

# Informe de investigación

¿Cómo mejorar el acceso de la mujer a una alimentación sostenible?

Febrero de 2019

colabora

Up  Social

iniciativa de

**Carasso**  
Daniel & Nina  
Fondation sous l'égide de la Fondation de France

**la  
mesa**

**social lab por el acceso  
universal a una  
alimentación sostenible**

# Índice

---

<b>1.</b>	<b>Introducción</b>	<b>03</b>
	– Sobre La Mesa	
	– ¿Cómo mejorar el acceso de la mujer a una alimentación sostenible?	
	– Palancas de cambio	

---

<b>2.</b>	<b>Innovaciones preseleccionadas</b>	<b>07</b>
-----------	--------------------------------------	-----------

---

<b>3.</b>	<b>Otras innovaciones identificadas</b>	<b>24</b>
-----------	---	-----------



# 1. Introducción

## Sobre La Mesa

Las graves consecuencias que producen en la salud humana tanto la propia carencia de alimentos como su falta de calidad nutricional o la presencia de residuos tóxicos, sumado a la necesidad de proteger la salud del planeta, nos sitúa ante el reto de mejorar el acceso a una alimentación sostenible para las personas y, en especial, aquellas que se encuentran en situación de vulnerabilidad.

En materia de acceso universal a una alimentación sostenible, existe un gran potencial de innovación y despliegue de soluciones en la mejora de la conexión entre agentes que actúan en zonas aun inconexas del sistema.

Por este motivo, la Fundación Daniel y Nina Carasso promueve La Mesa, una iniciativa que busca reunir actores clave que habitualmente no coincidimos en nuestros ecosistemas de trabajo para que, de manera conjunta y con enfoque sistémico, desarrollemos soluciones innovadoras y escalables a este reto global.

## ¿Cómo mejorar el acceso de la mujer a una alimentación sostenible?

Este ejercicio comienza por centrar la atención en un colectivo concreto para poder profundizar en las causas e interrelaciones de su situación, y entender sus estrategias en relación con la alimentación para plantear soluciones más eficaces, eficientes y justas a sus necesidades.

Las mujeres con hijos juegan un doble rol en la temática del social lab: por un lado, son uno de los colectivos más vulnerables por su mayor exposición a situaciones de pobreza y exclusión social, especialmente en edades jóvenes y contextos urbanos; por el otro, la asignación del trabajo alimentario por parte de la sociedad patriarcal las posiciona en muchas ocasiones como gestoras de las precarias economías familiares, educadoras, tomadoras de decisiones y, en definitiva, sostenedoras de la vida<sup>1</sup>.

Por todo ello, comenzamos por poner el foco en las mujeres jóvenes, de bajos ingresos, con hijos a cargo y que habitan en contextos urbanos.

---

Fargas Fursa, L.; Guillamón, A.; Carriga, N.; Blasco, A. y Landeros, A. (coords.) (2014). Informe sobre el derecho a la alimentación adecuada en Cataluña. Impactos de la pobreza alimentaria en Ciutat Vella y Nou Barris. Barcelona: Observatori DESC, Entreprenbles y EdPAC.



# 1. Introducción

**Los retos complejos requieren aproximaciones y soluciones sistémicas. La Mesa articula el trabajo alrededor de un reto concreto sobre el cual identificar las respuestas más adecuadas. El objetivo es prototipar y probar intervenciones que generen resultados concretos de forma más eficaz, eficiente y justa.**

## **Palancas de cambio**

Sobre la base de una revisión bibliográfica y un trabajo de campo que dio lugar a conversaciones con 34 mujeres, los participantes de La Mesa identificaron y priorizaron una serie de ámbitos de acción con el potencial de transformar la situación de las mujeres en relación con el acceso a una alimentación sostenible.

Estas palancas de cambio han orientado la búsqueda de soluciones innovadoras para dar respuesta al reto. Durante la investigación, se han analizado iniciativas que incidían en una o varias de estas áreas, tomando en especial consideración aquellas que sean sinérgicas, articulables en modelos holísticos que puedan aplicarse a pequeña escala para documentar la experiencia y, luego, ser escalados.

---

<sup>1</sup> ONU (2019). Inability to afford a meal with meat, chicken.



# 1. Introducción

Las palancas de cambio identificadas son las siguientes:



## Comunidad y autogestión

Existe un gran potencial de transformación en las respuestas que trascienden el ámbito individual para generar espacios de encuentro inclusivos donde, además de resolver necesidades específicas, se tejen redes de apoyo y se rompen dinámicas de aislamiento.



## Empoderamiento, cambio cultural y educación

Con las desigualdades de género presentes en casi todas las dimensiones del reto, las acciones orientadas a la corresponsabilidad presentan gran potencial de generar cambios duraderos. Se considera especialmente necesario incidir en la transformación del contexto, trabajando con hombres y niños como grandes agentes de cambio. Con las mujeres se plantearán enfoques empoderadores que, sobre todo, ofrezcan herramientas para confrontar situaciones de desigualdad.



## Información y narrativas

Existe gran cantidad de información sobre los alimentos que consumimos, pero no siempre se transmite de forma suficientemente clara, transparente ni por medio de fuentes fiables. Se buscarán, pues, innovaciones que rompan las desigualdades de acceso a información entre los consumidores menos activistas, facilitando una toma de decisiones informada.



## Cambios en políticas públicas

Para generar cambios significativos y generalizados en materia de alimentación y género, son necesarias políticas públicas que establezcan un marco favorable para la transformación de estructuras y modelos.



Además, se han considerado respuestas que implican a otros agentes de cambio, como los profesionales de la salud, las grandes empresas, los comerciantes de barrio o los medios de comunicación.



También aquellas que den un mejor acceso a alimentos de calidad o reformulen soluciones institucionales tradicionales.

# 1. Introducción

**Criterios que se han tenido en cuenta en la investigación para valorar la relevancia y la adecuación de las innovaciones:**

## **Evidencia de impacto**

Iniciativas que hayan documentado resultados positivos en relación con el reto y que, en la medida de lo posible, permitan entender la atribución y correlación de los resultados de cambio con la innovación.

## **Tipo de innovación**

Cambio que genera la iniciativa en el sistema respecto a las soluciones existentes, teniendo especialmente en cuenta el ámbito de acción desde el que se introduce. ¿La innovación mejora, reformula, complementa o transforma las respuestas actuales?

## **Experiencia de adaptación**

Ya sea un servicio, una manera de trabajar o un modelo de negocio, se valorará el grado de experiencia a la hora de llevar la innovación a contextos diferentes obteniendo resultados similares.



