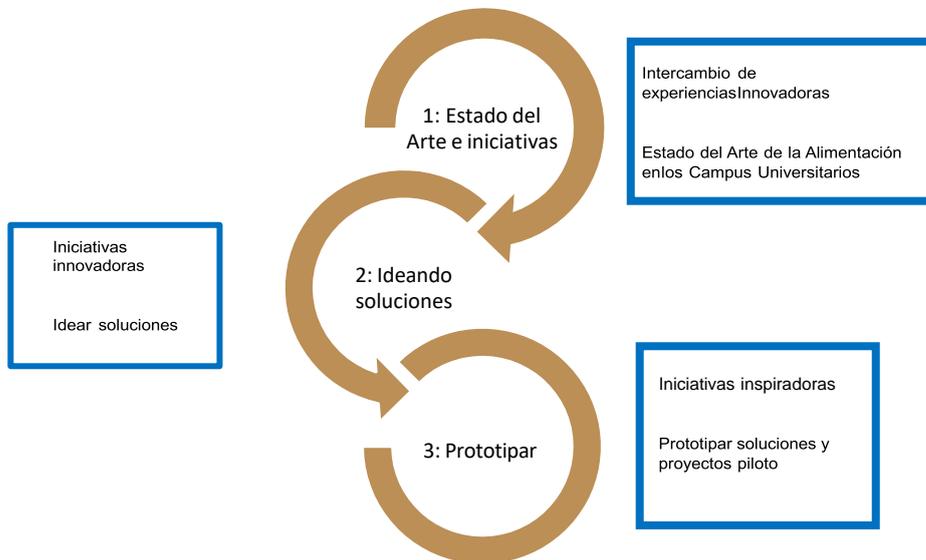
Crear espacios de diálogo y reflexión para todas las personas implicadas en la alimentación de los campus universitarios: Empresas de restauración, Universidad, alumnado y sector productivo.

#### Objetivos:

1. Potenciar el intercambio de experiencias inspiradoras.
2. Desarrollar soluciones innovadoras que promuevan la alimentación sostenible en los campus.
3. Impulsar proyectos piloto sistémicos, sostenibles y escalables.

## ¿Cómo trabajaremos?

El siguiente esquema muestra los tres talleres en que se divide este laboratorio y lo que esperamos mostrar y construir:



### Desarrollo del Taller 1

#### A) Presentación de iniciativas Inspiradoras<sup>3</sup>

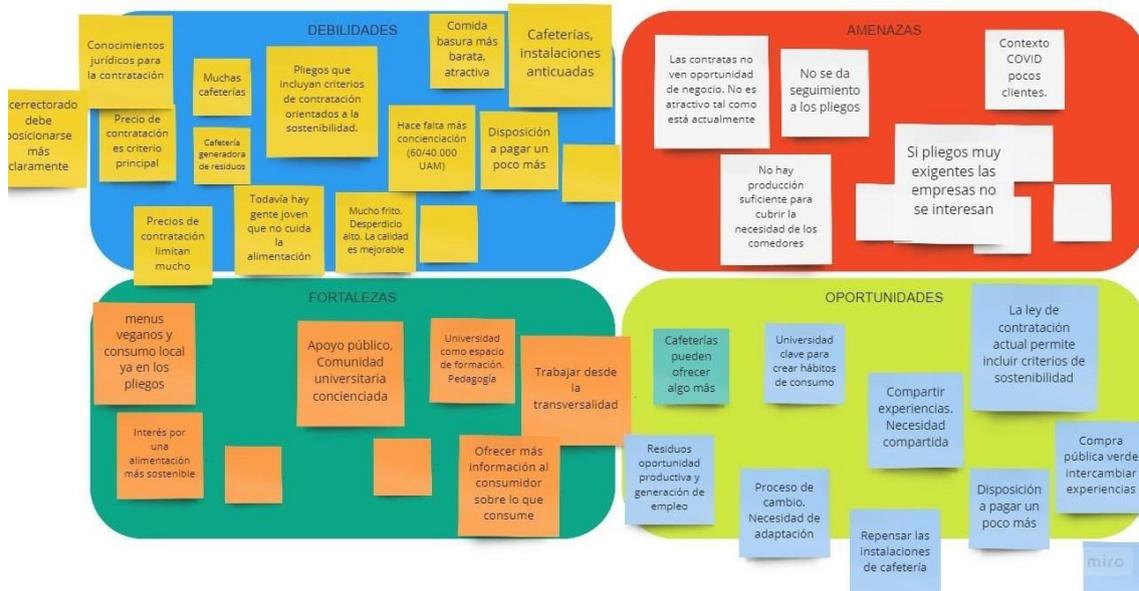
Contamos con la presencia de varias entidades y empresas que están llevando a cabo acciones en relación con la alimentación sana y sostenible:

- Lara Román y Charlotte Astier (Observatorio para una Cultura del Territorio, OCT). *Diagnóstico de la capacidad productiva de alimentos de la Comunidad de Madrid*
- Amor Peces Paredes (APADUAM). *Grupo de consumo de la UAM*
- Marina Morales (CERAI). *Mercado Agroecológico de la UPV*
- Enrique Ordoñez (GASTRONOMIC). *Educación y alimentación sostenible: La experiencia de Gastronomic.*

<sup>3</sup> Puedes ver estas ponencias completas en el siguiente enlace: [https://www.youtube.com/watch?v=8-wLkF4ksDU&ab\\_channel=ObservatorioCulturayTerritorioOCT](https://www.youtube.com/watch?v=8-wLkF4ksDU&ab_channel=ObservatorioCulturayTerritorioOCT)

B) Resultado del trabajo en grupos:

Las personas participantes se dividieron en grupos (Universidad, alumnado y empresas de restauración y producción) para responder a la pregunta ¿En qué punto se encuentra la alimentación sostenible en las Universidades?



Este es el análisis DAFO que se obtuvo como resultado:

Debilidades	Amenazas	Fortalezas	Oportunidades
El precio como criterio principal para la contratación y para el gestos de la cafetería	Contexto Covid: pocos clientes, abuso de plásticos...	Algunos pliegos ya incluyen menús veganos y consumo local	La ley de contratación actual permite incluir criterios de sostenibilidad
Falta de conocimientos jurídicos para criterios de sostenibilidad en los pliegos	No hay producción suficiente para abastecer	Comunidad universitaria cada vez más concienciada	Proceso de cambio. Necesidad de adaptación.
Tardanza en aplicar los criterios europeos en los pliegos	Pliegos muy exigentes, las empresas no lo intentan	Universidad como espacio de formación. Pedagogía	Necesidad compartida. Intercambio de experiencias en compra pública verde
Precios de la compra de productos	Cultura alimentaria no va con la dieta saludable	Compromiso de las Universidades con los ODS	Repensar las instalaciones de cafetería
Falta de seguimiento de los pliegos	Falta de apoyo en la sensibilización de las familias/sociedad por parte de las AAPP	Interés creciente por una alimentación más sostenible	La gestión de los residuos es una oportunidad productiva y de generación de empleo
Falta de concienciación y de demanda	Competencia de los productos locales con productos internacionales (precios)	Movimientos sociales por la sostenibilidad fuertes	Disposición a pagar un poco más por comer mejor
No hay información de alimentos de temporada, cercanía...		Gran comunicación y coordinación de los estudiantes por redes (RRSS)	
Mucha demanda de proteína animal		Cada vez más proyectos de producción sostenible para la demanda	
La calidad de la comida es muy mala			
Muchas cafeterías y anticuadas			
No es un nicho de mercado atractivo para empresas pequeñas (restauración/producción)			
Pequeña producción no articulada, hace difícil la logística para abastecer a las empresas			
El vicerrectorado debe posicionarse más			

Como podemos observar en el cuadro de arriba, hay algunos elementos clave que destacan de este análisis.

