



Supports the



INTERNATIONAL YEAR OF
FRUITS AND VEGETABLES
2021

EDICIÓN ESPECIAL PARA EL AÑO INTERNACIONAL DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS: INICIATIVAS DE LA ALIANZA GLOBAL PARA LA PROMOCIÓN DE CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS

Las entidades que promocionan el consumo de frutas y hortalizas (F&H) por todo el mundo, son agentes clave para sensibilizar a la población de la importancia del consumo diario de F&H para la salud humana y del planeta. Los desafíos que la pandemia está suponiendo para la humanidad, han puesto a prueba los sistemas alimentarios, pero hemos podido observar cómo el sector de las F&H ha respondido con eficacia para abastecer los mercados y hacer disponibles estos alimentos esenciales en la dieta. En esta edición del Boletín Global de las Frutas y Hortalizas se presentan las iniciativas de 4 entidades nacionales "5 al día" de larga trayectoria histórica en el desempeño de campañas de marketing social e intervenciones en la comunidad. Se trata extractos de la obra "Programas 5 al día: una perspectiva global, estudios de casos-países" que recoge iniciativas de 11 entidades nacionales pertenecientes a AIAM5 - Alianza Global de Promoción al Consumo de Frutas y Hortalizas "5 al día". Desde Alemania, la campaña se centra en facilitar el acceso a una oferta variada y atractiva en todos los entornos de la vida

diaria, como el puesto de trabajo, la escuela o los centros sanitarios. En Chile, el foco principal se ha establecido en los programas de reparto de F&H en el entorno escolar, junto con el fomento de la educación alimentaria y nutricional, mientras que, en España, la acción en redes sociales, el desarrollo de materiales de comunicación y las actividades dirigidas a niños y sus familias, son el centro de su acción, que son posibles gracias al apoyo del sector de las F&H. Por su parte, la campaña en Nueva Zelanda ha probado que invertir en la promoción de las F&H en la escuela, es una acción coste eficiente, centrandose en este entorno, sus recursos. Espero que estas acciones puedan servir de inspiración a otras entidades con objetivos similares, especialmente en este año 2021 Año Internacional de las Frutas y Verduras.

Manuel Moñino

Coordinador de AIAM5
Alianza Global de Promoción al Consumo de Frutas y Hortalizas "5 al día", España



Editions available in:

English:

www.aprifel.com / www.freshfel.org / www.kauppapuutarhaliitto.fi
www.unitedfresh.co.nz / www.5amtag.ch / www.halfyourplate.ca

French:

www.aprifel.com

Spanish:

www.5aldia.org



5 am Tag Obst und Gemüse (5 al día de frutas y verduras) Alemania

Helmut Oberritter

5 am Tag Association, ALEMANIA

El consumo medio de verduras y frutas en Alemania es aproximadamente un 40% más bajo que los niveles recomendados por los científicos. Las mujeres consumen 3.1, los hombres 2.4 porciones de frutas y verduras al día. Aproximadamente el 39% de las mujeres y el 25% de los hombres consumen al menos tres porciones de frutas y verduras al día. El nivel bastante bajo de consumo de frutas y verduras y la evidencia científica de los estudios epidemiológicos sobre los beneficios para la salud de un mayor consumo sugiere que se podría lograr una mejora en la salud de la población en Alemania mediante una campaña para alentar el consumo de al menos 5 porciones de frutas y verduras al día.

Objetivos de la campaña

La campaña se basa en la asociación de beneficio mutuo "5 am Tag", establecida en 2000.



Logo 5 am Tag association

Objetivos:

- alentar a las personas a aumentar su consumo de frutas y verduras a al menos 5 porciones (650 g) por día, 3 deben ser verduras y 2 deben ser frutas.
- proporcionar información sobre los beneficios para la salud de consumir cinco o más porciones de frutas y verduras al día.
- transmitir que las verduras y las frutas son el componente principal más agradable de la dieta.

Estructura de campaña

Los grupos objetivos o dianas incluyen a toda la población de Alemania. A medida que los hábitos alimenticios se forman en los jóvenes, el mensaje de "5 al día" se centra especialmente en los padres, los niños en la escuela y los maestros. Especialmente dirigida es una oferta atractiva de frutas y verduras en las áreas de la vida donde las personas pasan la mayor parte de su tiempo durante el día, como son los lugares de trabajo.