## 2. Innovaciones preseleccionadas

De entre 116 iniciativas analizadas, se han preseleccionado 31 para, entre todos los participantes de La Mesa, identificar las 15 que se explorarán más en profundidad

**A-Porta.** España

**Algramo.** Chile

**Bienestar en Casa.** Perú

**Bristol Food Network.** Reino Unido

**Building the confidence of professionals and community leaders.** Reino Unido

**Food Share.** Canadá

**Foodcorps.** Estados Unidos

**Foodtopia.** España

**Green Monday.** Hong Kong

**GreenApes.** Alemania

**Health Leads.** Estados Unidos

**Healthy Workplaces.** India

**La Tablée des Chefs.** Canadá

**Ley de Etiquetado.** Chile

**Living Wage.** Reino Unido

**Planet Protector Academy.** Canadá

**Réseau Cocagne.** Francia

**Restaurant Opportunities Centers United.** Estados Unidos

**Salford Dadz - Little Hulton.** Reino Unido

**Scientific Institute for Intelligent Nutrition.** Bélgica

**SirPlus.** Alemania

**Sistema de Seguridad Alimentaria de Belo Horizonte.** Brasil

**Smarter Dharma.** India

**Social and Behavior Change Communication.** Internacional

**Tenoli.** México

**The Full Yield.** Estados Unidos

**The Stop Community Food Centre.** Canadá

**Unlocked: A guide to avoiding food poverty in Lockleaze.**  
Reino Unido

**Wellbeing Enterprises.** Reino Unido

**Wellcome.** Alemania

**Wholesome Wave.** Estados Unidos



## 2. Innovaciones preseleccionadas

### A-Porta. España

[www.confavc.cat/barris-per-la-convivencia-a-porta](http://www.confavc.cat/barris-per-la-convivencia-a-porta)



#### Descripción

Proyecto comunitario que capacita y empodera a personas comprometidas referentes en el barrio (llamados *picaportes*) para mediar entre los vecinos más vulnerables y servicios sociales. Yendo casa por casa, los *picaportes* llegan a las familias y crean vínculos con ellas. Así consiguen entender sus necesidades y conectar con los recursos más adecuados, generando cambios positivos en ámbitos como la pobreza energética, el aislamiento o la integración social.

#### Alcance

Durante un año y medio, el proyecto acompañó a 3.000 vecinos.

#### Comentarios

Iniciativa basada en Voisin Malin, una innovación probada en Francia. La adaptación podría emplear a mujeres jóvenes con hijos y poner énfasis en temas relacionados con la alimentación.

**Vídeo explicativo** [tiny.cc/m0eaiz](http://tiny.cc/m0eaiz)

### Algramo. Chile

[www.algramo.com](http://www.algramo.com)



#### Descripción

Empresa social focalizada en facilitar el acceso a productos alimentarios de calidad por un precio justo en barrios vulnerables. Trabajando en red con microcomerciantes ya existentes, genera poder de negociación colectivo y elimina los intermediarios entre ellos y los distribuidores. Los dueños de los pequeños almacenes compran alimentos a granel en envases reutilizables que luego venden en máquinas dispensadoras a costos más bajos, contribuyendo así a la supervivencia de los pequeños almacenes frente a las grandes cadenas alimentarias y a la revitalización de los barrios.

#### Alcance

La máquina dispensadora permite la venta de productos 30% más baratos. Al mismo tiempo, el proyecto contribuye a reducir desechos plásticos al utilizar envases reutilizables.

#### Comentarios

La estrategia ha sido diseñada para ser replicada en otras comunidades, ciudades y regiones. Al mismo tiempo, empodera a microcomerciantes y al remodelar almacenes, genera puntos de encuentro y comunidad en los vecindarios.

**Vídeo explicativo** [bit.ly/2U9Dc4M](http://bit.ly/2U9Dc4M)



## 2. Innovaciones preseleccionadas

### Bienestar en Casa. Perú

[www.bit.ly/36GKMpS](http://www.bit.ly/36GKMpS)



#### Descripción

Sistema de venta multinivel que emplea a amas de casa en situación de vulnerabilidad como vendedoras o distribuidoras de productos de Nestlé Perú y las capacita en nutrición, salud y buenos hábitos de alimentación. De esta manera, se busca aumentar la calidad de vida de las denominadas Asesoras de Bienestar y de las consumidoras. Adicionalmente, permite a las mujeres emprendedoras, empleadas de manera independiente, aumentar sus ingresos mensuales mientras gestionan su propio tiempo.

#### Alcance

Durante el primer año capacitaron a 350 mujeres, que obtuvieron un margen de ganancia promedio de 19 %. Una evaluación encontró mejoras en los hábitos alimenticios, el índice de masa corporal y el porcentaje de grasa de las mujeres y de sus hijos e hijas menores de 12 años.

#### Comentarios

Negocio inclusivo que combina la venta de alimentación saludable, con difusión de información relevante y posibilidad de generar ingresos y empoderamiento de mujeres en situación de vulnerabilidad.

### Bristol Food Network. Reino Unido

[www.bristolfoodnetwork.org](http://www.bristolfoodnetwork.org)



#### Descripción

Una red que apoya, informa y conecta a personas, proyectos comunitarios y diversos actores públicos y privados que comparten una visión para transformar a Bristol en una ciudad alimentaria sostenible que promueva la producción y el consumo local, la prevención del desperdicio alimentario, la creación de redes comunitarias y la participación ciudadana. Producen guías de acción, campañas educativas, boletines informativos, talleres, etc.

#### Alcance

Primera ciudad del Reino Unido en tener un Consejo de Políticas Alimentarias- Su sistema de recolección de residuos alimentarios ha logrado reducir más de 20.000 toneladas. Metodología bien documentada y empaquetada fácilmente transferible.

#### Comentarios

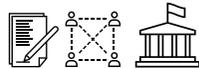
Iniciativa que actúa como paraguas y altavoz de muchos proyectos comunitarios e iniciativas privadas. Combinación interesante de promoción de pequeñas iniciativas, involucramiento de toda la ciudadanía y creación de políticas públicas sistémicas. Iniciativa holística que da soluciones prácticas y tangibles para abordar una problemática compleja.



## 2. Innovaciones preseleccionadas

### Building confidence professionals & community leaders. UK

[www.bit.ly/2S0Ok19](http://www.bit.ly/2S0Ok19)



#### Descripción

Formación modular progresiva y adaptado a tiempos de proveedores de servicios sociales de primera línea para capacitarlos en cómo reconocer y asistir pobreza alimentaria. Mediante estudios de caso se trabaja en la empatía, la confianza y las habilidades de los profesionales y líderes comunitarios en contacto directo con personas en situación de riesgo, basándose en sus propia experiencia y conocimientos. Iniciativa gratuita y bajo el paraguas de FoodPower, un programa que promueve la generación de alianzas en 50 ubicaciones del Reino Unido para combatir las causas de la pobreza alimentaria, dar voz a las personas que la viven y evaluar y compartir buenas prácticas.

