

## El bocadillo sigue siendo el rey de la merienda para los niños valencianos

- Según el estudio “Hábitos de los niños valencianos a la hora de merendar”, elaborado por Fartons Polo-Muakis en colaboración con el endocrino Carlos Sánchez y con la UPV, el bocadillo fiel a la dieta mediterránea sigue siendo el preferido para la mayoría de los pequeños
- El 24,34 por ciento de los niños y niñas encuestados presentan sobrepeso
- Más de un 30 por ciento de los padres no sabe distinguir los ingredientes saludables de los no saludables en el etiquetado de los productos
- Fartons Polo-Muakis aboga por la defensa de una dieta global equilibrada donde los padres opten por una merienda sana cuando el niño demanda chocolate

**Miércoles, 11 de noviembre de 2009.-** El bocadillo es el rey indiscutible de la merienda para los niños valencianos. Es uno de los datos más relevantes que se desprende del estudio “**Hábitos de los niños valencianos a la hora de merendar**”, elaborado por la empresa valenciana **Fartons Polo-Muakis** dentro de su **proyecto Merienda Saludable** en colaboración con el **profesor titular de endocrinología y nutrición del Hospital General Universitario de Valencia, Carlos Sánchez Juan**, y con la participación de la **Universidad Politécnica de Valencia (UPV)**.

Este estudio, realizado en el taller nutricional que Fartons Polo-Muakis ha llevado a cabo en la Escuela de Verano de la UPV y en el que han participado 500 niños de entre 6 y 14 años y 200 padres, afirma que a pesar de que un porcentaje importante de los niños valencianos se inclina por las bondades de la dieta mediterránea, el 24,34 por ciento de los niños y niñas encuestados presentan sobrepeso.

Asimismo, el 80,5 por ciento de los padres sitúa la importancia de la merienda en tercer lugar, después del desayuno y el almuerzo, y para el 69,5 por ciento de los niños está en segundo lugar después del desayuno.

El 75 por ciento de los niños y niñas participantes en la Escuela de Verano de la UPV sigue merendando en casa y más que nada leche y bocadillo, según afirman los padres. Sin embargo, los niños aseguran que, aunque meriendan en casa, consumen sobre todo galletas, bocadillo y zumos. Ambos colectivos están de acuerdo en que los dos productos que más facilidad presentan para consumir fuera de casa son el bocadillo y los zumos.

### Gustos versus salud

Según este análisis, a pesar de que para el colectivo de padres es importante que sus hijos realicen una merienda equilibrada todos los días aunque esto signifique que no meriendan lo que más les gusta, el 33 por ciento de los niños sostiene que no merienda todos los días, frente al 95 por ciento de los padres que asegura que lo hacen siempre.

Curiosamente, el 76 por ciento de los niños afirma que son ellos quienes eligen la merienda, mientras que el 53 por ciento de los padres apunta que son ellos los que deciden qué meriendan sus hijos. Pero, elija quien elija, ¿qué es lo que más les gusta merendar en realidad?

La mayoría de los pequeños demuestra su fidelidad a la dieta mediterránea decantándose por el bocadillo, que sigue siendo el rey de la merienda para padres e hijos. Sin embargo, al 11 por ciento de los niños valencianos les gusta merendar horchata con fartons.

Pero los gustos no coinciden con las costumbres, ya que los productos que más consumen en general entre un 77 y un 89 por ciento de los niños para merendar son zumo, leche y batidos.

Mientras que el 73,5 por ciento de los padres responde que sus hijos consumen bollería nunca o como mucho una vez a la semana, el 70,5 por ciento de los niños encuestados afirma que come este tipo de producto entre una y tres veces por semana, cuando los expertos recomiendan un máximo de dos veces por semana poniendo la atención en los ingredientes saludables de esa bollería y teniendo en cuenta un gasto proporcional de energía. Por otra parte, el consumo de bollería disminuye notablemente en los meses de verano, donde el índice de niños que meriendan este tipo de producto no supera el 16 por ciento.

En cuanto a la práctica de deporte, cuyo gasto de energía ha de estar proporcionado con la cantidad de alimentos que se ingieren por comida, mientras que el 38 por ciento de los pequeños apunta que practica deporte más de cuatro veces por semana, sólo el 9,4 por ciento de los padres sostiene esta afirmación. El 60,5 por ciento de los progenitores asegura que sus hijos no practican deporte más de dos o tres veces por semana.

### **Etiquetado y publicidad a la hora de la compra**

La calidad de los ingredientes es un factor crucial en una dieta saludable. Según el estudio elaborado por Fartons Polo-Muakis, el 23,5 por ciento de los padres afirma que no lee la etiqueta de los productos que compra, y más de un 30 por ciento no sabe distinguir los ingredientes saludables de los no saludables.

En este sentido, la compra semanal juega un papel primordial, realizándose en familia en un 46 por ciento de los casos y por parte de la madre en el 37 por ciento de las ocasiones. Para intentar compaginar la dieta saludable con los gustos de los niños un 67,5% de los padres tienen en cuenta las preferencias de sus hijos a la hora de elegir qué productos comprar.

No obstante, incluso cediendo de vez en cuando al capricho, el 87 por ciento de los padres indica que la característica que más influye en su decisión de compra es la saludable, seguida por el fácil consumo y el factor económico.

De hecho, alrededor del 70 por ciento de los padres afirma que el atractivo de la publicidad y las promociones en general no influyen en su decisión de compra ya que no confían en este tipo de mensajes, pero reconocen que sí influyen en las preferencias de sus hijos.

## Proyecto Merienda Saludable

El estudio “Hábitos de los niños valencianos a la hora de merendar” está enmarcado en el proyecto Merienda Saludable de Fartons Polo-Muakis, que aboga por la defensa de la dieta global equilibrada poniendo el acento en una merienda mediterránea donde no se olvide el bocadillo, la fruta y la leche, y donde los padres opten por una merienda sana cuando el niño demanda chocolate.

Según los expertos, el consumo de chocolate un par de veces por semana equilibrado con el gasto de energía en el deporte, produce una sensación de bienestar positiva en el organismo no sólo por sus componentes, sino porque el niño lo relaciona con estímulos positivos, es decir, con sus momentos de felicidad. Además, el chocolate tiene propiedades antioxidantes capaces de prevenir la acción de los radicales libres sobre el organismo, y contiene una proporción importante de magnesio que ayuda a estabilizar los niveles de azúcar en la sangre.

La filosofía de Fartons Polo se centra en la salud derivada de la dieta equilibrada. Por este motivo, desde sus inicios en 1960, la empresa familiar asentada en Alboraya se ha preocupado especialmente por que los ingredientes de sus productos fueran saludables, ofreciendo como garantía su sello Polo Salud.