El primero se refiere a la situación actual provocada por la pandemia de la COVID-19, cuyas consecuencias son una reducción drástica del número de usuarios lo que hace difícil sostener el negocio y ha provocado incluso el cierre de algunas cafeterías.

Además, se percibe que, como consecuencia del seguimiento de las normativas sanitarias, hay algunos avances que se han estancado, como la reducción del uso de plásticos en las cafeterías (por ejemplo, ya no hay jarras para compartir agua, ahora son botellas plásticas individuales)-

El siguiente punto a destacar son los pliegos de condiciones técnicas que, a pesar de ser una herramienta necesaria y potente para la transición hacia un sistema alimentario más sostenible, presenta una serie de dificultades a nivel jurídico para la inclusión de criterios de sostenibilidad como la cercanía) y, sobre todo, que en los mismos el criterio más valorado es el precio (que oscila entre los 50 y 75 puntos adjudicables). Por un lado, los pliegos actuales no son permeables a los cambios, y por otro, si se hacen pliegos demasiado exigentes, se corre el riesgo de que los concursos queden desiertos.

Otra cuestión que destaca (con relación al anterior) es el precio, tanto de las materias primas, como de la disposición de las personas consumidoras a asumir un precio algo más elevado por una alimentación más sana.

A pesar de que la demanda de productos más sostenibles se percibe como aún escasa, la concienciación por parte de la comunidad universitaria respecto a la sostenibilidad es cada vez mayor y más comprometida, tanto por parte de las universidades (y los compromisos con los ODS) como por parte del alumnado, que traen demandas cada vez más claras (por ejemplo, respecto a la presencia de platos vegetarianos y veganos).

En cualquier caso, se percibe este momento como una oportunidad para adaptarse a unos cambios necesarios, y donde compartir experiencias y repensar el papel de la alimentación en los campus (en las cafeterías y comedores, pero también en un sentido más transversal) y donde existe una muy buena disposición para caminar hacia una alimentación más sostenible y saludable.

---

## 2.2 Taller 2: Ideando Iniciativas

El miércoles 17 de marzo se llevó a cabo el segundo taller de los Laboratorios de Innovación Social. Este taller se tituló: Ideando soluciones y su objetivo fue desarrollar soluciones innovadoras que promuevan la alimentación sostenible en los campus.

## Desarrollo del Taller 2

### A) Presentación de iniciativas Inspiradoras<sup>4</sup>

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

- Ibone Ametzaga. Reducción de residuos: *Campus Bizia Lab, experiencia de laUPV/EHU*
- Guillermo González e Isaac. Estudiantes de ciencias de la UAH: *Resultados de la encuesta sobre los servicios de la Facultad de Ciencias de la UAH.*

### B) Trabajo en grupos:

A partir de los resultados del primer taller (ver dossier del Taller 1) en esta ocasión las personas participantes se dividieron en tres grupos para proponer y elaborar propuestas en estas 3 temáticas:

1. Propuestas para la gestión de la sostenibilidad y la alimentación/ pliegos
2. Propuestas para mejorar la cultura alimentaria y la implicación universitaria
3. Propuestas para introducir alimentos de temporada y locales en los campus

#### 1.- Propuestas para la gestión de la sostenibilidad y la alimentación/ pliegos:

- Proyectos de Fin de Grado/ Máster:  
Proyectos en Escuelas o Facultades que tengan que ver con la alimentación y la salud (Nutrición, enfermería, farmacia, Agrónomos, Biología, ambientales, etc.) y otras como Arquitectura, Edificación, Ingeniería, educación, comunicación etc. Con temáticas relacionadas con la alimentación, la sostenibilidad, el uso de los espacios de cafetería y comedor, aplicaciones que aporten a la sostenibilidad.  
Ejemplos: cálculo de la huella de carbono, hábitos de consumo, compostaje de residuos orgánicos, logística y precios.
- Planes de Sostenibilidad:  
Que contemplen del desperdicio alimentario y hagan el vínculo entre salud y alimentación.
- Mejoras en los pliegos de condiciones:  
Los pliegos con complejos porque cambian en función de la escuela o facultad, pero se propone introducir los siguientes cambios:
  - En criterios de valoración el precio debe tener un peso menor y contemplar la sostenibilidad de los mismos.
  - Obligatoriedad de compra de productos y servicios sostenibles
  - Prescindir de los cánones.
  - Formación a los equipos de cocina como una de las mejoras que se valoren (ver propuesta ampliada en grupo 2).
  - Adaptarse a la demanda ya existente (ej: obligatoriedad de leche vegetal, productos sin gluten, vegetarianos y veganos).

---

<sup>4</sup> Puedes ver estas ponencias completas en el siguiente enlace:

[https://www.youtube.com/watch?v=oQhQh78gXXA&ab\\_channel=ObservatorioCulturayTerritorioOCT](https://www.youtube.com/watch?v=oQhQh78gXXA&ab_channel=ObservatorioCulturayTerritorioOCT)

Debe existir un seguimiento obligatorio de los pliegos y además se proponen las consultas al mercado: diálogos previos para sacar los pliegos con criterios de valoración que no sean sólo el precio y que los concursos no queden vacíos. Requieren tiempo y planificación, pero hay ejemplos de su buen resultado (ej.: la Universidad de Zaragoza).

## 2.-Propuestas para mejorar la cultura alimentaria y la implicación universitaria:

- *Campañas de sensibilización - Concursos:*

Las campañas de sensibilización se podrían hacer desde el alumnado, vinculándolo con alguna asignatura, trabajos de fin de grado, etc.

Concursos para toda la comunidad universitaria con premios en las RRSS: nivel de cada universidad y/o a nivel nacional de:

1. Recetas saludables
2. Lucha contra el desperdicio alimentario

(Ver: <https://www.weforum.org/agenda/2020/01/ai-bin-trash-food-waste-davos-2020> o la campaña "[Too good to go](#)").

- Etiquetado: Desde la huella de carbono del menú, hasta una pictografía indicando cuando se trata de producto local, ecológico, etc.
- Talleres de Cocina para el alumnado:  
Cursos de formación y recetarios que enseñen a jóvenes a:
  - Enseñar a cocinar a jóvenes que tienen malos hábitos (precocinados)
  - Sobre hábitos de compra

Se pueden hacer convenios con las escuelas de hostelería, y es una oportunidad de utilizar, transformar espacios de cocina, cafetería: El espacio de las cafeterías como espacio formativo e informativo.

