

# FORMULARIO OFICIAL DE COMENTARIOS

<b>FECHA DEL DIÁLOGO</b>	Sábado, 29 Mayo 2021 10:00 GMT +02:00
<b>TÍTULO DEL DIÁLOGO</b>	Nutre tu optimismo // Feed your Optimism
<b>CONVOCADO POR</b>	Soroptimist International Costa del Sol - Daphne Theunissen
<b>PÁGINA DEL EVENTO DE DIÁLOGO</b>	<a href="https://summitdialogues.org/es/dialogue/16627/">https://summitdialogues.org/es/dialogue/16627/</a>
<b>TIPO DE DIÁLOGO</b>	Independiente
<b>ENFOQUE GEOGRÁFICO</b>	España

Las conclusiones de un Diálogo de la Cumbre sobre los Sistemas Alimentarios se emplearán para desarrollar la hoja de ruta hacia unos sistemas alimentarios sostenibles en el lugar en el que se celebre. Serán una contribución valiosa a las hojas de ruta nacionales y, además, resultarán de interés para las distintas líneas de trabajo que se preparan para la Cumbre (las Vías de Acción, los Grupos Científicos y los Campeones), así como para otros Diálogos.

# 1. PARTICIPACIÓN

## NÚMERO TOTAL DE PARTICIPANTES

25

## PARTICIPACIÓN POR RANGO DE EDAD

1 0-18      3 19-30      10 31-50      9 51-65      2 66-80      80+

## PARTICIPACIÓN POR GÉNERO

6 Hombre      19 Mujer      Prefiere no decirlo u Otro

## NÚMERO DE PARTICIPANTES DE CADA SECTOR

8	Agricultura/cultivos	5	Educación		Atención médica
	Pesca y acuicultura	6	Comunicación		Nutrición
	Ganadería		Elaboración de alimentos		Gobierno nacional o local
	Agrosilvicultura		Comercio minorista de alimentos, mercados		Servicios públicos
8	Medio ambiente y ecología	5	Industria alimentaria		Industria
	Comercio		Servicios financieros	1	Otro

## NÚMERO DE PARTICIPANTES DE CADA GRUPO DE INTERÉS

6	Pequeña/mediana empresa/artesano	1	Trabajadores y sindicatos
	Gran empresa nacional		Parlamentario
1	Corporación multinacional	1	Autoridad local
1	Pequeño agricultor		Institución gubernamental y nacional
	Agricultor mediano		Comunidad económica regional
	Agricultor grande		Naciones Unidas
1	ONG local		Institución financiera internacional
1	ONG internacional	2	Fundación privada / Asociación / Alianza
2	Pueblos indígenas	5	Grupo de consumidores
3	Sector científico y académico	1	Otro

## 2. PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN

### ¿CÓMO HA ORGANIZADO EL DIÁLOGO PARA INCORPORAR, REFORZAR Y MEJORAR LOS PRINCIPIOS?

Establecimos un grupo de trabajo en nuestra asociación de mujeres con reuniones semanales en las que preparábamos el Diálogo. En estas informamos sobre los principios de actuación y los discutimos. Todas las organizadoras y facilitadoras fueron informadas sobre las sesiones de orientación organizadas por la ONU. Asistimos a las formaciones virtuales (muy motivadoras), y propusimos a nuestro equipo de trabajo participar en al menos una sesión. En la búsqueda de participantes tuvimos en consideración que debían ser de diversos orígenes y con diferentes puntos de vista. El formulario de participación fue muy útil para identificar los sectores y proponer posibles participantes; tratamos de involucrar a los más jóvenes porque son el futuro. Este diálogo del día 29 de mayo (4 grupos presencial) comenzó informando a los participantes sobre los principios, pidiéndoles que estuviesen abiertos a diferentes puntos de vista y se escuchasen unos a otros. El objetivo fue crear un "espacio seguro", informando sobre los objetivos de nuestro diálogo y la forma en que íbamos a informar a la ONU. Se habló varias veces sobre la complejidad de nuestros sistemas alimentarios, porque sentimos que es importante mantenernos optimistas y no perdernos en este sistema, que parece imposible de manejar, especialmente desde la perspectiva a "nivel micro" que adoptamos en el primer diálogo. Logramos un grupo diverso de participantes, que conectaban de diferente forma con el sistema alimentario, no solo a nivel profesional sino también como consumidores y a nivel familiar como madres/padres responsables de poner comida en la mesa para otras personas. Al final de la sesión preguntamos a los participantes si estarían interesados en participar en nuestro segundo Diálogo; iniciamos también un proceso de "bola de nieve" para la búsqueda de participantes, preguntándoles también si conocen a personas y/o expertos que quisieran participar en la segunda sesión, que pudiéramos contactar. Obtuvimos buenas reacciones y aseguramos de esta manera una mejora para la próxima ronda.

