



Diagnóstico de la restauración colectiva en las Universidades públicas de Madrid. 2020

Índice

0. Introducción

1. Metodología

2. Estado del arte

2.1. Caracterización de la población universitaria y tendencias de consumo

a) Alumnado

b) PAS y PDI

2.2. Caracterización de las empresas de restauración

3. Contexto jurídico-normativo

3.1 Pliegos de condiciones técnicas

a) UAH

b) UAM

c) UPM

d) UCM

e) UC3M

f) URJC

4. Conclusiones

5. Bibliografía

Figuras: gráficos, tablas y figuras

- Gráfico 1 – Población de universidades públicas madrileñas
- Gráfico 2 – Nº de alumnos y alumnas por universidad
- Gráfico 3 – Importancia de los factores ambientales en la compra por franjas de edad.
- Gráfico 4 – Valoración de la cafetería o comedor de la universidad/facultad.
- Gráfico 5 - Promedio del nº de personas que comen menú diario en cada universidad

- Figura 1- Hábitos de compra de la franja 18-25 años.
- Figura 2 – Factores de compra de la franja 18-25 años
- Figura 3 – Valoración del etiquetado. Franja 18-25 años

- Tabla 1 - Evolución del personal en las universidades
- Tabla 2 – Perfil del PDI
- Tabla 3 -Perfil del PAS en las Universidades Españolas
- Tabla 4 – Perfil del PEI por programa universitario
- Tabla 5 - Listado de empresas de restauración y tipología

0) Introducción:

Este informe se lleva a cabo como parte de las actividades propuestas en el Grupo Operativo “Alimentando al Campus”, cuyo objetivo es promover el abastecimiento de producciones alimentarias ecológicas y sostenibles de la Comunidad de Madrid en la restauración colectiva universitaria pública de la región.

En la actualidad la aprobación de la Ley de Contratación del Sector Público (LCSP)¹ establece en el artículo 1.3 la obligación de introducir criterios sociales, medioambientales y de innovación en todas las licitaciones públicas.

Las universidades públicas son actores claves con un gran poder ejemplarizante, capacidad de generación de conocimiento e innovación, y en el caso de las universidades públicas madrileñas, con disposición para llevar a cabo este desafío. A pesar de ello la restauración colectiva pública universitaria adolece aún de criterios generalizados y acusa la ausencia de estructuras ligadas directamente a los productores, que son fundamentales para asegurar un abastecimiento sostenible ambiental y socialmente.

Por ello estudiar, caracterizar y analizar los aspectos clave de la restauración colectiva en dichas universidades es importante para establecer medidas efectivas que permitan incorporar estas producciones alimentarias sostenibles en el corto y mediano plazo.

Contexto del informe:

Este diagnóstico se sitúa en plena pandemia del COVID-19, lo que implica algunas particularidades que nos gustaría destacar aquí. La primera es que este diagnóstico se ha podido llevar a cabo con los datos de las Universidades en materia de gestión y gobernanza, recopilando datos de la situación de antes de la pandemia, pero con mucha incertidumbre de los datos más recientes (respecto al número de comensales y uso promedio de las cafeterías) debido a la incierta y siempre cambiante situación que hemos vivido este año respecto a las posibilidades de presencialidad y restricción de movilidad cambiantes en la Comunidad de Madrid.

Debido al contexto en el que se encuentran las universidades, muchas cafeterías no han abierto sus servicios al público, o si lo hacen no operan con total normalidad y no ofrecen todos los servicios que ofrecían antes de la pandemia. Ante la dificultad causada por la situación actual de acceder a datos de la restauración colectiva universitaria por la situación descrita, este informe se centra en los datos proporcionados por los departamentos de gestión de los servicios de contratación de las Universidades y el análisis de fuentes secundarias. Nos centraremos por lo tanto en un análisis de la población universitaria y sus hábitos de consumo según fuentes secundarias, y en un análisis comparativo de la gobernanza y los marcos jurídicos-normativos con los que cuentan ahora las universidades.

¹ LCSP-2017: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2017/BOE-A-2017-12902-consolidado.pdf>

Por lo tanto, los datos aquí expuestos han de leerse bajo esa lupa. Esto no significa que no sean relevantes, por el contrario, nos ofrecen una fotografía de la situación actual y nos permiten vislumbrar algunas tendencias y cambios respecto a la restauración colectiva universitaria.

1) Metodología:

Para la elaboración del siguiente informe se han empleado fuentes de información primaria y secundaria.

-Fuentes primarias: Se realizaron 8 entrevistas telefónicas con los responsables de la gestión de los servicios de las cafeterías universitarias de la UAM, UAH, URJC, ETS Edificación, ETSI Montes, INEF, ETSI Minas y ETSI Industriales.

-Fuentes secundarias:

- Los datos estadísticos de la población en las universidades han sido obtenidos del Instituto de Estadística de Madrid y de los portales de transparencia de las universidades.
- Para los datos referentes a legislación se han empleado fuentes secundarias: Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público, Plan de contratación Pública Ecológica, Ficha de producto para la Contratación Pública Ecológica, y el Pliego de prescripción técnica para máquinas de vending y cafeterías de la REUS.
- Los pliegos de prescripciones técnicas de las Universidades y Escuelas mencionadas en el apartado 3 de este diagnóstico.
- Para los datos contextuales se han empleado guías y estudios de Mensa Cívica, Gira Food, Buying Green, del Observatorio de Contratación Pública, así como resultados de informes de otros proyectos llevados a cabo por el Observatorio para una Cultura del Territorio (OCT).

Cada una de las referencias empleadas está debidamente referenciada en este informe, con acceso a los links de los portales de referencia.

2) Estado del arte:

2.1 Caracterización de la población universitaria y tendencias de consumo:

Según datos del Ayuntamiento de Madrid² existen 156 centros educativos, públicos y privados (facultades, colegios mayores, escuelas universitarias y otros centros universitarios), que ofrecen formación universitaria en la ciudad de Madrid, incluidos campus o centros ubicados fuera de la ciudad, pero cuya sede central está en Madrid. En la Comunidad de Madrid existen 14 universidades (6 públicas y 8 privadas), sin contar con los colegios mayores y otros centros adscritos a las universidades.

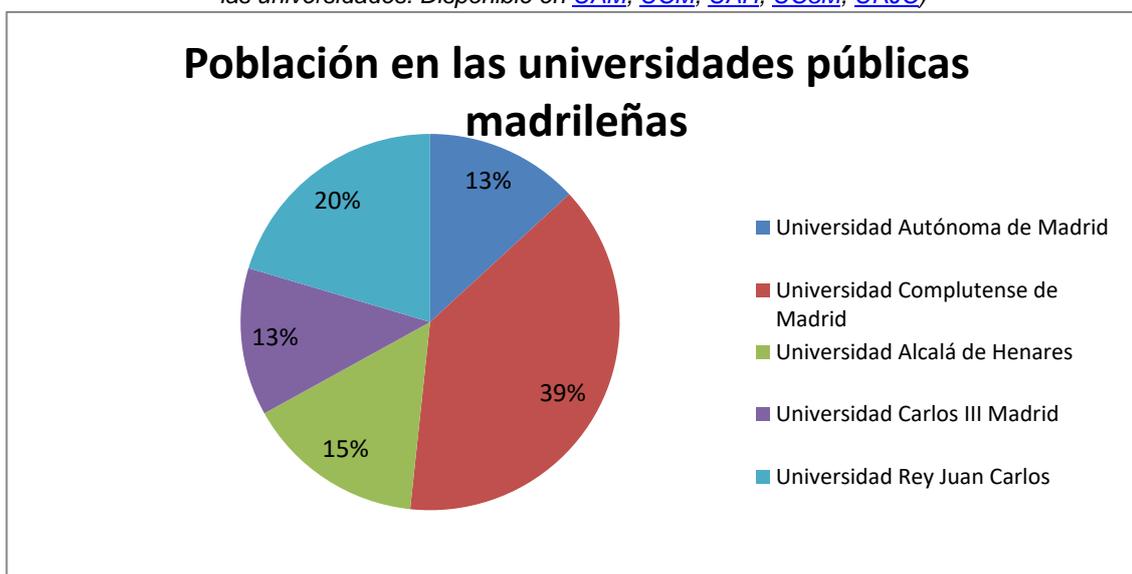
En la Comunidad de Madrid existen catorce Universidades de las cuales seis son públicas: Universidad Alcalá de Henares (UAH), Universidad Autónoma de Madrid (UAM), Universidad Carlos III (UC3M), Universidad Complutense de Madrid (UCM),

² Portal de Datos Abiertos del Ayuntamiento de Madrid. Disponible en: <https://datos.madrid.es/sites/v/index.jsp?vgnextoid=6ad94560b3104410VgnVCM1000000b205a0aRCRD&vgnnextchannel=374512b9ace9f310VgnVCM100000171f5a0aRCRD>

Universidad Politécnica de Madrid (UPM) y Universidad Rey Juan Carlos (URJC). Este informe se centra en estas seis Universidades.

El número de personas matriculadas en las Universidades de la CAM es de 269.973³, de las cuales aproximadamente el 70% acude a centros públicos (188.926 personas en el año 2019). Al alumnado hay que sumar tanto el personal de administración y servicios (PAS, un total de 6.675 personas) como al personal docente e investigador (PDI, un total de 17.376 personas), por lo que la población que acuden a diario a las universidades públicas es de 212.977 personas, lo que representa un 3,2 % de la población de la CAM⁴. En el siguiente gráfico podemos ver cómo se distribuye esta población por universidad.

Gráfico 1: Población de universidades públicas madrileñas (Fuente: Elaboración propia basada en datos de las universidades. Disponible en [UAM](#), [UCM](#), [UAH](#), [UC3M](#), [URJC](#))



A) Alumnado:

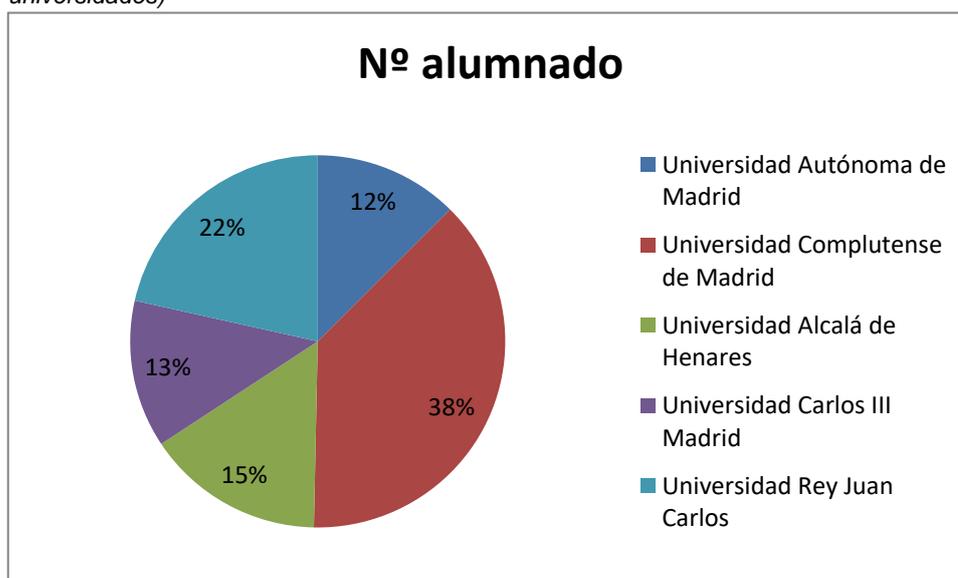
El número de personas matriculadas en las Universidades de la CAM es de 269.973⁵ (que representa el 88,7 % de la población universitaria), de las cuales aproximadamente el 70% acude a centros públicos (188.926 personas en el año 2019). En el siguiente gráfico podemos ver cómo se distribuye este alumnado en las universidades públicas.

