

**MÁSTER PROPIO EN AGROECOLOGÍA, SOBERANÍA
ALIMENTARIA, ECOLOGÍA URBANA Y COOPERACIÓN AL
DESARROLLO RURAL**

CURSO 2020/2021

COMPLEMENTO

**IDENTIFICACIÓN DE 6 INICIATIVAS LOCALES PARA
UNA ALIMENTACIÓN SUSTENTABLE EN LA
PROVINCIA DE LEÓN**

Raquel Juste Ortega

Tutora: Dra. Eva Torremocha

Navafría (León), Noviembre de 2021



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento - CompartirIgual 4.0 Internacional. Puede copiarla, distribuirla y transmitirla públicamente siempre que mencione la autoría y la obra.
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.es>

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. OBJETIVOS	2
3. MATERIALES Y MÉTODOS	3
4. RESULTADOS.....	4
4.1. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	4
4.1.1. Datos generales	4
4.1.2. Externalidades positivas.....	5
4.1.3 Factores de éxito y aprendizajes	9
4.2 FICHAS	11
5. CONCLUSIONES.....	17
ANEXOS	19

1. INTRODUCCIÓN

El proceso de transición hacia Sistemas Alimentarios Territorializados requiere necesariamente de la movilización y la participación de todos los agentes implicados en la cadena alimentaria. Realizar un trabajo de identificación y caracterización de los mismos puede ser un paso fundamental a la hora de favorecer su implicación en el desarrollo del proceso, y de facilitar un acercamiento a la realidad del territorio y su función alimentaria. En el caso de los proyectos de alimentación locales, sostenibles y responsables, el papel clave que juegan en la construcción de este tipo de sistemas, pone además en evidencia la necesidad de visibilizar su trabajo y poner en valor el poder de transformación y pedagógico que tienen.

En el estudio al que acompaña el presente complemento, *“Sistemas Alimentarios Territorializados. Identificación de 12 iniciativas locales para una alimentación sustentable en la provincia de León”*, se analizan doce proyectos locales que vinculados al sector agroalimentario de la provincia, trabajan con una perspectiva de sostenibilidad y responsabilidad a nivel tanto social, como cultural y medioambiental, contribuyendo a la consolidación de Sistemas Alimentarios Territorializados.

En esta primera fase de estudio, a la hora de realizar la selección de proyectos se pone especial atención en aquellos vinculados al medio rural, por la función que pueden tener en los procesos de dinamización socioeconómica de su entorno. En el área metropolitana de la ciudad de León, no se identifica por lo tanto ninguna iniciativa.

En cuanto a los sectores de actividad principal en el que incurren, de los doce proyectos seleccionados, ocho de ellos están vinculados al sector de la producción agrícola o ganadera, y los cuatro restantes al de la transformación y la organización, por lo que sectores como el de la administración, el consumo, o la restauración no quedan representados y otros como el de la comercialización o la distribución lo hacen apareciendo de forma secundaria en varias de las iniciativas. La dificultad de encontrar diversidad proyectos en la provincia que incidan en estos sectores, siempre a partir de una actividad vinculada a la alimentación local y sostenible, justifica su ausencia.

El presente complemento tiene por lo tanto, como fin principal y a modo de apéndice, el de subsanar estas lagunas, ampliando y completando el estudio precedente con la identificación de seis nuevas iniciativas locales de alimentación sostenible en la provincia de León.

2. OBJETIVOS

El objetivo general es el de visibilizar y poner en valor el poder transformador y pedagógico de iniciativas agroalimentarias que trabajan desde lo local en el proceso de desarrollo y transición hacia Sistemas Alimentarios Territorializados, sustentables, éticos y justos en la provincia de León, completando el estudio previo *“Sistemas Alimentarios Territorializados. Identificación de 12 iniciativas locales para una alimentación sustentable en la provincia de León”*

Los objetivos específicos son:

- Identificar 6 iniciativas agroalimentarias locales que trabajen con una perspectiva de sustentabilidad y puedan contribuir a la construcción de Sistemas Alimentarios Territorializados en la provincia de León.
- Identificar, analizar y visibilizar los impactos positivos que generan estas iniciativas en el entorno social, medioambiental, cultural y político de la provincia de León.
- Identificar, analizar y visibilizar algunos factores clave para la puesta en marcha, el buen funcionamiento y la viabilidad de este tipo de iniciativas

3. MATERIALES Y MÉTODOS

METODOLOGÍA

La metodología utilizada, de carácter cualitativo-comparativo, es la misma que la descrita en el estudio precedente, la cual a su vez está tomada del documento *Sistemas Alimentarios Territorializados en España. 100 Iniciativas para una Alimentación Responsable y Sostenible* (Vicente-Almazán et al., 2019)¹.

A partir de esta metodología se establecen cuatro dimensiones (SOCIAL, AMBIENTAL, CULTURAL Y POLÍTICA), a través de valoración de una serie de criterios previamente establecidos, se identifican en cada una de ellas los impactos positivos más significativos que las iniciativas generan en el territorio.

Los datos y la información necesaria se recuperan a través de una entrevista realizada de manera personal a cada una de las personas responsables de los proyectos, en este caso durante los meses de septiembre y octubre del año 2021. Una vez sistematizada se realiza un análisis y se elabora una ficha para cada uno de ellos, en la que quedan reflejados los resultados obtenidos.

SELECCIÓN DE INICIATIVAS

A la hora de realizar la selección de las seis iniciativas objeto de análisis, en esta segunda fase se mantienen los criterios establecidos en el estudio precedente con algunas connotaciones:

-En cuanto a la ubicación, se pone especial atención a aquellas situadas en el entorno urbano, la ciudad de León y su alfoz.

-Se tiene en cuenta el hecho de que abarquen, a partir de su actividad principal, alguno de los sectores menos representados en el estudio previo, como administración, consumo, restauración, comercialización o distribución.

-Se priorizan criterios como el poder innovador y pedagógico y la capacidad dinamizadora y de impacto en el territorio, por encima del que establecía como condición los tres años previos de trayectoria.

¹ VICENTE-ALMAZÁN, L., HERRERA, M., y ESCOBAR, M. (2019). *Sistemas Alimentarios Territorializados en España. 100 Iniciativas para una Alimentación Responsable y Sostenible*. Centro de Estudios Rurales y de Agricultura Internacional (CERA) y Fundación Daniel y Nina Carasso.

4. RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1.1. Datos generales

UBICACIÓN

Al igual que en el estudio precedente, se establece una división de la provincia en siete zonas, las seis que ocupan los Grupos de Acción Local, y una séptima que delimita la ciudad de León y su alfoz.

En esta fase, la segunda del estudio, se pone especial atención a aquellos proyectos ubicados en el contexto urbano de la ciudad de León que trabajando desde lo local, establecen vínculos y sinergias con el entorno rural más cercano, y contribuyen a generar cohesión y a la consolidar el tejido territorial. En la Figura1 se refleja la ubicación de las seis iniciativas identificadas.



Figura 1: Localización de las iniciativas analizadas. El mapa se divide en función de las seis áreas de ámbito de trabajo de los Grupos de Acción Local, más el área metropolitana de la ciudad de León. Fuente: Elaboración propia a partir del mapa “Ámbito de Acción Territorial de los Grupos de Acción Local de Castilla y León” (Consejería de Agricultura y Ganadería, 2009)².

SECTOR DE ACTIVIDAD

² CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y GANADERÍA (2009). Manual de Procedimiento del Organismo Pagador para la Gestión del LEADERCAL. [Mapa]. Junta de Castilla y León. Recuperado de: <http://aradueycampos.org/wp-content/uploads/2009/12/MANUAL-PROCEDIMIENDO-LEADERCAL.pdf>

De las seis iniciativas analizadas, dos de ellas tienen la comercialización como actividad principal. Las restantes están vinculadas al sector de la restauración, el consumo, la transformación, y la producción ganadera.