### ¿CÓMO REFLEJA SU DIÁLOGO LOS ASPECTOS ESPECÍFICOS DE LOS PRINCIPIOS?

Nuestro diálogo se centra en la vía de Acción 2: Adoptar modalidades de consumo sostenible, en la conversación mantenida en los distintos grupos del día 29 hemos puesto el foco en identificar acciones individuales y cómo estas afectan a la sostenibilidad del sistema.

### ¿TIENE ALGÚN CONSEJO PARA OTROS CONVOCANTES DE DIÁLOGOS SOBRE CÓMO REFLEJAR LOS PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN?

Los principios de participación se redactan pensando en un determinado grupo de participantes, partes interesadas de alto nivel en el sistema alimentario. Nuestro principal consejo sería tomar los principios de participación y "traducirlos" de manera que se adapten a los diálogos independientes y a (grassroots) participantes de base.

# 3. MÉTODO

Las conclusiones de un Diálogo están influenciadas por el método que se utiliza.

## ¿HA USADO EL MÉTODO RECOMENDADO EN EL MANUAL DE REFERENCIA PARA CONVOCANTES?

Sí

No

Seguimos el método propuesto por la ONU en todo lo posible, aunque tuvimos que realizar alguna adaptación que describimos a continuación. Este diálogo, "Nutre tu optimismo", estaba planificado para tener lugar únicamente de forma presencial, aunque debido a cambios de última hora (por el COVID-19), una de las sesiones fue virtual. Optamos por un diálogo presencial porque tras un año de confinamientos, queríamos promover el diálogo social "cara a cara", aunque en conversaciones privadas en grupos pequeños, para poder crear un "espacio seguro" que permita una conversación más personal sin todas las distracciones de la tecnología. Uno de los condicionantes a la hora de invitar a los participantes al diálogo fue "el idioma", pues queríamos dar voz a la comunidad "extranjera", con una gran presencia en Andalucía, pero que no dominan el español. Así, hemos trabajado en español e inglés. Soroptimist International Costa del Sol es parte de una ONG internacional, pero a nivel local somos un pequeño grupo de voluntarias. Hemos querido comenzar por una pequeña conversación presencial, antes de llevar el Diálogo a un nivel superior. Así, tras un primer contacto con la gente, podemos ponernos en contacto con posibles participantes para nuestro segundo Diálogo, y conocer los temas que son de interés para nuestra población local. Este primer diálogo, "Nutre tu optimismo", trata la vía de Acción 2: Adoptar modalidades de consumo sostenible, en cuatro sub-grupos de diálogo: "La dieta Mediterránea, Saludable y Sostenible", presencial en español, en la sede de Soroptimist International Costa del Sol, Mijas Costa. "Nutrición saludable y sostenible", virtual en inglés, vía Zoom "Soberanía Alimentaria y Desperdicio", presencial en español, en el Centro de Innovación Social La Noria, Diputación de Málaga. "Agricultura y Líneas de Corta Distribución", presencial en español, en Sevilla, en un restaurante con jardín. Esta organización no nos ha permitido tener un ponente ni apertura común, o compartir el resultado final en el momento, pero informamos a los participantes y están de acuerdo en compartir el informe final con las conclusiones. Debido a que las dos organizadoras del diálogo en inglés fueron confinadas a 4 días del diálogo, este se celebró de forma virtual vía ZOOM, consideramos que era la mejor solución, para evitar posponerlo y cumplir con el plazo del informe. En relación con la estructura del diálogo, cada sub-grupo comenzó con una introducción general común y la introducción propia de cada tema, los tiempos y la duración del diálogo se acordó igual para todos los sub-grupos, aunque durante la celebración de los mismos se fue adaptando la conversación de cada sub-grupo. Horario establecido: 10:00-10:15h Registro 10:15h Bienvenida, Introducción al diálogo 10:30h 45min Primera parte del diálogo 11:15h Saludo vía ZOOM con los otros sub-grupos 11:30h 1 hora Segunda parte del diálogo Las figuras del facilitador y el anotador (todas mujeres en nuestro caso) trabajaron por parejas en la organización y celebración del diálogo. Para mantener el flujo de la conversación, prepararon preguntas rápidas de antemano y se aseguraron de que todos los participantes tuvieran la oportunidad de hablar. Este diálogo se centra en el nivel micro, enfocado a identificar la situación actual, los problemas que vemos día a día, por lo que no se hizo ninguna pregunta directa sobre posibles acciones para la mejora de hábitos sostenibles. No obstante, los participantes han sugerido posibles acciones a implementar a nivel local, nacional e internacional, para promover la mejora de los sistemas alimentarios tan interconectados en la actualidad. Evitamos darle demasiada información sobre el contenido del Diálogo a los participantes, con la intención de que llegasen con una mente más abierta y respuestas que no estaban preparadas, sino espontáneas que surgieran en el momento del diálogo. Los resultados de este primer diálogo, también el aprendizaje en la organización, se utilizará para preparar nuestro Diálogo de seguimiento el 13 de julio, este evento se llevará a cabo "online" y seguirá el método descrito en el manual.