En concreto Muakis, el farton de toda la vida, relleno de crema de chocolate con leche, no tiene conservantes ni colorantes, está elaborado con aceite de girasol rico en omegas 6 y 9 que ayudan a reducir el colesterol, contiene 12 vitaminas, hierro y calcio (20% CDR). Además, parte de sus azúcares son sustituidos por azúcares bajos en calorías y está libre de grasas hidrogenadas o grasas ‘trans’, especialmente perjudiciales en dietas pobres en antioxidantes, verduras y hortalizas y muy comunes en la mayoría de productos de bollería industrial.

Partiendo de la filosofía de Fartons Polo, nace el proyecto Merienda Saludable, cuyo objetivo es difundir entre los niños, padres y educadores la importancia de los nutrientes naturales que deben estar presentes en la merienda en equilibrio con las cinco ingestas diarias de alimento, así como la importancia de leer la etiqueta de los productos que se consumen.

El proyecto Merienda Saludable consiste en una red de colaboración entre entidades y asociaciones preocupadas por la dieta saludable en la Comunidad Valenciana, expertos en nutrición que trabajan con Fartons Polo-Muakis para realizar conferencias, participar en jornadas, ferias y congresos e investigar sobre la merienda equilibrada, con el fin de difundir su importancia entre los ciudadanos.

Dentro del proyecto Fartons Polo-Muakis realiza, entre otras actividades, talleres educativos de nutrición en colegios de toda la Comunidad, así como charlas sobre alimentación saludable en foros como la Federación de Amas de Casa de la Comunidad Valenciana.

Este año, además de poner en marcha la web [www.merendasaludable.com](http://www.merendasaludable.com) como punto de difusión y encuentro, la compañía ha participado en el Día Nacional de la Nutrición junto con la Asociación de Dietistas-Diplomados de la Comunidad Valenciana, en la V Semana de la Alimentación de la Associació de Dietistes i Nutricionistes Universitaris de la Universitat de València y en el I Congreso Infantil de Alimentación Saludable y Actividad Física de la Comunidad Valenciana, además de colaborar con otras entidades preocupadas por la salud de los valencianos como la Sociedad Valenciana de Endocrinología, Diabetes y Nutrición (Svedyn).



UNIVERSIDAD  
POLITECNICA  
DE VALENCIA



**Para más información:**

**Gabinete de prensa.** Inescom, Instituto de Estrategias de Comunicación.

Aída La Roda. Telf. 96 372 74 37 / 96 262 07 23 / 620 63 11 94. E-mail: [alaroda@inescom.es](mailto:alaroda@inescom.es).



UNIVERSIDAD  
POLITECNICA  
DE VALENCIA



## **ANEXO**

CONCLUSIONES ESTUDIO DE CAMPO  
HÁBITOS DE LOS NIÑOS VALENCIANOS A LA HORA DE MERENDAR



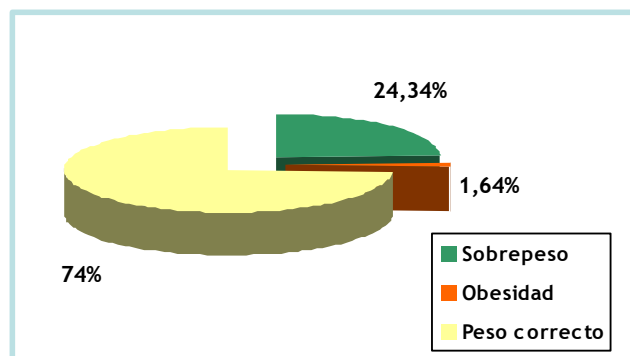
## 1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

- Conocer qué clase de alimentos consumen los niños valencianos para merendar, tipo y cantidad, así como la frecuencia de consumo.
- Conocer las diferencias entre los alimentos que se consumen en la merienda en la época de invierno y los que se consumen en la época estival, las preferencias de los niños por uno u otro alimento, así como la diferencia entre la merienda en días lectivos y en vacaciones y fines de semana.
- Medir la importancia que el consumidor otorga a la merienda con respecto a las demás ingestas de comida diarias.
- Conocer la diferencia entre las preferencias de los padres y las de los niños.
- Medir la frecuencia de consumo de bollería industrial.
- Medir el grado de frecuencia con el que los padres acostumbran a leer las etiquetas de los productos que compran y consumen.

## 2. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO.

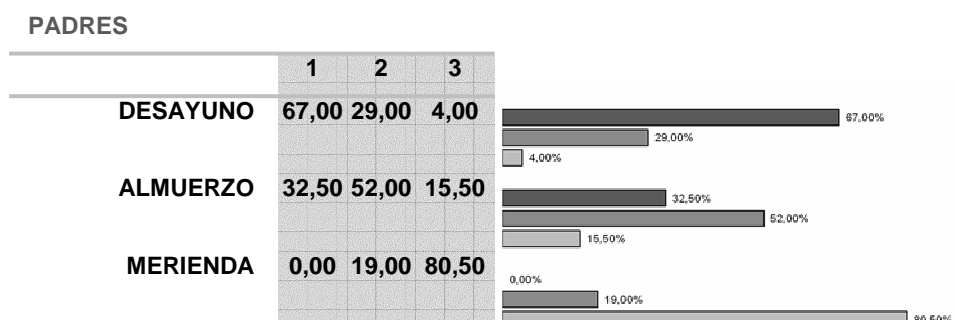
### 2.1. SOBREPESO.

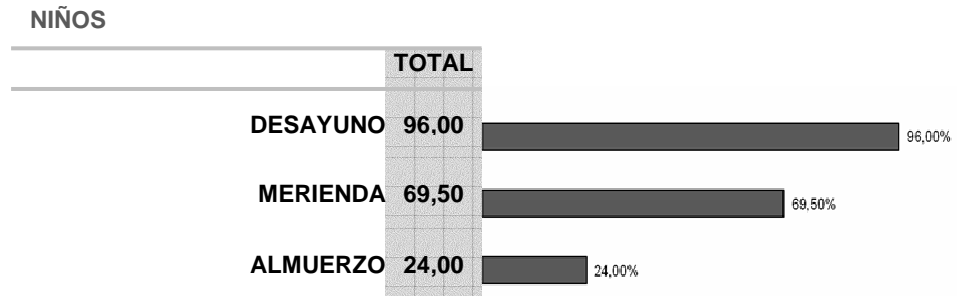
Del total de niños y niñas encuestados, el 24,34 por ciento presentan sobrepeso (24,33 por ciento de los niños y 24,66 de las niñas) y el 1,64 por ciento presentan obesidad (1,52 por ciento los niños y 1,64 las niñas).