#### Alcance

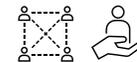
En un año entrenaron a 103 proveedores de servicio, si cada uno trabaja solo con 30 personas en riesgo, ya han conseguido que más de 3.000 personas obtengan apoyo institucional, información y guías de acción adecuadas.

#### Comentarios

Importancia de alinear a los actores que responden diariamente a situaciones de pobreza alimentaria para que compartan lenguaje, retos, aprendizajes, recursos y puedan aportar respuestas articuladas y unificadas.

### Food Share. Canadá

[www.foodshare.net](http://www.foodshare.net)



#### Descripción

Iniciativa paraguas que busca el cambio sistémico mediante diversas acciones relacionadas a la alimentación en colaboración con diversos actores comunitarios y vecinos en barrios vulnerables. Actividades como huertos comunitarios o mercados móviles hacen más accesibles para la población de determinados barrios frutas y verduras frescas, de calidad, culturalmente diversas y de bajo coste. Se combina con otros programas y acciones formativas dirigidas a niños, docentes y familias.

#### Alcance

Ha llegado a más de 260.000 personas, promovido más de 1.300 iniciativas de alimentación lideradas por la comunidad, capacitado a más de 8.360 personas, y apoyado 46 Good Food Markets o mercados móviles. La propia organización opera 10 de estos mercados móviles que son visitados regularmente por 80 % de sus clientes.

#### Comentarios

Iniciativa muy holística, son sobre todo rescatables los mercados móviles con comida sana para llegar a los food deserts, así como la línea telefónica de emergencias como itinerario o protocolo de atención.

**Vídeo explicativo** [www.youtube.com/watch?v=5XE8pRsrBZI](https://www.youtube.com/watch?v=5XE8pRsrBZI)



## 2. Innovaciones preseleccionadas

### FoodCorps. Estados Unidos

[www.foodcorps.org](http://www.foodcorps.org)



#### Descripción

Grupos alimentarios de jóvenes que realizan un año de servicio nacional en escuelas públicas con alto porcentaje de familias en riesgo de pobreza alimentaria. Los jóvenes, una nueva generación de líderes capacitada como expertos en alimentación sostenible, trabajan a tiempo completo impartiendo educación nutricional, cultivando jardines escolares y abasteciendo los comedores escolares con comida sana, fresca y local.

#### Alcance

En un año, 225 jóvenes FoodCorps llegaron a más de 150.000 alumnos e involucraron a 6.685 voluntarios en actividades para mejorar el ecosistema alimentario escolar. Una evaluación de impacto demostró que gracias al programa los alumnos se alimentan con tres veces más raciones de frutas y vegetales que alumnos de control.

#### Comentarios

Podría complementarse el foco en erradicación de la obesidad con la promoción de sostenibilidad. Buena puerta de entrada para poner el tema en agenda y convertir a los niños en agentes de cambio que llevan los conocimientos a casa. También habría la posibilidad de crear FoodCorps de mujeres desempleadas.

**Vídeo explicativo** [https://youtu.be/Nt5sf4X0\\_2o](https://youtu.be/Nt5sf4X0_2o)

### Foodtopia. España

[www.foodtopia.eu](http://www.foodtopia.eu)



#### Descripción

Proyecto de economía local que produce alimentos de forma responsable, ética y respetuosa con el medio ambiente buscando reducir el consumo de energía a lo largo de la cadena de producción alimentaria, así como el precio actual de la alimentación (los precios por plato van de 1 a 2,5 euros). Para ello evitan intermediarios y reelocalizan y conectan todos los eslabones de la cadena alimentaria. Emplea principalmente ingredientes de procedencia ecológica y con huella ecológica reducida. Asimismo, usan una tecnología de cocción lenta, que reduce el consumo de energía y abarata costos.

#### Alcance

Mientras que la tasa de retorno energético (TRE) de la agroindustria es de 10 calorías de energía por comida producida, la de Foodtopia es entre 1,5 y 3. Calcula que su reducción de consumo de energía equivale a 2,8 litros menos de consumo de petróleo por persona al día. De cada 10 euros que una persona gasta en comida de Foodtopia, aprox. 9 quedan en la economía local.

#### Comentarios

El modelo puede llegar a generar puestos de trabajo de inserción.

**Vídeo explicativo** [youtube.com/watch?v=vILMQX\\_6FF0](https://www.youtube.com/watch?v=vILMQX_6FF0)



## 2. Innovaciones preseleccionadas

### Green Monday. Hong Kong

[www.greenmonday.org](http://www.greenmonday.org)



#### Descripción

Movimiento popular viral para reducir conscientemente el consumo de carne en la población. Crea alternativas vegetales más saludables y sostenibles para recetas tradicionales con base de carne animal. La campaña por el cambio de hábitos plantea la importancia de los pequeños pasos en el camino a la sostenibilidad. Cuenta con el respaldo de celebridades y, mediante la introducción de métricas de impacto y apelando a la competitividad, sumaron a cientos de escuelas, cafeterías, restaurantes y compañías, incluso del sector *mainstream*.

#### Alcance

Está en más de 1.000 restaurantes y 800 escuelas en Hong Kong. Además, ha sido adoptada en más de 30 países, influyendo directamente a 1,5 millones de estudiantes.

Empresas aliadas han decidido seguir dando pasos hacia la sostenibilidad en otros campos como el energético.

El porcentaje de habitantes de Hong Kong con objetivo de reducir su consumo de carne se incrementó de 5 al 22 %.

#### Comentarios

Iniciativa concreta con alto potencial de impacto que, en lugar de culpabilizar al consumidor, le da posibilidad de convertirse en agente de cambio de forma divertida y fácil.

**Vídeo explicativo** [youtube.com/watch?v=y2ZKz0TMG20](https://youtube.com/watch?v=y2ZKz0TMG20)

### GreenApes. Alemania

[www.greenapes.com](http://www.greenapes.com)



#### Descripción

Aplicación digital y red social que busca generar comunidad y consciencia en la ciudadanía y promover la adopción de nuevos hábitos sostenibles. Los usuarios pueden compartir ideas o nuevos negocios locales sostenibles, a cambio obtienen puntos de recompensa al reportar sus acciones sostenibles, que luego pueden canjear por bienes y premios reales ofrecidos por empresas y negocios aliados.