³ Datos del 2018-2019. Instituto de Estadística de la CAM, Fuente: Dirección General de Universidades y Enseñanzas Superiores Artísticas. Consejería de Educación e Investigación.

⁴ La población de la Comunidad de Madrid en el 2019 es de 6.661.949 personas. Datos del 1 de Enero de 2019. Instituto de Estadística de la CAM http://www.madrid.org/iestadis/fijas/estructu/demograficas/padron/estructupopc_prov.htm

⁵ Datos del 2018-2019. Instituto de Estadística de la CAM, Fuente: Dirección General de Universidades y Enseñanzas Superiores Artísticas. Consejería de Educación e Investigación.

Gráfico 2: Nº de alumnos y alumnas por universidad (Fuente: Elaboración propia basada en datos de las universidades)



Según datos generales del curso 2018-19 del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, las personas de 18-21 años son mayoría y las de 22 a 25 representan más de un cuarto del total de estudiantes que se matriculan en el sistema universitario español (público y privado). Los de 26 a más de 30 años representan menos de un 25%.

En términos generales, las mujeres matriculadas superan el 50% en todas las ramas de enseñanza de los estudios de Grado y 1er y 2º Ciclo y de Master, salvo en Ingeniería y Arquitectura, donde los hombres superan el 70%. En el Doctorado los hombres superan a las mujeres por muy poca diferencia, están prácticamente igualados/as, destacando que las mujeres superan a los hombres en el doctorado de ciencias de la salud, y los hombres a las mujeres de nuevo en ingeniería y arquitectura.

En varios estudios realizados en España, las mujeres jóvenes muestran conductas más favorables hacia el comercio orgánico (MAPA, 2019), el comercio justo (Observatorio Vasco de la Juventud (2016) y el uso de etiquetas sostenibles (Carrero, Valor y Rosa, 2010). Especialmente relevante es el hallazgo de que las mujeres recaben con más frecuencia información sobre protección animal, factor que podría explicar, al menos en parte, el gran porcentaje de mujeres que son veganas y activistas en nuestro país (Balza y Garrido, 2016).

En cuanto a sus intereses y hábitos de consumo, en los informes publicados por INJUVE (ej. 2012, 2016) sobre la situación de la juventud en España, observan un cambio por parte de las personas jóvenes, “quienes **muestran en sus hábitos de consumo un interés cada vez mayor por aspectos sociales y de igualdad, de género, de conductas solidarias, de cumplimiento normativo, medioambiental, de consumo responsable**, etc.”. Señalan que son cada vez más las personas jóvenes que relacionan “la elección de artículos de consumo que, aun siendo algo más caros, no dañen el medioambiente” con un gesto de “ser un buen ciudadano/a”. Y añaden que “en la población juvenil española existe una **concepción positiva de ser una persona responsable socialmente, que se compromete con la comunidad**”.

El interés por parte de los jóvenes hacia **el comercio justo muestra una evolución global positiva**. Según Fairtrade Foundation y Globescan (2014), más del 50% de los jóvenes encuestados consideraba que la demanda por comercio justo es necesaria y crecerá en el futuro.

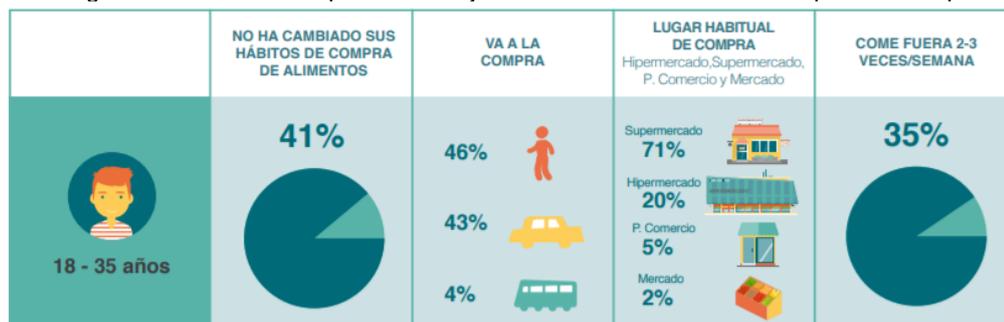
Aproximadamente el 35% de los jóvenes menores de 35 años muestran una gran implicación hacia el consumo responsable (Forética, 2015), **el 70% sanciona a las empresas no responsables y el 30% es consumidor de productos ecológicos** (MAGRAMA, 2016). Los/as jóvenes es el colectivo más proclive para comprar productos y servicios coherentes con sus valores (63% de los jóvenes de 15 a 19 años y 56% entre 20 a 29 años) y el que señala sentirse más culpable cuando realiza comportamientos no respetuosos con el medioambiente (71% de los jóvenes de 15 a 19 años y 77% entre 20 a 29 años) (GfK, 2015). Respecto al comercio justo, el Observatorio Vasco de la Juventud (2016) concluía que el porcentaje de jóvenes vascos (de 15 a 29 años) que los consumía habitualmente u ocasionalmente había aumentado, respectivamente, un 3% y un 14% en tres años (período del 2010-2013).

Los jóvenes son los que **abogan por una mayor protección animal**, les gustaría tener más información sobre el trato que reciben los animales en las granjas y tienen mayor intención de cambiar de hábitos de compra para incluir productos más respetuosos hacia los animales (ej. Comisión Europea, 2016). Asimismo, expresan una mayor preocupación acerca de la felicidad/bienestar de los animales y esgrimen con mayor frecuencia la protección animal como motivo principal para consumir.

Si atendemos exclusivamente a sus actos de compra y hábitos de consumo, según la encuesta BECU de hábitos de consumo, los jóvenes entre 18 y 35 años son los que:

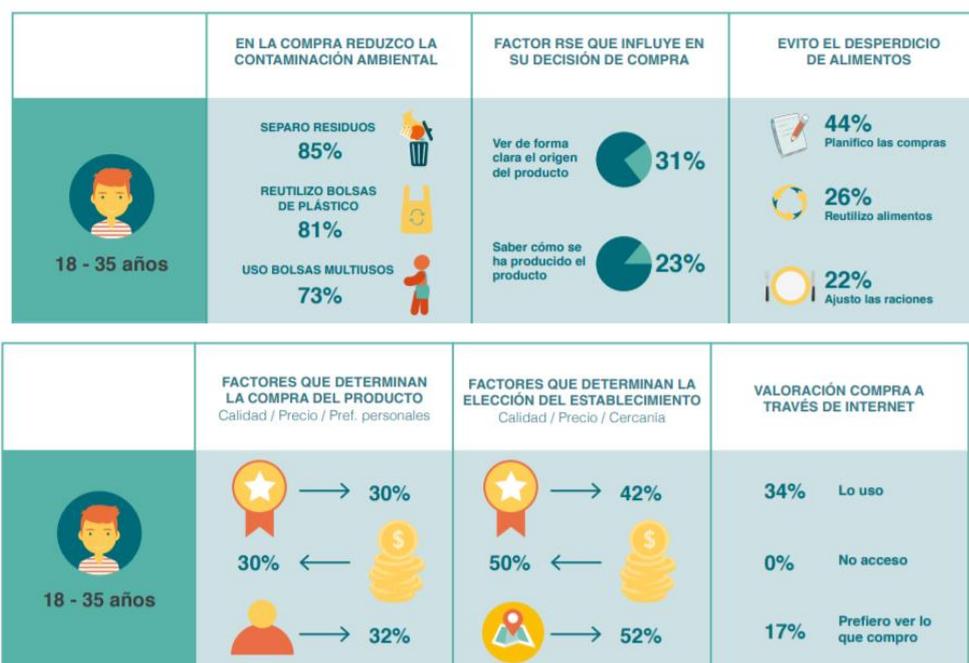
- más compran en supermercados (71%) y los que menos van al pequeño comercio o al mercado. El 34% compra por internet.
- los que más comen fuera de casa. El 35% come fuera 2 o 3 veces por semana. El 43% come fuera una vez a la semana. Solo el 13% afirma no hacerlo ninguna vez a la semana.

Figura1: Hábitos de compra de la franja 18-25 años. Elaboración Freepress S.Coop



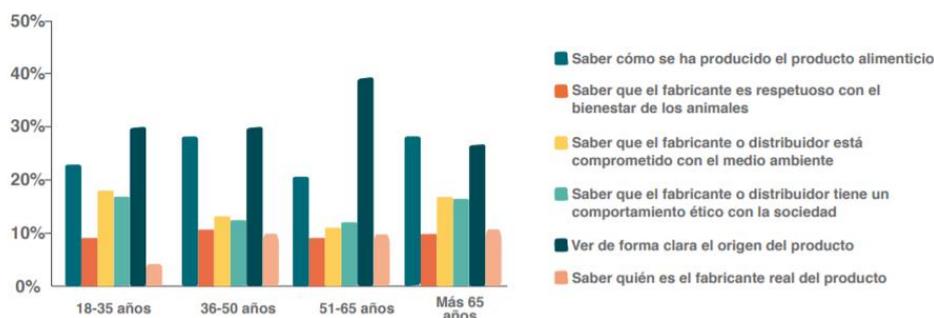
- En sus decisiones de consumo influyen en un 35% la información que encuentra en RRSS e internet, muy por detrás de la franja de 35 a 50 años que se influye el 44%.
- **Son la franja de edad que menos calidad exige en su alimentación**, solo el 30% se rige por este criterio. Uno de cada 5 consumidores jóvenes reconoce que sus hábitos no son saludables, pese a ser los más concienciados.
- Son los que más usan la compra online de alimentos, un 34%, aunque muy similar a la siguiente franja de edad.

Figura 2: Factores de compra de la franja 18-25 años. Elaboración Freepress S.Coop



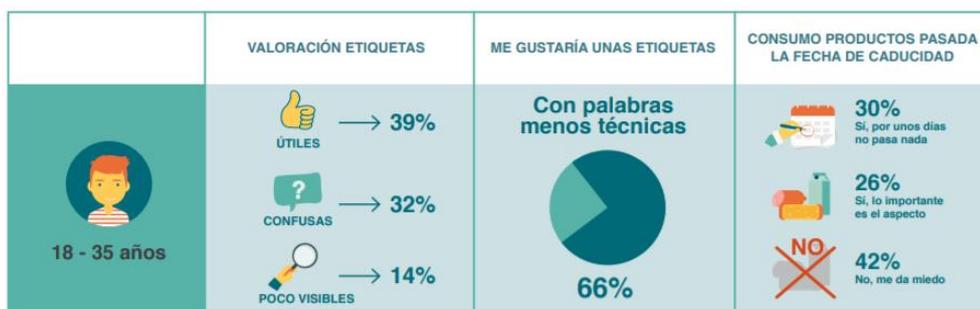
- Más de la mitad valoran la responsabilidad social empresarial a la hora de comprar, un porcentaje similar a otras franjas de edad.
- El 85% separa los residuos, algo similar a otras franjas.
- Son los que menos responsabilidad se atribuyen en el desperdicio de los alimentos. Solo el 18% cree que el consumidor es el responsable, y reparten “culpas” entre productores, distribuidores, empresas de restauración y administraciones públicas.
- En cuanto al origen de los alimentos, son los que más importancia dan a que el fabricante o distribuidor esté comprometido con el medio ambiente y con la sociedad.