### 2.2. IMPORTANCIA DE LA MERIENDA

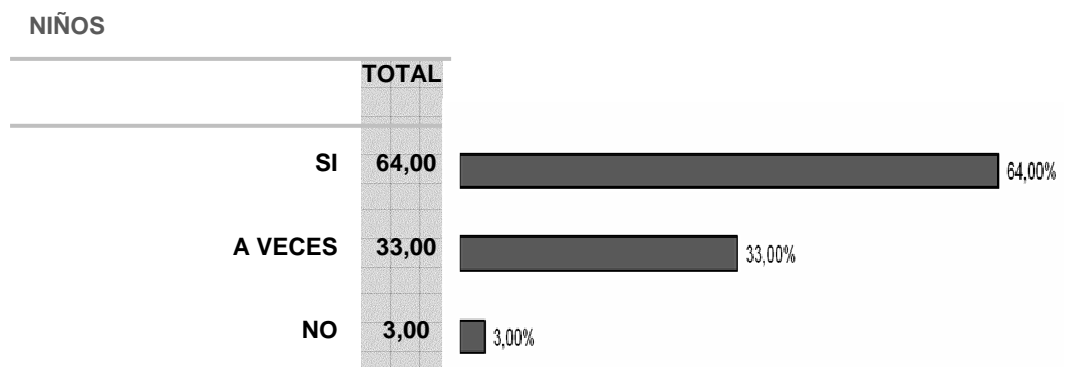
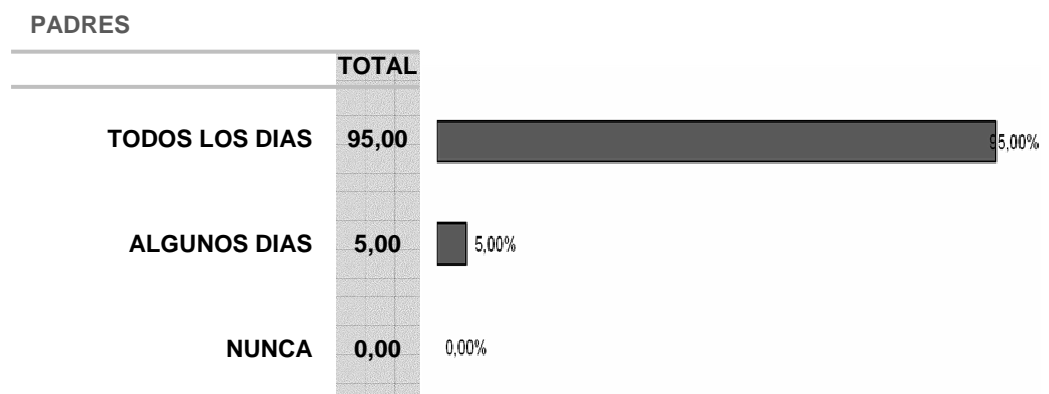
El colectivo de padres relega la merienda a un tercer plano muy por debajo del desayuno y el almuerzo, y el colectivo de niños le otorga a la merienda un peso importante muy por encima del almuerzo.





### 2.3. FRECUENCIA DE LA MERIENDA

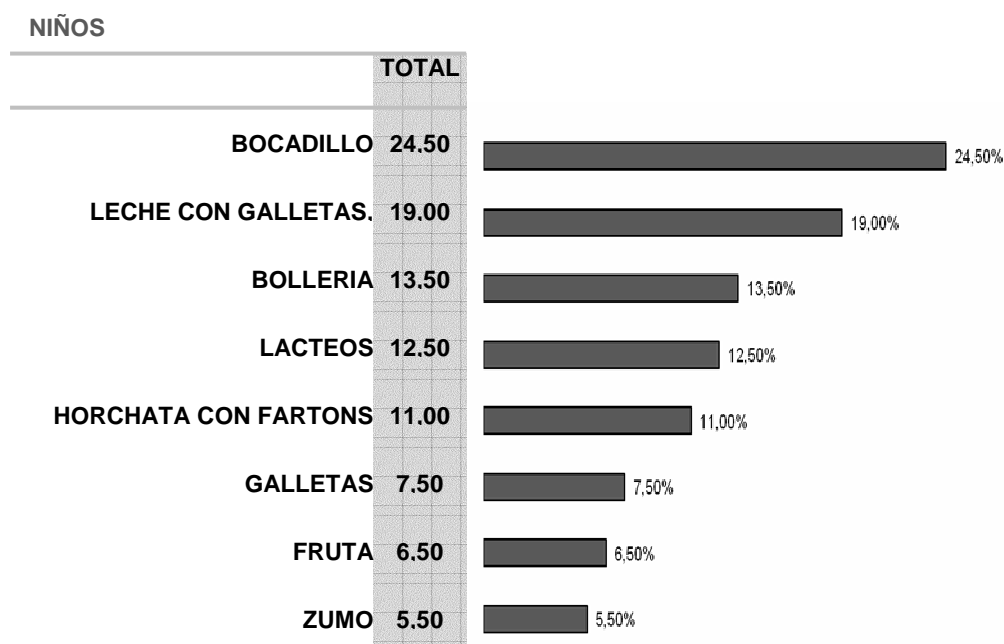
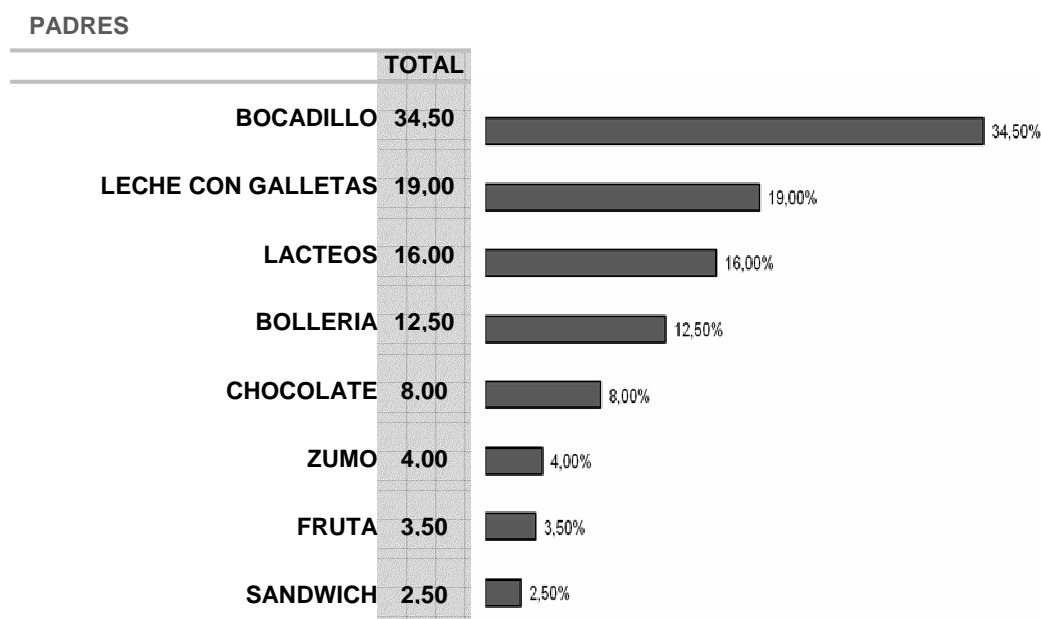
Ante la frecuencia de la merienda, el colectivo de padres unánimemente responde una frecuencia diaria, mientras que en el colectivo de niños las respuestas son más dispares teniendo un 33% de los encuestados que se inclina por la opción "a veces".