#### Alcance

72 % de usuarios han adoptado nuevos hábitos sostenibles y 65 % han descubierto nuevos negocios sostenibles y ecológicos en su ciudad gracias al uso de la aplicación. Funciona en ciudades de Alemania e Italia. En 2017 GreenApes contabilizó 25.000 acciones sostenibles, 7.000 nuevos seguidores y 140 aliados comerciales ofreciendo recompensas a usuarios.

#### Comentarios

Gamificación con pequeñas recompensas e incentivos que pueden dar a conocer comercios y servicios que incorporen criterio de sostenibilidad.

#### Vídeo explicativo:

[youtube.com/watch?v=ODFHTN45vmo&feature=emb\\_logo](https://youtube.com/watch?v=ODFHTN45vmo&feature=emb_logo)



## 2. Innovaciones preseleccionadas

### Health Leads. Estados Unidos

[www.healthleadsusa.org](http://www.healthleadsusa.org)



#### Descripción

Pone a disposición de hospitales y centros de salud una serie de metodologías, estrategias y herramientas para movilizar y trabajar junto a recursos comunitarios y servicios sociales de manera más efectiva y eficiente. El objetivo es hacer frente a las necesidades básicas de los pacientes y sus familias, como vivienda, nutrición o empleo, ya que más del 60 % de las causas de enfermedades son sociales y ambientales.

#### Alcance

En 22 años ha pasado de crear un servicio sólido de voluntariado que servía de nexo entre más de 15.000 pacientes y el respectivo personal médico, a crear y capacitar equipos enteros de instituciones de salud. Ha establecido un *toolkit* de diagnóstico de necesidades sociales descargado por más de 3.000 instituciones y ha liderado la creación de herramientas digitales para abordar factores sociales desde el sector de la salud.

#### Comentarios

Perspectiva integral y preventiva de la salud, especialmente relevante para población en situación de vulnerabilidad. Fácilmente adaptable y con alto potencial de impacto.

**Vídeo explicativo** <https://vimeo.com/297321245>

### Healthy Workplaces. India

[www.arogyaworld.org](http://www.arogyaworld.org)



#### Descripción

Iniciativa que busca convertir a los centros laborales en aliados para la promoción de hábitos más saludables y la prevención de enfermedades crónicas. Un elemento innovador es la creación de un sistema de acreditación para las empresas que promueve el sentimiento de comunidad saludable y acelera el cambio de cultura mediante, por ejemplo, la promoción de la alimentación saludable y la actividad física. Otro elemento innovador es una aplicación móvil que promueve cambios conductuales con metas sencillas para cumplir y mecanismos de *feedback* y reconocimiento inmediatos.

#### Alcance

Desde el 2013, ha reclutado a más de 131 empresas en India, alcanzando a más de 3 millones de empleados. Desde el 2016, algunas empresas han empezado a calcular el retorno de la inversión (ROI) que da la promoción de bienestar en centros laborales, para saber, por ejemplo, hasta qué punto se ha reducido el ausentismo o incrementado el compromiso.

#### Comentarios

El concepto de salud es ampliable para poner énfasis en la alimentación y la conciliación familiar, en particular con 13 hombres.



la mesa

## 2. Innovaciones preseleccionadas

### La Tablée des Chefs. Canadá

[www.tableedeschefs.org](http://www.tableedeschefs.org)



#### Descripción

Iniciativa que busca crear un movimiento de chefs sociales involucrándolos como líderes contra el despilfarro alimentario y profesores en educación culinaria sostenible para niños y jóvenes en escuelas y centros juveniles de barrios vulnerables. Por un lado, transforma la donación esporádica de alimentos en un proceso sistematizado que permite alimentar saludablemente a personas en situación de vulnerabilidad. Por otro, incita a que el sistema educativo incorpore espacios para que niños y jóvenes adopten hábitos y habilidades de cocina saludables y accesibles.

#### Alcance

Desde el 2003 ha evitado el desperdicio de 750 toneladas de alimentos y ha alimentado a más de 2 millones de personas. Más de 30.000 adolescentes han recibido entrenamiento para cocinar de manera saludable y sostenible.

#### Comentarios

La capacitación en habilidades y hábitos culinarios podría adaptarse para mujeres.

**Vídeo explicativo** [youtube.com/watch?v=kraJyAl6iAM](https://youtube.com/watch?v=kraJyAl6iAM)

### Ley del etiquetado. Chile

[bit.ly/2RH7D0y](http://bit.ly/2RH7D0y)



#### Descripción

La Ley 20.606 sobre la Composición de los Alimentos y su Publicidad constituye una innovación social que busca transparentar el contenido nutricional de los alimentos al incorporar en su etiquetado frontal sellos con la frase "alto en" para las calorías, azúcares, grasas saturadas y sodio; la prohibición de su publicidad dirigida a menores de 14 años y su restricción de venta en establecimientos escolares.

#### Alcance

1.500 productos han cambiado su fórmula de composición nutricional para evitar un sello "alto en" en su envase.  
8.000 productos debieron someterse al nuevo etiquetado.  
91 % de personas que dicen mirar y comparar productos, terminan adquiriendo aquellos que tienen menos "alto en".

#### Comentarios

El modelo muestra que el cambio en los hábitos de los consumidores y las prácticas de los productores es posible si están respaldados por políticas y marcos legales apropiados. La iniciativa ha servido de inspiración para que países de todo el mundo adopten regulaciones similares.

**Vídeos explicativos** [bit.ly/3144Lx](http://bit.ly/3144Lx) [bit.ly/317rV6d](http://bit.ly/317rV6d)



## 2. Innovaciones preseleccionadas

### Living Wage. Reino Unido

[www.livingwage.org.uk](http://www.livingwage.org.uk)



#### Descripción

Campaña para reconocer y celebrar a empresas que pagan a sus trabajadores sueldos suficientes para afrontar el coste real de la vida, en contraposición con los sueldos mínimos fijados por el gobierno según una media estadística. Así, promueve la adopción voluntaria de un "sueldo digno real", calculado con base en una cesta de bienes y servicios domésticos y actualizado anualmente. Las empresas participantes reciben acompañamiento durante la implantación con el objetivo de hacer llegar las medidas paulatinamente a toda su plantilla, incluyendo a personal subcontratado.

#### Alcance

Cerca de 6.000 empresas acreditadas, incluyendo un tercio de las 100 del índice Financial Times Stock Exchange, además de Google, Ikea y algunos clubes de fútbol. Más de 180.000 trabajadores han recibido aumentos de sueldo a raíz de esta campaña.

#### Comentarios

Esta iniciativa forma parte del grupo de innovaciones que inciden en la base del iceberg en temas de pobreza y vulnerabilidad.