Como se refleja en el análisis de resultados del estudio previo, en este caso también varias de ellas diversifican su actividad principal incidiendo en varios sectores. Las iniciativas productora y transformadora, distribuyen y comercializan de manera propia sus productos y la vinculada a la restauración combina su actividad, en un mismo espacio, con la comercialización de alimentos. Por otro lado el sector del consumo y la comercialización aparecen asociados en dos de las iniciativas.

Se constata por lo tanto de nuevo que la diversificación dentro de la propia actividad es una de las principales estrategias utilizadas a la hora de buscar la viabilidad de los proyectos. La finalidad puede ser la de eliminar intermediarios para conseguir precios más justos, o la de aprovechar los recursos para ofrecer diferentes productos y llegar a un rango más diverso de personas consumidoras. La sinergia que se observa entre el sector comercialización y consumo, parece poner en evidencia que apoyar una actividad dedicada a la venta, en su totalidad o en parte, en grupos de consumidores ya consolidados, puede ofrecer ciertas garantías.

4.1.2. Externalidades positivas

El análisis de las externalidades positivas que las iniciativas generan en el territorio es realizado a partir del cálculo de la puntuación promedia de los impactos, categorías y dimensiones identificadas y la valoración de aquellos más y menos destacados (ver Tabla de Valoraciones en el ANEXO 1).

4.1.2.1. IMPACTOS

Se tiene en cuenta, para realizar el análisis aquellos que más y menos valoración han obtenido (Ver figura 2)

MÁS VALORADOS

- **3,5 – Comercialización local justa y/o colectiva**
- **3,4 – Mejora de la salud a través de la alimentación local y/o sostenible**
- **3,3 - Contribución al mantenimiento y creación de empleos dignos**

En esta segunda identificación de iniciativas, se vuelve a confirmar que los impactos más importantes que generan en el territorio están relacionados con la creación de circuitos cortos de comercialización, la venta de productos locales y sostenibles, y la facilitación del acceso tanto físico como económico de las personas consumidoras a alimentos sanos, de calidad y de temporada, que contribuye consecuentemente a la mejora de su salud.

El tercer impacto más valorado tiene que ver con la creación y el mantenimiento de empleos dignos. En varias de las iniciativas el autoempleo es uno de los principales objetivos, y el hecho de generar uno o varios puestos de trabajo, de calidad y estables, repercute positivamente en las condiciones sociales y económicas de la provincia de León.

MENOS VALORADOS

- **1,16 – Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral**
- **1,3 – Formación y acompañamiento hacia un modelo de Soberanía Alimentaria**
- **2 – Mejora en la gestión del territorio y su sistema alimentario**

Los impactos que menos repercusión parecen tener en el territorio también coinciden con los identificados en el primer estudio. La integración laboral de personas en riesgo de exclusión social parece ser difícil en este tipo de iniciativas, generalmente de pequeñas dimensiones y con poca capacidad para contratar mano de obra externa.

Por otro lado, la realización de acciones formativas en cuanto al acompañamiento hacia modelos de Soberanía Alimentaria, quedan relegadas a un segundo plano. La falta de tiempo y recursos para poner en marcha este tipo de actividades, parecen ser las principales causas.

En cuanto a la mejora en la gestión del territorio y su sistema alimentario se puede apreciar, también en este caso, que existe un interés general por participar en la puesta en marcha de este tipo de procesos, pero la falta de una estructura pública participativa y un espacio de debate, así como la poca interacción con algunos de los actores del sistema agroalimentario, como la administración y otras entidades públicas, lo dificulta.

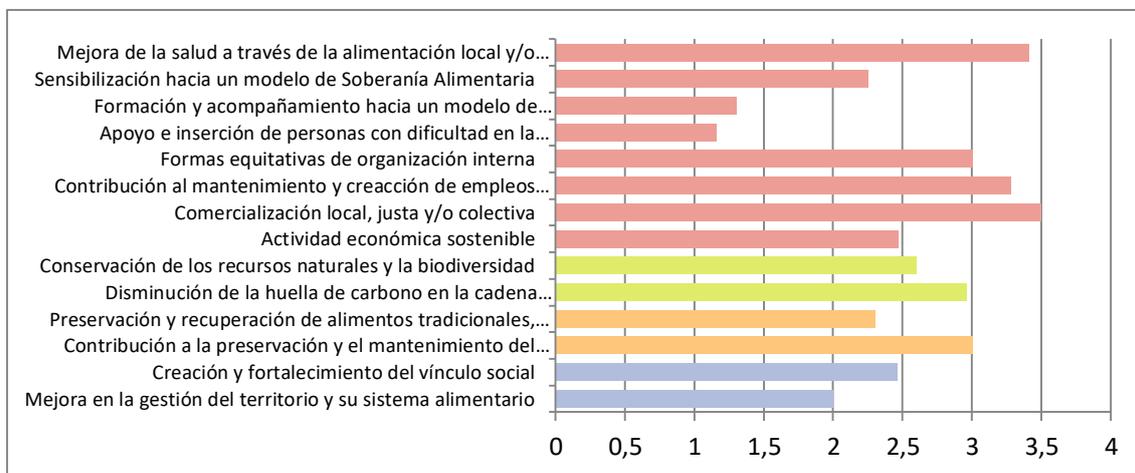


Figura 2: Puntuación promedio de los impactos. Los colores representa a cada una de las dimensiones a las que pertenecen: Social, Ambiental, Cultural y Política. Fuente: Elaboración propia.

4.1.2.2. CATEGORÍAS

Las categorías que más valoración han obtenido son la de **SALUD, ECONOMÍA Y ENERGÍA Y GESTIÓN DE LOS RESIDUOS**. Las que menos las de **EDUCACIÓN, GOBERNANZA Y TRABAJO** (ver Figura 3).

En este caso, la categoría **ECONOMÍA** se posiciona por encima de la categoría **RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD**, la cual en el primer estudio destacaba como la segunda más valorada. Esto puede estar condicionado por el hecho de que en el primer caso predominaba la identificación de proyectos productivos, que a través de la puesta en práctica de manejos respetuosos y sostenibles, generan un importante impacto positivo en el entorno natural.

En el segundo caso en cambio predominan actividades vinculadas a sectores como la comercialización, la restauración o el consumo. Su impacto sobre los recursos naturales y la diversidad es también positivo, dado que trabajan siempre a partir de productos ecológicos y/o sostenibles, pero de una forma más indirecta, por lo que se refleja en menor medida en las valoraciones finales. En cambio tienen mayor impacto en aspectos como la comercialización local y justa, la creación de empleos dignos y el mantenimiento de actividades sostenible, lo que influye en que la categoría económica esté mejor valorada.

Las categorías de **EDUCACIÓN, GOBERNANZA Y TRABAJO** resultan, en ambos casos de estudio, las menos valoradas, lo cual, al igual que se refiere en el análisis de los impactos, está relacionado directamente con su menor incidencia en aspectos como la puesta en marcha de acciones formativas, la integración laboral de colectivos en riesgo de exclusión y la gestión del territorio y su sistema alimentario.