# 4. TEMA PRINCIPAL Y CONCLUSIONES DEL DIÁLOGO

## TEMA PRINCIPAL

Análisis de la vía de Acción 2: Adoptar modalidades de consumo sostenibles. Identificación del arraigo y profundidad de los patrones de consumo en productos alimentarios: individualización y alimentos procesados, en el marco de la sociedad de consumo en transición a la sociedad red.

Análisis de los vínculos entre la desconexión con la naturaleza, la 'ubicuidad' espacio-tiempo generada por la vida virtual y la unidad de grupo a través del compartir 'una comida'. Este análisis incluye la identificación de los vínculos entre la vía de Acción 2 y las vías de Acción 1: Garantizar el acceso a alimentos sanos y nutritivos para todos y 3: Impulsar la producción favorable a la naturaleza.

Partimos de la premisa de que nuestra aportación a la I Cumbre sobre Sistemas Alimentarios ha de ser la de arrojar luz sobre la situación local en este momento. Partimos de la vertiente 'consumidor', común a todos, para identificar lo que interesa a la gente que vive en nuestra zona de actuación (Mijas, Málaga, Sevilla), especialmente pensando en el futuro de nuestros niños, que necesitan comida que les nutra y puedan vivir sanos, y en el respeto al medio ambiente, una prioridad.

### VÍAS DE ACCIÓN

- Línea de acción 1: Garantizar el acceso a alimentos inocuos y nutritivos para todos
- Línea de acción 2: Cambio hacia patrones de consumo sostenibles
- Línea de acción 3: Impulsar la producción positiva para la naturaleza
- Línea de acción 4: Promover medios de vida equitativos
- Línea de acción 5: Fomentar la resiliencia ante las vulnerabilidades, los choques y el estrés

### PALABRAS CLAVE

- Finanzas
- Innovación
- Derechos humanos
- Empoderamiento de mujeres y jóvenes
- Políticas
- Datos y evidencia
- Gobernanza
- Compensaciones
- Medio Ambiente y Clima

## HALLAZGOS PRINCIPALES

Hemos hecho una puesta en común con los hallazgos en los cuatro sub-grupos:

Necesidad de unir alimentación con salud pública.

- o La promoción de hábitos saludables no puede ser únicamente una cuestión de "educación".
- o Una dieta sana repercute en el gasto en Sanidad pública y privada.
- o El consumo de alimentos procesados poco saludables, pero "baratos", tiene un gran coste en atención médica, en la aparición de enfermedades como la diabetes y en la pérdida de la calidad de vida en general.
- o Las etiquetas de los productos han de ser comprensibles para todos.
- o Desigualdad económica: ¿Es imposible comer sano si se depende del banco de alimentos o si se tienen muy pocos ingresos?
- o Necesidad de identificar a los principales agentes capaces de promover este cambio en todos los niveles, local inclusive.
- o Los desperdicios y la reutilización son una cuestión de salud pública.

Mejoras a realizar en el ámbito de la Educación en hábitos saludables y sostenibles.