Ejemplos:

- Ayuntamiento de Madrid: "Madrid un Libro Abierto" volver a comprar al Mercado municipal (Pacto de Milán).
- Red Española de Universidades saludables: cada universidad te pone en contacto con Chef para Tupper saludables: Publicación a nivel nacional.
- Proyectos de Aprendizaje por Servicios-Huertos comunitarios y pilotos de compostaje: Aprovechar los huertos existentes en las Universidades y vincularlos a alguna asignatura existente (con créditos) como por ejemplo "Agroecología práctica" en la UAH y poder desarrollar proyectos de aprendizaje por servicios como pilotos de agrocompostaje o de jardinería. Se podrían ofertar de manera transversal en los campus o ayuntamientos cercanos para la prestación de servicios. Genera cultura, concienciación y sensibilización.
- Formación al personal de cocina: Para generar motivación por parte del personal: sobre diferentes aspectos como la salud, u otros: sostenibilidad, gestión de residuos, huella ecológica, alergias.
- Transversales: Incorporación de la sostenibilidad en el currículum, Fomentar/favorecer que surjan todas las iniciativas posibles ligadas a la sostenibilidad y transformar el espacio de las cafeterías

### 3.- Propuestas para introducir alimentos de temporada y locales en los campus:

- Espacios de venta de productos: Utilizar la universidad como espacio para hacer la compra.
  - Corner de venta, que ofrezcan la posibilidad de llevar comida a casa.
  - Mercados agroecológicos.
  - Grupos de consumo: que cumplan un papel informativo además de espacio de compra.
  
- Mejoras en las cafeterías:
  - Información sobre productos de temporada en las cafeterías, la huella ambiental del menú.
  - App para recibir información de las opciones de menú del campus.
  - Productos sostenibles accesibles, ej: fruta pelada.
  - Máquinas de vending con productos saludables.
  - Becas de comedor y ayudas al consumo de productos locales y de temporada.
  - Comida para llevar a casa.
  - Acondicionamiento de las cocinas para facilitar otras formas de cocinar y gestionar los residuos.
  - Cáterin saludable cuando las cocinas no están adaptadas
  
- Acciones de formación/ sensibilización en los campus.
  - Cursos de Agroecología con créditos
  - Información sobre productores cercanos al campus: Base de datos: contacto, precios y remitir la información a los restauradores para que puedan optar a otros productos.

#### C) Priorización:

Una vez desplegado el mapa de iniciativas posibles, se realizó una priorización de las mismas. Las 7 iniciativas más votadas fueron las siguientes:

- 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.
-

### 2.3 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.

#### Desarrollo del Taller 3

##### A) Presentación de iniciativas Inspiradoras<sup>5</sup>

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.*

##### 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 agro-compostaje.
- 7) Cursos de formación al personal de cocina.

---

<sup>5</sup> Puedes ver estas ponencias completas en el siguiente enlace:

[https://www.youtube.com/watch?v=V8rEAE2JZvw&ab\\_channel=ObservatorioCulturayTerritorioOCT](https://www.youtube.com/watch?v=V8rEAE2JZvw&ab_channel=ObservatorioCulturayTerritorioOCT)

C) Fichas de los proyectos:

1.- Campañas de sensibilización- Concursos

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

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

<p><b>Resumen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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...)</li> <li>- Va de la mano con proyecto de incorporación de productos de temporada y cercanía, ecológicos en los menús.</li> </ul>	<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Empoderar al consumidor para que pueda tomar decisiones más conscientes</li> <li>- Crear efecto llamada y fomentar que cada vez más empresas incorporen estos productos</li> <li>- Favorecer la formación/información de la comunidad implicada (personal de cocina, empleados de las cafeterías)</li> </ul>	<p><b>Antecedentes / Modelos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ley sobre principales alérgenos (símbolos)</li> <li>- Experiencia de Red Natura alimentando al Campus (Escuela de Agrónomos - UPM). Piloto de medición de la H. de carbono</li> <li>- Eco score - Madrid Km Región: 6 indicadores: Agua, biodiversidad, gestión de suelo, condiciones laborales, cambio climático, huella de carbono, distancia consumo/producción (+subindicadores)</li> </ul>
<p><b>Actores implicados/ Recursos Humanos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personal de cocina y cafetería</li> <li>- Empresas de catering / Empresas de vending</li> <li>- Alumnado</li> <li>- Profesorado (asignaturas relacionadas)</li> <li>- Institución: equipos directivos (Decanato, Vicerrectorado)</li> <li>- Servicio de compras, Dirección de sostenibilidad</li> <li>- Productor (A condición de incorporar productos)</li> </ul>	<p><b>Recursos Materiales y económicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cartelería</li> <li>• Sellos</li> </ul>	

<p><b>Dónde se lleva a cabo</b> Servicios de RC de las universidades: comedores, cafeterías, vending.</p>	<p><b>Cuándo se lleva a cabo</b> 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><b>Actuaciones/Temáticas</b> 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><b>Personas a las que se dirige</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personas de la comunidad académica: usuarios (alumnado/profesorado/personal administrativo)</li> <li>- Personal de cafetería y cocina</li> </ul>	<p><b>Pros</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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).</li> <li>- Alumnos: interesados en el aprendizaje/servicio para apoyar en el desarrollo de proyectos</li> <li>- Personal cualificado en las universidades en cuanto a información nutricional</li> <li>- Fácilmente replicable: una vez que se diseñe el piloto</li> </ul>	<p><b>Contras</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Viabilidad: esfuerzo extra para la R.C: cocineros, camareros sobre todo para trasladar toda esta información al consumidor.</li> <li>- Cómo garantizar la continuidad y poder ver los resultados?</li> <li>- Cómo garantizar la sostenibilidad económica de la iniciativa?</li> <li>- Cafetería: como espacio de consumo rápido, de paso, falta trabajar más el espacio.</li> </ul>
	<p><b>Seguimiento y evaluación</b> Diseño de indicadores eficientes</p>	<p><b>Personas que se involucran</b> Mario a priori (en función del cronograma) Olga a priori UPV, Angélica UAM, Marta UPV, Celia- UAH</p>

### 3.- Mercados Agroecológicos

<p><b>Resumen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mercado en las Universidades mensual con productos locales y agroecológicos.</li> <li>- Se puede ligar a un proyecto de aprendizaje y servicio para que se apoye de esa manera desde el alumnado</li> </ul>	<p><b>Objetivos</b></p> <p>Acercar el producto de cercanía, temporalmente y con criterios de calidad entre ellos el ecológico a los campus universitarios</p>	<p><b>Antecedentes / Modelos</b></p> <p>Universidad de Valencia, Red NaturaAlimentando el Campus</p>
<p><b>Actores implicados/ Recursos Humanos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gerencia de campus (común), alguna unidad ambiental (oficina verde p.ee. en URJC), departamentos de comunicación de los centros</li> <li>- Productores de cercanía, cámara agraria, organizaciones de economía social, economía circular, de comercio justo</li> <li>- Profesorado, asociaciones de estudiantes de las universidades,</li> <li>- 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,</li> <li>- asociaciones de consumidores de mayores, asociaciones de huertos urbanos...</li> </ul>	<p><b>Recursos Materiales y económicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stands,</li> <li>- Infraestructuras para luz</li> <li>- Cartelería</li> </ul>	