## 2.4. ¿QUÉ LES GUSTA MERENDAR?

Sobre los gustos de los niños y la elección de la merienda, en su opción abierta, padres y niños se decantan por el bocadillo. En un segundo rango aparecerían lácteos y bollería. Cabe destacar que, en el colectivo de niños, al 11% les gustaría consumir horchata con fartons.

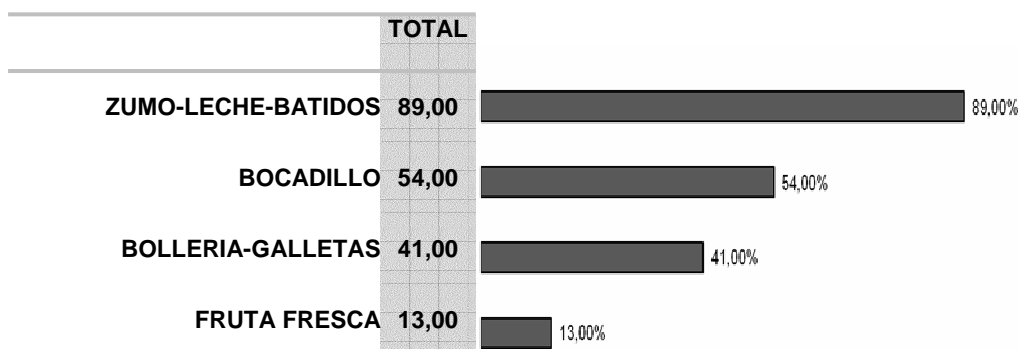




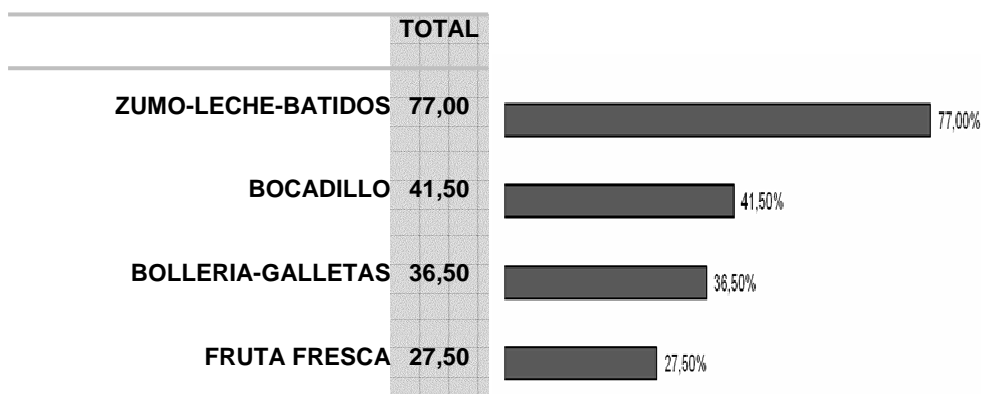
## 2.5. ¿QUÉ MERIENDAN?

Los alimentos que más consumen los niños a la semana son zumo-leche-batidos, bocadillo, bollería-galletas y fruta fresca.

### PADRES



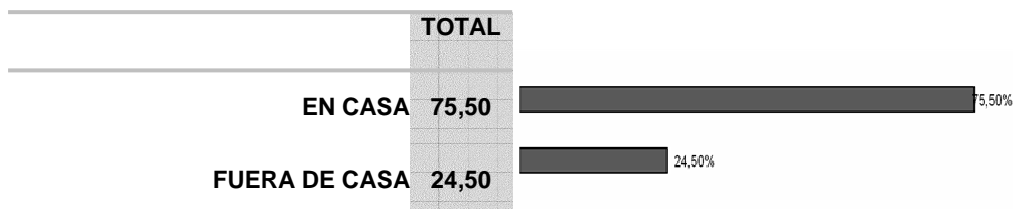
### NIÑOS



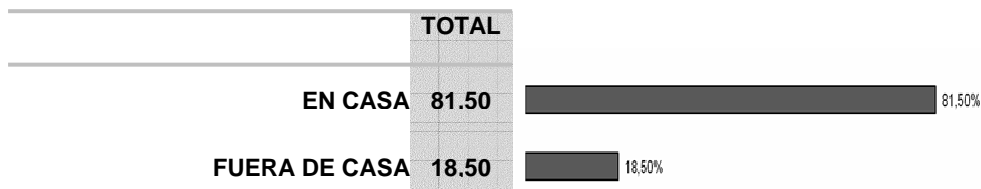
## 2.6. ¿DÓNDE MERIENDAN?

Mayoritariamente, los niños meriendan en su casa, según los padres leche, bocadillo o galletas; según los niños galletas, bocadillo y zumos. En el caso de merendar fuera de casa, las opciones más seleccionadas son bocadillo, zumos, bollería, batidos y galletas.