**Vídeo explicativo** [vimeo.com/339955952](https://vimeo.com/339955952)

### Planet Protector Academy. Canadá

[www.dreamriderproductions.com](http://www.dreamriderproductions.com)



#### Descripción

Programa educativo impartido en las escuelas primarias que acompaña a niños de entre 5 y 10 años para convertirse en agentes de cambio por el medioambiente en sus propios entornos familiares, incidiendo en la configuración de hábitos y prácticas diarias. Su metodología se basa en el aprendizaje colaborativo, el teatro, las narrativas y el juego, y los contenidos son facilitados a los docentes mediante una plataforma web.

#### Alcance

El modelo ha sido implementado en 125 ciudades canadienses, además de algunas escuelas de Estados Unidos e India. En 2019, cerca de 850.000 niños habían participado en el programa. Algunos estudios revelan que el 50 % de los niños han conseguido modificar los hábitos familiares en la conducción, el 70 % lo ha hecho en temas energéticos y el 60 % consiguió reducir sus residuos. Un año después de participar, el 87,5 % de las familias siguen implicadas en actividades relacionadas con el programa.

#### Comentarios

Educando a los miembros más jóvenes de las familias, la innovación plantea un enfoque preventivo capaz de generar un cambio multiplicador y a largo plazo.

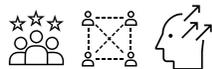
**Vídeo explicativo** [bit.ly/2SdeiOW](https://bit.ly/2SdeiOW)



## 2. Innovaciones preseleccionadas

### Réseau Cocagne. Francia

[www.reseaucocagne.asso.fr](http://www.reseaucocagne.asso.fr)



#### Descripción

Empresa social que emplea, forma y cualifica a personas en situación de exclusión en la producción de alimentos orgánicos. Paralelamente, les ofrece acompañamiento sociolaboral para que puedan trazar sus propios proyectos profesionales y personales. La red de huertos-mercado distribuye semanalmente alimentos de calidad a consumidores locales, facilitando así el acceso de personas en situación de precariedad.

#### Alcance

Opera en 12 regiones francesas a través de 102 huertos. También existen huertos en la Isla de la Reunión y Rumanía. Su venta de cestas representa el 6,6 % del volumen de negocio de la venta directa de verduras orgánicas en Francia. La empresa genera 820 puestos de trabajo permanentes y 4.820 de inserción. La duración media del acompañamiento es de 12 meses, y el 47 % alcanza una salida positiva en un empleo estable, de transición, formación u otras actividades de inserción.

#### Comentarios

Contribuye a resolver dos retos de forma simultánea, yendo a la raíz de los problemas de acceso en algunos grupos.

**Vídeo explicativo** [bit.ly/393IHqQ](https://bit.ly/393IHqQ)

### Restaurant Opportunities Centers United. EEUU

[www.rocunited.org](http://www.rocunited.org)



#### Descripción

Movimiento para la mejora de las condiciones laborales en la industria alimentaria, especialmente en el sector de la restauración. La estrategia busca alinear intereses de trabajadores, empresas y consumidores, cambiando el tradicional enfoque de confrontación por la colaboración entre actores. De entre sus acciones destacan las alianzas con los movimientos de comida ética para que incluyan los derechos laborales en su paradigma. También la elaboración de la aplicación móvil guía Diner's, que da a conocer a los consumidores las prácticas laborales de las 150 empresas de restauración más conocidas en contraste con las de las aliadas de la organización, donde los miembros de su asociación obtienen descuentos.

#### Alcance

750 empresas de restauración y 10.000 socios particulares son miembros de la red. Siete estados han establecido sueldos justos para los trabajadores del sector, eliminando los sistemas de remuneración basados en propinas.

#### Comentarios

Afronta el reto desde su raíz, con una lógica colaborativa y mediante el apoyo mutuo entre empresas del sector. Gracias a su brazo académico, sus propuestas están basadas en evidencia científica.



## 2. Innovaciones preseleccionadas

### Salford Dadz - Little Hulton. Reino Unido

[www.salforddadzlh.org](http://www.salforddadzlh.org)



#### Descripción

Proyecto comunitario autogestionado por grupos de padres que, mediante el autoconocimiento y la ayuda mutua, buscan reforzar sus habilidades parentales y actuar como referentes positivos para sus hijos. Partiendo de la idea de que el recurso más infrautilizado en la vida de los niños y jóvenes son sus padres, la iniciativa propone un amplio abanico de actividades, algunas más dirigidas al bienestar de los adultos y otras diseñadas principalmente para compartir tiempo de calidad con sus hijos.

#### Alcance

Los aprendizajes del proceso indican que la mejora en el bienestar de padres de entornos desfavorecidos puede, a su vez, mejorar el de sus hijos, así como el de sus parejas y exparejas. Un análisis externo concluyó que cada libra invertida en la iniciativa podía generar un retorno social de entre 14 y 20.

#### Comentarios

Una iniciativa de este tipo podría ser la puerta de entrada para trabajar temas de corresponsabilidad en los cuidados con los hombres.

**Vídeo explicativo** [bit.ly/2UhtIEB](https://bit.ly/2UhtIEB)

### Scientific Institute for Intelligent Nutrition. Bélgica

[www.siin-nutrition.com](http://www.siin-nutrition.com)



#### Descripción

Organización que promueve una visión sistémica y sostenible de la alimentación mediante la combinación de acciones formativas, de asesoramiento y etiquetado. Su sello IntelligentNutrition® se basa en evidencia científica e incluye criterios de proximidad y estacionalidad para medir el impacto ambiental y la calidad nutricional de los alimentos. Certificando a una red de expertos que agrupa desde profesionales de la salud hasta chefs, pasando por productores de alimentos, la organización busca a la vez alinear a distintos actores y facilitar la toma de decisiones informada por parte de los consumidores.

#### Alcance

En un año, la organización formó a 350 chefs que prepararon 500.000 menús según los términos de referencia propuestos por la organización. Unos 300 profesionales de la salud han sido formados en Francia y Bélgica.

#### Comentarios

Metodología bastante empaquetada, con vocación de operar en todo el continente y preparada para colaborar con iniciativas similares de etiquetado.

**Vídeo explicativo** [bit.ly/36YMMdz](https://bit.ly/36YMMdz)



## 2. Innovaciones preseleccionadas

### SirPlus. Alemania

[www.sirplus.de](http://www.sirplus.de)



#### Descripción

Empresa que profesionaliza la recuperación de alimentos a través de una cadena de distribución que canaliza y expande la demanda, beneficiando a todos los actores, desde el productor hasta el consumidor. Su red de tiendas físicas y online se nutren de los grandes excedentes generados antes de que los alimentos lleguen al supermercado, en las fases de producción, procesamiento, logística y distribución. La venta se realiza no solo al detalle, sino también a negocios (restaurantes, cantinas u otros procesadores de alimentos) y entidades sociales. Para visibilizar el valor generado, SirPlus certifica a sus socios empresariales y cuantifica tanto la cantidad de alimentos recuperados como su equivalente en emisiones de CO<sub>2</sub>.