<p><b>Dónde se lleva a cabo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- URJC, zonas peatonales muy grandes, Alcorcón, Móstoles, Fuenlabrada y Vicálvaro y Aranjuez.</li> <li>- Complutense y Politécnica: Jardín Botánico o avenida complutense</li> <li>- UAM: la plaza</li> <li>- UAH: rectorado cerca de la Plaza Cervantes</li> </ul>	<p><b>Cuándo se lleva a cabo</b></p> <p>Durante el curso escolar, una vez al mes en día lectivo.</p>	<p><b>Actuaciones/Temáticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir qué sector productivo</li> <li>- Definir criterios: cercanía, temporada, certificaciones (ecológica, comercio justo...)</li> <li>- Definir tipos de productos que queremos que estén: alimentario, textil...</li> <li>- Asignar espacios en función de número de stands, qué tiene que tener</li> <li>- Establecer Grupos de Trabajo para la organización y ejecución de las diferentes tareas, incluyendo un grupo de voluntariado en la organización</li> </ul>
<p><b>Personas a las que se dirige</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudiantes y comunidad universitaria en general.</li> <li>- Asociaciones de consumidores</li> <li>- Autoridades locales</li> <li>- Población en general</li> </ul>	<p><b>Pros</b></p> <p>-Acercar los productos al consumidor en su lugar de trabajo, para que el producto sea accesible y fácil de comprar.</p>	<p><b>Contras:</b></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><b>Seguimiento y Evaluación</b></p>	<p><b>Personas que se involucran</b></p>

#### 4.- Las cafeterías como espacios de Información

<p><b>Resumen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar soportes de información en la cafetería/comedor con pantallas informativas sobre los productos que se consumen y los productores que abastecen.</li> </ul> <p>Ej: Video en torno al mes de la lechuga, seguimiento y visibilidad del proceso de producción hasta llegar al plato.</p>	<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Empoderar al consumidor para que pueda tomar decisiones más conscientes</li> <li>- Crear efecto llamada y fomentar que cadavez más empresas incorporen estos productos</li> <li>- Favorecer la formación/información de la comunidad implicada (personal de cocina, empleados de las cafeterías)</li> </ul>	<p><b>Antecedentes / Modelos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comedor de la FAO: traen a chef y productores locales. 1 día/ semana</li> <li>- Red Natura Alim Al Campus: encuentro con productores locales que explican su proyecto, sus prácticas</li> </ul>
<p><b>Actores implicados/ Recursos Humanos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personal de cocina y cafetería</li> <li>- Empresas de catering / Empresasde vending</li> <li>- Alumnado</li> <li>- Profesorado (asignaturasrelacionadas)</li> <li>- Institución: equipos directivos(Decanato, Vicerrectorado,</li> <li>- Servicio de compras, Dirección de sostenibilidad</li> <li>- Producto</li> </ul>	<p><b>Recursos Materiales y económicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cartelería</li> <li>- Vídeos breves de productores</li> <li>- Visitas a fincas y encuentros con productores</li> </ul>	
<p><b>Dónde se lleva a cabo</b> A valorar: UAH, UAM, UPV, UPM</p>	<p><b>Cuándo se lleva a cabo</b> Curso escolar</p>	<p><b>Actuaciones/Temáticas</b></p>

<b>Personas a las que se dirige</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personas de la comunidad académica: usuarios (alumnado/profesorado/personal administrativo)</li> <li>- Personal de cafetería y cocina</li> </ul>	<b>Pros</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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).</li> <li>- Alumnos: interesados en el aprendizaje/servicio para apoyar en el desarrollo de proyectos</li> <li>- Personal cualificado en las universidades en cuanto a información nutricional</li> <li>- Fácilmente replicable: una vez que se diseñe el piloto</li> </ul>	<b>Contras</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No fácil llevar a cabo hacer venir un chef/productor</li> </ul>
	Seguimiento y evaluación	Personas que se involucran

**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).**

<b>Resumen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> </ul>	<b>Objetivos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pliegos de condiciones con criterios de sostenibilidad valorados</li> <li>- Disminuir el peso de la oferta económica en los pliegos</li> <li>- Consultar con los actores implicados (sector productivo y empresas) para una co-construcción de pliegos</li> </ul>	<b>Antecedentes / Modelos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La cafetería del ministerio de agricultura</li> <li>- La experiencia de Ecocomedores de Canarias y de Navarra con pliegos modelo.</li> <li>- Pliegos de la CRUE.</li> </ul>
<b>Actores implicados/ Recursos Humanos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Unidad sostenible de la universidad, servicio de contratación (incluido servicio jurídico), rector, gerente,</li> </ul>	<b>Recursos Materiales y económicos</b>	

<p><b>Dónde se lleva a cabo</b> Universidades públicas</p>	<p><b>Cuándo se lleva a cabo</b> -Grupo de trabajo durante el curso escolar. -Consultas al sector cuando se hayan establecido criterios. -licitaciones cada universidad tiene su cronograma.</p>	<p><b>Actuaciones/Temáticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Detectar qué empresas dan este tipo de servicios para consultarles en relación a precios.</li> <li>- Grupo de trabajo (juristas) para introducir criterios de sostenibilidad conforme a ley</li> <li>- Diagnóstico de la capacidad productiva de la biorregión de Madrid</li> <li>- Intercambio de experiencias con otras iniciativas.</li> </ul>
<p><b>Personas a las que se dirige</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicio de contratación de las universidades</li> <li>- Empresas de restauración colectiva</li> <li>- Empresas de producción</li> </ul>	<p><b>Pros</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Existen modelos en los que nos podemos basar.</li> <li>- La Ley de compra Pública Verde de la UE apunta en este sentido.</li> <li>- Unos pliegos consultados y aprobados por el sector son fuertes.</li> </ul>	<p><b>Contras</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ley de contratación presenta ciertos problemas: Prima el precio, y la ley de competencia dificulta el criterio de producto local.</li> <li>- Se quedan concursos desiertos si lo que se pide en los pliegos es demasiado exigente o no existe en el mercado.</li> <li>- Si se aumenta el precio de los menús y productos, riesgo de que no funcione con los estudiantes.</li> <li>- Si cuesta más el menú no funciona con los estudiantes.</li> <li>- Medir la huella de carbono de los productos es caro para los productores.</li> </ul>
	<p><b>Seguimiento y evaluación</b></p>	<p><b>Personas que se involucran</b></p>