Gráfico 3: Importancia de los factores ambientales en la compra por franjas de edad. Elaboración Freepress S.Coop



- **Los jóvenes son los que menos atención prestan al lugar de origen de los alimentos**, aunque cada vez lo hacen más. No les interesa demasiado saber quién es el fabricante real del producto.
- El 47% no consume productos ecológicos porque dicen son demasiado caros, aunque los consideran una opción más sana y natural.
- En la compra de un producto valoran en igual medida la calidad, el precio o las preferencias personales, pero a la hora de elegir un establecimiento valoran más el precio y la cercanía que la calidad.
- Los jóvenes son los que más apropiada les parece la información que encuentran en las etiquetas de comida, pero el 65% desearían que emplearan palabras menos técnicas y más información. De todas formas, los jóvenes no suelen fijarse mucho en las etiquetas y prefieren buscar la información de los productos en internet.

Figura3: Valoración del etiquetado. Franja 18-25 años. Elaboración Freepress S.Coop



- Los **hábitos alimenticios** de los más jóvenes son los siguientes:
 - Diariamente consumen más carne, charcutería y productos industriales y menos pescado, fruta, verdura y pan que el resto de franjas de edad.
 - Son los que más bebidas alcohólicas de alta graduación ingieren y lo hacen de forma semanal, quincenal, etc. También son los que más bebidas alcohólicas de baja graduación consumen siendo su frecuencia mayoritaria 1,2 ó 3 veces a la semana.
 - También consumen más refrescos diaria y semanalmente.

Si atendemos ahora al informe “Hábitos de consumo en hostelería y Restauración de la Comunidad de Madrid” (Comunidad de Madrid, 2010), los jóvenes de 18 a 24 años

destacan negativamente entre otros sectores poblacionales, pues dedican menos tiempo a la comida y la sobremesa, de forma que un 45% de ellos come en menos de 45 minutos, porcentaje que duplica al del resto de edades.

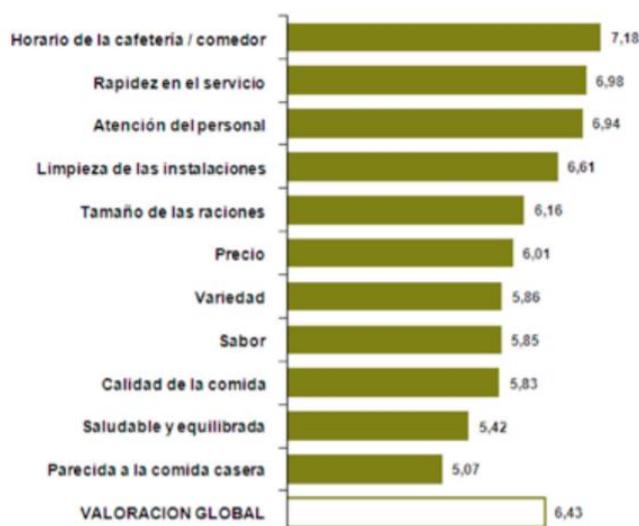
Los más jóvenes manifiestan tener menos tiempo para comer bien y mantener una dieta sana. Los más jóvenes demandan más patatas, pescado, huevos, postres lácteos, frutas en conserva, platos precocinados y dulces. Frente al resto de los encuestados que demanda más verduras y hortalizas, legumbres y frutas frescas. A menor edad menor consumo de legumbres fuera de casa (un 46% de los más jóvenes no las consume nunca o casi nunca). Los más jóvenes son los que más manifiestan no gustarle la fruta (18%) y su preferencia por otros postres (53%). Los más jóvenes son los que más preferencia muestran por las patatas fritas como guarnición y los que menos por las ensaladas y las verduras. Hay que destacar que este porcentaje de consumo de refrescos en la comida por parte de los más jóvenes duplica al de resto de edades hasta los 44 años y multiplica por 10 al de los más mayores.

Un estudio sobre el “consumo ético entre los jóvenes universitarios españoles” llevado a cabo por el instituto INJUVE revela que los jóvenes universitarios sí decían frecuentar los restaurantes de comida rápida (y las cafeterías de las universidades) cuyos menús, por lo general, no suelen admitir muchos cambios ni incluir muchas opciones libres de productos animales. Por ejemplo, en un estudio de la Universidad Complutense de Madrid, el 59% de los participantes declaró seguir una alimentación especial y tener dificultad para conseguirla en su centro de estudios (Martínez Álvarez et. al., 2008).

La encuesta de hábitos de alimentarios de la Comunidad de Madrid revela que la comida de mediodía es la que realizan con mayor frecuencia fuera del hogar de lunes a viernes (68%) con una media de 2 veces a la semana. Y que los universitarios que comen fuera de casa eligen principalmente el comedor universitario.

Esta misma encuesta ofrece una **valoración de las cafeterías universitarias** de la Comunidad de Madrid, donde vemos que la cafetería o comedor universitario recibe una valoración global de 6,43 puntos. El horario de la cafetería es el único que alcanza el notable (7,18) y junto con la rapidez en el servicio, la atención del personal y la limpieza de las instalaciones se sitúan por encima de la valoración global. Es decir, se observa como todos los aspectos relativos al servicio e instalaciones, reciben las mejores valoraciones, mientras que se muestran más **críticos con los atributos relacionados con la calidad, cantidad y la apreciación de que la comida sea saludable y equilibrada.**

Gráfico 4: Valoración de la cafetería o comedor de la universidad/facultad. Encuesta de hábitos alimentario de la CAM.



La encuesta madrileña sobre hostelería y restauración refleja que los jóvenes son los que menos se fijan en aspectos relacionados con el tipo y calidad de los alimentos y con aspectos del servicio y atención al cliente para seleccionar o no un establecimiento; sin embargo, son los que más se fijan en el precio.

Por otro lado, un estudio sobre “Salud, bienestar y calidad de vida de la comunidad universitaria” desarrollado por la Universidad pública de Navarra (2005), refleja que durante un día de trabajo en el curso académico el 61,3% come normalmente en casa con la familia, el 16,9% come en pisos de estudiantes, el 10,3% en comedores universitarios y el 3,7% come en bares. La oferta de comidas en comedores y cafetería es de los servicios menos valorados, 18,4% lo valoran como “muy mal” y “mal”).

Por último, un informe del Ministerio de Agricultura y Pesca (2019) llamado “Estudio sobre el comportamiento sociológico de los españoles y su vinculación con los hábitos de compra alimentarios” relaciona comer fuera de casa con el desperdicio de los alimentos:

“Un 41% de las personas que habitualmente comen fuera de casa, en restaurantes o bares, al menos dos o tres veces a la semana desperdicia, 16 puntos más que las que no. (Y los jóvenes son los que más comen fuera de casa)

“Los jóvenes son los que más comida desperdician: La población de 60 a 65 años desperdicia 14,5 puntos menos que los más jóvenes.”

B) PAS y PDI:

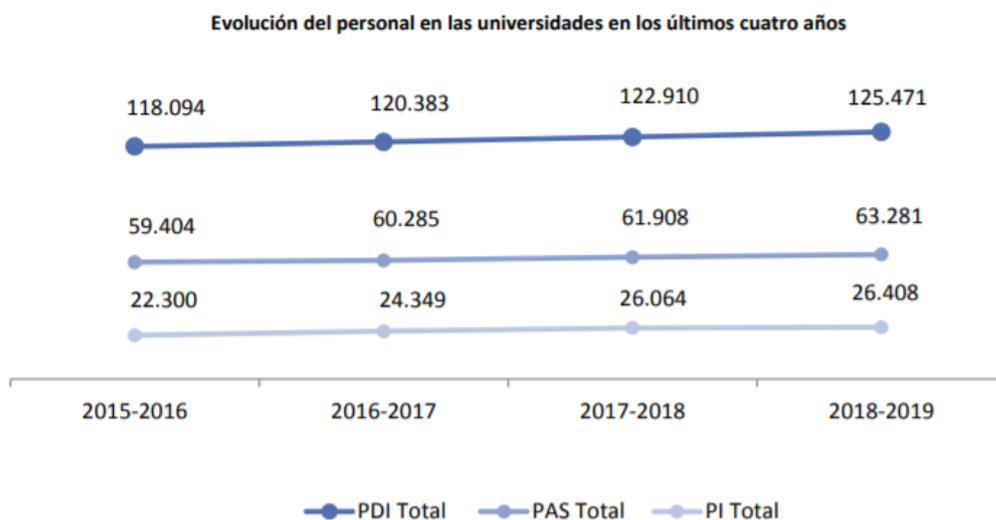
La comunidad universitaria está formada por jóvenes estudiantes, pero también por el personal docente e investigador y el personal de administrativo y personal contratado.

El personal en el Sistema Universitario Español (SUE) en el curso 2018-2019 es de 215.160 efectivos (un 2,03% más que en el curso anterior), de los cuales 125.471 corresponden a personal docente e investigador (PDI), 63.281 a personal de

administración y servicios (PAS) y 26.408 al conjunto del personal empleado investigador y del personal técnico de apoyo a la investigación (PI). Del total de personal en las universidades, 183.530 pertenece a universidades públicas y 31.630 a universidades privadas. (Ministerio de Ciencia e Innovación para el curso 2018-2019.)

En el caso de la Comunidad de Madrid el total de PAS es de 6.675 personas y el PDI de 17.376 personas.

Tabla 1. Evolución del personal en las universidades



- **Personal docente e investigador**

El personal docente e investigador en las universidades en el curso 2018-2019 se sitúa en 125.471 personas, lo que supone un 2,08% más que en el curso anterior. Del total, 105.371 están en universidades públicas y 20.100 a universidades privadas.

Tabla 2: Perfil del PDI

| | Perfil del personal docente e investigador | | | | | | | | |
|-------------------------------|--|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
| | Total | | | U. Públicas | | | U. Privadas | | |
| | Ambos sexos | Mujeres | Hombres | Ambos sexos | Mujeres | Hombres | Ambos sexos | Mujeres | Hombres |
| PDI Total | 125.471 | 53.208 | 72.263 | 105.371 | 44.053 | 61.318 | 20.100 | 9.155 | 10.945 |
| PDI en ETC¹ | 84.259 | 35.702 | 48.557 | 73.520 | 30.487 | 43.033 | 10.739 | 5.214 | 5.524 |
| PDI Funcionario | 42.316 | 15.354 | 26.962 | 42.316 | 15.354 | 26.962 | - | - | - |
| %PDI Permanente | 54,0% | 51,6% | 55,8% | 53,1% | 49,9% | 55,4% | 58,8% | 59,5% | 58,3% |
| %PDI Doctor | 72,1% | 70,6% | 73,2% | 74,8% | 73,2% | 76,0% | 57,5% | 58,2% | 57,0% |
| %PDI Extranjero | 3,0% | 3,3% | 2,8% | 2,5% | 2,9% | 2,2% | 5,7% | 5,4% | 5,9% |
| Edad media | 49,1 | 47,3 | 50,3 | 49,9 | 48,1 | 51,1 | 44,8 | 43,3 | 46,1 |

Las mujeres representan un 42,4% del PDI total, un 36,3% del PDI funcionariado. Otra de las variables a analizar es la edad. Según el tipo de universidad, la edad media del PDI en el caso de las universidades públicas es de 50 años, 5 años menos en universidades privadas. La edad media del personal funcionario es de 55,1 años, siendo en el caso particular del catedrático de universidad de 58,8 años.