#### Alcance

La organización trabaja con 700 productores y mayoristas y más de 100.000 clientes, habiendo generado un ahorro de 2.500 toneladas de alimentos desde 2017.

#### Comentarios

Iniciativas de este tipo están siendo exploradas por las instituciones tradicionalmente centradas en la ayuda alimentaria. En esta línea, Cáritas, Formació i Treball y otras entidades intentaron impulsar De Bon Profit en Barcelona.

### Sistema Seguridad Alimentaria Belo Horizonte. Brasil

<https://prefeitura.pbh.gov.br/smasac>



#### Descripción

Belo Horizonte interconecta más de 20 programas en su sistema de seguridad alimentario para garantizar acceso total a alimentación sostenible. La política es supervisada por un consejo multisectorial y gestionada por una secretaría municipal a través de tres grandes pilares. Primero, suministro alimentario directo a la población a través de restaurantes populares, comedores escolares, bancos de alimentos, etc. Segundo, regulación del mercado y promoción de espacios que venden alimentos orgánicos y locales a bajo coste. Tercero, fortalecimiento de la agroecología familiar, comunitaria y urbana.

#### Alcance

Belo Horizonte es mundialmente conocida como la ciudad que venció el hambre. Con menos del 2 % de presupuesto anual, la política ha impulsado la economía local y la producción agrícola de la región, ha reducido la pobreza en un 25 %, la mortalidad infantil en un 60 %, y la desnutrición en un 75 % . En total el 40 % de la población se beneficia de los programas. Diversos estudios han considerado que es una política altamente escalable a otros contextos urbanos, con facilidad de adaptación de los distintos programas que la componen.

**Vídeo explicativo** <https://vimeo.com/101518092>



## 2. Innovaciones preseleccionadas

### Smarter Dharma. India

[www.smarterdharma.com](http://www.smarterdharma.com)



#### Descripción

Organización que acompaña a empresas en la transformación de sus prácticas para responder a la demanda creciente de soluciones más sostenibles maximizando, a la vez, sus resultados económicos. Para incentivar el cambio, atrae a empresas referentes que generen un efecto multiplicador entre sus iguales. Además, ha creado guías con orientaciones estratégicas para los sectores de la hostelería, la restauración y la construcción. La organización también actúa catalizando la demanda a través de aplicaciones que permiten a los consumidores evaluar opciones según criterios de sostenibilidad, recibir consejos y medir su impacto socioecológico a tiempo real y en relación a otros usuarios.

#### Alcance

La organización ha contribuido a ahorrar 3,96 millones de litros de agua, 14.121 toneladas de residuos 181,96 toneladas de CO<sub>2</sub>.

#### Comentarios

La implicación de las grandes empresas en pequeñas prácticas que mejoren su sostenibilidad tiene un gran potencial de impacto. También destaca el uso de la gamificación para el cambio de comportamiento.

**Vídeo explicativo** [bit.ly/2OdCfnV](http://bit.ly/2OdCfnV)

### Social and Behavior Change Communication

[ccp.ihu.edu/social-behavior-change-communication](http://ccp.ihu.edu/social-behavior-change-communication)



#### Descripción

Modelo que promueve mejoras en la salud aplicando sistemáticamente estrategias de comunicación para el cambio basadas en evidencia. Este tipo de procesos parte de un análisis riguroso del contexto social y el público objetivo, ampliando su alcance para incidir en todos los niveles de cambio (individual, comunitario y social) a través de distintos canales de comunicación. El objetivo es generar entornos propicios a la introducción y el mantenimiento de cambios en el comportamiento de las personas para resolver los problemas de salud más críticos de la sociedad.

#### Alcance

Eficacia probada en ámbitos como la extensión del uso de métodos de planificación familiar, la prevención del VIH y el SIDA, la reducción de la malaria o la mejora de la salud materna y neonatal.

#### Comentarios

Para generar cambios a nivel sistémico es necesario llegar al conjunto de la ciudadanía.

**Vídeo explicativo** [bit.ly/319qWCl](http://bit.ly/319qWCl)



## 2. Innovaciones preseleccionadas

### Tenoli. México

[www.ashoka.org/es/fellow/thomas-ricolfi](http://www.ashoka.org/es/fellow/thomas-ricolfi)



#### Descripción

Iniciativa que da a los pequeños comercios de barrio herramientas para ser más competitivos, resilientes y crecer de forma sostenible en un mercado cada vez más dominado por las empresas multinacionales. Empezando por establecerse en la zona y tejer redes de confianza en el sí de las comunidades de comerciantes, la organización identifica sus necesidades particulares y responde con acciones formativas, acceso a recursos tecnológicos y financieros o sistemas de compra colectiva.

#### Alcance

Los 4.000 comercios de la red en Ciudad de México aumentaron sus ventas por un valor de unos 15.000 pesos mensuales, y redujeron en 40.000 sus visitas a la Central de Abasto.

#### Comentarios

El apoyo a los pequeños comerciantes puede facilitar el acceso a alimentos sostenibles en barrios vulnerables por su capilaridad y poder prescriptor. Tenoli cerró en 2018 por falta de financiación para mantener y escalar la red, pero los emprendedores pueden aportar aprendizajes clave.

[Link a noticia.](#)

**Vídeo explicativo** [bit.ly/2fWslT](https://bit.ly/2fWslT)

### The Full Yield. Estados Unidos

[www.thefullyield.com](http://www.thefullyield.com)



#### Descripción

Programa que promueve el bienestar integral de los trabajadores y sus familias ayudándoles a transformar sus hábitos alimentarios desde los puestos de trabajo. Enfocando la salud desde una lógica económica, relacionándola con las bajas por enfermedad y la productividad, la iniciativa consigue alinear empresas y aseguradoras en estrategias de transformación del sistema alimentario. Paralelamente, colabora con el sector alimentario para responder al cambio de demanda que se produce en las empresas participantes y sus alrededores, generando nuevas cadenas de valor.

#### Alcance

Los participantes mejoran clínica y estadísticamente su presión arterial, colesterol, peso y masa corporal, e informan de mejoras en la energía, el sueño y la toma de medicamentos.

#### Comentarios

Capacidad de incentivar al sector privado para participar en el cambio sistémico. Puede ser una buena manera de impulsar cambios de hábitos entre los hombres, con un efecto multiplicador en sus entornos familiares y laborales.