La campaña fue cofinanciada por la Unión Europea de 2002 a 2017 y de 2019 a 2021. El lema: Comer y beber con 5 al día debe realizarse sin esfuerzo y ser delicioso para que todos puedan influir fácilmente en su bienestar. La receta: hacer que las frutas y verduras estén tan tentadoramente disponibles que comerlas se convierta en un hábito cada vez más normal.

Para lograr la confianza del público en la campaña, la Sociedad Alemana de Nutrición (DGE) asegura la validez de las declaraciones hechas en nombre de "5 am Tag" y define las pautas para el uso del logotipo de 5 am Tag. Los miembros de la Asociación pueden utilizar el logotipo de

acuerdo con estas pautas.

Los productos se pueden etiquetar con el logotipo de etiqueta de las 5 am si cumplen con estos criterios de etiquetado:

- Todas las variedades de frutas y verduras frescas. Las papas no están incluidas.
- Todos los productos de jugo que sean 100% jugo o jugo concentrado sin grasa o azúcar agregadas.
- Todas las variedades de frutas y verduras que hayan sido congeladas, enlatadas, probadas o procesadas de otro modo y que, después de ser preparadas para el consumo, cumplan con los criterios de etiquetado de las 5 am: máximo 3 g de grasa / 100 g de producto; no se puede agregar más del 30% del componente calórico del producto original como azúcar adicional en cualquier forma; las comidas listas para comer deben aportar al menos una porción de frutas y / o verduras por porción de la receta.

El programa Tag de las 5 am opera a través de los siguientes canales de comunicación: escuelas; lugares de trabajo, comedores y restaurantes, supermercados y otros comercios; ferias y exposiciones; servicios de asesoramiento nutricional, servicios de atención médica y grupos de autoayuda; Internet y canales comunitarios, medios de comunicación nacionales y locales.

La campaña actual patrocinada por la UE "Snack5"

De 2019 a 2021, la Unión Europea está financiando una campaña en dos países llevada a cabo por la asociación Tag 5 am y Agrarmarkt Austria (AMA). El mensaje clave es "Snack5: Europa disfruta de las frutas y verduras". Se llevaron a cabo las siguientes actividades principales:

Sitio web www.snack-5.eu; Actividades de redes sociales; actividades con/en las escuelas; intervenciones en lugares de trabajo; publicidad en televisión/impresión; presentaciones en ferias y congresos comerciales y de consumo; PR.

Resultados

La campaña alemana 5 am Tag se ha convertido en una de las campañas de nutrición más conocidas en Alemania con un alto nivel de credibilidad. Más de la mitad de la población alemana conoce la regla nutricional Tag de las 5 am (63% en 2019).

En una encuesta realizada en 2019 sobre el consumo de verduras y frutas de los escolares en Alemania y Austria, participaron 627 padres de niños en edad escolar, los resultados muestran que para muchos padres, una nutrición saludable para sus hijos es importante. En promedio, los escolares consumen entre 3.6 y 3.7 porciones de verduras y frutas durante el día. Las frutas son más populares entre los escolares que las verduras, los escolares más pequeños comen más verduras y frutas que los mayores, se consumen más verduras y frutas en el hogar que en las escuelas y el nivel de educación de los padres influye en el conocimiento del significado de las frutas y verduras en la dieta diaria.

5 al Día: actividades y principales resultados Chile

Isabel Zacarías¹, Alejandra Domper¹, Carmen Gloria González^{1,2}, Lorena Barrios¹, Lilian Fonseca^{1,2}
and Fernando Vio^{1,2}.

1. Corporación 5 al Día Chile.

2. Instituto de Nutrición y Tecnología de Los Alimentos (INTA), Universidad de Chile.

El Programa 5 al día Chile ha realizado acciones para promover el consumo de frutas y verduras (F&V) en Chile desde el año 2004. Las principales actividades son:

Medios de Comunicación

El sitio web y las redes sociales han sido una de las principales vías para realizar campañas con el propósito de promover el consumo de frutas y verduras. Debido a la emergencia sanitaria ocurrida en todo el mundo por el Coronavirus, el uso de las redes sociales ha adquirido mayor relevancia que nunca y su uso se ha intensificado en todo el mundo.