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

<p><b>Resumen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proyectos universitarios de Aprendizaje por servicios, TFG y TFM relacionados con la alimentación sostenible y aspectos relacionados.</li> <li>- Posibilidad de creación de un FORO - PLATAFORMA de encuentro entre pequeñas empresas y posibilidades de desarrollo por los estudiantes.</li> <li>- Convenios para prácticas, TFG y TFM dirigidos a solucionar problemáticas reales de las pequeñas producciones: variedades autóctonas, bancos semillas, etc.</li> </ul>	<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Acercamiento del alumnado con las iniciativas reales de producción, huerta, compostaje, transformación etc.</li> <li>- Intercambio de conocimientos y prácticas, que sean de formación para el alumnado y de resolución de problemáticas reales para la empresa, explotación, etc.</li> </ul>	<p><b>Antecedentes / Modelos</b></p> <p>Compostadores en los jardines botánicos de la UAH.</p>
<p><b>Actores implicados/ Recursos Humanos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresas y explotaciones</li> <li>- Alumnado</li> <li>- Profesorado</li> </ul>	<p><b>Recursos Materiales y económicos</b></p> <p>Creación de una plataforma o foro donde pone en contacto empresas/alumnado.</p>	
<p><b>Dónde se lleva a cabo</b></p> <p>En las universidades y empresas o explotaciones que formen parte de este proyecto.</p>	<p><b>Cuándo se lleva a cabo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Necesidades : formularse en Marzo-Mayo</li> <li>- Oferta TFG: Mayo</li> <li>- Actuaciones: siguiente curso escolar</li> </ul>	<p><b>Actuaciones/Temáticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear la plataforma o foro de intercambio</li> <li>- Buscar las problemáticas y necesidades</li> <li>- Vincularlo a TFG/TFM</li> <li>- Hacer el contacto entre empresa-Alumnado</li> <li>- Seguimiento y evaluación</li> </ul>

<b>Personas a las que se dirige</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alumnado</li> <li>- Empresas y explotaciones relacionadas con la alimentación sostenible.</li> </ul>	<b>Pros</b>  Proyectos de beneficio mutuo.	<b>Contras</b>  Los tiempos de gestión y admin. Universitarios no siempre son compatibles con los tiempos de las explotaciones.
	<b>Seguimiento y evaluación</b> Por parte del profesorado en los plazos acordados	<b>Personas que se involucran</b> M <sup>a</sup> Jesús UAH en la plataforma

### 7.- Cursos de formación al personal de cocina

<b>Resumen</b> Curso de formación al personal de las cafeterías en materia de sostenibilidad. El curso constará de una parte teórica y otra parte práctica.	<b>Objetivos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formar a l@s trabajador@s de las empresas de restauración en materia de sostenibilidad.</li> <li>- Definir sostenibilidad (más allá de lo eco)</li> <li>- Concienciación y sensibilización personal de restauración</li> <li>- Cómo y para qué apoyamos la sostenibilidad</li> <li>- Comunicación: que el lugar y sus trabajador@s transmita estos valores.</li> </ul>	<b>Antecedentes / Modelos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gastronomic: imparte formaciones a todo el personal de la empresa en sostenibilidad.</li> <li>- Garúa S. Coop en EEII de Madrid y el proyecto <a href="#">Alimentar el Cambio</a></li> </ul>
<b>Actores implicados/ Recursos Humanos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personas que den el curso (depende del curso y las horas)</li> <li>- Gerencias empresas</li> <li>- Trabajador@s</li> </ul>	<b>Recursos Materiales y económicos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Materiales: Sala para la formación teórica y cocinas para la formación práctica.</li> <li>- Materiales formativos</li> <li>- Digitalización de materiales formativos</li> </ul>	

<p><b>Dónde se lleva a cabo</b> Cafetería de ETSEM Aulas de ETSEM Cocinas de Mares Villaverde</p>	<p><b>Cuándo se lleva a cabo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3-4 horas de curso de concienciación y sensibilización teórico.</li> <li>- 6-10 horas de curso práctico: elaboración y herramientas para cómo hacer una cocina más sostenible.</li> <li>- Curso escolar 21/22</li> </ul>	<p><b>Actuaciones/Temáticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formación en sensibilización medioambiental.</li> <li>- Compostaje y residuos</li> <li>- Elaboración/manipulación</li> </ul>
<p><b>Personas a las que se dirige</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 15-20 personas formación teórica</li> <li>- 6-10 formación práctica</li> <li>- Gerencia, personal de cocina</li> <li>- Posibles adjudicatarios</li> </ul>	<p><b>Pros</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fundación. Tripartita paga formaciones internas empresas</li> <li>- Incluirlo en los pliegos de condiciones como formación obligatoria</li> </ul>	<p><b>Contras</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Difícil trabajar con personal subrogado con costumbres muy "arraigadas"</li> </ul>
	<p><b>Seguimiento y evaluación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuesta a los participantes del curso.</li> <li>- Indicadores de mejora del servicio</li> </ul>	<p><b>Personas que se involucran</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ETSEM (UPM)- espacios de la facultado</li> <li>- Gastronomic- Experiencia, formadores y materiales</li> <li>- Área de Educación Ambiental- Ayuntamiento de Madrid- Apoyo</li> </ul>

## 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 Unacultura del Territorio, será analizar las mismas, ver su viabilidad económica y práctica, y ponernos en contacto con las personas y entidades que tienen que están 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 político en el curso 21/22, siempre que el contexto Covid lo permita.

### 3. RESULTADOS: ENCUESTA SOBRE ALIMENTACIÓN EN LOS CAMPUS.

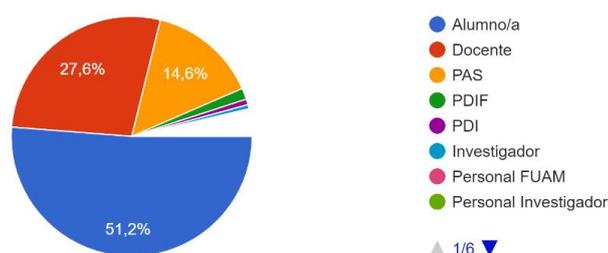
#### Perfil de las personas encuestadas:

Este informe tiene como objetivo presentar los resultados de la encuesta realizada a las universidades UAM, UAH y UPM sobre los servicios de cafetería e iniciativas que se puedan llevar a cabo para mejorar la alimentación en los campus.

El total de respuestas obtenidas es de 1059, una  $n$  muestral amplia e interesante para analizar dichos resultados.

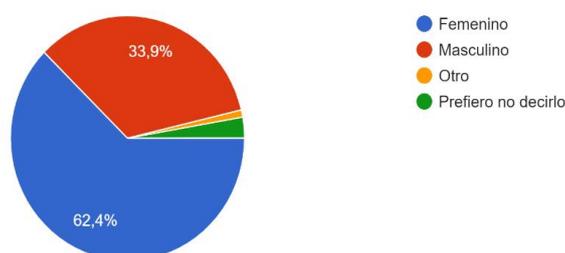
De estas personas, 740 pertenecen a la UAM, 81 a la UPM y 218 a la UAH, (20 personas no han declarado a que universidad pertenecen). En el siguiente gráfico podemos ver que el 51,2% son estudiantes, el 27,6% docentes, seguido de un 14,6% de PAS.

Indique si es  
1.054 respuestas



El 62,4 % de las personas que han respondido se declara mujer, una abrumadora mayoría, frente al 33,9% de hombres y un 3,7% que prefiere no decirlo.