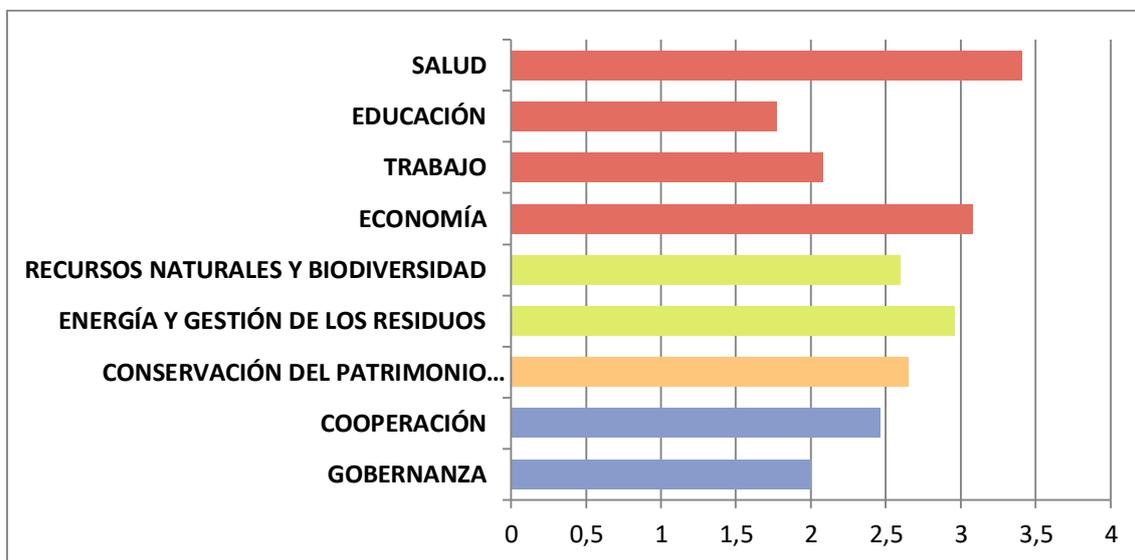


Figura 3: Puntuación promedio de las categorías. Los colores representa a cada una de las dimensiones a las que pertenecen: Social, Ambiental, Cultural y Política. Fuente: Elaboración propia.

4.1.2.3. DIMENSIONES

El análisis de las dimensiones arroja los mismos resultados que en el estudio inicial. En base a la puntuación promedio obtenida por cada una de ellas podemos ver que la **DIMENSIÓN AMBIENTAL** es la más destacada, seguida por la **DIMENSIÓN CULTURAL**, la **DIMENSIÓN SOCIAL**, y en el último lugar la **DIMENSIÓN POLÍTICA** (ver Figura 4).

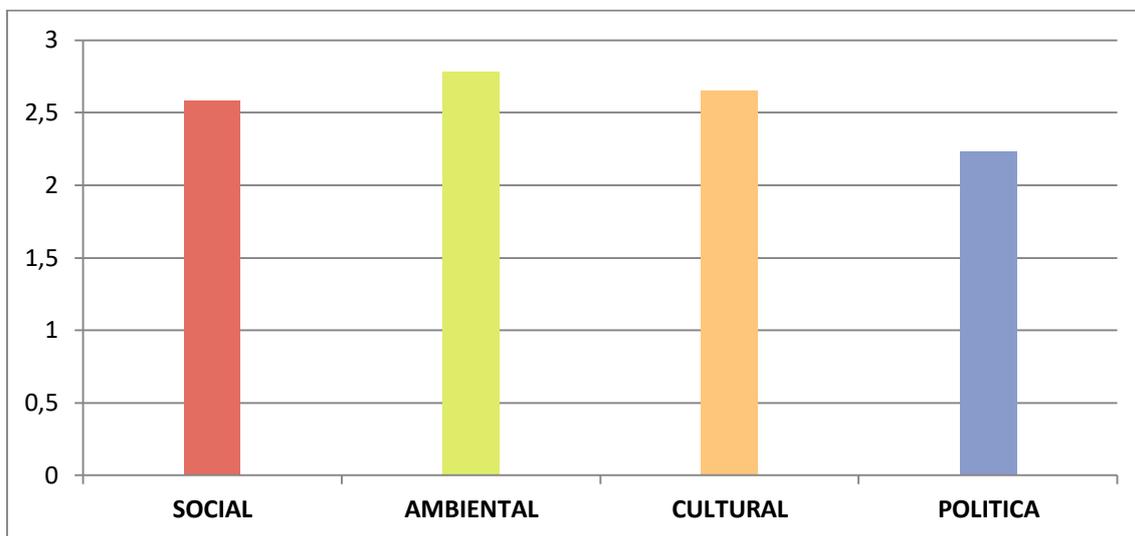


Figura 4: Valoración promedio de las dimensiones. Fuente: Elaboración propia.

La buena valoración en la **DIMENSIÓN AMBIENTAL** en este caso se debe sobre todo a la contribución que este tipo de proyectos tiene a la hora de reducir la huella de carbono en la cadena agroalimentaria. La puesta en marcha de circuitos cortos de comercialización, de estrategias para reducir el desperdicio alimentario y cualquier otro tipo de residuos, y el impulso que en alguna de ellas se hace de una logística con una baja producción de carbono (como la distribución en bicicleta) reflejan una incidencia significativa en esta dimensión.

La **DIMENSIÓN CULTURAL** es la segunda mejor puntuada. En la mayoría de las iniciativas se trabaja y/o comercializan algunas variedades o razas tradicionales, y además varias de ellas tienen en cuenta los conocimientos y saberes de la cultura tradicional a la hora de elaborar o transformar algunos de los productos. Aun así, se puede considerar cierto sobredimensionamiento en este resultado, dado que la mayoría de las iniciativas analizadas en esta fase no están vinculadas al sector productivo, y en criterios como el relacionado con la conservación del paisaje no les aplica ninguna valoración, lo que influye en que en el promedio final se magnifique la puntuación.

En la **DIMENSIÓN SOCIAL**, se observa que, al igual que en el estudio de las doce primeras iniciativas, a pesar de que la SALUD y ECONOMÍA están entre las categorías que mayor impacto reflejan, en cambio las de TRABAJO y EDUCACIÓN tienen muy poca repercusión, lo que disminuyen significativamente su valoración.

La **DIMENSIÓN POLÍTICA** se caracteriza, en ambos casos de estudio, por ser la de menor puntuación, lo que refuerza la idea de que, aunque sí existe cierta cooperación entre algunos actores de la cadena agroalimentaria, como productores y consumidores, la colaboración con otros, como instituciones públicas, centros de investigación o la administración, es insuficiente, y no existen dinámicas de trabajo o sinergias que permitan una gestión conjunta y participativa del sistema alimentario del territorio.

4.1.3 Factores de éxito y aprendizajes

Muchas de las respuestas obtenidas sobre los factores de éxito y aprendizajes coinciden con las obtenidas en la identificación de iniciativas el primer estudio. Como en ese caso, se han sintetizado y se han ordenado, situando en primera posición aquellas más repetidas, y por lo tanto consideradas más significativas.

FACTORES DE ÉXITO

1. Empezar con una **inversión previa baja**. Es importante poder partir con un mínimo de recursos o una infraestructura previa, para no tener que realizar grandes inversiones que hagan depender al proyecto de créditos u otros factores que puedan condicionar su rentabilidad futura.
2. **Diferenciarse**, ofreciendo productos de gran calidad y visibilizando los valores hay detrás de ellos y de su producción y dotando de personalidad al proyecto.
3. **Ilusión**. La iniciativa tiene que gustar y motivar a las personas que lo van a poner en marcha, no verse solo como un trabajo, sino como una forma de vida, ya que por lo general son propuestas que van a requerir de una parte importante de esfuerzo y sacrificio personal.
4. **El factor humano**. El equipo de personas que está detrás del proyecto ha de tener una base sólida y una buena cohesión para funcionar como un todo. Han de compartir un objetivo y una filosofía comunes que les permita caminar en la misma dirección y gestionar los conflictos e imprevistos que puedan ir surgiendo, y estar implicado y comprometidos.
5. Es importante **planificar y tener claros los objetivos** del proyecto antes de ponerlo en marcha, y no dejarse llevar por ideales o por ideas preconcebidas. Es interesante para ello buscar asesoramiento previo en materia de emprendimiento y financiación.
6. Apoyarse en una **red social grande** y trabajar para sensibilizar y generar una **masa crítica** que sepa diferenciar y valorar lo que hay detrás de este tipo de productos.
7. Buscar la **viabilidad en las tres dimensiones del proyecto**, la económica, la social y la medioambiental.