En el año 2014 Facebook 5 al Día Chile tenía 42.473 seguidores, los cuales aumentaron a 179.365 a principios del 2021. En Twitter en junio del 2014 teníamos 4.536 seguidores, los que llegaron a 11.632 a inicios del 2021. En Instagram que se inició el año 2015 con 1.225 seguidores a principios del 2021 se llegó a 24.489.



Otros medios de comunicación: Televisión, radio y medios escritos

5 al Día Chile también ha estado presente en otros medios de comunicación, tales como, televisión, radio y prensa escrita.

Puntos de Venta

Se han realizado diferentes acciones en ferias libres, supermercados y mercado mayorista como "Lo Valledor", tales como, campañas tendientes a aumentar la conciencia por parte de la población de los beneficios del consumo de frutas y verduras.

Estrategias de intervención en escuelas

Las principales actividades realizadas en escuelas en los últimos años son: "Programa Colación Bakán", en el cual se entregó fruta a los escolares con información y educación nutricional, lo que ha constituido la base de los otros dos programas, "Crecer Sano con Tottus" y "Kiosko Verde" Lo Valledor. Estas intervenciones se han implementado en

escuelas de bajo nivel socioeconómico en comunas urbanas y rurales.

El objetivo general de estos programas es contribuir al aumento del consumo de F&V en el contexto de una alimentación saludable en las escuelas seleccionadas, a través de la entrega de fruta como colación y el aumento del conocimiento y prácticas de alimentación y nutrición en los niños, incluyendo educación nutricional en las salas de clases. Como resultado se ha observado un aumento del consumo de frutas en cantidad y variedad, una mejor actitud de la comunidad escolar hacia la alimentación saludable y motivación por la actividad física.

Servicios de Salud

El Programa 5 al día ha desarrollado y distribuido masivamente en los centros de salud del país material educativo sobre F&V. 5 al Día participó en la actualización de las Guías Alimentarias para la población¹, realizada en el año 2007, la que fue ratificada en la actualización en el 2013.

En lugares de trabajo

Una de las principales acciones realizadas ha sido el Programa "Crecer Sano con Tottus", en el cual se realizó asesoría nutricional para los empleados de 40 locales de este supermercado.

Instituciones educacionales

Se ha promovido el mensaje 5 al día y se han distribuido materiales educativos a estudiantes de pre y post grado en diferentes universidades.

Investigación

Participación en proyectos de investigación como el desarrollo de "snacks" de F&V² y "Análisis de la composición de compuestos antioxidantes de F&V" (<https://www.portalantioxidantes.com/>)³.

Publicaciones

Se han desarrollado una serie de libros, manuales, cartillas y artículos científicos sobre F&V.

El trabajo realizado en las diferentes áreas ha permitido aumentar el conocimiento sobre la recomendación de consumo, sin embargo, los cambios de ingesta han sido menores.

Referencias

1. Ministry of Health Dietary Guidelines for the population. Exempt Resolution No. 260. Santiago 2013
2. Sepúlveda M, Quiral V, Schwartz M, Vio F, Zacarías I, Werther K. Health Properties and Sensory Quality of Apple as a Snack for School Meals. Arch Latinoam Nutr 2011; 61 (4): 423-428.

3. Fuentes J, Montoya P, Vio F, Speisky H. Total Phenolics and Antioxidant Capacity of Vegetables Grown in the Southwestern Andes Region of South America. J Food Nutr Res 2016; 4 (12): 760-772.

Normalización del consumo de frutas y verduras entre escolares

Nueva Zelanda

Paula Dudley and Carmel Ireland

5+ A Day Charitable Trust, NUEVA ZELANDA

La fundación benéfica 5+ al día de Nueva Zelanda, establecida en 2007, está comprometida a aumentar el consumo de frutas y verduras frescas para mejorar la salud y el bienestar de todos los neozelandeses. La Fundación supervisa una serie de estrategias para enfrentar este desafío y abordar las estadísticas actuales que muestran que solo el 53.1 por ciento de los neozelandeses consumen las tres o más porciones recomendadas de verduras y el 51.5 por ciento consume las dos o más porciones recomendadas de fruta.