- **Personal de administración y servicios**

El personal de administración y servicios en las universidades españolas en el curso 2018-2019 alcanza las 63.281 personas (un 2,1% más que en el curso anterior), de las cuales 53.273 están adscritas a universidades públicas y 10.008 a universidades privadas.

Tabla 3: Perfil del PAS en las Universidades Españolas

| | Total | | | U. Públicas | | | U. Privadas | | |
|--|-------------|---------|---------|-------------|---------|---------|-------------|---------|---------|
| | Ambos sexos | Mujeres | Hombres | Ambos sexos | Mujeres | Hombres | Ambos sexos | Mujeres | Hombres |
| PAS Total | 63.281 | 38.560 | 24.721 | 53.273 | 31.872 | 21.401 | 10.008 | 6.688 | 3.320 |
| PAS en ETC ¹ | 61.609 | 37.550 | 24.059 | 52.270 | 31.324 | 20.946 | 9.338 | 6.225 | 3.113 |
| PAS Funcionario | 32.937 | 22.366 | 10.571 | 32.937 | 22.366 | 10.571 | - | - | - |
| %PAS Permanente | 73,7% | 72,8% | 75,2% | 71,6% | 70,2% | 73,7% | 85,2% | 85,5% | 84,8% |
| %PAS Extranjero | 1,6% | 1,7% | 1,5% | 0,9% | 0,9% | 0,9% | 5,4% | 5,4% | 5,5% |
| Edad media | 48,6 | 48,5 | 48,8 | 50,0 | 50,1 | 49,9 | 41,4 | 41,3 | 41,8 |
| %Plantilla joven ² | 7,9% | 8,1% | 7,4% | 4,2% | 4,1% | 4,4% | 27,3% | 27,4% | 27,2% |
| %Plantilla en proceso de jubilación ³ | 10,7% | 10,8% | 10,7% | 12,0% | 12,2% | 11,7% | 4,0% | 3,9% | 4,4% |

El 93,2% del personal de administración y servicios tiene dedicación a tiempo completo. El 73,7% de la plantilla es permanente, alcanzando la cifra del 85,2% en las universidades privadas. El 60,9% son mujeres (59,8% en universidades públicas y 66,8% en universidades privadas), y un 1,6% tiene nacionalidad extranjera, siendo superior el porcentaje en las universidades privadas (5,4%) frente al de las universidades públicas (0,9%). En cuanto a la edad, se aprecia una notable diferencia entre universidades públicas y privadas. Mientras la edad media en las universidades públicas es de 50,0 años, en las universidades privadas se sitúa en 41,4 años (más de 8 años de diferencia).

- **Personal empleado investigador**

El personal empleado investigador en las universidades en el curso 2018-2019, asciende a 19.879 investigadores contratados. Del total, el 93,9% está adscrito a universidades públicas y 1.214 a universidades privadas.

Tabla 4: Perfil del PEI por programa universitario.

Perfil del personal empleado investigador por programa

| | Total | Distribución | % Mujeres | %Plantilla joven |
|--|--------|--------------|-----------|------------------|
| PEI Total | 19.879 | 100,00% | 46,9% | 74,5% |
| PEI de convocatorias públicas competitivas | 13.156 | 66,18% | 47,6% | 80,8% |
| PEI del artículo 83 con cargos a grupos de investigación | 6.228 | 31,33% | 45,4% | 62,2% |
| Otros investigadores contratados | 495 | 2,49% | 47,9% | 60,8% |

El 66,2% del personal empleado investigador procede de convocatorias públicas competitivas, de las cuales el 80,5% corresponden a convocatorias de investigadores pre-doctorales (FPI, FPU y otros pre-doctorales). El 46,9% son mujeres y en lo que respecta a la edad, prácticamente 3 de cada 4 investigadores contratados tienen una edad inferior a los 35 años (74,5%), cifra que aumenta si nos centramos en los programas de convocatorias públicas competitivas (80,8%).

Vemos por tanto que la edad media aproximada del personal de las universidades españolas es de 50 años.

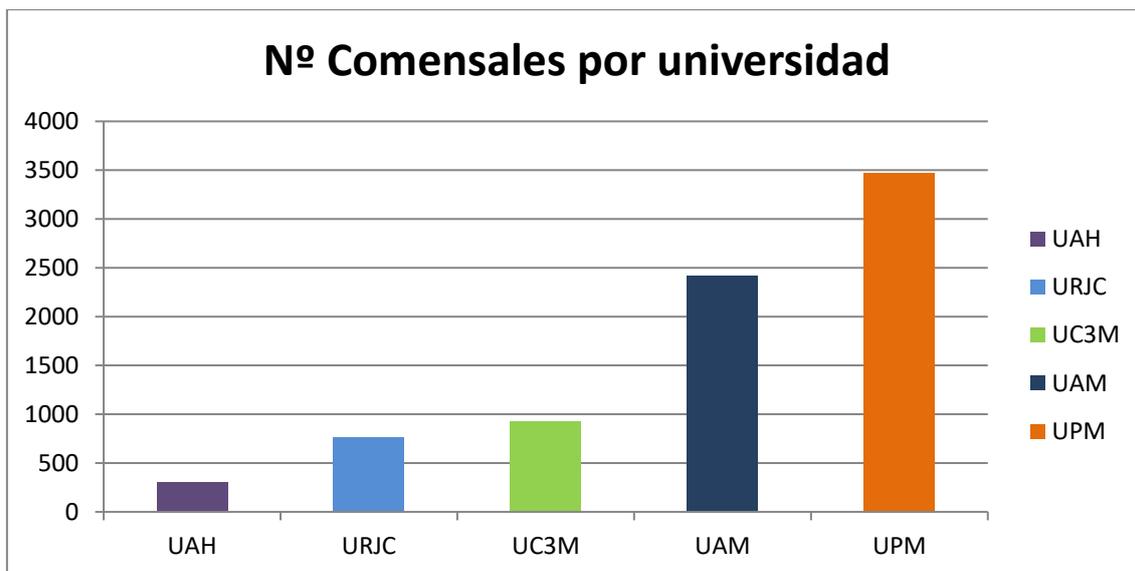
Si atendemos ahora al estudio sobre “Salud, bienestar y calidad de vida de la comunidad universitaria” desarrollado por la Universidad pública de Navarra, podemos observar sus hábitos alimentarios:

- **Profesorado:** El 69% **come** normalmente durante un día de trabajo en el curso académico en casa con la familia, **el 15,7% en los comedores universitarios**, y el 5,6% come en bares. Los servicios relacionados con la alimentación (cafeterías, máquinas de café o aperitivos, comedores y oferta de comidas) son **los menos valorados** por este colectivo.
- **Personal administrativo:** El 87,1% **come** normalmente durante un día de trabajo en el curso académico en casa con la familia, **el 5,9% en los comedores universitarios**, y el 1,8% come en bares. Los servicios relacionados con la alimentación (máquinas de café o aperitivos, oferta de comidas -menús- cafeterías y comedores) son los menos valorados.

2.2 Caracterización de las empresas de restauración universitaria

En lo que se refiere a la restauración colectiva de las Universidades públicas de Madrid, (según los datos proporcionados por las universidades a través del cuestionario realizado cuyo enlace se puede ver [aquí](#)), en las 5 universidades públicas encuestadas, existe un total de 65 cafeterías o restaurantes, de las cuales 56 ofrecen menú diario en su oferta. El número de comensales total en las universidades es de 7.874 personas (3% de la población universitaria pública), distribuidos por universidades como muestra el siguiente gráfico.

Gráfico5: Promedio del nº de personas que comen menú diario en cada universidad. (Fuente: elaboración propia a partir de los datos de las encuestas a las universidades).



El precio de los menús es de 5,5 euros (cuyo precio puede variar entre los 4,5 a los 6,5 euros), que incluye generalmente un primero, segundo, agua, pan y postre. El precio se determina por cada universidad, aunque no se tiene claro si existe una referencia normativa al respecto.

Tabla 5: Listado de empresas de restauración y tipología

| Empresa | Tipo de Empresa | Nº De Cafeterías | Universidades |
|-----------------------------------|-----------------|------------------|----------------|
| Ruzafa | Mediana | 1 | UAH |
| La hacienda | Mediana | 1 | UAH |
| Telma y Luis Restauración, S.L. | Pequeña | 1 | UAH |
| Miguel Maximiliano Mateo | Pequeña | 1 | UAH |
| Leticia Sánchez Martínez | Pequeña | 1 | UAH |
| Central Catering | Mediana | 1 | UC3M |
| Grupo Nazábal | Mediana | 1 | URJC |
| Eures colectividades | Grande | 1 | UC3M |
| Out coffe | Mediana | 1 | UC3M |
| Colectividades Ramiro | Grande | 7 | URJC, UAM, UPM |
| Goa | Mediana | 2 | URJC,UCM |
| Maberesá | Mediana | 1 | URJC |
| Ferex Restauradores S.L | Pequeña | 2 | UAM |
| Segundo González Varela | Pequeña | 2 | UAM |
| Colectividades Virivaz SL | Pequeña | 1 | UAM |
| Grupo BCY | Pequeña | 1 | UAM |
| Restauración Fadicorsa SL | Pequeña | 1 | UAM |
| Marco y Amaya SL | Pequeña | 1 | UAM |
| Servicios de restauración Polo SL | Pequeña | 1 | UAM |
| José Ramón Díaz González | Pequeña | 1 | UAM |
| Juan José Francisco del Villar | Pequeña | 1 | UAM |
| El Mirador del Goloso SL | Pequeña | 1 | UAM |
| Cocina de la Huerta | Pequeña | 1 | UPM |
| Alimentaria cate-Ring 4 y 5 | Mediana | 1 | UPM |
| Smile Cátering | Pequeña | 1 | UPM |
| Endemar S.L. | Grande | 1 | UPM |
| Colectividades Tinaquero S.L. | Pequeña | 1 | UPM |
| Fco Javier Arce Díaz | Pequeña | 1 | UPM |
| Catasa Facility Services, S.L.. | Mediana | 1 | UPM |
| Luz Amanda Pedreros Sánchez | Pequeña | 1 | UPM |
| Miguel Ángel Burgueño Tritencio | Pequeña | 1 | UPM |
| Escuadrón de Negocios S.L. | Pequeña | 1 | UPM |
| Silang, C.B | Pequeña | 1 | UPM |

En cuanto al número y la tipología de las empresas, según los datos enviados por las universidades, el número total de empresas que opera en las universidades públicas es de 33⁶, siendo que el número de empresas que opera en cada Universidad varía mucho.

⁶ Para dichos datos se elaboró una encuesta para las universidades, que se puede ver en [este enlace](#).

La mayoría oscila entre 3 y 4 empresas diferentes, donde destacan la UAM que cuenta con 11 empresas diferentes para el servicio de la restauración y la UPM con 12.

No existe una correlación entre el número de empresas de catering en cada universidad con el tamaño de las mismas. Observamos por ejemplo que, en la UAM, universidad con 11 empresas de catering diferentes, la mayoría de éstas son empresas pequeñas o familiares, aunque está presente también Ramiro Colectividades, gran empresa de la restauración. Lo mismo sucede con la UPM, con 12 empresas en su mayoría familiares, aunque cuenta también con alguna gran y mediana empresa.