## 2. Innovaciones preseleccionadas

### The Stop. Canadá

[www.thestop.org](http://www.thestop.org)



#### Descripción

Centro comunitario cuyo eje vertebrador es la alimentación. En un mismo espacio, ofrece una gran variedad de programas para promover el acceso y las competencias relacionadas con la alimentación saludable, a la vez que fortalece los vínculos sociales y la participación ciudadana. Diseñado en origen como banco de alimentos, el centro acoge cocinas comunitarias, soporte a familias durante el embarazo y la lactancia, programas de apoyo entre iguales, mercados y un banco de alimentos saludables.

#### Alcance

Tras el éxito del modelo iniciado en Toronto, la iniciativa se ha replicado en una red de 11 ubicaciones en Canadá.

#### Comentarios

Transforma las respuestas tradicionales de ayuda alimentaria desde una perspectiva integral de las necesidades de la persona, impulsando un modelo más cercano a los centros cívicos que a los bancos de alimentos.

**Vídeo explicativo** [bit.ly/2Udq6TO](https://bit.ly/2Udq6TO)

### Unlocked. Reino Unido

[issuu.com/nbacbristol/docs/unlocked](http://issuu.com/nbacbristol/docs/unlocked)



#### Descripción

*Unlocked: a guide to avoiding food poverty in Lockleaze* es una guía que agrupa recursos e información sobre servicios locales para personas en riesgo de pobreza alimentaria. Disponible online y en papel, recoge consejos relacionados con emergencias, deudas o desempleo, siempre de forma intuitiva y dirigida tanto a entidades como personas. El proceso de elaboración colaborativa entre instituciones, organizaciones sociales y ciudadanía contribuye a fomentar el trabajo en red y los flujos de información. La iniciativa está bajo el paraguas de Food Power, un programa que promueve la generación de alianzas en 50 ubicaciones del Reino Unido para combatir las causas de la pobreza alimentaria, dar voz a las personas que la viven y evaluar y compartir buenas prácticas.

#### Alcance

En los dos primeros meses, la guía recibió 153 visitas online.

#### Comentarios

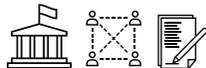
La falta de itinerarios claros y unificados es una de las debilidades del sistema de ayuda alimentaria identificadas tanto en la literatura como en el trabajo de campo.



## 2. Innovaciones preseleccionadas

### Wellbeing Enterprises. Reino Unido

[www.wellbeingenterprises.org.uk](http://www.wellbeingenterprises.org.uk)



#### Descripción

Modelo de intervención en salud que trasciende las soluciones clínicas, poniendo el foco en la prevención y la salud holística y activando recursos comunitarios. Integrando la figura profesional del agente de bienestar en el sistema, introduce el concepto de prescripción social. La derivación a recursos comunitarios (que van desde reparación de electrodomésticos hasta clases de baile, pasando por cursos sobre el sueño) permite complementar u ofrecer alternativas al tratamiento médico, respondiendo así a algunas causas subyacentes de la enfermedad.

#### Alcance

28.000 personas en 4 ciudades. Tras un seguimiento de 3 meses, se ha identificado una reducción del 70 % en los síntomas de depresión, un aumento del 80 % en el nivel de bienestar y un 53 % de mejora en la autopercepción de la salud en un grupo de pacientes. Retorno de la inversión, por cada libra invertida, de entre 8,9 y 12,14.

**Vídeo explicativo** [bit.ly/2RFdV0v](https://bit.ly/2RFdV0v)

### Wellcome. Alemania

[www.wellcome-online.de](http://www.wellcome-online.de)



#### Descripción

Red de mujeres voluntarias y profesionales que ayuda a madres jóvenes sin familia cercana ni otros tipos de apoyo a afrontar los retos del primer año de maternidad, apoyándolas con consejos y tareas concretas o conectándolas con recursos de la zona. De esta forma, cubre un vacío de respuestas institucionales, dirigidas exclusivamente a madres adolescentes o que sufren alguna enfermedad.

#### Alcance

En el 2018, la iniciativa operaban en unas 230 ubicaciones de Alemania, Austria y Suiza. Más de 4.000 personas voluntarias apoyaron a 4.200 familias con 93.000 horas de atención, mejorando el bienestar de las participantes.

#### Comentarios

La maternidad es un punto de inflexión en el trabajo alimentario. Muchas mujeres entrevistadas indicaron que el apoyo de familiares y amigas con experiencia había sido clave para afrontar los retos que comporta.

**Vídeo explicativo** [bit.ly/2ObGPTP](https://bit.ly/2ObGPTP)



## 2. Innovaciones preseleccionadas

### Wholesome Wave. Estados Unidos

[www.wholesomewave.org](http://www.wholesomewave.org)



#### Descripción

Iniciativa que cataliza la demanda de productos cercanos y saludables en zonas urbanas a través de un incentivo financiero que combina ayudas públicas y donaciones para doblar el poder de compra de consumidores con bajos ingresos en mercados locales. De esta forma, estimula el crecimiento de pequeños y medianos productores, contribuyendo a acelerar la transformación del mercado.

#### Alcance

En 2017, los distintos programas de la organización alcanzaron a 973.868 beneficiarios de ayuda alimentaria. Wholesome Wave trabaja con 27 entidades sociales en 18 estados, generando resultados significativos en 160 mercados de productores.

#### Comentarios

Avanza en la dignificación de la ayuda alimentaria, mejorando la accesibilidad, la calidad y la sostenibilidad de los productos ofrecidos al mismo tiempo que incentiva a los productores locales. Puede integrarse con las monedas sociales que están emergiendo en nuestro país.

**Vídeo explicativo** [bit.ly/36CTMNI](http://bit.ly/36CTMNI)

### Wellbeing Enterprises. Reino Unido

[www.wellbeingenterprises.org.uk](http://www.wellbeingenterprises.org.uk)



#### Descripción

Modelo de intervención en salud que trasciende las soluciones clínicas, poniendo el foco en la prevención y la salud holística y activando recursos comunitarios. Integrando la figura profesional del agente de bienestar en el sistema, introduce el concepto de prescripción social. La derivación a recursos comunitarios (que van desde reparación de electrodomésticos hasta clases de baile, pasando por cursos sobre el sueño) permite complementar u ofrecer alternativas al tratamiento médico, respondiendo así a algunas causas subyacentes de la enfermedad.

#### Alcance

28.000 personas en 4 ciudades. Tras un seguimiento de 3 meses, se ha identificado una reducción del 70 % en los síntomas de depresión, un aumento del 80 % en el nivel de bienestar y un 53 % de mejora en la autopercepción de la salud en un grupo de pacientes. Retorno de la inversión, por cada libra invertida, de entre 8,9 y 12,14.

