



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN  
Y MEDIO AMBIENTE

# Plan de consumo de frutas y verduras en las escuelas

## VI CONVENCIÓN NAOS

Noviembre 2012

Laura Ortega Espinosa

# Antecedentes



# ¿Por qué un Plan?

- Datos preocupantes de incremento del sobrepeso y obesidad infantiles
- Consumo de frutas y hortalizas por debajo de las recomendaciones de la OMS (400 g/día)
- Tendencia a la baja del consumo de frutas y hortalizas entre los jóvenes



Libro Blanco Comisión: “ Estrategia europea sobre problemas de salud relacionados con la alimentación, el sobrepeso y la obesidad” (julio 2007)

**Afirma que** «*un plan de consumo de fruta en las escuelas [...] sería un gran paso en la buena dirección*»

**Defiende** la importancia de la fruta y verdura como parte de “**Dieta sana**”

**Llama la atención** sobre papel de la PAC en lucha contra la obesidad

**Necesidad de actuación coherente en toda UE**



Acuerdo político del Consejo de Agricultura y Pesca de la UE, noviembre 2008:

**Permitir cofinanciación de los programas de distribución de frutas y verduras en las escuelas**



*“PLAN CONSUMO FRUTA ESCUELAS”*

# ¿Con qué objetivos?

- **Agrarios**
  - Contribuir a la estabilidad del mercado
  - Contribuir a los objetivos generales de la PAC
- **Salud pública**
  - Incluir productos sanos en el régimen alimenticio de los niños
- **Educativos:**
  - Promover buenos hábitos alimentarios en el futuro

# ¿En que consiste?

- ***Distribución de fruta y verdura en las escuelas***
  - Niños de 6-12 (rango 0-16)
  - Productos: Listado autorizados (AESAN)
  - Momento distribución, NO COMEDOR
- ***Desarrollo medidas de acompañamiento***
  - Promover hábitos saludables (implicar también a padres y profesores)
  - Mejorar el conocimiento sobre el sector

# ¿Quién lo financia?

## Fondos públicos

### Distribución fruta

Cofinanciadas

UE: España 7,1M€

CCAA

### M Acompañamiento

No cofinanciadas

MAGRAMA

CCAA

**Gratis para las escuelas**



# Presupuesto

## Distribución

2009-2011

- 2009/2010: 2,9 M€
  - 2010/2011: 6 M€
  - 2011/2012: 5,7 M€
- } **14,6 M€**

2012/2013

- UE: 4.485.852 €
- CCAA: 3.344.997 €

## M Acompañamiento

2009-2011

- 2009/2010: 2,3 M€
  - 2010/2011: 0,5 M€
  - 2011/2012: 0,5 M€
- } **3,3 M€**

2012/2013

- MAGRAMA: 1.500.000 €
- CCAA: 444.190 €

# ¿Cómo se gestiona?

Las CCAA elaboran, presentan y desarrollan estrategias regionales:

- Consejerías de Sanidad
- Consejerías de Educación
- Consejerías de Agricultura

# *¿Cómo se gestiona?*

## Ministerio de Agricultura Alimentación y Medio Ambiente

(SG Promoción Alimentaria / FEGA)

se encarga de la coordinación, seguimiento  
evaluación y gestión de los fondos

Colaboración con Ministerio de Sanidad  
(AESAN) y Ministerio de Educación

# ¿Quién puede beneficiarse?

## *Participación Voluntaria*

- ❖ **Centros escolares públicos y privados**
- ❖ **Autoridades escolares**
- ❖ **Proveedores o distribuidores de productos**
- ❖ **Organizaciones de centros escolares**
- ❖ **Organismo público o privado: distribución, evaluación, comunicación**



# *EVALUACIÓN DEL PLAN*

- ***Evaluados los dos primeros años de aplicación:***
  - España
  - UE
- ***A través de encuestas a:***
  - Alumnos
  - Profesores
  - Padres