### PADRES

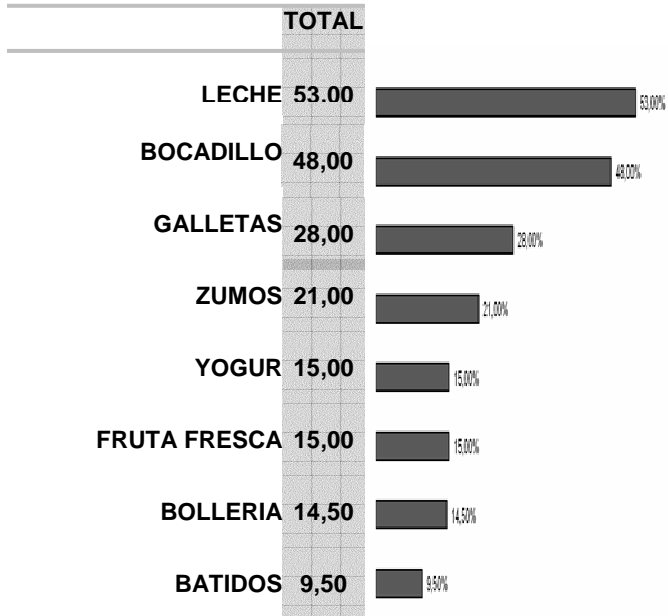


### NIÑOS

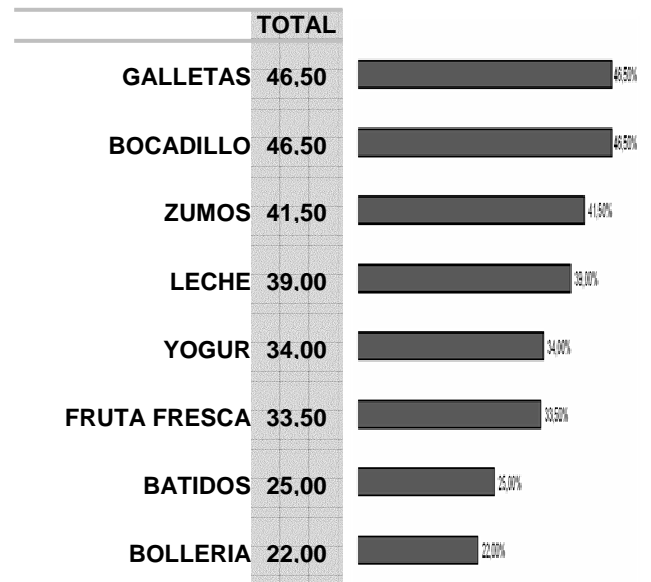




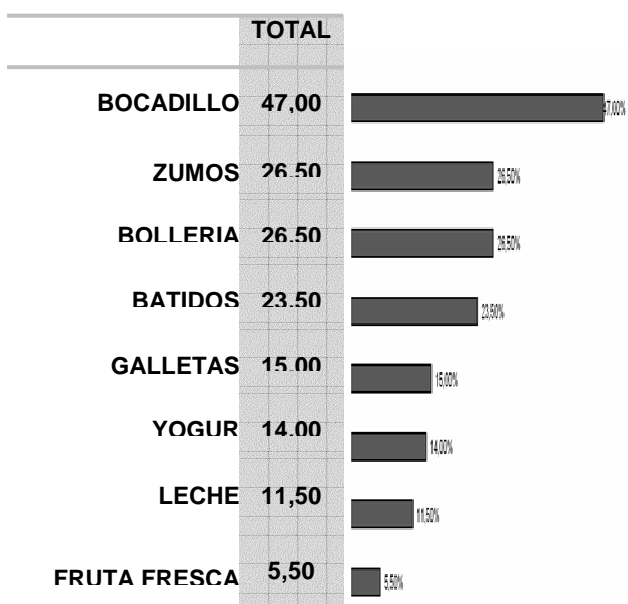
**PADRES / EN CASA**



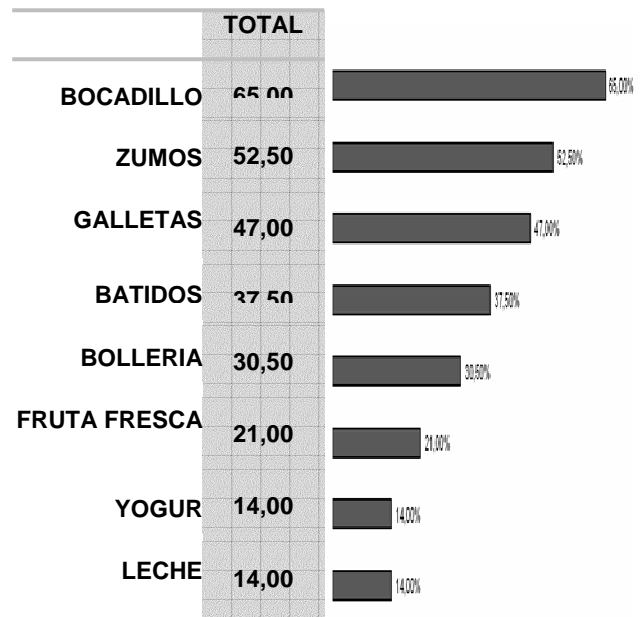
**NIÑOS / EN CASA**



**PADRES / FUERA DE CASA**



**NIÑOS / FUERA DE CASA**

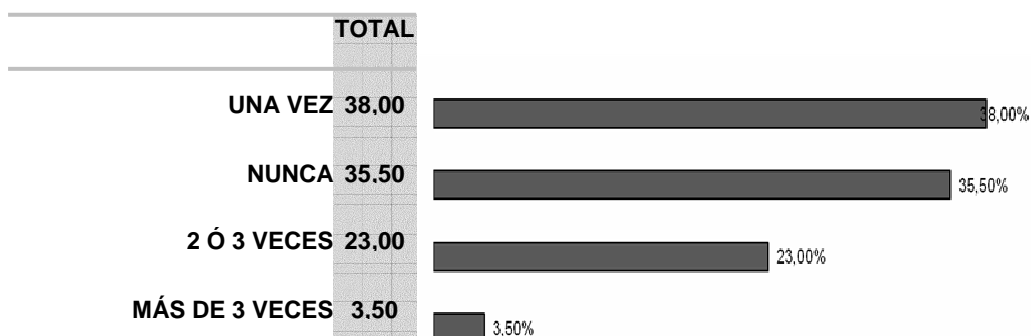




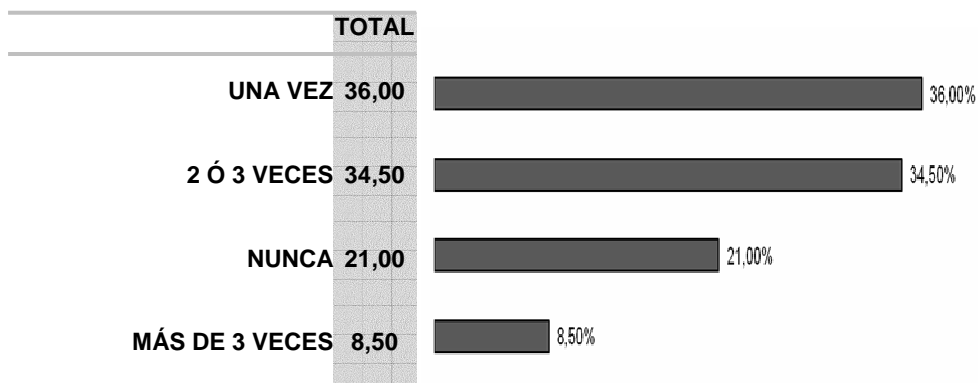
## 2.7. ¿CUÁNTAS VECES MERIENDAN BOLLERÍA?