La estrategia FIS

La iniciativa Frutas y Verduras en la Escuela (FIS, por sus siglas en inglés) es una de las estrategias más exitosas de 5+ al día, reconocida mundialmente por su trabajo para fomentar una apreciación a largo plazo de los beneficios de F&V entre los ciudadanos más jóvenes del país.

FIS es una iniciativa financiada por el Ministerio de Salud que proporciona porciones de frutas y verduras frescas a diario a niños en edad escolar en áreas de gran necesidad. Comer esta porción todos los días en el aula junto con sus compañeros y maestros anima a los niños a ver las frutas y verduras como una parte normal y esencial de su dieta.

FIS actualmente sirve:

- Las 21 regiones de Nueva Zelanda
- 561 escuelas (alrededor del 25% de las escuelas primarias de Nueva Zelanda)
- 124.000 niños y personal
- 27.000.000 porciones de frutas y verduras frescas cada año

Resultados de la investigación

Una investigación independiente realizada en 2018 documentó la eficacia y el valor de la iniciativa FIS.

El 83% de los directores encuestados dijeron que la salud general de sus niños se deterioraría sin FIS.

- 74% dijo que las tasas de concentración bajarían sin FIS
- El 80% de los directores encuestados informaron que su escuela tenía menos niños hambrientos como resultado de FIS.
- El 90% de los directores dijo que FIS condujo a un sentido de igualdad entre los estudiantes independientemente de las circunstancias familiares.
- El 80% de las escuelas informaron una reducción del estigma como resultado del FIS, y señalaron que los niños estaban más dispuestos a pedir comida si tenían hambre.

Apoyo de los directores

Los líderes escolares (directores y personal docente) señalaron que una de las fortalezas clave de FIS era la forma en que garantiza que todos los estudiantes tengan acceso a alimentos saludables y que aquellos que vienen a la escuela con hambre ya no tengan dificultades para concentrarse y aprender. Además de proporcionar una bondad nutricional esencial, los niños tienen la oportunidad

de probar más de dos docenas de variedades de frutas y verduras durante el año escolar, lo que aumenta su aprecio por una variedad de productos frescos a lo largo de las estaciones.

Fruit & Vegetables in Schools (FIS) es una verdadera ventaja para nosotros como escuela del decil 1 (de bajos ingresos). Los niños esperan ansiosamente esto y dudo que de lo contrario tendrían fruta en sus dietas.

Personalmente, me sentiría devastada por estos niños si este increíble programa se detuviera. Particularmente con la pérdida de tantos trabajos por COVID, esto debe continuar ya que los padres están haciendo tantos recortes en sus presupuestos.

Maxine Stensness, directora, Meremere School, Auckland

Apoyo adicional al aprendizaje

Además de las porciones diarias de frutas y verduras para estimular la inmunidad y complementar la dieta de los niños, la Fundación Benéfica 5+ A Day, apoya a FIS al proporcionar recursos vinculados al currículo que fomentan estilos de vida saludables.

Los recursos educativos incluyen un sitio web dedicado <https://5adayeducation.org.nz/> y una amplia gama de materiales impresos y digitales que se enfocan en llevar una dieta saludable, incluido el cultivo de frutas y verduras en el hogar.

Conexión a la comunidad

Los impactos positivos de FIS se extienden más allá del entorno escolar, ya que los niños se llevan el aprendizaje a casa e influyen en la dieta de sus familias.

Nuestros estudiantes y sus whānau (familias) están muy agradecidos por las frutas y verduras. Esto es aún más cierto este año cuando ha sido financieramente tan desafiante para algunas familias. Toda la fruta se entrega a los tamariki (niños) todos los días y si sobra alguna se entrega a los alumnos que no han traído el almuerzo o para llevar a casa.

Sarah Mirams, directora, East Tamaki School, Auckland

Apoyo de los padres

La investigación de 2018 también examinó la opinión de los padres cuyos hijos recibieron F&V de la iniciativa.