Género  
1.050 respuestas

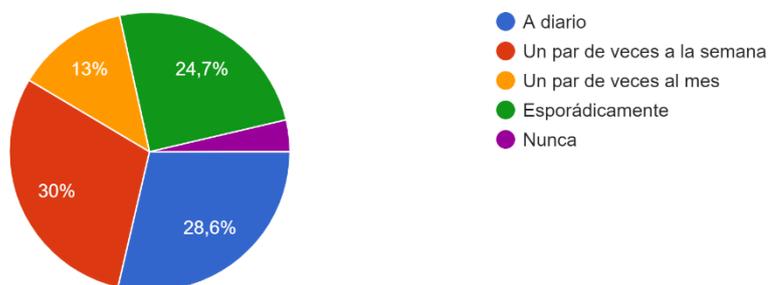


#### Uso de los servicios de alimentación

En cuanto al uso que se hace de las cafeterías, la mayoría utiliza este servicio diariamente (28,6%) o un par de veces a la semana (30%). El uso más frecuente de las cafeterías es para las comidas o la consumición de media mañana, seguido del desayuno.

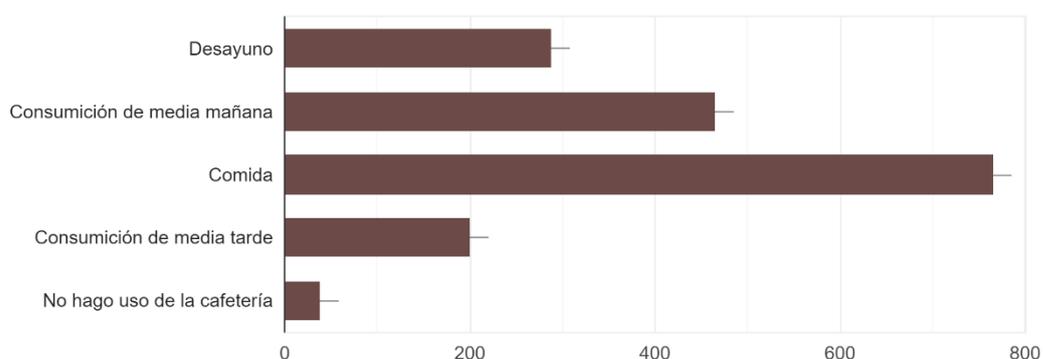
1.- ¿Con qué frecuencia haces uso de los servicios de comedor y cafetería?

1.055 respuestas



2.- ¿Qué tipo de consumo realizas en el comedor o cafetería?

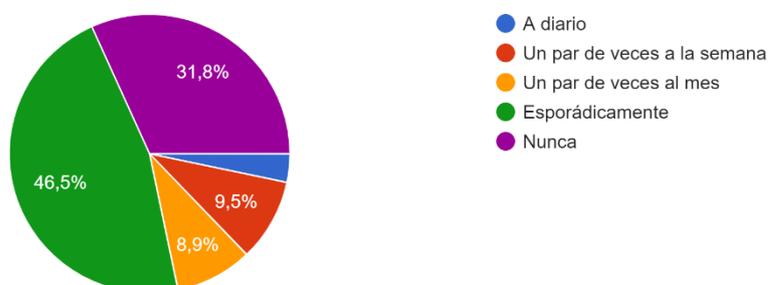
1.050 respuestas



En cuanto al uso de máquinas de vending, cabe destacar que su uso es mucho menor, siendo que la mayoría lo utiliza esporádicamente (46,5%) o nunca (31,8%), Las consumiciones que se hacen en estas máquinas son principalmente de café o comida (tipo snack).

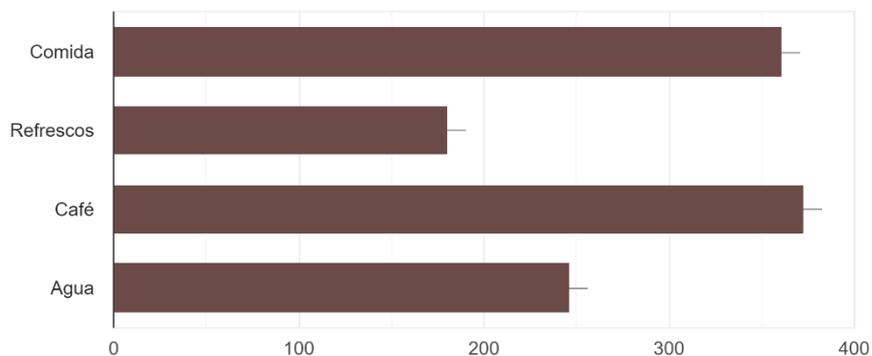
3.- ¿Con qué frecuencia haces uso de las máquinas de vending?

1.058 respuestas



#### 4.-¿Qué tipo de consumo haces en las máquinas de vending?

770 respuestas



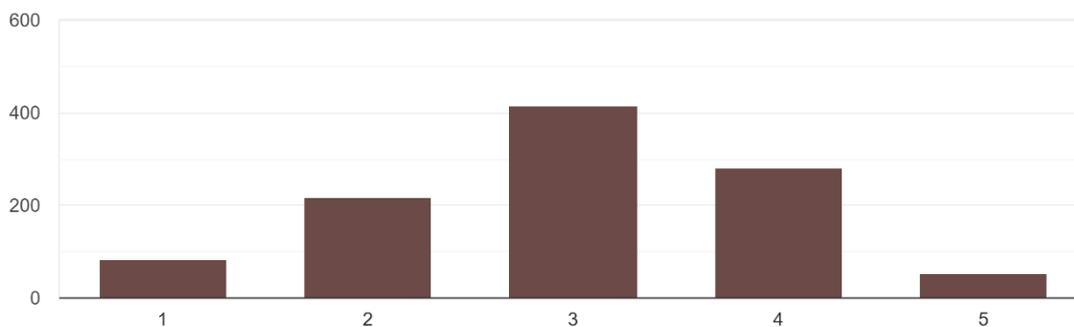
#### Valoración de los servicios y efectos del sistema alimentario

Como podemos ver en el siguiente gráfico, respecto a la valoración de los servicios, el 39,5% (415 personas) valoran los servicios de alimentación como regulares, 26.7% como buenos y 20,6% como malos.

Gráfico: Valoración de los servicios de alimentación, siendo 1 muy malo, 2 malo, 3 regular, 4 bueno y 5 muy bueno.

5.-Por favor, valora el servicio de alimentación (comedor, cafetería y máquinas de vending) que se ofrece en el campus universitario.