De este mosaico de empresas, la mayoría de ellas son pequeñas empresas familiares, aunque destacan algunas de gran distribución, como Eures o Colectividades Ramiro (esta última presente en 3 de las 5 universidades). Destaca Colectividades Ramiro, que tiene 10 cafeterías. Es sin duda la empresa con más presencia en la restauración colectiva en las universidades. Esta empresa nació de hecho en el seno de la Escuela Superior de Ingeniería de Montes de la UPM y fue ganado terreno primero en la UPM y más tarde en otras Universidades.

Estos datos resultan muy útiles a la hora de pensar en posibles acciones con estas empresas, ya que la capacidad de transformación y adaptación de las mismas hacia la introducción de alimentos ecológicos es diferente según la tipología y su estrategia como empresa. Por lo tanto, las acciones que se dirijan hacia la introducción de alimentos ecológicos han de ser diferentes según la tipología con la que se vaya a trabajar. Observamos que, por lo general, las empresas grandes tienen una mayor capacidad de maniobra y adaptación a los cambios que las empresas pequeñas, aunque la voluntad de dicho cambio esté presente en todas ellas. No hay que olvidar que los márgenes de beneficio de las empresas de restauración colectiva son estrechos y que un aumento de los costes de los productos no siempre es posible desde un punto de vista empresarial.

3) Contexto jurídico-normativo:

La contratación pública representa el 19% del PIB de Europa (más de € 2,3 billones anuales), y aproximadamente el 20% del PIB de España⁷. La Estrategia Europa 2020, el plan de Acción sobre Economía Circular o la Guía *Buying Green* de la Comisión Europea⁸ contemplan la compra pública como uno de los motores de cambio. En la Guía *Buying Green* se incluye un apartado sobre restauración colectiva⁹, donde se establecen una serie de criterios para introducir en el sector un porcentaje mínimo de alimentos de producción ecológica, de frutas y hortalizas de temporada, o incluir cláusulas contractuales encaminadas a reducir al mínimo los residuos alimentarios y de envases de alimentos.

⁷ Observatorio de Contratación Pública (2018): <http://www.obcp.es/>

⁸ Guía *Buying Green*. Disponible en: https://ec.europa.eu/environment/gpp/pdf/handbook_2016_es.pdf

⁹ Alimentación y restauración. *Buying Green*. Disponible en: https://ec.europa.eu/environment/gpp/pdf/toolkit/food_GPP_product_sheet_es.pdf

En España la nueva Ley 9/2017¹⁰, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, que entró en vigor en marzo de 2018, promueve la introducción de criterios de calidad, sociales y ambientales. Esta ley abre un nuevo escenario ya que exige se incluyan aspectos sociales y ambientales como criterios relevantes a la hora de contratar además del precio. La Comisión Interministerial para la incorporación de criterios ecológicos en la contratación pública elaboró el *Plan de Contratación Pública Ecológica de la Administración General del Estado*¹¹ en coordinación con la Estrategia Nacional de contratación pública, y tiene como objetivo el diseñar acciones de información y formación del personal encargado de la puesta en marcha del plan. Este Plan fue publicado en febrero de 2019. El Plan recoge una serie de criterios medioambientales generales de contratación, por ahora de carácter voluntario, que podrán ser incorporados a los pliegos de contratación como criterios de selección, de adjudicación, especificaciones técnicas y condiciones especiales de ejecución. En el sector de la alimentación y restauración, se definen como criterios la compra de alimentos ecológicos o de producción integrada; de proximidad y temporada; así como, la compra de productos de acuicultura obtenidos por métodos de producción ecológicos; de productos animales con niveles de bienestar elevados; compra a granel o en envases con contenidos elevados en materiales reciclados; compra de productos envasados con criterios de eco-diseño del envase que faciliten el reciclado y posterior uso como materia prima secundaria; uso de cuberterías, vajillas, cristalerías y mantelerías reutilizables; uso de productos de limpieza ecológicos; recogida selectiva de residuos y formación al personal, y otros aspectos que inciden en las prácticas, equipamiento y logística de la restauración colectiva¹².

Traemos aquí algunos datos que merecen especial atención con respecto a la perspectiva de los consumidores, beneficiarios finales de un cambio hacia una alimentación más sostenible.

La perspectiva de los consumidores acerca de qué acciones deben tomar los gobiernos para potenciar el consumo de alimentos sostenibles, la encuesta de la BEUC¹³, revela que más de un tercio de los consumidores (43%) apoyaría las regulaciones para obligar a los agricultores y productores de alimentos a cumplir con estándares de sostenibilidad más estrictos. La mitad (49%) estaría de acuerdo en que los agricultores deberían recibir incentivos (por ejemplo, a través de subsidios) para producir alimentos de manera más sostenible.

La mayoría de los consumidores (61%) quiere que la información de sostenibilidad sea obligatoria en las etiquetas de los alimentos. Como era de esperar, gravar los alimentos que son menos sostenibles no es muy popular entre los consumidores (1 de cada 5 está de acuerdo en que los alimentos que son menos sostenibles deberían pagar más impuestos).

Los consumidores esperan que su Gobierno asuma un papel de liderazgo en la promoción de la producción y el consumo sostenibles de alimentos. Solo el 13% de los

¹⁰ Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público. Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2017/BOE-A-2017-12902-consolidado.pdf>

¹¹ Plan de Contratación Pública Ecológica. MITECO. Disponible en: https://www.miteco.gob.es/es/ministerio/planes-estrategias/plan-de-contratacion-publica-ecologica/plandecontrataciopublicaecologicaboe-a-2019-1394_tcm30-486734.pdf

¹² Alimentación y servicios de restauración– Ficha de producto para la Contratación Pública Ecológica (CPE). UE. Disponible en: https://ec.europa.eu/environment/gpp/pdf/toolkit/food_GPP_product_sheet_es.pdf

¹³ Encuesta europea realizada a finales del 2019 en 11 países para investigar los hábitos de consumo de los ciudadanos respecto a la alimentación sostenible por las organizaciones miembro de BEUC, la Organización Europea de Asociaciones de Consumidores, entre las que se encuentra la OCU. Informe BEUC: <https://www.ocu.org/consumo-familia/consumo-colaborativo/noticias/encuesta-alimentacion-sostenible>

consumidores españoles considera que el Gobierno está haciendo lo suficiente para fomentar la sostenibilidad de los alimentos en los niveles de producción y consumo. La encuesta muestra algunas tendencias alentadoras con respecto a la disposición de los consumidores a adoptar hábitos alimenticios más sostenibles, aunque no sean tan ambiciosos con el cambio que los expertos dicen que es necesario. La encuesta también destaca importantes barreras para el cambio que deben abordarse para apoyar la elección más sostenible de alimentos para el consumidor, con un etiquetado claro, precios asequibles, información clara y una mayor oferta de opciones sostenibles.

3.1 Pliegos de prescripciones técnicas en las Universidades públicas madrileñas

En el ámbito universitario también existe una preocupación por la promoción de la salud en el entorno de las universidades. La Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE) órgano interlocutor entre las instituciones universitarias del país y el Gobierno de España, que agrupa a 76 universidades, 50 públicas y 26 privadas, cuenta con una Comisión Sectorial de Sostenibilidad que incluye un Grupo de Trabajo de Universidades Saludables y que ha formado la Red Española de Universidades Saludables (REUS) cuyo objetivo más importante es promover la salud en el entorno universitario. Las universidades públicas de la Comunidad de Madrid pertenecen tanto a CRUE y como a REUS.

En febrero del 2019 la REUS se aprobó un “Pliego de prescripción técnica para máquinas de vending y cafeterías”¹⁴, donde se recogen recomendaciones para los pliegos de condiciones técnicas que tengan en cuenta criterios de sostenibilidad. En ellos podemos encontrar referencias a la introducción de alimentos ecológicos:

- Para las máquinas de vending *“1.2 Sugerencias: a) Se sugiere que pueda valorarse la introducción de productos sostenibles provenientes de la agricultura ecológica y especialmente de proximidad, siempre que cumplan los criterios nutricionales estipulados para los alimentos sólidos y líquidos de los mínimos exigibles del presente documento.”* (Pliego de prescripción técnica para máquinas de vending y cafeterías, p. 2)
- Para las cafeterías universitarias: *“2.2 Recomendaciones: [...]Se recomienda dar prioridad a los productos de proximidad, ecológicos (provenientes de la agricultura ecológica según el reglamento (CE) nº 834/2007 y cumpliendo los parámetros Resolución del Parlamento Europeo sobre Comercio Justo y Desarrollo (A6- 0207/2006) y de temporada. Servidos a poder ser en cajas plásticas (así podrán lavarse y desinfectarse tras su uso) que la empresa vuelva a recoger. Si se sirven productos ecológicos se sugiere que sean de cercanía.”* (Pliego de prescripción técnica para máquinas de vending y cafeterías, p. 2).

El proceso de adjudicaciones de las empresas que dan el servicio de comida universitario se caracteriza por:

- Proceso de Contratación pública a partir de la nueva Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público puesta en vigor en marzo de 2018.

¹⁴ Pliego de prescripción técnica para máquinas de vending y cafeterías de la REUS. Disponible en: https://www.unisaludables.es/es/ver/documentos/documentos_de_consenso/

- La duración de los contratos varía según la cafetería, existiendo una gran diversidad incluso dentro de la misma Universidad. No obstante, por lo general son contratos de dos años con prórroga a otros dos, aunque esto puede extenderse hasta un máximo de 25 como sucede en dos cafeterías de la UAM.
- Los pliegos de condiciones son elaborados por el área de contrataciones (área jurídica). En algunas universidades, los equipos de redacción de los pliegos cuentan con personas de área de sostenibilidad para incorporar criterios en los pliegos. En los pliegos prima la contratación por criterios económicos y no de calidad de productos a pesar de la nueva Ley 9/2017 que implica la incorporación de criterios ambientales y sociales. No obstante, las universidades afirman que se están introduciendo los criterios propuestos por la CRUE, aunque no sabemos en qué medida o aspectos.
- En muchos casos las empresas que gestionan la cafetería también son responsables de las máquinas vending de manera directa o subcontratación con otra empresa.
- Las empresas pagan un canon a las universidades que es definido por cada escuela universitaria o facultad o por la universidad. Este canon implica un pago mensual por el uso de las instalaciones de cocina y comedor universitario. Los gastos por el consumo energético, agua y residuos son cubiertos por la empresa adjudicataria.
- Subrogación del personal de comedor. El cambio de titularidad de una empresa, de un centro de trabajo o de una unidad productiva autónoma no extingue por sí mismo la relación laboral de los trabajadores y no es motivo para finalizar los contratos de trabajo. El nuevo empresario queda subrogado en los derechos y obligaciones laborales y de Seguridad Social del anterior, incluyendo los compromisos de pensiones, en los términos previstos en su normativa específica, y, en general, cuantas obligaciones en materia de protección social complementaria hubiere adquirido el empresario cedente. Por tanto, y con carácter general, cuando una empresa sustituye a otra, haciéndose cargo del centro de trabajo y de la prestación del servicio, la nueva empresa debe asumir a los trabajadores de la empresa anterior.
- El seguimiento de los pliegos de condiciones varía dependiendo de la universidad o escuela, existiendo en ocasiones una “comisión de cafetería” integrada normalmente por profesorado de centro y personal encargado de la gestión del servicio. Algunas realizan reuniones periódicas cada dos meses con cada una de las empresas; seguimiento de incidencias por correo electrónico, verbal y telefónica; comunicación para la gestión habitual del servicio, novedades, cambios, etc.