Los padres aseguran que sus hijos meriendan bollería ninguna o una vez por semana; los niños afirman que consumen este tipo de producto entre una y tres veces.

### PADRES



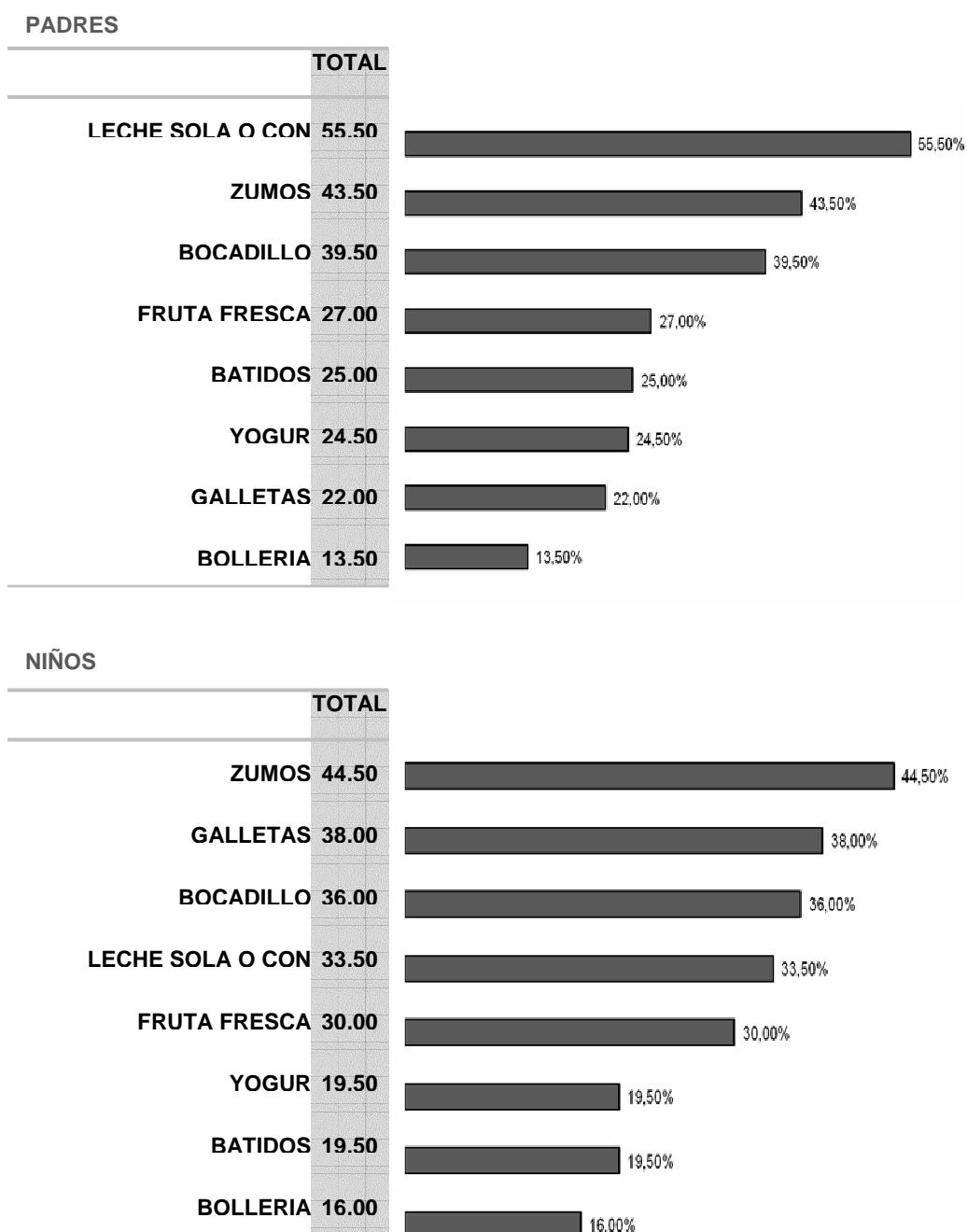
### NIÑOS





## 2.8. LA MERIENDA EN VACACIONES

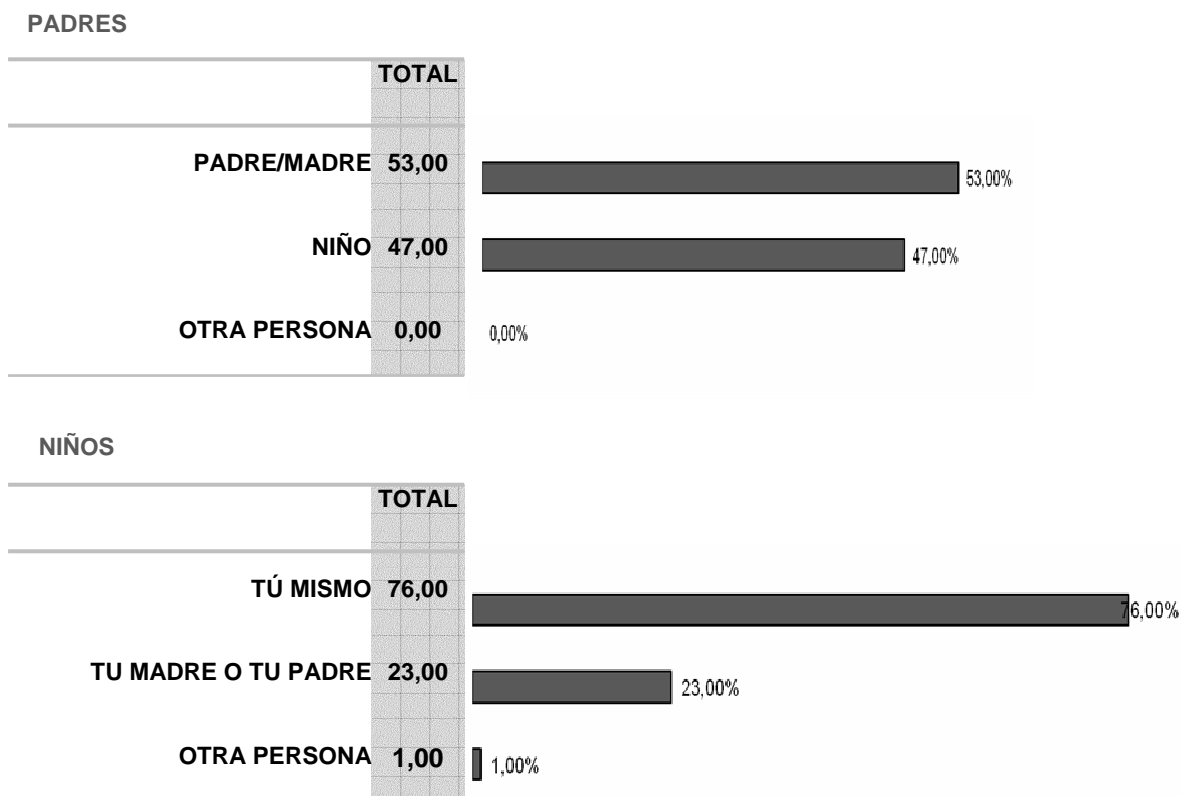
Mayoritariamente, los niños meriendan tanto los fines de semana como en verano-vacaciones. En vacaciones, los padres afirman que los niños suelen consumir más leche, zumo y bocadillo; los niños responden zumo, galletas y bocadillo. El consumo de bollería disminuye notablemente.