- o Alimentación en combinación con ejercicio, también para evitar la pérdida de empatía, la pantalla del móvil entristece.
- o Programas de televisión como MasterChef junior, cocinando con niños, fomenta y despierta el interés en cocinar.
- o Mejorar la alimentación infantil.
- o Promover la vuelta a la huerta y a las cocinas
- o Repensar las políticas agrícolas sobre el uso de semillas
- o Concienciación familiar y tareas de cuidados
- o Dar visibilidad al papel de las mujeres en la industria alimentaria

Necesidad de incrementar el consumo de productos locales y reducir la huella de carbono

- o Sostenibilidad en el transporte. El etiquetado de productos alimentarios ha de incluir un 'Green Food Print' con el tiempo de transporte, si es un producto local, la huella de CO2 etc.
- o Fomentar las cadenas cortas de comercialización y el consumo de productos de temporada que, además de tener un impacto positivo en la economía local, genera menos residuos.
- o Necesidad de promoción de acciones que eviten el desligamiento actual que tenemos con la tierra.

No puede producirse un cambio hacia un sistema más sostenible sin un cambio de paradigma en los intereses de las grandes compañías de alimentación.

- o Necesidad de cambio en los valores de base de la toma de decisiones de las grandes compañías del sistema alimentario, hacia la elaboración de productos procesados más saludables.
- o Solo se podrá un conseguir la transformación si las comunidades dan el primer paso, organizándose, canalizando y presentando el problema las autoridades pertinentes. Nuestros gobiernos no despertarán si no ven una demanda social.
- o ¿Son los "héroes de la comida" actuales, veganos y vegetarianos hippies que exageran? Necesidad de un mayor análisis social de estos estereotipos para el cambio hacia pautas más sostenibles.
- o Abuso del color verde en publicidad y etiquetado. Cambios en la publicidad y etiquetado de los productos alimentarios, para que incluyan la sostenibilidad del producto y si es saludable.
- o Es necesaria la búsqueda de vías de actuación para tener un marketing de productos sostenibles, sin 'Green Washing' y que respeten la permacultura.
- o Necesidad de explorar en mayor profundidad el poder de los consumidores.
- o Tener en cuenta la diversidad y las diferentes culturas, reivindicar la diversidad local

Sociedad de consumo

- o La educación del consumidor es un paso clave, también la concienciación sobre el poder de los consumidores para la transformación social.
- o La dieta mediterránea que se nos propone desde los medios de comunicación y grupos de presión no es lo mismo que una dieta autóctona basada en la estacionalidad del producto.
- o Limitación en la oferta de productos, los consumidores tienen una escasa posibilidad de elección, por la manipulación en la industria, utilizando el "Green Whashing", la ecología usada como instrumento de marketing, pero los productos no son nada sostenibles solo verdes.
- o Otro ejemplo sería la manipulación de la industria láctea que ha impulsado el consumo de leche desde la Segunda Guerra Mundial. Asegurándose que el consumo de leche fuese una recomendación gubernamental, lo que dificulta a los consumidores evitar el consumo de lácteos.
- o Se compra mucha comida preparada y se cocina menos; estamos en un momento crítico, se está perdiendo la cocina "de la abuela", que con muy poquito y barato consiguen unos guisos muy buenos.
- o La gestión de comedores, antes los colegios y residencias tenían sus propias cocinas, ahora se han industrializado y las comidas vienen de catering, que en muchos casos hacen un abuso del glutamato. Hay que volver a las cocinas.
- o Las prioridades de las mujeres han cambiado antes aprender a cocinar era esencial para casarse, ahora con la incorporación de la mujer a la vida laboral las prioridades son estudiar y encontrar un buen trabajo.
- o Necesidad de una mayor concienciación de los hábitos de consumo tan arraigados, "del usar y tirar". Estamos en una sociedad de "usar y tirar" a todos los niveles, productos, semillas y también en el personal.
- o El COVID-19 y la pérdida de empleo que este conlleva, no han ayudado a entrar en la cultura del ahorro.
- o Es necesario "resetear" la valoración de lo que tienes, los niños tienen cientos de juguetes, hay un desfase en la valoración en todos los sectores que es insostenible; se empieza por la casa, cada uno ha de tomar su parte de responsabilidad.
- o Necesidad de multiplicar las campañas de promoción sobre alimentación saludable y sostenible, con productos locales y estacionales. Así, como del abuso de plásticos y de cuidado del medio ambiente.