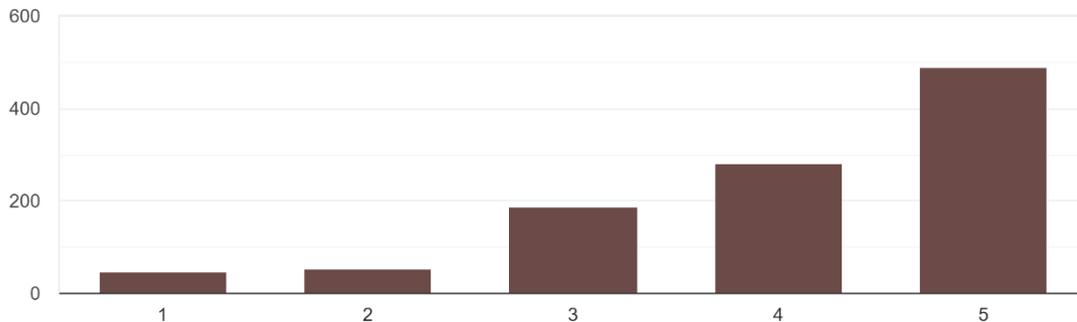
1.051 respuestas



Con respecto a los efectos de la alimentación en el medio ambiente y en la salud humana, podemos ver, comparando los gráficos, 491 personas afirmaron tener un alto grado de preocupación por los efectos medioambientales del sistema alimentario, y 669 afirmaron tener un alto grado de preocupación respecto a los efectos sobre la salud. Este resultado nos da pistas significativas sobre dónde y cómo incidir en la comunicación y en la sensibilización sobre la alimentación saludable y sostenible.

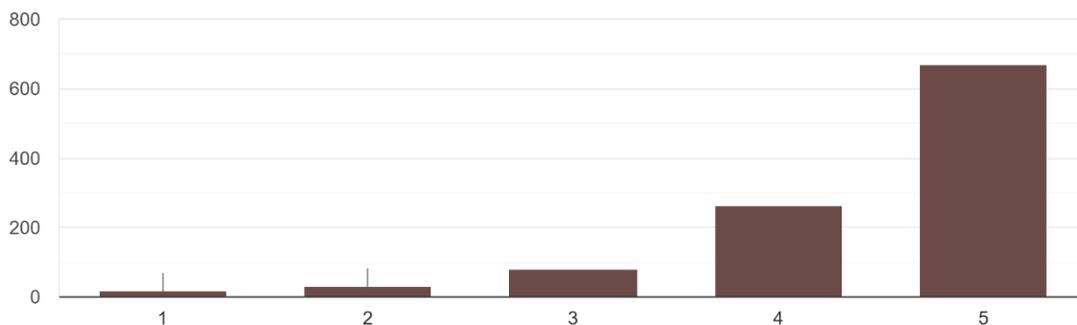
6.- Por favor, valora tu grado de preocupación por los efectos del sistema alimentario en la sostenibilidad (Ambiental, social y económica).

1.059 respuestas



7.- Por favor, valora tu grado de preocupación por los efectos del sistema alimentario en la salud.

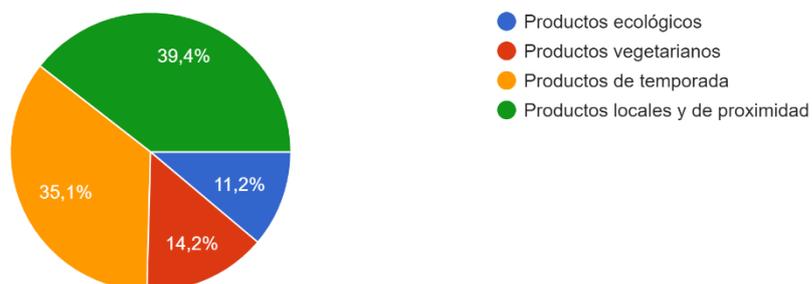
1.058 respuestas



A la pregunta de qué tipo de alimentos les gustaría incluir en las cafeterías de los campus, el siguiente gráfico muestra que los productos más demandados son los productos locales y de proximidad, seguidos muy de cerca por los de temporada. La introducción de productos vegetarianos es la tercera opción y por último la introducción de productos ecológicos, con un 11,2% de los votos.

13.-¿Cuál de los siguientes tipos de productos priorizarías en la oferta del comedor?

1.047 respuestas



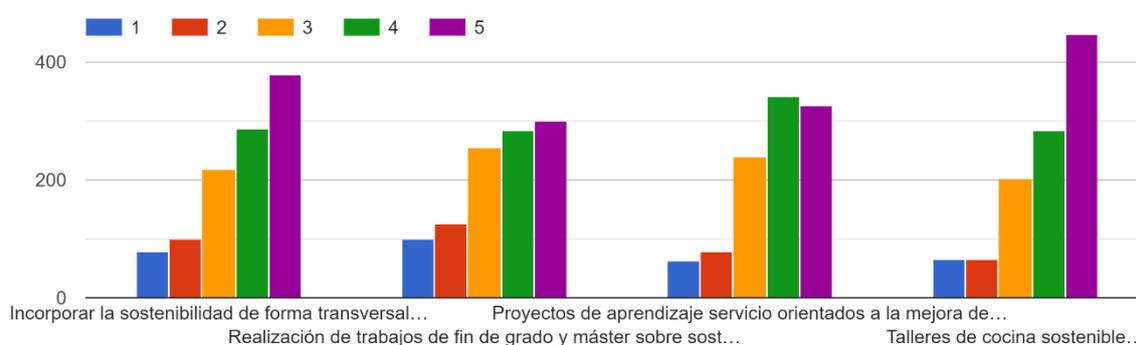
Estos datos son sumamente interesantes a la hora de plantear mejoras y proyectos piloto que podamos realizar en los campus universitarios, siendo claro que debemos centrarnos en la promoción del producto local y haciendo difusión y comunicación sobre los productos de temporada, así como del origen de los mismos. Sería interesante ahondar en la cuestión de porqué los alimentos ecológicos han tenido tan poca acogida entre la comunidad universitaria. Una de las hipótesis que se plantean es si es debido a la percepción que se tiene sobre que estos productos son más caros que los convencionales.

### Iniciativas propuestas

Esta encuesta tenía como uno de sus objetivos valorar y refrendar las iniciativas que surgieron en los Laboratorios de Innovación Social. Para valorarlos, se dividieron en 4 grupos.

- 1) **Formación del alumnado:** La propuesta mejor valorada es la realización de talleres de cocina sostenible y saludable para el alumnado, seguida de la incorporación de la sostenibilidad de forma transversal en los estudios universitarios, proyectos de aprendizaje por servicios orientados a la mejora de la alimentación en el campus y por último (aunque muy bien valorado igualmente) la realización de TFG y TFM sobre sostenibilidad, sistema agroalimentario, etc.

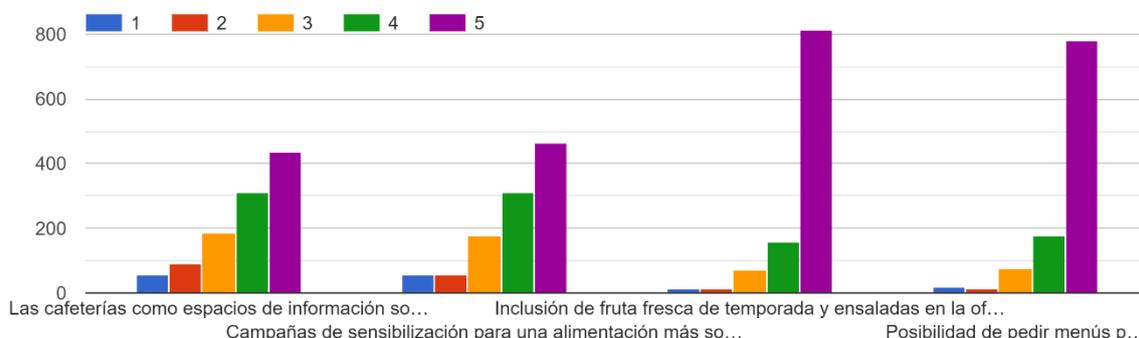
#### 8.- FORMACIÓN DE ALUMNADO



- 2) **Servicios de comedor y cafetería:**

Las opciones mejor valoradas y con gran apoyo por parte de la comunidad universitaria son la inclusión de fruta fresca de temporada y ensaladas en la oferta del menú, seguido de la posibilidad de pedir menús para llevar o envases para llevar lo sobrante. Las cafeterías como espacios de información y las campañas de sensibilización en estos espacios, son opciones menos atractivas.