APRENDIZAJES

1. **Los fallos y los errores son parte del proceso de aprendizaje** y son importantes para adquirir experiencia y dar solidez al proyecto. El propio proceso va marcando el camino y ayudando a mejorar y subsanar los errores y mejorar.
2. **Empezar con seguridad y confianza**, creer en el proyecto y no tener miedo a la hora de apostar por una él.
3. **No tener prisa a la hora de empezar y no sobredimensionar los proyectos.** Empezar poco a poco y observar y aprender de los resultados obtenidos para ir modificando y redirigiendo la actividad, teniendo siempre en cuenta que estos, muchas veces no son inmediatos.
4. **Ser realistas** en la planificación del proyecto, pero **sin dejar de ser optimistas.** Encontrar el equilibrio entre las dos partes.
5. La **constancia** y el **esfuerzo** son factores importantes para alcanzar la viabilidad en este tipo de iniciativas.

4.2 FICHAS

La colección de fichas que se presenta a continuación complementa a la que se incluye en el trabajo previo *“Sistemas Alimentarios Territorializados. Identificación de 12 iniciativas locales para una alimentación sustentable en la provincia de León”*. Cada ficha se elabora a partir de la información recogida en las entrevistas y la valoración específica establecida para cada uno de los proyectos. Las imágenes que aparecen en cada una de ellas se han obtenido del Programa de Diseño Gráfico Canva, bajo el Acuerdo de licencia de medios exentos de derechos de autor³.

³ https://www.canva.com/es_es/politicas-legales/free-media/

LA TIENDINA



UBICACIÓN: Vega de Magaz (León)

SECTOR: Comercialización

FORMA JURÍDICA: Autónomo/a

PARTICIPANTES: 2 personas: un socio trabajador y una socia colaboradora

LA TIENDINA abre sus puertas en el verano del 2020 de mano de una familia que asentada en el entorno rural de la Comarca de la Cepeda, decide apostar por su territorio inaugurando un pequeño comercio de alimentación en el pueblo en el que viven. Aunque en principio les surgen dudas, deciden arriesgarse, y siendo fieles a su forma de vivir y sus valores apuestan por la venta de productos ecológicos, y en la medida de lo posible de cercanía, generando un servicio de abastecimiento en un entorno rural desfavorecido, que facilita de una forma justa el acceso de sus habitantes a alimentos sanos, locales y de calidad. Además cultivan algunas tierras y venden parte de su producción en el propio establecimiento.

OBJETIVOS:

- Poner en marcha una actividad económica que concuerde con sus principios y su forma de vida.
- Mejorar el entorno rural en el que viven, generando un servicio y contribuyendo a su dinamización y a la articulación social y la creación de redes que puedan facilitar la llegada de nuevos habitantes al territorio.

IMPACTOS POSITIVOS:

• SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y/o sostenible

Ponen a disposición de las personas consumidoras alimentos ecológicos, sanos, de calidad y de proximidad, facilitando el hecho de que se acerque a este tipo de productos un sector de la población no familiarizado con su consumo, por lo que ejercen una importante labor de sensibilización en cuanto a formas de alimentación sostenibles.

• ECONOMÍA

Comercialización local justa y/o colectiva. Actividad económica sostenible.

Sostienen una actividad a partir de la cual se beneficia la economía local, en un territorio en el que se han deslocalizado la mayor parte de los servicios. Además visibilizan los valores que hay detrás sus productos y establecen precios justos, tanto para las personas productoras como las consumidoras, por lo que favorecen el acceso a este tipo de alimentos.

• ENERGÍA Y GESTIÓN DE LOS RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Impulsan un circuito corto de comercialización, adquiriendo una parte importante de los alimentos que venden en el establecimiento directamente a productores cercanos, por lo que ejercen de únicos intermediarios entre estos y los consumidores. Establecen estrategias para reducir el desperdicio alimentario, que es prácticamente nulo, y en lugar de bolsas, reutilizan envases y cajas para dispensar sus productos, por lo que la actividad apenas genera residuos.

FACTORES DE ÉXITO:

- La ilusión y la motivación con las que se pone en marcha el proyecto.
- Basar el proyecto en algo pequeño, muy local y muy de cada día, pero que se pueda ir escalando para ir creciendo poco a poco, sin tener que realizar una gran inversión previa.

APRENDIZAJES:

- El propio proceso en sí mismo es un aprendizaje, los errores van marcando los cambios y el camino a seguir.
- No tener miedo a la hora de apostar por una idea en la que se cree, lanzarse a ella, pero siempre con cordura y con los pies en el suelo, para no correr riesgos innecesarios

ECOLMADO



UBICACIÓN: León

SECTOR: Restauración -Comercialización

FORMA JURÍDICA: Autónomo/a

PARTICIPANTES: 1 persona trabajadora

ECOLMADO abre sus puertas en el año 2015 en la ciudad de León como una propuesta mixta de cafetería y tienda de alimentación ecológica, surgida partir del interés de su promotor por iniciar una actividad con la que crecer personalmente y con la que contribuir al desarrollo y la mejora de su entorno. Con una filosofía basada en el cuidado y la calidad de la relación con las personas y los alimentos, en el establecimiento se pueden consumir y comprar productos ecológicos, de comercio justo y de proximidad. Ofrece varios productos a granel y tiene una amplia carta de cocina vegetariana/vegana.

OBJETIVOS:

- Encontrar un medio de vida con unas buenas condiciones laborales, a partir de una actividad en la que cree y con la que disfruta y detrás de la cual están sus valores, sus principios y su forma de entender la vida.

IMPACTOS POSITIVOS:

• ECONOMÍA

Actividad económica sostenible.

La iniciativa se ha sostenido desde el principio con un balance económico positivo, que permite el ahorro y realizar pequeñas reinversiones y mejoras en el propio proyecto. Genera un puesto de trabajo estable y como comercio de cercanía contribuye a revitalizar de forma positiva la economía local.

• SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y/o sostenible

A través del proyecto se ofrece un servicio difícil de encontrar en la ciudad de León, el de la restauración vinculada a la alimentación ecológica y de comercio justo. De esta forma, y también a través del servicio de la tienda, se favorece el acceso de las personas consumidoras a productos sanos y de calidad, sostenibles y justos medioambiental y socialmente.

• ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria

El desperdicio alimentario es prácticamente nulo ya que los productos que no tienen salida en la tienda, se aprovechan para elaboraciones de la cafetería, como zumos, batidos o empanadas. Se establecen medidas para reducir y reciclar cualquier otro tipo de residuos, y se minimiza el uso de envases, priorizando los de papel. Se da impulso a un circuito corto de comercialización, ofreciendo, siempre que es posible, productos de cercanía.

FACTORES DE ÉXITO:

- Partir de base con una infraestructura previa, como puede ser el local del establecimiento, para no tener que realizar grandes inversiones ni incurrir en grandes gastos.
- Realizar una propuesta diferente y con personalidad propia.
- Diferenciarse a través de la calidad y los valores que hay detrás de los productos que ofrece.

APRENDIZAJES:

- Tomarse un tiempo para reflexionar y replantear adecuadamente el proyecto, antes de comenzar, no tener prisa.
- Los cambios se van realizando sobre la marcha, a partir de los aprendizajes y la experiencia que se adquiere, y poco a poco el proyecto se va moldeando y adaptando a las necesidades e inquietudes que puedan surgir.

LA COLMENA QUE DICE SÍ - LEÓN



UBICACIÓN: León

SECTOR: Consumo-Comercialización

FORMA JURÍDICA: Autónomo/a

PARTICIPANTES: 1 persona trabajadora y 40 proyectos productivos

LA COLMENA QUE DICE SÍ - LEÓN, se pone en marcha en el año 2015, cuando su promotora descubre un proyecto que ya funcionaba en varias ciudades europeas, y partiendo de su experiencia en el ámbito del desarrollo rural sostenible y la participación pública, decide implantarlo en la ciudad de León. La iniciativa forma parte de una red coordinada a nivel estatal por una "colmena madre", y propone un espacio de encuentro a través de una plataforma online en el que conectar a las personas consumidoras con las productoras para establecer una venta directa a partir de la que, además de visibilizar los valores que hay detrás de la producción, se pueda establecer un precio justo para ambas partes. La entrega de los productos se hace una vez por semana, en un punto de distribución previamente establecido.