# EVALUACION DEL PLAN EN ESPAÑA

## Distribución de fruta y verdura

### número de niños:

593.554 (2009/10) → 902.083 (2010/11)

### número de centros:

2.759 (2009/10) → 4.693 (2010/11)

### productos

- Distribución 1-3 veces/semana, 2-30 semanas
- 18-20 porciones, fruta más éxito (fácil manejo)
- Excelente calidad, en momento óptimo de madurez y principalmente locales
- Principalmente producto fresco (90%)

## Medidas de acompañamiento

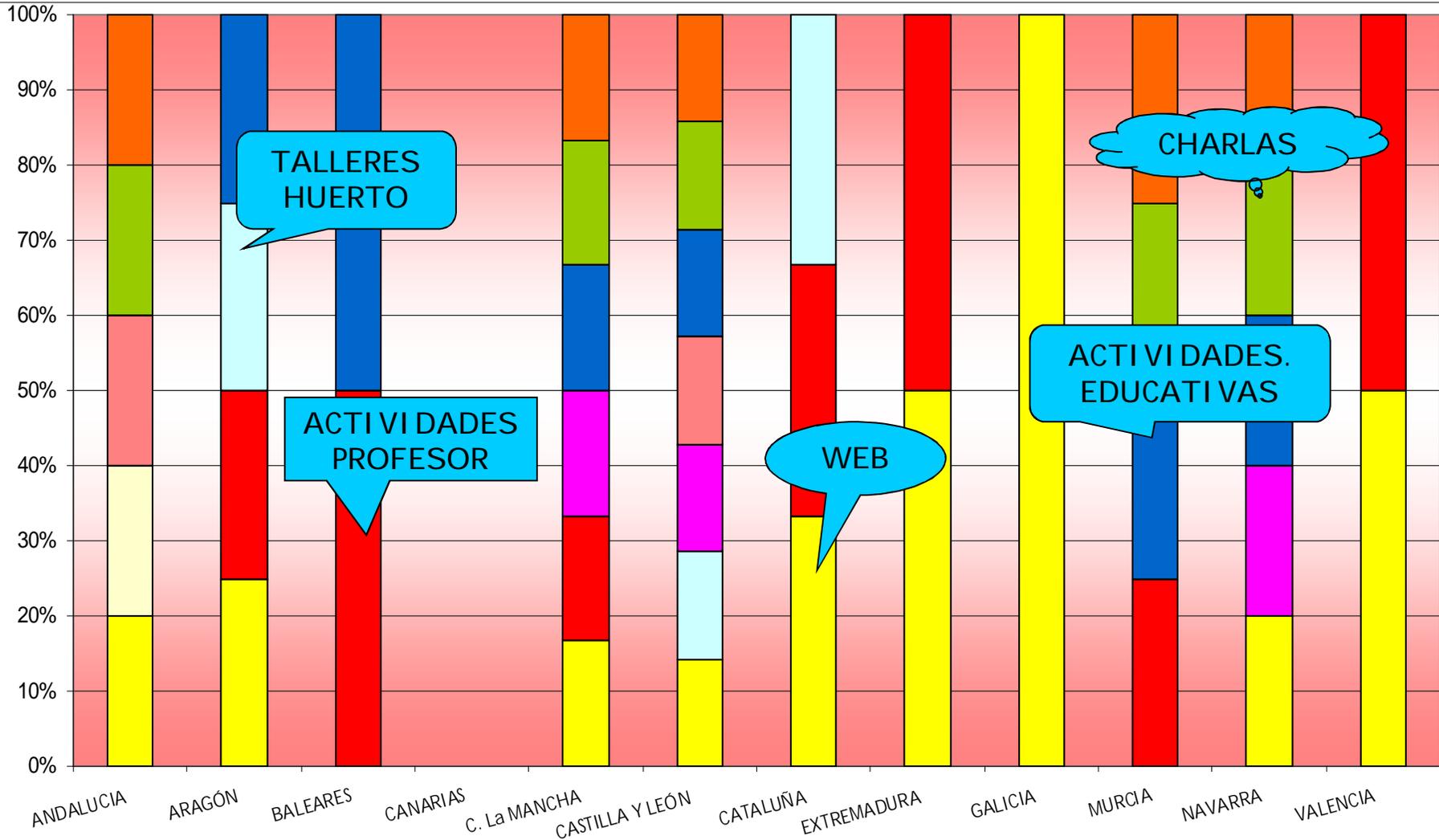
- Obligatorias
- Muy efectivas, ayudan a reforzar los mensajes
- Incrementan el conocimiento sobre tipos de frutas y hortalizas y sus propiedades
- A más edad menos éxito