## 2.9. QUIÉN ELIGE LA MERIENDA

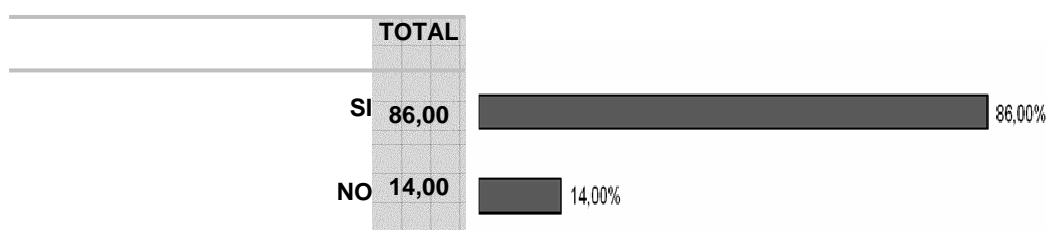
El colectivo de niños mayoritariamente responde que son ellos mismos los que eligen su merienda; el colectivo de padres afirma que deciden ellos.



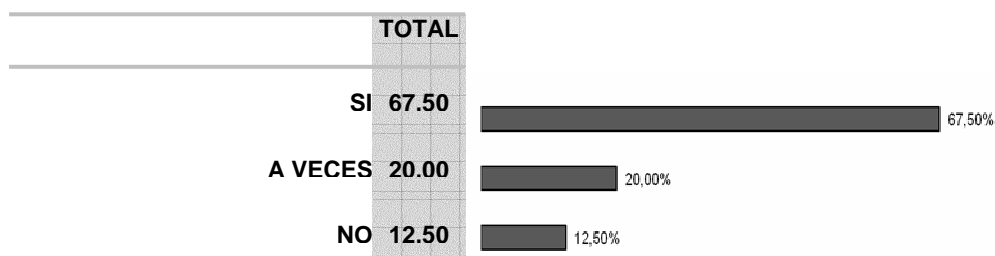
## 2.10. GUSTOS VERSUS SALUD

La mayoría de los padres intenta seguir una dieta equilibrada para sus hijos aunque esto suponga que no merienden lo que más les gusta, pero piensan en sus gustos a la hora de comprar. La compra semanal se realiza en familia o por parte de la madre.

- ¿Intenta seguir una dieta equilibrada para sus hijos aunque esto suponga que no meriendan lo que más les gusta?

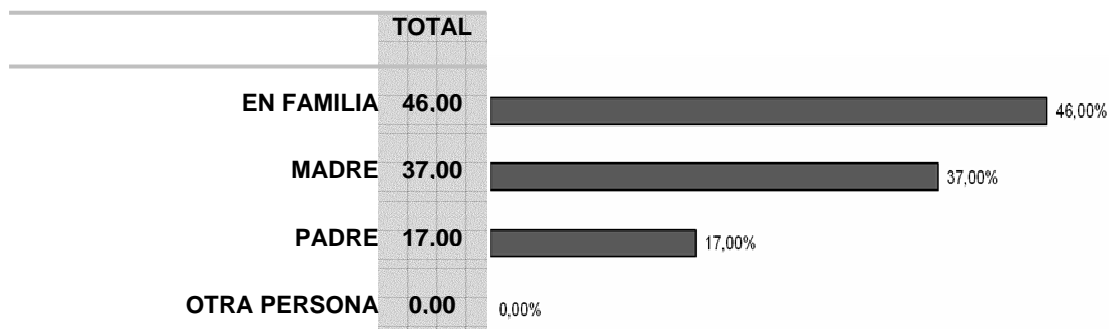


- ¿Piensa en los gustos de su hijo al realizar la compra semanal?

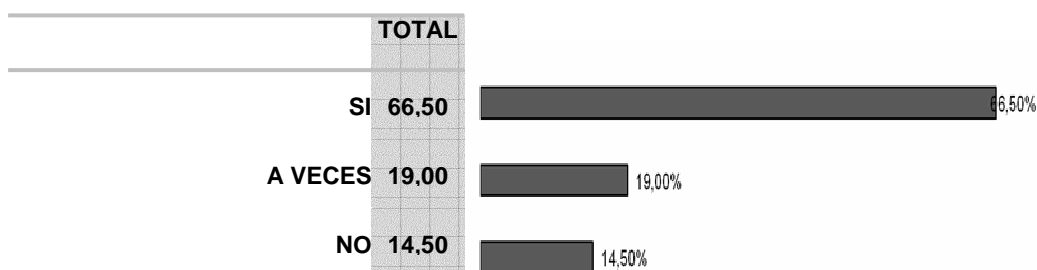




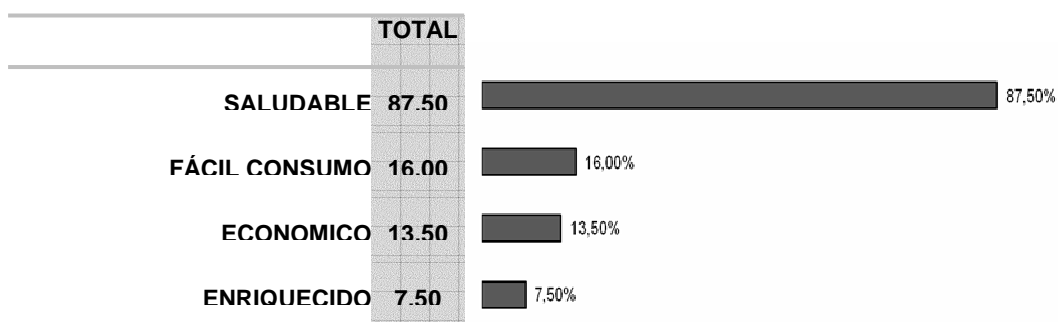
• ¿Quién realiza la compra semanal normalmente?