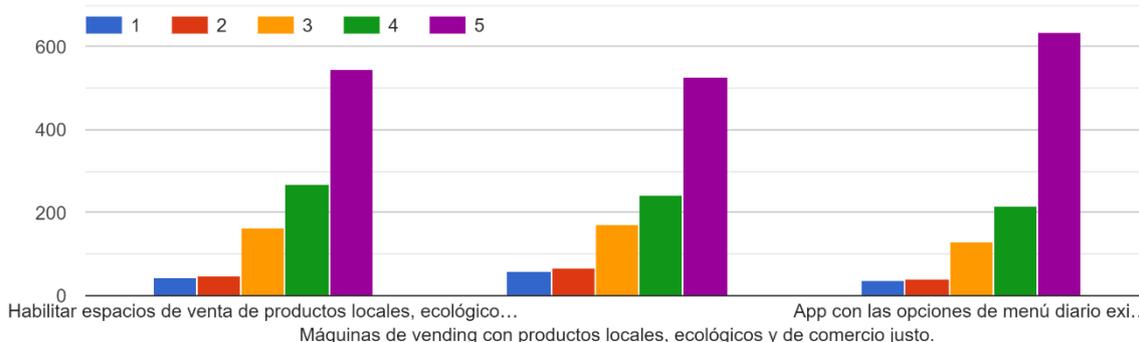
## 9.- SERVICIO DE COMEDOR Y CAFETERÍA



### 3) Oferta de alimentos sostenibles en el campus:

La iniciativa más valorada es la de tener una app con la oferta del menú de las cafeterías de los campus, seguido de espacios de venta de productos agroecológicos o locales (como tienda fija, mercadillo o en las propias cafeterías) y por último una mejora en la oferta de las máquinas de vending que incluya producto local, ecológico y de comercio justo.

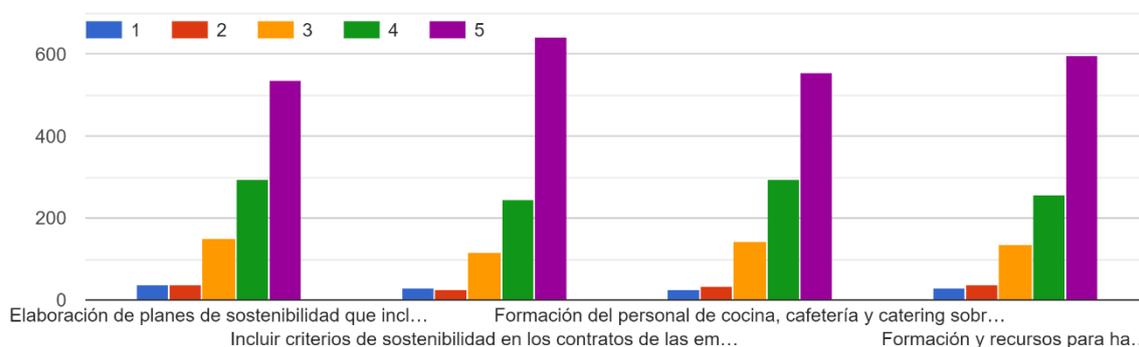
## 10.- OFERTA EN EL CAMPUS



### 4) Gestión de las cafeterías por parte de la Universidad:

La opción mejor valorada y con mayor número de votos es la inclusión de criterios de sostenibilidad en los contratos de las empresas de las cafeterías, seguida de la formación y recursos para hacer efectiva la separación de residuos orgánicos y el compostaje de las mismas. Tienen una gran aceptación la formación al personal de cocina y la elaboración de planes de sostenibilidad que incluyan la alimentación sostenible.

## 11.- GESTIÓN



### Conclusiones sobre las iniciativas:

De las 15 iniciativas propuestas, las que tiene una mayor aceptación (mayor número de votos con 5 y 4, y todas ellas por encima de los 800 votos) son, por orden de prioridad:

1. Inclusión de fruta fresca de temporada y ensaladas en la oferta de todas las cafeterías.
2. Posibilidad de pedir menús para llevar o que envasen la comida sobrante como forma de lucha contra el desperdicio alimentario.
3. Incluir criterios de sostenibilidad en los contratos de las empresas que prestan servicio en comedores y cafeterías.
4. Formación y recursos para hacer efectiva la separación de la fracción orgánica y el compostaje.
5. App con las opciones de menú diario existentes en el campus.
6. Elaboración de planes de sostenibilidad que incluyan la alimentación sostenible.
7. Habilitar espacios de venta de productos locales, ecológicos y de comercio justo en el campus (tienda fija/ mercadillo en el campus / en las propias cafeterías).

Por bloque, las iniciativas más votadas son las de mejora de los servicios de cafetería, (posiciones 1 y 2), seguidas de las de gestión (posiciones 3 y 4) y las menos las de formación (posiciones 11, 13, 14 y 15).

### Conclusiones generales:

Con los resultados que arrojan los Laboratorios de innovación Social y la encuesta en las universidades UAM, UAH, y UPM, desde el Observatorio proponemos continuar profundizando el trabajo en las siguientes líneas:

- a) Estudio de hábitos para obtener una mayor información de los hábitos de consumo en la población universitaria.
- b) Continuar con la labor de sensibilización y concienciación, especialmente en lo referente al origen y procedencia de los productos y a la temporada de los mismos.

- c) Trabajo directo con las universidades para avanzar en dos direcciones:
  - Gestión de las cafeterías: con el trabajo en la inclusión de criterios de sostenibilidad en os pliegos de condiciones técnicas, conforme a ley, y acompañando a las empresas de restauración en la transición para evitar que los concursos queden desiertos.
  - Inclusión de la alimentación sostenible en las estrategias de las universidades.
  
- d) Trabajo directo con las cafeterías de las universidades: en proyectos piloto que respondan a:
  - Introducción de productos locales y de temporada, especialmente frutas y frescos en la oferta de los menús.
  - Formación y sensibilización entorno a la sostenibilidad (reducción del desperdicio, de uso de plásticos, de la separación de residuos)
  - Proyectos piloto de compostaje de los residuos orgánicos.
  
- e) Proyecto piloto de mercadillo en los campus para aumentar la oferta de productos locales, de temporada y saludables para la población universitaria.