# MEDIDAS DE ACOMPAÑAMIENTO UTILIZADAS EN LAS CCAA

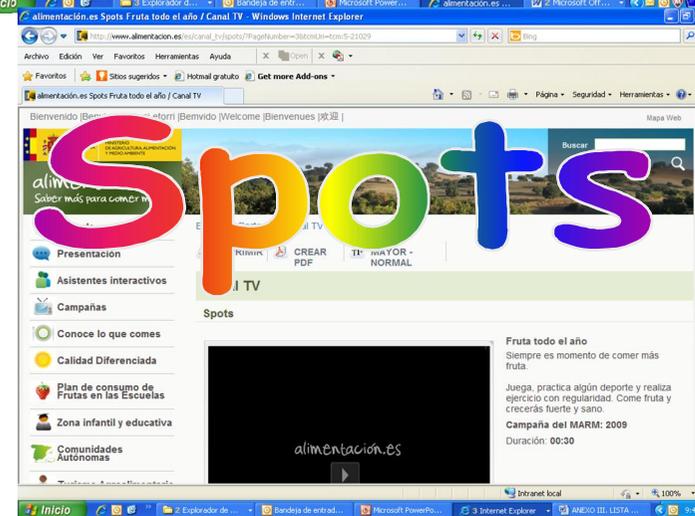
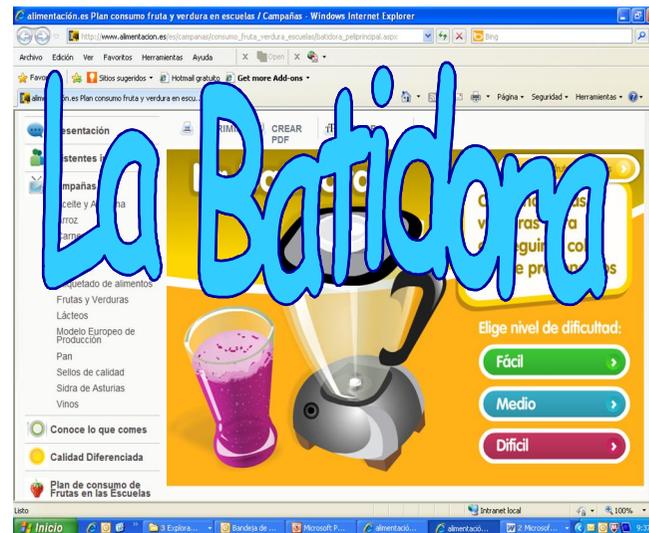
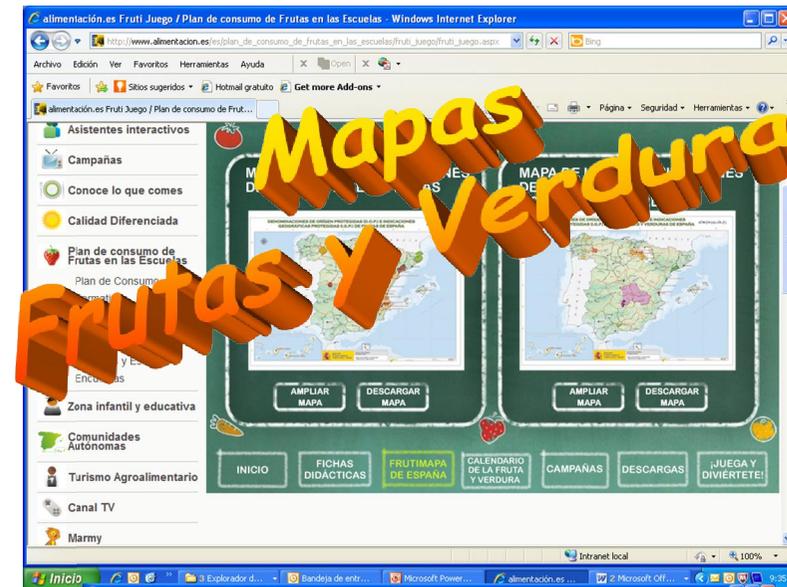
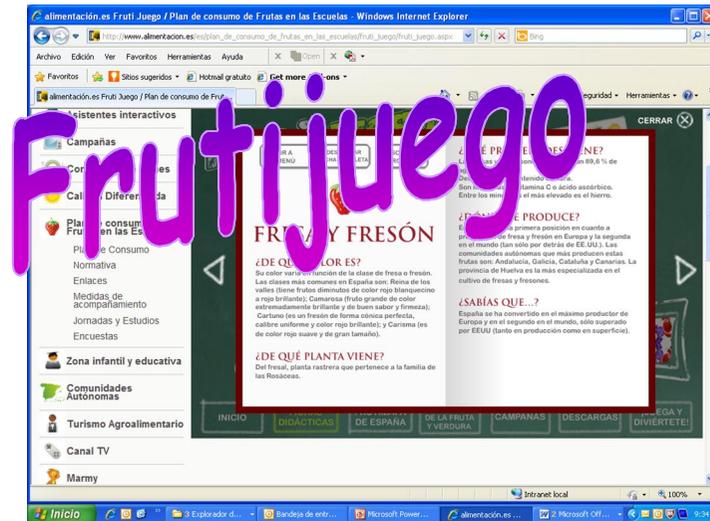
■ Páginas Web  
■ talleres de huerto  
■ actividades educativas