OBJETIVOS:

- Facilitar a las personas el consumo de alimentos de calidad y de proximidad
- Establecer una pedagogía a través del diálogo entre consumidores y productores.
- Dar repercusión a los productos de la provincia de León, de calidad y diversos, y contribuir a favorecer el desarrollo de su medio rural, muy despoblado.

IMPACTOS POSITIVOS:

• ECONOMÍA

Comercialización local, justa y/o colectiva

La venta directa elimina intermediarios y permite a las personas productoras fijar de manera propia los precios, lo cual contribuye a que puedan ser justos tanto para ellas como para las consumidoras, además de favorecer el acceso a alimentos de cercanía y sostenibles. El contacto directo entre ambas partes propicia un diálogo a partir del cual se puede hacer una tarea de sensibilización y visibilización de los valores que hay detrás de este tipo de producciones.

• ENERGÍA Y GESTIÓN DE LOS RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria

Se establece un circuito corto de comercialización, con productos siempre de cercanía (de producciones situadas a menos de 250km de la ciudad). La venta bajo pedido evita los excedentes y el desperdicio alimentario, y se establece como requisito para las personas productoras la reducción de embalajes y el uso de envases reutilizables o biodegradables.

• SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y/o sostenible.

A través de la iniciativa se facilita el acceso a alimentos locales, de calidad y saludables, de pequeños proyectos, artesanos y de producción cuidada. Se establece un código de buenas prácticas para garantizar la sostenibilidad de todas las producciones que forman parte de la colmena.

• COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

El espacio de encuentro que se genera entre productores/as y consumidores/as facilita el impulso de sinergias y acciones colaborativas entre distintos actores de la cadena agroalimentaria.

FACTORES DE ÉXITO:

- Es muy importante conseguir un buen nivel de compromiso y de implicación por todas las partes, tanto por las persona productoras como las consumidoras, y las promotoras del proyecto.

APRENDIZAJES:

- Hacer una labor de comunicación muy buena, de manera profesional, tanto interna como externa.

COMPANEIRU



UBICACIÓN: León

SECTOR: Transformación - Distribución - Comercialización

FORMA JURÍDICA: Autónomo/a

PARTICIPANTES: 1 persona trabajadora

COMPANEIRU es un proyecto que nace a raíz del interés de su promotor por investigar y formarse en materia de alimentación saludable y sostenible. De forma casera comienza a elaborar diferentes tipos de pan de fermentación a partir de masa madre natural, y ante los buenos resultados, en el año 2020, decide poner en marcha un obrador para ofrecer su producto a las personas consumidoras. Funciona bajo pedido y distribuye en bicicleta de reparto y a domicilio sus productos, que son elaborados siempre a partir de harinas con certificación ecológica. Entre los objetivos de su iniciativa está también el de utilizar el espacio del obrador para ofrecer talleres de elaboración de pan y cursos relacionados con la alimentación saludable y vegetariana.

OBJETIVOS:

- Hacer “pan de verdad”, de calidad, sano, nutritivo y de elaboración lenta y cuidada.
- Emprender de forma autónoma, a partir de la puesta en marcha de un proyecto personal y con identidad propia, en el que se reflejen sus valores, sus principios y su forma de entender la vida.

IMPACTOS POSITIVOS:

• SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y/o sostenible

Elabora pan a partir de fermentaciones largas con masa madre natural y harinas integrales ecológicas, cubriendo un nicho de mercado que se encuentra prácticamente vacío en la provincia de León, el de la panadería ecológica. De esta forma facilita el acceso de las personas consumidoras a un producto sano, de calidad y de cercanía.

• ENERGÍA Y GESTIÓN DE LOS RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Ha puesto en marcha una logística de distribución y comercialización baja en emisiones de carbono: lleva directamente los productos hasta las personas consumidoras utilizando como vehículo de reparto una bicicleta eléctrica. Además no genera prácticamente residuos, utiliza como envase solamente bolsas de papel, y el hecho de funcionar bajo pedido, permite que el desperdicio alimentario sea prácticamente nulo.

• ECONOMÍA

Comercialización local, justa y/o colectiva

Establece un precio justo para sus productos, los cuales comercializa a través de la venta local y directa. Esto posibilita que se genere una confianza y un diálogo con los consumidores/as, a través del cual puede visibilizar los valores que hay detrás de su actividad.

FACTORES DE ÉXITO:

- Creer y tener confianza en el proyecto.
- Tener una red social grande a partir de la que comenzar a difundir la propuesta. El “boca a boca”, funciona bien en entornos de pequeño tamaño, como la ciudad de León.
- Diferenciarse a partir de la calidad, los valores del producto, y la personalidad del proyecto.
- Realizar un buen diseño y una buena planificación, y un estudio económico previo a partir del cual cerciorarse de que la iniciativa tiene ciertas garantías para ser viable.

APRENDIZAJES:

- El propio proceso te va marcando el camino, te va enseñando y te ayuda a mejorar y a subsanar los errores, pero cada cual tiene que encontrar el suyo propio, su forma de hacer las cosas. Lo que funciona para unas personas puede que no funcione para otras.
- Hay que ser realistas, sobre todo a la hora de hacer el presupuesto y la planificación, aunque sin dejar de ser optimistas. Es importante encontrar un equilibrio entre optimismo y realismo.

GANADERÍA NAVAFRÍA



UBICACIÓN: Navafría (León)

SECTOR: Producción Ganadera - Transformación - Comercialización

FORMA JURÍDICA: Sociedad Limitada

PARTICIPANTES: 1 socia trabajadora, 5 personas trabajadoras a tiempo parcial

El proyecto de **GANADERÍA NAVAFRÍA** comienza cuando la familia que lo pone en marcha adquiere algunas vacas para mantener las sebes y los prados de fondo de valle del pueblo en el que habitan, en la Comarca de la Sobarrriba. La cabaña ganadera aumenta, y en el año 2015 deciden iniciar, en paralelo a su actividad económica principal, la comercialización de los terneros, haciéndolo de forma propia para evitar los cebaderos de engorde de los canales de venta convencionales. Mantienen así un producto de gran calidad: carne "de hierba" de animales alimentados únicamente a base de pastos y del forraje que siegan ellos mismos. Desde hace unos años forman parte activa de la Asociación para la Recuperación de la Raza Bovina Mantequera Leonesa, con la que trabajan, junto con entidades como la Universidad de León y la Junta de Castilla y León, para volver a incluir esta raza en el Catálogo Oficial.

OBJETIVOS:

- Contribuir al mantenimiento del paisaje tradicional y los ecosistemas del entorno de la Comarca de la Sobarrriba.
- Contribuir con la sostenibilidad alimentaria, ofreciendo a las personas un producto de calidad, de cercanía y de una producción justa y respetuosa con su entorno y su territorio.
- Colaborar, con una participación activa, en el proceso de recuperación de la Raza Bovina Mantequera Leonesa.

IMPACTOS POSITIVOS:

• CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales, recursos productivos locales y el conocimiento tradicional asociado. Contribución a la preservación y el mantenimiento del Paisaje Cultural.

Están introduciendo progresivamente, en su cabaña ganadera, vacas "del país": animales seleccionados con características y genética cercanas a la de la Raza Bovina Mantequera Leonesa. De esta forma colaboran con la recuperación, conservación y mejora selectiva de esta raza. Realizan un manejo tradicional, y mantienen un sistema de trasterminancia aprovechando los pastos estacionales, tanto de su entorno, como de las zonas de montaña de la Comarca de Luna, hasta donde llevan parte del rebaño durante el verano. Contribuyen así al mantenimiento del paisaje natural y cultural de la provincia.

• SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y/o sostenible.

Ponen a disposición de las personas consumidoras un producto sano, de calidad y de cercanía. Cuentan con un obrador propio, donde maduran y preparan ellos mismos las piezas de carne, lo que les permite cuidar el producto durante todo el proceso. Organizan dos pedidos mensuales, y realizan la venta de forma directa a los consumidores. Actualmente se encuentran en periodo de conversión a producción ecológica.

• RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

A través de su actividad mantienen ecosistemas de gran valor, como son los pastos de alta montaña y de fondo de valle. Realizan trabajos para el mantenimiento de las sebes y han colaborado en la organización de actividades para la sensibilización y la recuperación de saberes y conocimientos en torno a este tipo de vallado, tan característico en la tradición rural leonesa.

FACTORES DE ÉXITO:

- La implicación de las personas que trabajan en el proyecto.
- Partir con una infraestructura y unos recursos, tanto humanos como de logística previos, facilita el emprendimiento en una actividad de estas características.

APRENDIZAJES:

- Comenzar despacio, e ir avanzando paso a paso y redimensionando la actividad en función de los procesos, los aprendizajes y las necesidades que van surgiendo, les ha ayudado a evitar errores graves. En su caso, el hecho de que el proyecto no sea su actividad económica principal, les ha permitido avanzar a este ritmo, pero en cualquier caso, puede ser interesante evitar las prisas y evitar sobredimensionar la actividad desde el principio.

EQUITÁNEA



UBICACIÓN: León

SECTOR: Comercialización - Consumo

FORMA JURÍDICA: Autónomo/a

PARTICIPANTES: 2 personas socias trabajadoras

El proyecto de **EQUITÁNEA** surge en el año 2003 en la ciudad de León a partir de la iniciativa de una pareja de emprendedores sociales, como un tienda de Comercio Justo dedicada mayormente a la venta de artesanía. Al poco tiempo de abrir sus puertas entran en contacto con "La Semilla", Asociación de Consumidores y Productores Ecológicos, con la que deciden colaborar, cediendo parte de su espacio para organizar el reparto de pedidos. Desde ese momento establecen vínculos con el sector de la alimentación ecológica, y tras la crisis del 2010, deciden reorientar su proyecto hacia el comercio de alimentos ecológicos y de producción justa y responsable.

OBJETIVOS:

- Difundir el comercio justo y el consumo responsable.
- Demostrar que es posible llevar a cabo una actividad económica viable sustentada en una forma de comercio solidario, ecológico y sostenible, que mantenga los valores de justicia social y medioambiental.

IMPACTOS POSITIVOS:

• COOPERACIÓN:

Creación y fortalecimiento del vínculo social

Participan de forma activa en proyectos colectivos como la Asociación de Consumidores y Productores Ecológicos "La Semilla", o la Asociación de Banca Ética "Fiare", en Castilla y León. También han colaborado con la asociación de productores ecológicos Agrele en el impulso del Mercado Ecológico de León, y puntualmente con entidades como la Universidad de León a través de la Oficina Verde.

• GOBERNANZA:

Mejora en la gestión del territorio y su sistema alimentario

Han impulsado, junto con otros agentes sociales, económicos y públicos, un acuerdo para trabajar por un desarrollo solidario y sostenible y favorecer la accesibilidad y el consumo de productos justos y responsables en el entorno urbano, obteniendo el título de Ciudad por el Comercio Justo para León, dentro del programa "Ciudades por el Comercio Justo". Además han colaborado en campañas por la promoción de la compra pública ética y la introducción del producto local en comedores escolares.

• EDUCACIÓN:

Sensibilización hacia un modelo de soberanía alimentaria

Participan activamente en proyectos de sensibilización y promoción del comercio y el consumo justo, sostenible y local, enfocados tanto a la población en general, como a la comunidad educativa, la administración, o los sectores del comercio y la hostelería.

• SALUD:

Mejora de la salud a través de la alimentación local y/o sostenible.

Ponen a la disposición de los consumidores productos ecológicos, saludables y de calidad, y siempre que es posible, de producción local, ajustando el precio para que este tipo de alimentos puedan estar al alcance de todas las personas.

FACTORES DE ÉXITO:

- Tener ilusión y ser muy perseverantes.
- Lograr la viabilidad en las tres dimensiones del proyecto: la económica, la social y la medioambiental.
- Trabajar para sensibilizar y conseguir una masa crítica de consumidores que valoren y sean conscientes de lo que hay detrás de los productos que van a comprar, no solo a nivel ecológico y medioambiental, sino también a nivel de justicia y ética social.

APRENDIZAJES:

- Ser realistas, no para llegar al pesimismo, pero si para comenzar poco a poco, pisando tierra, viendo la realidad de lo que se tiene y con quien se cuenta para decidir cómo llevar adelante el proyecto.
- Es un tipo de iniciativa lenta, que requiere de mucha constancia y mucho esfuerzo para llegar a la viabilidad.

5. CONCLUSIONES

- Los proyectos de alimentación sustentable vinculados a sectores como el de la comercialización y la restauración se encuentran situados principalmente en el medio urbano. Esto provoca que el acceso a determinados productos, locales, de calidad y sostenibles, paradójicamente se vea limitado en los entornos rurales. El impulso de pequeñas tiendas y canales cortos de comercialización en las poblaciones rurales es una necesidad social, y como tal debería contemplarse a la hora de redistribuir los bienes públicos y las ayudas al pequeño comercio.
- Estas iniciativas de alimentación local y sustentable, situadas en el entorno urbano y periurbano generan numerosos impactos positivos, vinculados especialmente a la reducción de la huella de carbono en el sistema alimentario, el acceso a alimentos locales y de calidad, la comercialización justa y sostenible y la promoción de los recursos locales y los conocimientos populares. Además actúan como conectores que crean puentes y generan sinergias entre el entorno rural y urbano, contribuyendo a fortalecer la cohesión y el tejido territorial.
- La innovación y la personalidad del proyecto es un factor importante a la hora de alcanzar la viabilidad. En un entorno urbano la competitividad es mayor, por lo que es importante diferenciarse además de ofreciendo un buen producto, de calidad y de cercanía con una propuesta distinta y personal.
- Existe una masa crítica de personas consumidoras que diferencia el valor de los productos de alimentación sostenible, justa y respetuosa, pero es limitada, lo que puede condicionar la replicabilidad de este tipo de proyectos. Parece fundamental por lo tanto trabajar en la puesta en marcha de acciones de sensibilización y visibilización en torno a este tipo de iniciativas y sus valores, que llegue a sectores más amplios de la población.
- Los sectores de restauración, consumo, administración, así como los de comercialización y distribución, vinculados a la producción de alimentos sostenibles, y que trabajan en un marco cercano a la agroecología y los principios de la Soberanía Alimentaria, la Economía Social y Solidaria y el Ecofeminismo, están poco desarrollados en la provincia y pueden ser un nicho de oportunidades, pero también una asignatura pendiente para entidades y administraciones que promuevan y faciliten la puesta en marcha de este tipo de iniciativas.

ANEXO 1: Valoración de criterios para cada una de las iniciativas analizadas. La puntuación se establece del uno al 4 (de menos a más valorado). Aquellos criterios no influyentes son calificados como N/A (no aplica). Elaboración propia a partir de documento Valoración-100-iniciativas-SAT, (Vicente-Almazan et al., 2019).