**Vídeo explicativo** [bit.ly/2RFdV0v](http://bit.ly/2RFdV0v)



### 3. Otras innovaciones identificadas

Además de las 31 iniciativas descritas en el apartado anterior, se han analizado para el presente reto las que se recogen a continuación.

Action for Equality

<http://old.ecf.org.in>

Agrupar -Proyecto de Agricultura Urbana Participativa

<http://www.conquito.org.ec/agricultura-urbana-participativa/>

Arusha: Edible Gardens for Nutrition, Employment and Diversity

<http://oikosea.org/projects/s-a-f-e-gardens/>

Association Nationale De Développement des Epiceries Solidaires

<https://andes-france.com>

Big River Farm

<https://bigriverfarms.thefoodgroupmn.org>

Bitácora de la Alimentación Segura y Saludable

<https://www.assal.gov.ar/bitacora-de-la-alimentacion.pdf>

Box Chicken

<https://shiftdesign.org/portfolio/box-chicken/>

Cambiando con cada mordisco

<http://www.museogallardo.gob.ar/index.php>

Canjeamos por Naturaleza

<https://www.rosario.gob.ar/web/ciudad/medio-ambiente/reciclado/canjes-de-materiales-reciclables>

Children Lunch Specials

<https://www.children.de/english>

Chocolates Artesanos Isabel

<https://chocolatesartesanosisabel.com>

ChooseMyPlate

[www.choosemyplate.gov](http://www.choosemyplate.gov)

Cien Mil Motivos de Peso

<https://www.cienmilmotivosdepeso.com/liga-mdp>

Comer y cambiar

<http://www.asociacionpaisaje.org/comer-y-cambiar/>

Community City Garden

<https://www.melbourne.vic.gov.au/residents/home-neighbourhood/gardens-and-green-spaces/Pages/community-garden-policy-and-guide.aspx>



### 3. Otras innovaciones identificadas



Consejo Alimentario Municipal de Valencia

[http://www.valencia.es/ayuntamiento/tablon\\_anuncios.nsf/vDocumentosWebTablon/F9BFEAB18A109C99C125804900416595?OpenDocument](http://www.valencia.es/ayuntamiento/tablon_anuncios.nsf/vDocumentosWebTablon/F9BFEAB18A109C99C125804900416595?OpenDocument)

Cooperativa la Osa

<https://cooperativaosa.com>

Cuinator

<https://www.cuinator.com/wp/>

Des étoiles et des femmes

[https://latabledecana-marseille.com/home\\_page/un-traiteur-engage/des-etoiles-et-des-femmes](https://latabledecana-marseille.com/home_page/un-traiteur-engage/des-etoiles-et-des-femmes)

Diné Community Advocacy Alliance

<https://www.facebook.com/dineadvocacy/>

Donde comen los cocos

[https://www.facebook.com/pg/dondecomenloscocos/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/dondecomenloscocos/about/?ref=page_internal)

Edible Garden City

<https://www.ediblegardencity.com>

Educar hacia una alimentación más justa y sostenible a través de los comedores escolares

<https://cerai.org/>

Educocina

<http://www.petitgourmet.edu.uy/?cat=38>

Ekoalde

<https://www.ekoalde.org>

Escuela de familias por una alimentación sana y sostenible

<https://justicialimentaria.org/actualidad/escuela-de-familias-por-una-alimentacion-sana-y-sostenible>

Espigoladors

<http://www.espigoladors.cat/es/>

Farmidable

<https://www.farmidable.es>

Food for Soul

<https://www.foodforsoul.it/about-us/>

Future Fifty Foods

<https://www.sodexo.com/media/planet-friendly-menus-launch.html>

### 3. Otras innovaciones identificadas



Gastromotiva

<http://gastromotiva.org>

Gastronomix

<http://www.proyectogastronomix.org/>

Good Food Purchasing Program

<https://goodfoodpurchasing.org/program-overview/>

Good Market

<https://www.goodmarket.global/?fbclid=IwAR0IVQkMVfs>

[YDm8IPQq5BQxk06ws1TuCqyMdGYb6Q5EC7XHpHo4ZwD](https://www.goodmarket.global/?fbclid=IwAR0IVQkMVfs)

[Rt\\_W0](https://www.goodmarket.global/?fbclid=IwAR0IVQkMVfs)

Green City Force

[www.greencityforce.org](http://www.greencityforce.org)

GreenSwapp

<https://www.greenswapp.com>

Grow It Yourself

<https://giy.ie>

IgualES

<https://ahige.org>

Incredible Edible

<https://www.incredible-edible-todmorden.co.uk>

La Colmena que Dice que Sí

[www.lacolmenaquedicesi.es](http://www.lacolmenaquedicesi.es)

La Compagnie du Bien Manger

<https://www.ashoka.org/en-us/fellow/salimata-wade>

Labore Bilbo

<https://laborebilbo.eus/>

Landare

<http://landare.org>

Nevera Solidaria

<http://neverasolidaria.org>

Nuup

<https://nuup.co>

Obesity180

<https://childobesity180.org>

Olio

<https://olioex.com>

### 3. Otras innovaciones identificadas



Otro Tiempo Otro Planeta

<http://otrotiempo-otroplaneta.org>

Partners in Food Solutions

<https://www.partnersinfoodsolutions.com>

Plataforma per la Sobirania Alimentaria PV

<http://sobiraniaalimentariapv.org/mapeig-sobirania-alimentaria/>

Pool.farm

<https://pool.farm>

Programa de Escuelas con Comedor Ecosostenible

[www.delcampoalcole.org](http://www.delcampoalcole.org)

RedBranch

<https://www.red-branch.com>

Reel Gardening

[https://www.facebook.com/ReelGardening/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/ReelGardening/?ref=br_rs)

Selo Saudável

<https://www.sns.gov.pt/wp-content/uploads/2016/11/ManualSeloSaudavel.pdf>

Som Alimentació

<https://somalimentacio.com>

The Food Profile Project

[https://www.researchgate.net/profile/Jose\\_Torralba](https://www.researchgate.net/profile/Jose_Torralba)

The Good Lobby

<http://thegoodlobby.eu>

Too Good To Go

<https://toogoodtogo.es/es>

Track Lab: measuring and analyzing customer flows

<https://www.noldus.com/tracklab-human>

Treeday

<https://www.treeday.net>

Virtual Shop: cost effective testing of store & product changes

<https://www.worldfoodinnovations.com/innovation/virtual-shop-cost-effective-testing-of-store-product-changes>

**la mesa**  
**social lab por el acceso**  
**universal a una**  
**alimentación sostenible**

Febrero de 2020  
[www.fundacioncarasso.org](http://www.fundacioncarasso.org)

iniciativa de



colabora

Up  Social