■ Actividades en clase con el profesor  
■ otros talleres  
■ charlas

■ talleres de cocina  
■ excursiones  
■ sesiones informativas



# MEDIDAS DE ACOMPAÑAMIENTO DEL MAGRAMA



[alimentacion.es/es/plan\\_de\\_consumo\\_de\\_frutas\\_en\\_las\\_escuelas/](http://alimentacion.es/es/plan_de_consumo_de_frutas_en_las_escuelas/)

## **Opiniones de los escolares:**

*FH son beneficiosas para salud  
Diferencian tipos de frutas y sus propiedades  
Gran aceptación de talleres  
Creen que consumen bastante pero no 5 al día*

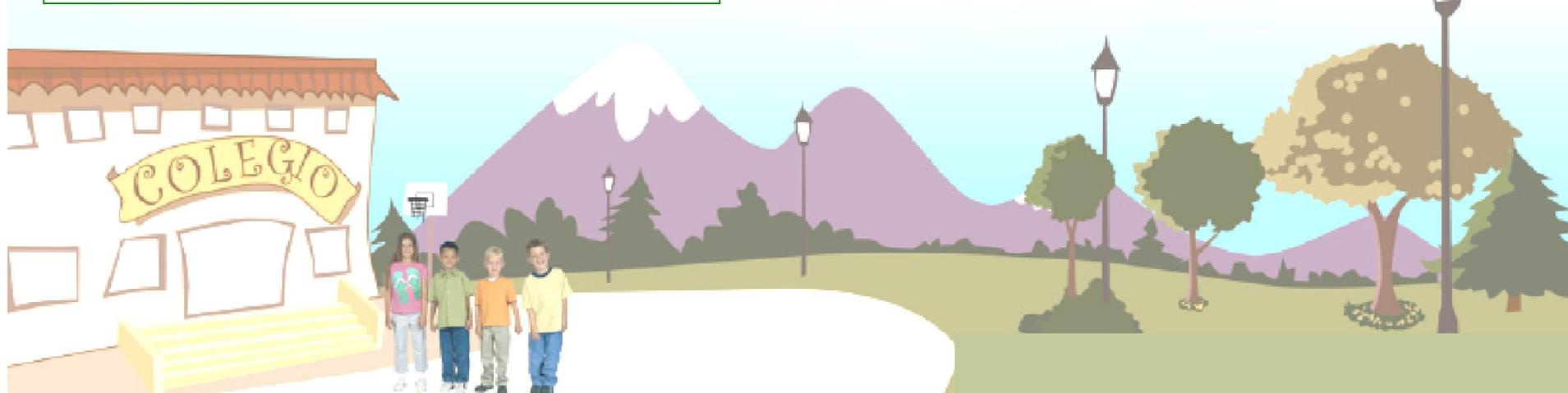
# **OPINIONES**

## **Opiniones de los profesores:**

*Valoración positiva  
Trabajo extra pero asumible  
No ha alterado la actividad docente,  
programada dentro del calendario  
Condicionantes: Logística y manejo  
No carga financiera*

## **Opiniones de los padres:**

*Valoran positivamente participación de hijos  
Papel fundamental en el consumo saludable  
Participación económica inviable*





# EVALUACION DEL PLAN EN LA UE



# EVALUACION DEL PLAN- UE

- INFORME RESULTADOS COMISIÓN: *School Fruit Scheme national evaluation reports*
- EVALUATION OF THE EUROPEAN SCHOLL FRUIT SCHEME. (Consultora externa)

*<http://ec.europa.eu/agriculture/sfs>*

- INFORME TRIBUNAL DE CUENTAS *Informe Especial n° 10/2011 – ¿Son eficaces los programas «Leche para los escolares» y «Fruta en las escuelas»?*