DIMENSIÓN	CATEGORÍA	IMPACTO	CRITERIO	VALORACIÓN DETALLADA	LA TIENDINA	ECOLMADO	LA COLMENA QUE DICE SI LEÓN	COMPANEIRU	GANADERÍA NAVAFRÍA	EQUITÁNEA
SOCIAL	SALUD	Mejora de la salud a través de la alimentación local y/o sostenible	Produce/comercializa consume alimentos ecológicos/agroecológicos	Agroecológico= 4 Ecológico = 3 Misto, o lo hacen indirectamente = 2 Convencional = 1 N/A = 0	4	3	2	4	4	3
			Comercializa/consume alimentos de proximidad	Si, siempre de proximidad = 4 Si, a veces, cuando pueden = 3 No, pero lo están pensando, o lo hacen indirectamente = 2 No = 1 N/A = 0	3	3	4	4	4	3
	EDUCACIÓN	Sensibilización hacia un modelo de soberanía alimentaria	Talleres y actividades de sensibilización dirigidas a toda la ciudadanía, con especial énfasis en colectivos de mayor vulnerabilidad.	Si, es una línea importante, hacen periódicamente = 4 Si, de vez en cuando, eventualmente = 3 No, aunque participa de manera externa, cuando les llaman = 2 No = 1 N/A=0	3	1	3	2	2	4
			Talleres y actividades de sensibilización dirigidas a la comunidad educativa	Si, es una línea importante, hacen periódicamente = 4 Si, de vez en cuando, eventualmente = 3 No, aunque participa de manera externa, cuando les llaman = 2 No = 1 N/A=0	2	2	1	1	2	4
		Formación y acompañamiento hacia un modelo de soberanía alimentaria	Formación y acompañamiento a iniciativas agroalimentarias	Si, es una línea importante, hacen periódicamente = 4 Si, de vez en cuando, eventualmente = 3 No, aunque participa de manera externa, cuando les llaman = 2 No = 1 N/A=0	1	1	3	1	1	1
			Formación y asesoramiento a instituciones públicas	Si, es una línea importante, hacen periódicamente = 4 Si, de vez en cuando, eventualmente = 3 No, aunque participa de manera externa, cuando les llaman = 2 No = 1 N/A=0	1	1	1	1	1	3
	TRABAJO	Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral	Integración de personas y/o colectivos en riesgo de exclusión social.	Si, están bien establecidas y formalizadas. Es un objetivo de la iniciativa = 4 Si, se tiene en cuenta, aunque no lo tienen formalizado, cuando pueden lo hacen = 3 Si, se tiene en cuenta, de manera puntual, aunque sea a otros colectivos con dificultades = 2 No=1 N/A=0 * Exclusión social: Parados de larga duración, migrantes, discapacitados, expresidiarios...	2	1	1	1	1	1
			Formas equitativas de organización interna	Conciliación personal y/o familiar realizado por hombres y mujeres de manera igual e intransferible.	Si, hay unas normas y protocolos de conciliación formalmente establecidos y todo el mundo la usa por igual = 4 Si, aunque no están formalmente establecidos. Los usa todo el mundo por igual = 3 No están formalmente establecidos y no se usan habitualmente/ Según cada caso y según el puesto, se puede o no/ Los suelen usar más las mujeres = 2 No = 1 N/A=0	3	3	N/A	3	3
		Formas equitativas de organización interna	Toma de decisiones horizontal y participativa.	Todos/as participan de las decisiones = 4 Hay un equipo coordinador, pero se tiene en cuenta la opinión de las demás personas trabajadoras =3 Hay una junta, equipo coordinador, que toma las decisiones =2 La persona de dirección, gerencia, es la que toma las decisiones = 1 N/A = 0	4	N/A	2	N/A	3	4
			Las mujeres ocupan espacios de decisión.	En la iniciativa hay un 75% o más de mujeres en la toma de decisiones = 4 En la iniciativa hay un 50% o más de mujeres en la toma de decisiones = 3 En la iniciativa hay entre un 10-50% de mujeres en la toma de decisiones =2 No hay mujeres en la iniciativa o menos del 10% son mujeres en la toma de decisiones =1 N/A=0	3	N/A	4	N/A	3	3
			Las personas contratadas cuentan con contratos fijos y estables	En la iniciativa hay un 75% de contratos fijos y estables = 4 En la iniciativa hay un 50% de contratos fijos y estables = 3 En la iniciativa hay entre un 10-50% de contratos fijos y estables =2 En la iniciativa no hay contratos fijos y estables=1 N/A=0	3	4	N/A	4	2	4
	ECONOMÍA	Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos	Hay equidad salarial	Si, todas las personas cobran lo mismo = 4 Si, aunque hay algunas diferencias de salarios por nivel, antigüedad, ... = 3 No se lo han planteado, cada persona cobra según convenio = 2 No = 1 N/A = 0	N/A	N/A	N/A	N/A	2	4
			Comercialización local, justa y/o colectiva	Precios justos para productoras/es.	Si, el precio siempre es justo = 4 Si, el precio es justo en la mayoría de productos/servicios, en otros no = 3 No, el precio no es justo en la mayoría de productos/servicios, en otros si =2 No = 1 N/A = 0	4	4	4	4	N/A
		Precio final que cubra los costes de: producción, transformación, comercialización, distribución y administración		Si, se tienen en cuenta los costes y lo fijan ellas mismas = 4 Si, es una combinación entre el precio de mercado y el que fijan = 3 No siempre, depende del precio de mercado = 2 No, no fijan el precio ellas = 1 N/A=0	3	3	4	3	3	2
		Se visibilizan los valores que hay detrás de los productos comercializados		Si, se le da mucha importancia = 4 Si, siempre que se puede aunque se tiene que mejorar = 3 A veces, aunque normalmente no se hace =2 No = 1 N/A = 0	4	4	4	4	4	4
		Se favorece el acceso a alimentos locales y sostenibles (y/o agroecológicos) para todas y todos (tanto económicamente como físicamente), con especial énfasis en los colectivos de mayor vulnerabilidad		Si, tenemos una estrategia, hay acciones para facilitarlo = 4 Si, se tiene en cuenta, el precio se ajusta todo lo posible; puntualmente se hace alguna acción o herramienta que lo facilita =3 No, pero se tiene interés en realizarlo; o se ha tenido presente en algún momento =2 No=1 N/A = 0	4	3	3	3	3	3
		Actividad económica Sostenible		Actividad como principal fuente de ingresos.	Si = 4 Si, aunque a veces se realizan trabajos externos; algunas personas los hacen puntualmente = 3 No, la mayoría la combina con trabajos o proyectos externos = 2 No, para nadie es su actividad principal = 1 N/A=0	4	4	1	4	2
		Actividad económica sostenida en el tiempo.	Balance económico positivo, ya hace unos años = 4 Positivo, pero desde hace muy poco, o próximamente	3	4	N/A	3	2	2	