## VÍAS DE ACCIÓN

- Línea de acción 1: Garantizar el acceso a alimentos inocuos y nutritivos para todos
- Línea de acción 2: Cambio hacia patrones de consumo sostenibles
- Línea de acción 3: Impulsar la producción positiva para la naturaleza
- Línea de acción 4: Promover medios de vida equitativos
- Línea de acción 5: Fomentar la resiliencia ante las vulnerabilidades, los choques y el estrés

## PALABRAS CLAVE

- |                                     |                                     |                                     |                        |
|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|------------------------|
| <input type="checkbox"/>            | Finanzas                            | <input checked="" type="checkbox"/> | Políticas              |
| <input type="checkbox"/>            | Innovación                          | <input checked="" type="checkbox"/> | Datos y evidencia      |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Derechos humanos                    | <input type="checkbox"/>            | Gobernanza             |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Empoderamiento de mujeres y jóvenes | <input type="checkbox"/>            | Compensaciones         |
|                                     |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> | Medio Ambiente y Clima |

## CONCLUSIONES DE CADA TEMA DE DEBATE

### Permacultura y huerta

- o Cada producto tiene su cosecha, cuando el producto ha viajado o madurado artificialmente lo pierde.
- o Trabajar en el campo para cultivar productos ecológicos es duro, especialmente porque falta apoyo jurídico.
- o Grandes empresas como DuPont y Monsanto proporcionan semillas manipuladas. Antes, los agricultores podían usar cada año las semillas, ahora valen por un año y las de la cosecha no se pueden usar.
- o La normativa favorece a las grandes compañías que además disponen de recursos y medios para hacer un lobby eficaz sobre la política agraria.
- o Esta limitación en "la huerta" repercute en los consumidores, pues se les impide escapar de un sistema de cultivo industrial, en el que se emplean productos dañinos para el cultivo.
- o La huerta requiere su tiempo para dar frutos, hay que sentir la tierra, a las plantas y valorar ver el alimento crecer lentamente.

### Cocinar saludable ¿cuestión de tiempo?

- o Vivimos en una sociedad rápida, no hay tiempo ni energía para producir una comida nutritiva.
- o No tenemos tiempo para cocinar, es más práctico comprar alimentos frescos procesados como las bolsas de ensalada, que aguantan una semana en la nevera. Las lechugas de huerta duran un par de días y exigen limpiarlas y cortarla antes de poder comérsela.
- o ¿Es también una cuestión de dinero?
- o Habría que mejorar la transferencia de conocimiento "de las abuelas" y adaptarla al contexto social actual.

### Disminución en el consumo de carne

- o Una dieta con consumo de carne a diario no es sostenible para el medio ambiente.
- o La opinión pública sobre este tema está cambiando lentamente, aunque muchas personas todavía consideran poco saludable no comer proteínas animales.
- o El sufrimiento de muchos animales en la industria alimentaria influye en el comer vegano o vegetariano.
- o Las personas más en contacto con su cuerpo y con mayor conciencia sobre sus necesidades nutricionales adoptar pautas de alimentación vegetarianas más fácilmente.
- o Diseño y elaboración de productos alimentarios procesados dirigidos a veganos y vegetarianos, que sin embargo no tienen un buen aporte nutricional ni son más sostenibles.

### Líneas de distribución cortas

- o Las medidas de restricción de la movilidad causadas por la pandemia del COVID-19 han provocado una mayor conciencia sobre las líneas de distribución cortas, el origen de los productos y el tiempo de transporte.
- o ¿Es saludable que las frutas y verduras se almacenen durante meses antes de ser vendidas? ¿y que se envuelvan en plástico?
- o Hay que fomentar el consumo de alimentos locales, ecológicos, de temporada y frescos.
- o Leer y entender una etiqueta de un producto es demasiado complicado y no informan sobre el tiempo que tiene un producto agrícola que ha viajado.
- o Las frutas y verduras "no bonitas" no llegan a los supermercados, se prefiere tirar el producto antes que donarlo a los Bancos de alimentos.

### Alimentación de los niños y educación alimentaria en la casa y en la escuela

- o Educación y concienciación en los centros escolares desde muy temprana edad incidiendo en lo afortunados que somos por tener acceso a prácticamente cualquier tipo de alimento y que no se tiene que desperdiciar comida.
- o La experiencia en el campo debería ser un básico en el sistema educativo.
- o La enseñanza sobre alimentación comienza en casa, a una edad muy temprana, desde la guardería.
- o Es problemático que la alimentación de los niños en las escuelas se base en productos elaborados de baja calidad, aunque "fáciles de manipular" para el personal como los fritos, hamburguesas, pizzas, etc.