## Implantación en los EEMM

- Participación de 24 EEMM
- Intensa colaboración a nivel de la administración (variable en intensidad y forma según EEMM)
- Colegios: 32.000 (2009/10) → 54.000 (2010/11)
- Niños: 4,7 M (2009/2010) → 8,1 M (2010/11)
- Productos:
  - Más frescos que procesados
  - Locales
  - Vinculados a las especificidades culturales y gastronómicas

***Gran aceptación,  
apoyo mayoritario para su continuación***



## Gasto 2010/2011

# Fondos públicos

<p><b>Distribución fruta</b></p> <p><b>95%</b></p> <p>UE: <b>90 M€ anuales</b></p> <p>2010/2011: 55,4 M € (62%)</p>	<p><b>M Acompañamiento</b></p> <p><b>5%</b></p> <p><b>No cofinanciadas</b></p> <p>2010/2011: 4,5 M €</p>
---	--

## Fondos privados

- **Padres: 1,2M €**

- **Sector Privado: 3 M €**



### Impacto sobre el consumo

- *No se ha analizado aumento cuantitativo, solo cualitativo*
- *Aumento nivel de consumo en escuelas (a veces también en casa)*
- *Influencia positiva en padres:*
  - *Mayor disponibilidad y variedad en el hogar*
  - *Efecto en su propio consumo*

### Impacto sobre el conocimiento

- *Mayor conocimiento de los niños sobre :*
  - *importancia del consumo*
  - *ingesta recomendada*
  - *beneficios*
- *Actitud de los padres hacia dieta de hijos*

### Impacto de la contribución UE

- *Fundamental para la participación de los EEMM*
- *Proporciona credibilidad de cara al público*