			mínimo 3 años y con perspectivas de continuar en el futuro.	= 3 A cero, al límite, se van cubriendo los gastos, aunque los salarios podrían mejorar = 2 Negativo = 1 N/A = 0								
			Los ingresos de la actividad permiten el ahorro y/o permite la reinversión en la propia actividad	Al menos una parte se pone a disposición de otros proyectos = 4 Se reinvierten en la mejora del proyecto = 3 Se reparte entre los socios = 2 No hay beneficios = 1 N/A = 0	3	3	3	3	1	1		
			Fomento de la Auditoría Social (ESS) como herramienta de evaluación para las iniciativas de la cadena agroalimentaria	Si, lo hacemos cada año (Mercado Social, Economía del Bien Común,...) = 4 Si, lo hemos hecho alguna vez = 3 No, pero estamos interesados y lo estamos valorando = 2 No = 1 N/A = 0	1	1	1	1	1	1		
			Fomento del uso de una economía no monetarizada	Si, la usamos de manera habitual = 4 Si, a veces la usamos, organizamos/participamos en eventos que se usa... = 3 No, pero se tiene interés, o se ha hablado en algún momento, o se usaba anteriormente pero ya no = 2 No = 1 N/A = 0	3	1	1	1	1	1		
			La iniciativa beneficia la economía local del territorio	Si, totalmente = 4 Si, en la medida en que podemos = 3 Podría ser, pero no estoy segura... = 2 No = 1 N/A = 0	4	4	4	3	3	3		
			La iniciativa contribuye a fijar y/o mantener población en el medio rural.	Si, una o más de las personas participantes en la iniciativa viven de forma permanente en el municipio = 4 una o más de las personas participantes en la iniciativa vive de manera eventual en el municipio = 3 ninguna vive en el municipio, pero se lo están planteando = 2 no = 1 N/A = 0	4	N/A	4	N/A	4	N/A		
AMBIENTAL	RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD	Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad	Uso de técnicas que conserven y favorezcan la fertilidad del suelo, la gestión eficiente del agua y eviten su contaminación y/o que aumenten la biodiversidad natural	Si, habitualmente, más de 4 prácticas distintas = 4 Si, habitualmente, menos de 4 prácticas distintas = 3 Poco, alguna práctica de vez en cuando, pero no es algo importante en el proyecto, lo hacen indirectamente = 2 No = 1 N/A = 0	4	N/A	N/A	N/A	4	N/A		
			Formación y sensibilización sobre la conservación de la fertilidad del suelo, la gestión eficiente del agua y evitar su contaminación y/o que aumenten la biodiversidad natural	Si, es una línea importante, hacen periódicamente = 4 Si, de vez en cuando, eventualmente = 3 No, aunque participo de manera externa, cuando les llaman, lo hacen indirectamente = 2 No = 1 N/A = 0	2	2	2	2	3	2		
	ENERGÍA Y GESTIÓN DE LOS RESIDUOS	Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria	Disminución del desperdicio alimentario y revalorización del mismo.	Si, se tiene muy en cuenta y se establecen medidas para reducirlo = 4 Si, eventualmente, siempre que se puede = 3 Alguna vez se ha hecho algo; todavía no, pero se tiene interés en realizarlo = 2 No = 1 N/A = 0	4	4	4	4	N/A	4		
			Reducción y reciclaje de residuos orgánicos y de otro tipo	Si, se tiene muy en cuenta y se establecen medidas para reducirlo = 4 Si, eventualmente, siempre que se puede = 3 Alguna vez se ha hecho algo; todavía no, pero se tiene interés en realizarlo = 2 No = 1 N/A = 0	4	4	4	4	4	4		
			Uso de energías renovables con origen de fuentes propias o ajenas	Si, producen su propia energía = 4 Si, pero usan una fuente ajena (Som Energía, Goiener,...) = 3 Una parte de la energía proviene de fuentes renovables propias y otra de fuentes no renovables = 2 No = 1 N/A = 0	1	1	N/A	1	1	1		
			Uso y/o impulso de circuitos cortos de comercialización	100% CCC = 4 Mayoritariamente CCC, complementado con otras vías (b distribuidoras) = 3 Hace uso de CCC, pero no mayoritariamente. Uso de distribuidoras = 2 No usa CCC = 1 N/A = 0	3	2	4	4	3	2		
			Uso y/o impulso de una logística distribuida con baja producción de carbono. (Ej. distribución en bicicleta, vehículo compartido,...)	Vehículo compartido/Vehículo sin emisiones = 4 Servicio de transporte = 3 Vehículo propio, pero se ha intentado o se tiene interés en compartir vehículo = 2 Vehículo propio = 1 N/A = 0	N/A	N/A	2	4	3	1		
	CULTURAL	CONSERVACIÓN N DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL	Preservación y recuperación de alimentos tradicionales, recursos productivos locales y el conocimiento tradicional asociado	Producción/transmisión/elaboración de alimentos locales teniendo en cuenta los conocimientos y la cultura gastronómica tradicional	Si, se elaboran principalmente recetas tradicionales con alimentos locales y de temporada = 4 Si, se utilizan alimentos locales y de temporada, y en algunas de las elaboraciones se utilizan recetas tradicionales = 3 Se tiene interés, pero todavía no se hace; Se ha realizado algún intento, pero no ha continuado = 2 No = 1 N/A = 0	N/A	3	2	3	N/A	N/A	
				Promoción, comercialización y/o consumo de variedades, razas tradicionales	Si, trabajan en su totalidad con variedades tradicionales = 4 Si, parcialmente, algunas son variedades tradicionales, pero otras no = 3 Lo tienen en cuenta y tienen interés aunque todavía no lo hacen; alguna vez han probado; si se lo ofrecen están abiertos... = 2 No = 1 N/A = 0	3	3	3	3	4	3	
Recuperación, difusión, intercambios y encuentros donde se compartan los saberes tradicionales y/o se fortalezcan las redes de intercambio de conocimiento.				Si, de manera activa y constante, participan o los organizan = 4 Si, eventualmente, de vez en cuando organizan/participan = 3 No, pero se tiene interés en hacerlo; se hizo puntualmente pero ya no = 2 No = 1 N/A = 0	3	1	3	1	2	2		
Contribución a la preservación y el mantenimiento del Paisaje Cultural.			Uso de técnicas o manejos que contribuyen a conservar y mantener el paisaje y su valor cultural e identitario en el territorio	Si 2 o más prácticas que contribuyen de manera fundamental a la conservación del patrimonio paisajístico = 4 Si al menos 2 prácticas que contribuyen de manera importante a la conservación del patrimonio paisajístico = 3 Una o más prácticas que contribuyen en cierta medida a la conservación del patrimonio paisajístico = 2 No = 1 N/A = 0	2	N/A	N/A	N/A	4	N/A		
POLÍTICA	COOPERACIÓN	Creación y fortalecimiento del vínculo social	Participación en redes y proyectos colectivo	Si, de manera activa y constante = 4 Si, eventualmente, participa aunque no siempre de manera activa = 3 No, alguna vez puntual, o se tiene el interés en hacerlo = 2 No = 1 N/A = 0	4	3	4	2	3	4		
			Participación en redes de Economía Social y Solidaria y puesta en práctica de sus principios	Si, de manera activa y constante = 4 Si, eventualmente/pasivamente = 3 No, pero se tiene interés, se ha asistido puntualmente a alguna reunión/actividad = 2 No = 1 N/A = 0	1	1	1	1	1	2		
			Impulso y fomento de sinergias y colaboración entre actores de la cadena agroalimentaria.	Si, de manera constante y se tiene establecida una logística entre las participantes = 4 Si, eventualmente, si hay alguna oportunidad = 3 Se ha realizado algún intento o se tiene interés por coordinarse = 2 No = 1	3	3	4	3	3	3		

			N/A =0							
			Participación en Sistemas Participativos de Garantía y/o asociaciones de consumidores/as.	Si, participan activamente = 4 Si, forman parte, pero anda muy parado o participan pasivamente. Están poniendo uno en marcha (activamente) = 3 De momento no, pero lo están valorando; han participado en alguno en alguna ocasión, pero ya no está activo = 2 No = 1 N/A = 0	2	1	4	1	3	4
			Experimentación o investigación participativa con otros actores (Universidad, Centros de investigación, etc.)	Si, se desarrollan estudios o investigaciones con Universidades o Centros de Investigación = 4 Si, se desarrollan estudios o pruebas por nuestra cuenta, con pequeñas colaboraciones = 3 En general no; alguna vez se ha participado en alguna entrevista o estudio, muy puntual = 2 No = 1 N/A = 0	1	2	2	2	4	2
	GOBERNANZA	Mejora en la gestión del territorio y su sistema alimentario	Impulso de procesos de planificación alimentaria sostenible, con enfoque territorial y de género, con participación de todos los actores de la cadena alimentaria, como puede ser una Estrategia Alimentaria Municipal	Si, de manera activa y constante =4 Si, de vez en cuando, pero no muy activamente =3 No, pero se tiene interés en participar; se participa desde otro colectivo/red en la que se está =2 No =1 N/A =0	2	2	2	2	2	3
			Creación de estructuras públicas participativas de comunicación, debate y toma de decisión, que incluyan a la sociedad civil, en torno a la gestión del sistema alimentario en un territorio, como los Consejos Alimentarios Municipales	Si, de manera activa y constante =4 Si, de vez en cuando, pero no muy activamente =3 No, pero se tiene interés en participar; se participa desde otro colectivo/red en la que se está =2 No =1 N/A =0	2	1	2	1	2	3
			Impulso / participación en acuerdos y desarrollo de normativa que garantice la calidad de la alimentación, en base a la soberanía alimentaria y la agroecología (Restauración escolar, de hospitales, comedores sociales, guarderías, colonias de verano, máquinas de vending, comedores universitarios, etc.)	Si, de manera activa y constante =4 Si, de vez en cuando, pero no muy activamente =3 No, pero se tiene interés en participar; se participa desde otro colectivo/red en la que se está =2 No =1 N/A =0	2	1	2	2	2	3