### Hostelería y restauración

- o Necesidad de repensar las políticas de desperdicio de alimentos en el sector servicios.
- o No es sostenible que hoteles y restaurantes de la costa en Málaga compren el pescado en Madrid que llega por mensajería.
- o El nivel de desperdicio de alimentos en los hoteles que ofrecen packs de "todo incluido" llega al derroche.
- o Solo los pequeños restaurantes familiares cuidan la gastronomía tradicional ofreciendo una comida basada en la dieta mediterránea
- o La separación de orgánico y envases, que no sea vidrio, no se produce por cuestiones de tiempo y espacio.



## VÍAS DE ACCIÓN

✓	Línea de acción 1: Garantizar el acceso a alimentos inocuos y nutritivos para todos
✓	Línea de acción 2: Cambio hacia patrones de consumo sostenibles
✓	Línea de acción 3: Impulsar la producción positiva para la naturaleza
	Línea de acción 4: Promover medios de vida equitativos
	Línea de acción 5: Fomentar la resiliencia ante las vulnerabilidades, los choques y el estrés

## PALABRAS CLAVE

	Finanzas	✓	Políticas
	Innovación	✓	Datos y evidencia
✓	Derechos humanos		Gobernanza
✓	Empoderamiento de mujeres y jóvenes		Compensaciones
		✓	Medio Ambiente y Clima

## ÁREAS DE DIVERGENCIA

Edad en la que comenzar la “asignatura de Nutrición”:

Se sugirió empezar a los 6 años en la primaria, pero empezar a enseñar hábitos alimentarios en un niño de 6 años podría ser tarde. La monitora de guardería sugirió que deben comenzar en la casa, no puede ser una asignatura de libro como tal, sino de crear hábitos saludables y que podría iniciarse en la guardería entre el año y medio y dos años.

Educación en los centros escolares:

Gran parte de los ponentes opinaron que el principal problema de una mala alimentación es por una falta de concienciación y educación en las escuelas. Sin embargo, una participante opinó que el problema no estaba únicamente en la educación, sino en nuestro modelo de vida actual, el cual es en muchos casos rutinario y estresante. Esta persona se puso ella misma como ejemplo: Ella recibió educación desde pequeña de lo importante que es llevar una vida y alimentación sana (nota observatoria: es una persona entre los 30 y 40 años de edad), pero su actual ritmo de vida no le permite siempre el poder llevar una alimentación sana por falta de tiempo (tanto su pareja como ella trabajan todo el día para poder mantener a su familia de varios hijos), por lo que tiene que recurrir “a lo fácil y rápido”, que se traduce en comprar comida procesada y precocinada (no siempre de buena calidad).

Se concluyó que habría que repensar nuestro modelo de vida paralelamente a continuar educando a la sociedad a todos los niveles, incluyendo a los gobiernos (locales, regionales y nacionales).

Consumo y promoción de productos elaborados de pescado orientados a niños:

Esta divergencia de opiniones se produjo al hablar de una promoción del consumo de pescado frente a la carne, con productos elaborados como la nueva pasta de Pescanova, se comentó que era una forma de fomentar el consumo de pescado en niños, pero también se vio como una manera de promocionar alimentos procesados “no reales” desde la infancia.

La normativa sobre desechos de productos alimentarios en el sector de servicios:

Ya no está permitido dar de comer a los animales los restos de frutas y verduras de la hostelería y restauración; para algunos participantes era una forma de controlar la calidad en la alimentación de los animales, para otros es una medida que promueve el despilfarro y la no reutilización, al mismo tiempo que fomenta el consumo de piensos.

### VÍAS DE ACCIÓN

- Línea de acción 1: Garantizar el acceso a alimentos inocuos y nutritivos para todos
- Línea de acción 2: Cambio hacia patrones de consumo sostenibles
- Línea de acción 3: Impulsar la producción positiva para la naturaleza
- Línea de acción 4: Promover medios de vida equitativos
- Línea de acción 5: Fomentar la resiliencia ante las vulnerabilidades, los choques y el estrés

### PALABRAS CLAVE

- |                                     |                                     |                                     |                        |
|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|------------------------|
| <input type="checkbox"/>            | Finanzas                            | <input checked="" type="checkbox"/> | Políticas              |
| <input type="checkbox"/>            | Innovación                          | <input type="checkbox"/>            | Datos y evidencia      |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Derechos humanos                    | <input type="checkbox"/>            | Gobernanza             |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Empoderamiento de mujeres y jóvenes | <input type="checkbox"/>            | Compensaciones         |
| <input type="checkbox"/>            |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> | Medio Ambiente y Clima |