• ¿Piensa en los gustos de su hijo a la hora de comprar productos específicamente para la merienda?



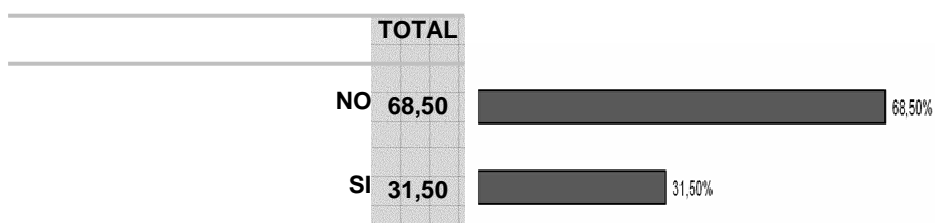
• Características que influyen en la decisión de compra.



## 2.11. INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD

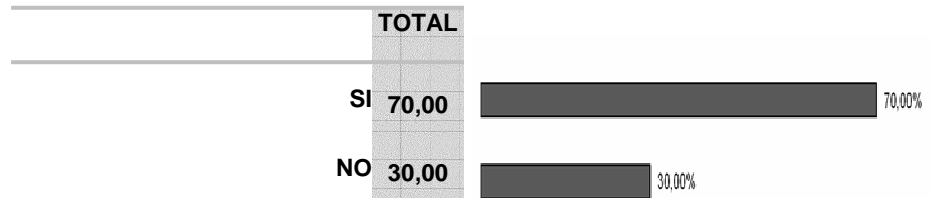
Un gran porcentaje de los padres afirma que la publicidad no les influye a ellos pero sí a sus hijos.

• ¿Tienen en usted influencia la publicidad y promociones del establecimiento a la hora de comprar productos?

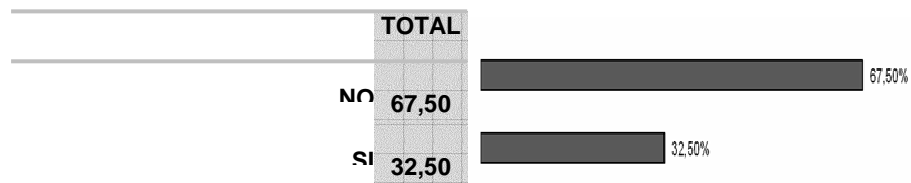




• ¿Y en sus hijos?



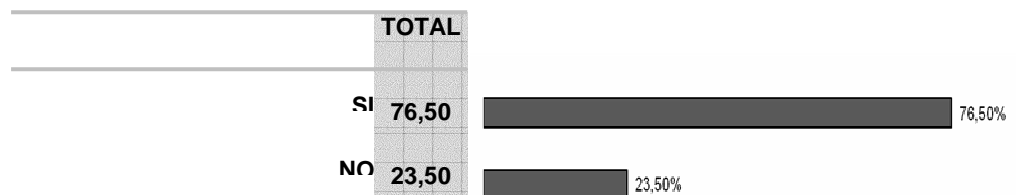
• ¿Confía en los mensajes que aparecen en los anuncios publicitarios o los packaging de los productos?



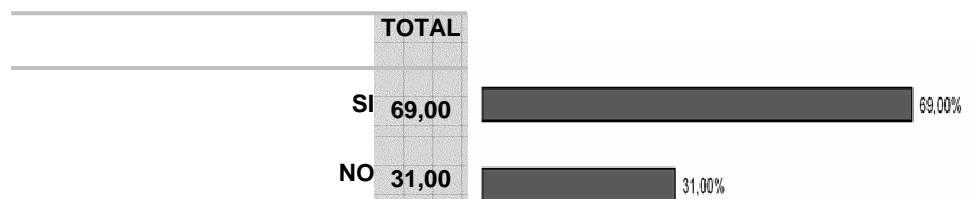
## 2.12. ¿LEEMOS LA ETIQUETA?

Más del 20% de los padres no lee la etiqueta de los productos y más del 30% no sabría reconocer los ingredientes menos saludables.

• ¿Lee las etiquetas de los productos que compra?



• ¿Sabría reconocer los ingredientes no saludables?

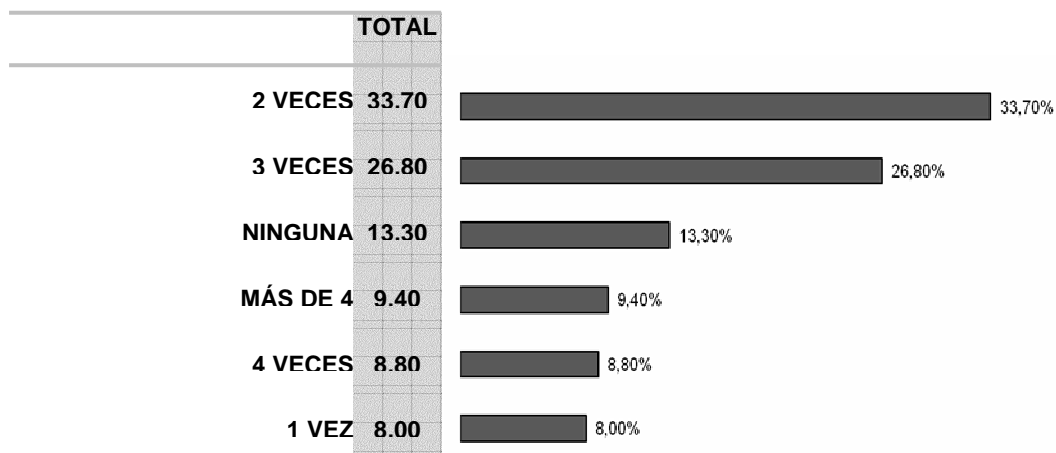




### 2.13. ¿HACEN DEPORTE?

La mayoría de los padres afirma que sus hijos no hacen deporte más de dos veces por semana; los niños aseguran que lo practican más de cuatro veces a la semana.

#### PADRES



#### NIÑOS