En este documento reflejamos el análisis de los pliegos de condiciones de las Universidades UAH, UAM, UPM, UCM, y UC3M. Los nuevos pliegos de la URJC están siendo elaborados.

a) UAH:

Tienen una duración de 3 años con dos prórrogas de 1 año (5 años máximo). Estos pliegos se tienen que presentar en el año 2020.

Recogen todas las recomendaciones de la CRUE en sus pliegos. Estos son algunos de los criterios valorables mediante fórmulas:

- Precio: Disminución del incremento en el precio de los

- Servicios a prestar fuera de la cafetería a la Universidad
10 puntos
- Otros criterios valorables mediante fórmulas:
- **Compromiso de asumir las recomendaciones del PPT** 20 puntos
Los aspectos que en el Pliego de Prescripciones Técnicas aparecen como recomendado, deberán ser asumidos en su totalidad.
 - Compromiso de donación de comida sobrante diaria 12 puntos
La donación deberá hacerse en favor de una entidad sin ánimo de lucro y con orientación social.
 - Compromiso de dar **prioridad a los productos ecológicos** (provenientes de la agricultura ecológica según el reglamento (CE)nº834/2007) 2 puntos
 - Compromiso de utilización de productos sin potenciadores del sabor o saborizantes y, en su lugar, se utilicen especias y hierbas aromáticas 2 puntos
 - Ofrecer en el comedor jarras de agua, o surtidores de autoservicio, en lugar de agua embotellada, minimizando la generación de residuos para mejorar la sostenibilidad 5 puntos
 - Ofertar **fruta de temporada fresca**, entera y mínimamente procesada (como máximo pelada y/o partida) a menor o igual precio que los productos de bollería industrial y los snacks salados 6 puntos
 - Evitar el uso de guantes de látex para impedir la transferencia de proteínas del látex a los alimentos que sean manipulados con éstos, evitando reacciones alérgicas en personas sensibilizadas 2 puntos
 - **Uso de aceite de oliva virgen o virgen extra** para las frituras 5 puntos
 - Realizar campañas de “**un día sin carne**” 1 puntos
 - Uso de pan no precocinado 2 puntos
 - Ofrecer **pan integral** en todas las comidas y desayunos..... 2 puntos
 - Colaboración en jornadas de Comercio Justo que organice la UAH.. 2 puntos
 - Subcontratación del servicio de recogida de aceite usado a Centro Especial de Empleo o Empleo de Economía social 4 puntos

Los pliegos recogen también criterios de sostenibilidad ambiental respecto a la separación de residuos y al compostaje de los residuos orgánicos en el Jardín Botánico de la UAH. Para la recogida de aceites, se valorará que la empresa que lo haga sea una empresa de inserción o iniciativa social.

Para las máquinas de vending se exige que uno de los artículos de venta sea de comercio justo.

b) UAM:

Los pliegos de condiciones de la UAM se ha de dividir en dos: los de la Cafetería de Filosofía y letras y Medicina (adjudicados a Ramiro Colectividades) más recientes, y el del resto de cafeterías. Todos los contratos tienen una duración de 4 años de explotación del servicio+ 4 años de prórroga, a excepción del restaurante El Goloso, situado en la Plaza Mayor de la universidad, que tiene una concesión de 25 años y un tipo de contrato distinto al de las cafeterías.

a) Los pliegos de condiciones son iguales para todas las cafeterías (a excepción de las dos nombradas arriba) y tienen hasta el 31 d Diciembre del 2020 más 4 años de

prórroga. La cláusula 10 de los mismos dice que “se deberá ofertar un menú saludable”, entre cuyas características destacamos: “el equilibrio energético, la composición cuidada del perfil graso, el uso de sal yodada, la abundancia de frutas y verduras, una mayor oferta de pescados, la eliminación del glutamato monosódico y la **incorporación de alimentos ecológicos** y de **comercio justo** para lograr una dieta más saludable y **sostenible**”.

Las cláusulas 12 y 13 se refieren a la separación selectiva de residuos y al uso de utensilios no descartables ni desechables para la reducción del plástico. “Cláusula 12: los menús y artículos se servirán en utensilios no desechables ni degradables.” Y “cláusula 13: [...] el autorizado está obligado a la recogida selectiva de residuos sólidos urbanos en contenedores separado”

No obstante, en los pliegos de condiciones técnicas no se especifica la puntuación o no de estos criterios.

b) Los pliegos de las Cafeterías de Medicina y Filosofía datan del 2019 y tienen un tiempo de 4 años de explotación + 4 años de prórroga.

La cláusula 4 de los pliegos describe las condiciones obligatorias del servicio:

- Disponer de leche semidesnatada por defecto, de leche sin lactosa y alguna bebida vegetal que sustituya la leche.
- Para aliñar o para uso en crudo, utilizar **aceite de oliva virgen extra** y para las frituras se utilizará aceite de oliva o aceite de girasol con alto contenido en ácido oleico.
- No se dispondrá de salero en las mesas.
- Se debe ofrecer **al menos un producto de comercio justo**, que se anunciará en lugar visible evidenciando esta característica distintiva.
- Los bocadillos y sándwiches deben ofertarse también con **pan integral**.
- Se deberá utilizar la mínima cantidad posible de envases: se ofrecerá agua de grifo potable (salvo que el usuario la pida envasada, en este caso en envase retornable), pan sin envoltorio, y se utilizará vajilla reutilizable. Los envoltorios imprescindibles serán de papel.
- Se deberá disponer de azúcar moreno integral de caña de comercio justo, y edulcorantes aptos para personas con diabetes.
- Las **guarniciones de verduras/hortalizas** (sin incluir tubérculos ni maíz) tendrán una frecuencia de una vez por día si el menú cuenta con dos opciones a elegir, y de dos veces por día en menús con tres o más opciones.
- Los menús incluirán **legumbres al menos dos veces por semana**.
- En las opciones de segundo plato, la **carne sólo estará presente en uno de los platos** ofertados.
- La oferta de platos vegetarianos y veganos en los menús estará diferenciada y visible.
- Se ofrecerán menús especiales adaptados a alergias e intolerancias alimentadas, bajo demanda previa.
- Se ofrecerá **fruta fresca**, entera o mínimamente procesada y/o **yogures naturales** sin azúcar/edulcorante añadido con carácter general, y en la oferta de postres.

- Se ofrecerá la posibilidad de pedir medios menús o raciones.
- La instalación y el correcto mantenimiento de, al menos, tres máquinas expendedoras: una de productos sólidos, otra de bebidas frías y otra de bebidas calientes, en los espacios que a tal efecto determine la Universidad.

Al igual que en los pliegos de las otras cafeterías, no dice nada sobre si estos criterios puntúan para la adjudicación. Igualmente, en la cláusula 6 se establece la separación selectiva de residuos.

c) UPM:

La redacción de los pliegos de condiciones y las contrataciones de las cafeterías se realiza en cada facultad o escuela técnica de forma independiente, atendiendo normalmente a los modelos de pliegos que se redactan desde el rectorado de la Universidad. Por lo general los contratos tienen un año de duración más 2 años de prórroga. Existen por lo tanto diferentes pliegos de condiciones que agruparemos en grupos según sus descripciones:

Cafeterías A y B del rectorado y ETSI: son criterios puntuables los siguientes (Cláusula 9.2 pliego de cláusulas administrativas):

- La amplitud y las características de los productos de comercio justo.
- Las guarniciones saludables.
- El pan integral.
- La no utilización de plásticos de un solo uso.
- Características de las máquinas expendedoras ubicadas en los locales de la Escuela con detalle de productos de calidad y **alimentos sanos, frutas** y productos bajos en calorías, así como precios competitivos.

ETSI Agrónomica, Alimentaria y de Biosistema: contrato hasta el 2021 con 1 año de prórroga. En la cláusula 3 se destaca:

- Incluirá un menú de régimen con bajo contenido en sal y grasas.
- Incluirá un **menú de proximidad** con objeto de reducir la huella de carbono.
- Se ofertarán además, como mínimo, tres platos combinados con una opción vegetariana, en los que estará incluido el postre o café.

Se valorará positivamente las buenas prácticas de sostenibilidad alimentaria de las empresas adjudicatarias, tales como:

- La introducción de **alimentos de proximidad, de temporada y de producción ecológica y agroecológica.**
- El compromiso formal de inclusión progresiva de un **MENÚ VERDE**. Este menú contendrá porcentajes crecientes y periódicamente revisables de alimentos de **origen local, temporada y ecológicos**. Su precio podrá ser establecido independientemente de los menús regulares.
- La colaboración en actividades de difusión relacionadas con la alimentación saludable y los impactos ambientales de los comedores universitarios.

ETS Edificación: Contrato hasta octubre del 2021+ 2 prórroga

Ofrecen 2 primeros platos, 2 segundos platos, 3 postres, además de 3 platos combinados, y 1 opción vegetariana.

La cláusula 3 dicta que: “Se valorarán positivamente las buenas prácticas de sostenibilidad alimentaria de las empresas adjudicatarias, tales como:

- La introducción de alimentos de proximidad, de temporada y de producción ecológica y agroecológica.
- La colaboración en actividades de difusión relacionadas con la alimentación saludable y los impactos ambientales de los comedores universitarios.
- Información detallada del contenido de alérgenos”.

ETSI Ingeniería Civil, EST Arquitectura, ETSTelecomunicación, INEF, ETSI Minas, ETSI Ingenieros Informáticos, ETSI Sistemas Informáticos, ETSI Sistemas de telecomunicación, ETSI Topografía y ETSI Aeronáutica

La duración de los contratos es generalmente de 1 año, más 4 de prórroga.

La ponderación de los criterios es la siguiente:

- Precio: de 65 a 75 puntos
- Aspecto medioambiental: de 2,5 a 5 puntos.
- Aspecto social: de 2,5 a 5 puntos.
- Mejoras en la ejecución del contrato: de 2,5 a 5 puntos.
- Organización y valor técnico de calidad del servicio: de 15 a 18 puntos

La mayoría de las cafeterías deben ofrecer en el menú 3 opciones de primer plato, 3 de segundo y 3 de postre, siendo para el porte obligatorio que una de esas opciones sea de fruta, en cuyo caso se han de ofrecer 3 tipos de fruta a poder ser de temporada.

De la misma manera se han de ofrecer diariamente menús especiales de régimen (alérgicos, intolerantes, celíacos, veganos, vegetarianos), al mismo precio q los normales. Debe existir la información nutricional y calórica de los mismos a disposición. 7 escuelas piden ofertar diariamente menús especiales con segundos platos a base de pescados y carnes de calidad superior (besugo, dorada, lubina, merluza... y entrecot, chuletas de cordero lechal, cordero asado...) por hasta el 50% más del precio del menú normal.

Las facultades de Arquitectura e Ingeniería Civil ofrecen una opción de “desayuno saludable” para reducir el consumo de bollería.

La cláusula 6 recoge las siguientes disposiciones:

- La fruta será de primera calidad y calibre medio (5/6 piezas por kilo para manzanas, naranjas y melocotones, etc.) y en cantidad de 100/150 gramos para las de temporada (cerezas, picotas, ciruelas, fresas, etc.).
- Las carnes y pescados que se ofrezcan deberán ser, siempre que sea posible, frescos y presentarán un aspecto impecable.