- El 76% de los padres encuestados dijeron que su hijo comió más fruta debido a FIS
- El 47% de los niños también comieron más verduras
- Siete de cada diez padres dijeron que FIS los apoya a proporcionar alimentos saludables en el hogar

Con el impacto de una pandemia mundial, la inseguridad alimentaria es una preocupación aún mayor en todo el mundo. La continuación de FIS, con el apoyo del gobierno, parece que seguirá influyendo positivamente en la salud y el bienestar de todos los neozelandeses durante muchos años al alentar a los Kiwis (habitantes de Nueva Zelanda) más jóvenes a ver las F&V como un componente normal de su dieta diaria.



Referencia: External Evaluation of Fruit & Vegetables in Schools 2018 Quigley and Watts Ltd

“5 AL DÍA” SPAIN

Manuel Moñino and Mabel Fernández

5 al día, SPAIN

La Asociación para la Promoción del Consumo de Frutas y Hortalizas “5 al Día”, es una asociación sin ánimo de lucro y de ámbito nacional, creada en el año 2000 con el fin principal de promover el consumo de frutas y hortalizas (FH) en la población española en el marco de una alimentación y estilo de vida saludables.

En sus 20 años de actividad, la Asociación “5 al Día” ha actuado en los ámbitos de la salud, alimentación y nutrición, deporte y actividad física, educación y sostenibilidad, con un enfoque educativo y de marketing social, así como de responsabilidad social corporativa a través de sus socios y empresas colaboradoras.

El comité científico de “5 al Día” es una pieza clave de la Asociación, facilitando información basada en la evidencia científica sobre las FH y la salud, y adaptada en la normativa europea en de información al consumidor.

Sus principales líneas de trabajo comprenden la elaboración y ejecución de actividades de promoción del consumo de FH y estilos de vida saludable en los entornos escolar, laboral y comunitario. Muchas de estas sesiones son de formación y divulgación en alimentación saludable y sostenible, y en formatos que van desde animaciones en puntos de venta, obras de teatro o juegos, a talleres de cocina y educativos, donde la manipulación, degustación y entrega de FH es una práctica habitual.

Una parte importante de las acciones van dirigidas a aportar valor añadido a sus socios, a través de acciones en puntos de venta, uso del logotipo “5 al Día” en sus productos, asesoría nutricional sobre sus productos y contenidos de comunicación y apoyo en sus eventos. Entre las herramientas y actividades más frecuentes se hallan la elaboración de video recetas, degustaciones e información de productos, apoyo en eventos deportivos, acciones de responsabilidad

corporativa, etc. Entre otras, destacan la iniciativa de “En tu casa o en 5 al Día” a través de la cual se difunde un video sobre la producción y distribución de los productos de los socios, así como curiosidades, recetas y oportunidades de consumo, o la Jornada Profesional organizada por la Asociación y a la que acuden más de 300 profesionales del sector.

Asimismo, son numerosas las colaboraciones con las administraciones públicas a través de materiales educativos y de difusión generados por la Asociación, como La Frutoteca, el programa educativo o “Rescata tus 5”, aportando contenidos a campañas nacionales y regionales, como, por ejemplo, el Programa Europeo de Reparto de FH en la Escuela. Entre los años 2004 y 2007, recibió fondos de la Unión Europea y del Ministerio de Agricultura para liderar una campaña nacional que generó un alto reconocimiento de la marca y del mensaje “5 al Día” con más de 1.000 Millones de impactos en la población española, que se vehiculizó a través de la generación de un programa educativo orientado a edades de 6 a 12 años, y que fue ofrecido a todos los centros educativos del país, anuncios de radio y televisión, producción de merchandising, etc. Aunque no se evaluó de forma directa el impacto de la campaña en el consumo de frutas y hortalizas, el Informe de Consumo Alimentario del Ministerio de Agricultura de 2005 informó sobre un incremento del consumo de FH del 4,7% y 5.4%, respectivamente.

Las herramientas digitales son una de las más, y mejor, explotadas por la Asociación “5 al Día”, y han contribuido a su posicionamiento como referente en información de calidad ante los distintos sectores de la sociedad española, desde consumidores, a profesionales sanitarios y de la comunicación, así como para sus socios y la industria alimentaria.



Referencia: External Evaluation of Fruit & Vegetables in Schools 2018 Quigley and Watts Ltd