## Claves para el éxito:

- Distribución gratuita
- Alta frecuencia y duración de la distribución
  - Recomendable 3 veces/semana
  - Lo más efectivo 1/día
- Productos de gran calidad y diversidad
  - Recomendable 5-10 productos diferentes (evitar monotonía)
- Implicación de padres en
  - Medidas de Acompañamiento
  - Refuerzo del consumo en hogar
- Información y difusión del Plan
- Inclusión grupos con desventajas socio- económicas



## Críticas y deficiencias:

- Dificultades de logística y organización:  
proveedores, almacenamiento, falta personal en colegios
- Limitaciones presupuestarias nacionales
- Carga administrativa para colegios: Diferentes  
opiniones: Manejable v.s. Excesiva)
- Medidas acompañamiento
  - Costosas
  - No se implementan completamente
  - no hay seguimiento adecuado
- Falta comunicación e información



## Camino a seguir:

- Aumentar grupo objetivo /grupos“vulnerables”
- Mejor comunicación
- Mayor duración y frecuencia distribución
- Mayor variedad, mayor consumo hortalizas
- Implicar a padres y otros agentes
- Más cofinanciación UE (M. Acompañamiento)
- Reducir carga administrativa



### Tribunal de cuentas

- Evaluación programas escolares: leche&fruta
- Cuestiones clave para valorar la eficacia:
  - ¿Favorece debidamente la participación? ¿Es suficiente para alcanzar los objetivos?
  - ¿Tienen los gastos un efecto directo sobre el consumo?
  - ¿Pueden desempeñar su papel educativo e influir sobre los hábitos alimentarios?
- Conclusiones:
  - Aún pronto para pronunciarse sobre eficacia
  - Grandes posibilidades para lograr objetivos



### Tribunal de cuentas

- Puntos fuertes del Plan :
  - Gratuidad: participación de todo al que se le propone
  - Reparto fuera del comedor (NO efecto “peso muerto”)
  - Implantación M. acompañamiento
  - La existencia de Estrategias favorecen el seguimiento
- Debilidades :
  - No se ha precisado la medición cuantitativa
  - M. Acompañamiento:
    - Ambiciones variables (según EEMM)
    - Dificultad para definir carácter “suficiente”
    - Establecimiento costoso
  - Carga administrativa

# Conclusiones

- Herramienta apropiada, con gran potencial
- Comienzo alentador: impacto positivo
- Críticas no afectan al Plan y sus pilares
- M. acompañamiento claves para éxito
- Fundamental participación padres y profesores
- Se debe dar más visibilidad al Plan
- Necesario implicar a diferentes actores
- Principal limitación, presupuesto nacional

# APOYO Y RETOS DE FUTURO



# Apoyo al Plan en UE

## PARLAMENTO EUROPEO

Resolución 8 marzo 2011 sobre reducción de desigualdades en salud en UE

pide a la Comisión «(...) **hacer mayor uso de los programas efectivos establecidos conforme a la PAC (distribución gratuita de leche y fruta en los colegios (...))**» para fomentar una dieta variada y de alta calidad



# Apoyo al Plan en UE

## COMISIÓN EUROPEA (nueva PAC)

- **PRESUPUESTO UE**
  - 90M€ → 150M€
- **COFINANCIACIÓN**
  - 50% → 75% distintas a las menos desarrolladas
  - 75% → 90% menos desarrolladas y ultraperiféricas
- **MEDIDAS ACOMPAÑAMIENTO**
  - COFINANCIADAS

# ¿Qué debemos mejorar?

- Implantarlo en todas CCAA
- Aportación económica del sector privado
- Más implicación de padres
- Aumentar frecuencia y duración de entregas
- Mayor uso de fondos comunitarios



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN  
Y MEDIO AMBIENTE

# Gracias por su atención

*Laura Ortega Espinosa*

**lortega@magrama.es**