- El aceite utilizado para cocinar y aliñar las ensaladas será siempre de oliva, quedando expresamente prohibido la utilización en el Centro de cualquier otro tipo de aceite.
- En el caso de utilizar salsas industriales (mahonesas, tomate, etc.) éstas serán de primera calidad. También serán de primera calidad las legumbres utilizadas (lentejas, garbanzos, alubias, etc.).
- En el caso de los primeros platos confeccionados con pastas, se procurará variar sus formas. Todas estas pastas serán de sémola y huevo, de primera calidad.
- Las verduras utilizadas en los menús (acelgas, judías verdes, alcachofas, champiñón, etc.) deberán ser, siempre que sea posible, frescas y presentarán un aspecto impecable.
- El acompañamiento de los platos deberá ser variado (ensalada, patatas fritas o asadas, puré de patata, verduras, arroz, etc.).
- En los menús se deberá evitar la utilización de frituras de tipo industrial. Cuando se empleen, deberán ser de primera calidad.

Otras cláusulas de interés:

- Industriales:

La cláusula 10 del pliego de condiciones hace especial referencia a los productos de comercio justo: “El adjudicatario deberá incluir entre los productos de preparación de comidas, empaquetado y venta, artículos responsables, de comercio justo, procedentes de la agricultura ecológica, fabricados o prestados con pleno cumplimiento de condiciones laborales dignas, o que se fabriquen en un entorno laboral de calidad, igualdad y de inserción. En el listado de precios se especificarán estos productos que deberán suponer, al menos, el 5% de los ofertados. Se deberán ofrecer estos productos en las máquinas de vending así como en los catering.

- Aeronáutica

Dispone de una cláusula específica relativa al aspecto social de las nuevas contrataciones: “Las nuevas contrataciones de personal que se pudieran producir intentarán conseguir o mantener la igualdad de género, así como favorecer la incorporación de personas con discapacidad o víctimas de violencia de género.”

- INEF

-Cafetería: Se ofrecerá un buffet de ensaladas

Ofrece además los siguientes menús: menú normal, menú de alto contenido calórico, de bajo contenido calórico, vegetariano, y especial (de calidad superior).

-Vending: Los refrescos y las bebidas frías serán en su mayoría de bajo contenido en azúcares. Se evitará el suministro de productos envasados en plásticos, priorizando los envases de aluminio y/o cartón. Tampoco se utilizará plástico. Se reducirá al máximo el envasado de tentempiés. Los tentempiés suministrados deberán ser elaborados con productos de calidad, evitando productos ultra procesados, la presencia de aceites de palma, de grasas saturadas y los productos con alto contenido en azúcares añadidos. Deberán incluirse opciones saludables como fruta, frutos secos o similar.

d) UCM:

Tienen una duración de 3 años con un máximo de 3 años de prórroga (año a año). Los pliegos se dividen en lotes de diferentes cafeterías. Los pliegos analizados aquí son los del año 2019.

Respecto al menú y al tipo de alimentos ofertados, la cláusula 5 de los pliegos técnicos dice que los productos ofertados sean de **calidad**. “Los menús serán **variados** diariamente y por **temporadas**. Para ello la empresa adjudicataria presentará una variedad de menús para cubrir al menos cuatro semanas de la temporada de invierno y otros tantos de la de verano detallando las materias primas que compondrán cada uno de los platos, valor nutritivo del menú, ingredientes, etc. de tal manera que la dieta global de los menús presentados sea equilibrada. Asimismo, se ofrecerán **menús** alternativos completos para **vegetarianos** y para aquellos colectivos que, por problemas de salud, intolerancia a algunos alimentos u otras circunstancias, requieran un menú adecuado a sus circunstancias. Estos menús alternativos podrán incrementar el precio en un 20% sobre el precio del menú básico. Además del menú básico y los alternativos, el adjudicatario del servicio de bar-cafetería podrá ofrecer un **menú especial** con un incremento de precio de hasta el 50% sobre el menú básico.

En los pliegos administrativos, los criterios puntuables son los siguientes (Sobre 2, cláusulas 1 y 3 y Sobre 3, cláusula 2):

- Calidad de los productos ofertados: Se valorará que el empresario trabaje con **productos caseros, naturales, frescos y de origen no transgénico**, a partir de la información proporcionada por los licitadores sobre la procedencia de los alimentos, su suministro y cualquier otro dato que proporcionen a efectos de esta valoración (Hasta 4 puntos).
- Diversidad y equilibrio en los menús diarios, **de comida tradicional, dieta mediterránea** (Hasta 4 puntos).
- [...] incluir menús básicos para colectivos con problemas de salud, intolerancia a algunos alimentos u otras circunstancias, [...] para celíacos, bajos en calorías para vegetarianos y para otros colectivos que requieran una alimentación específica. (Hasta 2 puntos).
- Sustitución de los vasos de plástico tradicionales (de uso obligatorio fuera de las instalaciones de cafetería) por **vasos de plástico** resistentes al calor que puedan lavarse para **reutilizarlos** innumerables veces. (Hasta 1,5 puntos).
- Sustitución de los cubiertos y vajilla de plástico tradicional (de uso obligatorio fuera de las instalaciones de cafetería) por **cubiertos y vajillas de plástico** resistente al calor que pueda ser **reutilizado**. Café (5 puntos).
- Otros productos de comercio justo: 1 punto por cada producto de comercio justo ofertado entre los siguientes (hasta un máximo de 5 puntos)

e) UC3M:

Los pliegos estudiados corresponden a los campus de Getafe y Colmenarejo (2016) por un lado y Madrid (Puerta de Toledo) por otro. Los contratos tienen una duración de 2 años con una prórroga de 2 años más. Los pliegos tienen la vocación de “fomentando una **alimentación sana**; contribuyendo de esta manera a hacer una **Universidad saludable**”. La oferta del menú (todos los criterios incluidos) tiene una puntuación

máxima de 10 puntos. En ambos pliegos, las especificaciones de los alimentos ofrecidos son las siguientes (cláusula 6 del PPT):

- La universidad tiene introducido en el servicio de cafetería y comedores la oferta de **productos de comercio justo**, que deberá ampliarse por parte del adjudicatario; y así mismo deberá **introducir productos ecológicos**.
- El café será de calidad superior, acreditada por marca de prestigio. Se ofertará opción de café de comercio justo. La leche que también deberá estar avalada por una marca de prestigio, podrá ser entera, desnatada o semidesnatada, y sin lactosa.
- El menú estará compuesto de un primer plato a elegir entre tres, un segundo plato con **guarnición o ensalada (mínimo cuatro variedades de verduras)** a elegir entre tres, un postre a elegir entre **tres variedades de frutas y/o tres de productos lácteos** o repostería y pan. Deben ofertarse al menos cuatro variedades de pan, incluido uno **integral** y uno sin gluten. Los menús deberán adaptarse a los **productos de temporada**.
- Se garantizará la adecuada **rotación de las guarniciones** y se asegurará la variedad de **fruta** disponible.
- Se ofertará un **Menú vegetariano diario**.
- **Calidad de los alimentos:**
 - 1.- **Huevos frescos (categoría A), clase mínima L (63-73 gr.)**
 - 2.- Aceites de mesa: Se servirán de **oliva** suave.
 - 3.- Aceites de freír: sólo se usará **oliva o girasol**.
 - 4.- Pasta de sopa. De **sémola de trigo duro** y de calidad.
 - 5.- **Hortalizas y verduras frescas. Preferentemente frescas y de temporada**. Hortalizas y verduras, congeladas. De categoría Extra o Primera.
 - 6.- **Legumbres y arroz** de calidad Extra o Primera.
 - 7.- Embutidos escaldados y hervidos. En ningún caso calidad fiambre. De categoría Extra o Primera.
 - 8.- Jamón curado. Calidad serrano.
 - 9.- **Conservas**. Los productos vegetales de categoría Extra o Primera. Los derivados de pescado, con aceite de oliva.
 - 10.- Congelados (pescado y carnes). Se guardarán en el envase reglamentario de origen y en compartimentos separados cerrados. Extra o 1ª Marca
 - 11.- **Pescado y carne frescos**. Se guardarán en envase idóneo y en compartimentos separados cerrados. Las piezas de carne con etiqueta con anotaciones de frigorífico de origen, tipo de carne, caducidad y códigos normativos. Mínimo Primera (fresco).
 - 12.- **Leche y lácteos**. Tanto la leche como los productos lácteos podrán ser enteros, semidesnatados, o desnatados Extra o Primera Marca
 - 13.- Queso: de leche de vaca pasteurizada, con bajo contenido de grasa. Sin conservantes.
 - 14.- **Frutas**. El suministro en cajas con el etiquetado de acuerdo a la reglamentación específica. Categoría Extra o de Primera.
 - 15.- **Café**. Se distinguirán, solamente, dos tipos de café, mezcla (70% natural y 30 % torrefacto) de 1ª calidad y el de Comercio Justo.

- 16.- Pan y derivados. El pan tendrá siempre la última manipulación el mismo día de consumo.
- 17.- Salsas y otros. Marcas de reconocido prestigio.
- Se procurará en la medida de lo posible que los **envases sean reciclables** y provengan de materiales reciclados.

f) URJC:

- Redacción y gestión de las cafeterías:

La redacción de los mismos lo llevan los gerentes de los campus (son 5 campus), quienes han consultado a la Oficina verde y la saludable para incluir criterios en los pliegos. La relación entre gerentes y estas oficinas es buena, y está consensuando estos criterios. Una vez los tengan, el servicio de contratación se los tiene que enviar a Intervención quien es el que da la aprobación final.

En todo este proceso, los perfiles (profesionales) son variados (juristas, profes de varias áreas, administración, etc.).

- Pliegos:

Los pliegos son idénticos para todos los campus, aunque no son centrales, sino que cada gerente será responsable por los mismos.

En los criterios han incluido todas las recomendaciones de la CRUE y una batería de propuestas para reducir el plástico, aunque dicen estarse encontrando con muchas pegas por parte de las normativas de seguridad alimentaria. En este momento, están valorando si estos criterios de sostenibilidad (eco, comercio justo, temporada, proximidad, reducción de carne y aumento de legumbres en los menús) debe/puede puntuar en la licitación.

Igualmente están valorando si los pliegos para el vending son separados o no de los de servicios de cafetería.

4) Conclusiones:

La población universitaria en las Universidades públicas de Madrid, representa un 3,2% de la población de la CAM, un número considerable de personas que acuden a estos centros. El 3% de la población universitaria (unas 7,300 personas) son usuarios habituales de los servicios de las cafeterías de los centros. En muchas ocasiones representan un “público cautivo”, es decir un público que no tiene otra alternativa para comer debido a la ubicación de las escuelas y facultades y a la oferta de servicios e alimentación que existen en estas ubicaciones.

A la vista de los resultados de los datos proporcionados por las Universidades, podemos afirmar que existe un interés general por parte de las universidades para promover la alimentación sostenible, lo cual abre un campo de oportunidad para la introducción de alimentos ecológicos en los campus.

Todas ellas están llevando a cabo diferentes iniciativas en sostenibilidad, y la UPM ya participó en un Grupo Operativo Potencial llamado “La Red Natura alimentando los CAMPUS madrileños”, en el cual se realizaron varias actividades de sensibilización y de introducción de alimentos provenientes de zonas Red Natura 2000 de Madrid. Por lo tanto, vemos que las universidades son favorables a realizar iniciativas que busquen una mayor sostenibilidad en sus servicios de restauración y la incorporación de alimentos ecológicos en los menús.

Por otro lado, interés entre la población universitaria respecto de la alimentación, si bien es cierto que esto es variable según la franja de edad. Queda mucho camino por recorrer para fomentar los hábitos de consumo sostenibles y saludables, y para introducir en la educación la alimentación sostenible. Es necesario pues reforzar la sensibilización y la comunicación de cara al público joven, para que demanden otro tipo de alimentación.

El sector de la restauración colectiva universitaria comporta un gran número y tipología de empresas. Coexisten empresas familiares pequeñas con grandes empresas de la restauración, y el número de comensales es muy variado dependiendo de cada cafetería y en función del calendario lectivo. Además, los contratos de las cafeterías no son unitarios por universidad, sino que cada empresa tiene un contrato con una duración y condiciones determinadas dependiendo del caso. Así mismo, la finalización de los mismos no coincide en el tiempo, lo que añade una complejidad mayor a este sistema.

Hay que tener en cuenta que las empresas de restauración cuentan con un margen de beneficio exiguo en su actividad, y que los cambios que se introduzcan han de ser paulatinos y teniendo en cuenta su viabilidad económica. Puede resultar interesante realizar un proceso de acompañamiento a estas empresas para una transición hacia un sistema alimentario más sostenible.

Si por un lado debemos considerar la oferta de productos ecológicos y sostenibles, por otro lado, debemos atender a la demanda de los mismos. Aunque todas las universidades señalan que existe una mayor conciencia en alimentación y sostenibilidad (especialmente por parte del alumnado), se deben hacer campañas de sensibilización y educación a los consumidores respecto a los alimentos ecológicos, de proximidad, de temporada, etc. Si la demanda por otro tipo de alimentación se hace cada vez mayor, y las personas consumidoras valoran, demandan y están dispuestas a pagar una diferencia por este tipo de productos, sin duda su oferta irá en aumento.

Conclusiones generales respecto a los pliegos de condiciones:

Por parte de las Universidades, todas observan que la redacción de los pliegos de contratación para las empresas de restauración es un elemento clave para fomentar la transición, ya que en ellos se pueden incluir criterios de obligado cumplimiento, y la Ley 9/2017 de Contratación del Sector público es una oportunidad para ello. También las recomendaciones hechas desde la REUS establecen un marco normativo interesante para poder introducir una alimentación más sostenible en las Universidades. Este marco normativo supone sin duda una oportunidad, aunque no está exento de dificultades, ya que todas las universidades señalan la importancia de hacer un cambio gradual de

manera que las empresas de restauración se puedan adaptar al cambio y que los concursos públicos no se queden vacíos en su convocatoria. Así mismo, es necesario contar con un equipo multidisciplinar para la redacción de los mismos, con juristas expertos en la materia y personas que pueda indicar qué criterios de sostenibilidad deben tenerse en cuenta.

Los pliegos de condiciones estudiados señalan la tendencia a introducir criterios saludables y sostenibles entre las condiciones que las contratadas deben cumplir, especialmente en los pliegos más recientes. Así, varias universidades han introducido los criterios recomendados por la CRUE, tanto en la calidad y procedencia de los alimentos como en la reducción de los plásticos y la separación de residuos.

No obstante, muchos de estos criterios no puntúan en los pliegos administrativos, o si lo hacen las puntuaciones otorgadas son bajas (en comparación con la puntuación económica principalmente).

Respecto a los alimentos, en todos los pliegos es obligatorio la introducción de alimentos de comercio justo, aunque queda reducido al café de esta denominación en la mayoría de los mismos. El criterio de la temporada (especialmente en frutas y verduras) es el que más se repite en los pliegos, lo que es un primer paso hacia una alimentación más saludable y sostenible, pero insuficiente. Apenas en 4 pliegos se habla de la incorporación de productos ecológicos (UAM y UC3M hablan de incorporación, en la UAH de dar prioridad a estos productos, y Agrónomos UPM de una valoración positiva) y tan sólo en el de Agrónomos de la UPM se incluye el concepto de proximidad para disminuir la huella de carbono.

En cuanto al consumo de carne, todos los pliegos incluyen la opción vegetariana (no vegana) en sus menús, y algunos de los pliegos (los más recientes) restringen la oferta de carne en los segundos platos y el aumento de legumbres en sustitución de la proteína animal.

Existen otros criterios, referentes al pan integral, el tipo de postre, la leche o el aceite, que pueden resultar interesantes para la inclusión de productos ecológicos y de proximidad (biorregión de Madrid) en el contexto de los proyectos en los que trabaja el OCT.

Por otro lado, una de las recomendaciones de la CRUE dicta “siempre que exista una contratada de restauración, cuenta con el asesoramiento de un o una dietista-nutricionista o bien incluir en el canon una cantidad de dinero para que la universidad pueda ofrecer este servicio”. Este criterio, que consideramos fundamental para el establecimiento de menús saludables, no está reflejado en los pliegos de condiciones de las contratadas. Este es un punto interesante a observar o preguntar si las empresas de restauración cuentan o no con este servicio, ya que en otros ámbitos de la restauración colectiva educativa, este es un **requisito obligatorio** para las empresas.

Con respecto a los residuos y al uso de plásticos, en todos los pliegos se contempla la separación de los residuos generados conforme a ley, y la disminución del uso de plásticos, en cubertería, botellas de agua plásticas y envases diversos.

Por último, en los pliegos se establecen las obligaciones de adjudicatario, pero no se establecen mecanismos de seguimiento del cumplimiento de los pliegos, más allá de las higiénico-sanitarias.

Recomendaciones:

Las recomendaciones para la redacción de pliegos de contratación son en varios ámbitos:

-**Obligatoriedad** de que los menús sean elaborados o supervisados por un profesional nutricionista.

- Establecer un mecanismo de seguimiento de los pliegos de contratación más allá del paquete higiénico-sanitario.

- Valoración puntuada de la introducción de criterios de sostenibilidad en los alimentos, así como en la gestión de los residuos.

-Incorporación de los criterios de la CRUE como de obligado cumplimiento.

-Fomentar la inclusión de alimentos ecológicos, de temporada y de proximidad, valorándolo en la puntuación de la adjudicación.

5) Bibliografía consultada

Ayuntamiento de Madrid. Portal de Datos Abiertos del Ayuntamiento de Madrid <https://datos.madrid.es/sites/v/index.jsp?vgnextoid=6ad94560b3104410VgnVCM1000000b205a0aRCRD&vgnnextchannel=374512b9ace9f310VgnVCM100000171f5a0aRCRD>

Balza y Garrido, 2016 ¿Son las mujeres más sensibles a los derechos de los animales? https://www.researchgate.net/publication/308387195_Son_las_mujeres_mas_sensibles_a_los_derechos_de_los_animales_Sobre_los_vinculos_entre_el_animalismo_y_el_feminismo

BECU, 2019 Informe BEUC: <https://www.ocu.org/consumo-familia/consumo-colaborativo/noticias/encuesta-alimentacion-sostenible>

BOE, 2017. [Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público](#)

Carrero, Valor y Rosa, 2010 La relación del consumidor con las etiquetas sociales y medioambientales. Estudio diagnóstico para orientar la definición de políticas públicas y la acción empresarial <https://www.compromisorse.com/upload/estudios/000/89/EstudioEtiquetado.pdf>

Comisión Europea, 2016. Guía Buying Green. Disponible en: https://ec.europa.eu/environment/gpp/pdf/handbook_2016_es.pdf

_____. Alimentación y restauración. Buying Green. Disponible en: https://ec.europa.eu/environment/gpp/pdf/toolkit/food_GPP_product_sheet_es.pdf

_____ Alimentación y servicios de restauración– Ficha de producto para la Contratación Pública Ecológica (CPE). UE. Disponible en: https://ec.europa.eu/environment/gpp/pdf/toolkit/food_GPP_product_sheet_es.pdf

Comunidad de Madrid, 2010. Hábitos de consumo en hostelería y Restauración de la Comunidad de Madrid: <http://www.madrid.org/bvirtual/BVCM009929.pdf>

_____, 2014. Encuesta sobre los hábitos de alimentación de la población universitaria de la Comunidad de Madrid y de su opinión sobre la comida en comedores y bares de los centros universitarios (2014): <http://www.madrid.org/bvirtual/BVCM017826.pdf>

Fairtrade Foundation & Globescan, 2014. Generation Fairtrade Survey <https://globescan.com/generation-fairtrade-uk-teens-care-about-ethics-want-businesses-to-act-more-responsibly/>

Forécia, 2015. Informe Forética 2015 sobre el estado de la RSE en España. Ciudadano consciente, empresas sostenibles http://foretica.org/informe_foretica_2015.pdf

GfK, 2015. Estudio global GfK. Valores medioambientales y compra ética https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2405078/cms-pdfs/fileadmin/user_upload/dyna_content/es/reports/rep-2015-q2-gfk_valores_medioambientales_2015.pdf

GIRA Food Service. 2017 Disponible en: <http://www.girafoodservice.com/en/catering-market/foodservice-studies-europe.php>

Injuve, 2018. Jóvenes: Nuevos hábitos de consumo http://www.injuve.es/sites/default/files/2019/03/publicaciones/revista_injuve_119.pdf

Instituto de Estadística de la CAM, 2019. http://www.madrid.org/iestadis/fijas/estructu/demograficas/padron/estructupopc_prov.htm

MAPA, 2019. Estudio sobre el comportamiento sociológico de los españoles y su vinculación con los hábitos de compra alimentarios (Sin publicar) Presentación en las jornadas “[Buceando en las tendencias alimentarias de los españoles](#)”

Martínez Álvarez et. al, 2018 Food recommendations for the Spanish population.

MICINN, 2019. Datos y cifras del Sistema Universitario Español del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (Publicación 2018-2019) <https://www.ciencia.gob.es/stfls/MICINN/Universidades/Ficheros/Estadisticas/datos-y-cifras-sue-2018-19.pdf>

MITECO, 2019. Plan de Contratación Pública Ecológica. Disponible en: https://www.miteco.gob.es/es/ministerio/planes-estrategias/plan-de-contratacion-publica-ecologica/plandecontrataciopublicaecologicaboe-a-2019-1394_tcm30-486734.pdf

Observatorio Vasco de la Juventud,2016. Juventud Vasca 2016.
https://www.gazteukera.euskadi.eus/contenidos/noticia/euskadiko_gazteak_2016/eu_def/adjuntos/euskadiko_gazteak_16_c.pdf

OCU,2018. Informe OCU sobre consumo sostenible: <https://www.ocu.org/consumo-familia/consumo-colaborativo/informe/otro-consumo-futuro-mejor>

REUS, 2019. Pliego de prescripción técnica para máquinas de vending y cafeterías.
https://www.unisaludables.es/es/ver/documentos/documentos_de_consenso/

Universidad Pública de Navarra, 2005. Salud, bienestar y calidad de vida de la comunidad universitaria informe síntesis Universidad Pública de Navarra, Gobierno de Navarra:
https://www.navarra.es/NR/rdonlyres/194FEF69-64AC-476A-80AD-941605B2FA03/267203/Estudio_Salud_Bienestar_y_Calidad_de_Vida_en_la_Co.pdf