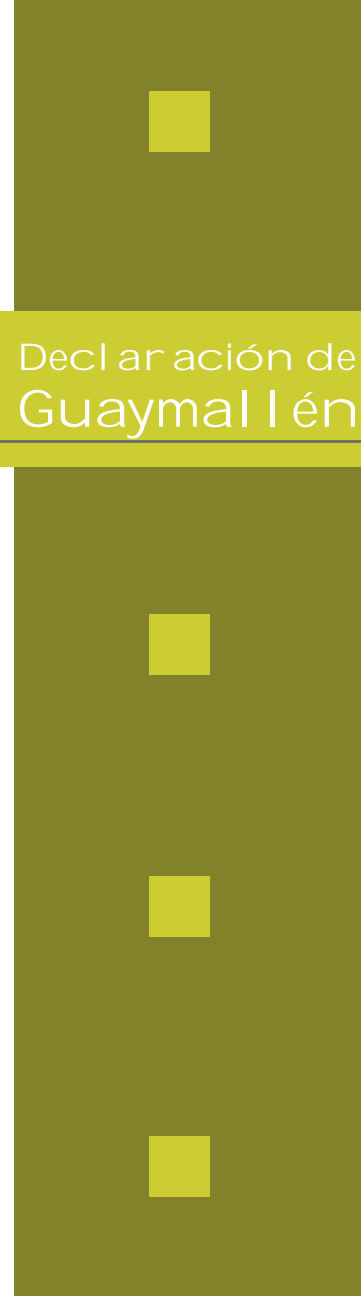




# Declaración de Guaymallén













Declaración de Guaymalén





# CONTENIDO

	Antecedentes.....	5
	Declaración.....	7
	Programa	
	Participantes	
	Conclusiones grupos de trabajo .....	15
	1- ¿Cómo organizarse (quién, cómo, aspectos institucionales, legales)?	
	2- ¿Cómo hacer llegar la promoción de frutas y verduras?	
	3- ¿Cómo financiar las acciones de promoción?	
	4- ¿Cómo evaluar las acciones de promoción?	
	5- Temas pendientes	
	Acuerdos.....	21
	Siglas.....	22
	Ficha técnica.....	23



Huarpes dejaron su huella en la cultura de todo un pueblo. Guaymallén los evoca homenajeando su origen cobrizo. (Cuadro artístico a cargo de Vilma Rúpolo).





## ANTECEDENTES

Un adecuado consumo de verduras y frutas constituye un importante factor protector frente a enfermedades crónicas asociadas a la alimentación como ciertos tipos de cáncer, enfermedades cardiovasculares, hipertensión arterial y diabetes.

La cantidad de frutas y verduras recomendada por la OMS para conseguir estos beneficios es de al menos 400 gramos al día.

La meta de la iniciativa OMS/FAO para la promoción de frutas y verduras es fortalecer, promover y proteger la salud, en el contexto de una dieta saludable, guiando el desarrollo de acciones sostenibles a nivel de la comunidad, nacional y global que conduzcan a reducir el riesgo de enfermedades crónicas relacionadas con la alimentación a través del aumento del consumo de verduras y frutas.

### Los objetivos específicos de esta iniciativa son:

- Aumentar la preocupación y comprensión del rol de las verduras y frutas en la prevención de enfermedades crónicas no transmisibles.
- Aumentar el consumo de frutas y verduras por medio de acciones de salud pública y agricultura.
- Fomentar y apoyar al desarrollo e implementación de programas nacionales de promoción de frutas y verduras, sostenibles, que comprometan a todos los sectores incluidos la sociedad civil y el sector privado.
- Apoyar la investigación en un amplio espectro de áreas relacionadas con la promoción, producción y consumo de frutas y verduras y con el desarrollo de recursos humanos para diseñar e implementar dichas actividades

Sin embargo la tendencia general de consumo de frutas y verduras de los países es baja, llegando a ocupar un lugar entre los 10 principales factores de riesgo de mortalidad y morbilidad a nivel mundial.

En América la situación responde a la realidad global, lo que se refleja en nuestros problemas de salud que emergen y prevalecen en nuestros países.

El presente documento analiza el escenario relativo al contexto continental, tal como fuera discutido en el segundo congreso panamericano, y pretende ser una herramienta que contribuya a una toma de decisiones pertinente en cuanto a la promoción del consumo de frutas y verduras a nivel local.



Argentina: Ministro de Salud Dr. Gines G. García y presidente de 5 al Día Argentina



Chile: Día del feriante





## DECLARACION

### ■ Ortodoxia y Heterodoxia: El Plan Perfecto!

Durante la primer semana de mayo de 2006 se llevó a cabo en Mendoza, Argentina, el 2do Congreso Panamericano de la Promoción del Consumo de Verduras y Frutas. Organizado por 5 al día Argentina, bajo el auspicio del Municipio de Guaymallén y OSEP, y con el patrocinio de la OMS, OPS y la FAO, se dieron cita representantes de 12 países latinoamericanos de las mas diversas disciplinas.

Los resultados del encuentro fueron altamente auspiciosos en tanto se identificaron importantes coincidencias sobre cómo abordar con éxito el desafío de la promoción del consumo saludable, tales como:

### ■ Consenso en el objetivo y Diversidad de actores

Desde todas la disciplinas presentes - gobierno, científicos, especialistas en marketing, publicidad y comunicación, profesionales de la salud, políticos, representantes de mercados concentradores, productores, educadores, etc.- hubo consenso acerca de la relevancia de la promoción de hábitos de consumos saludables, y en particular la importancia de incluir mayor cantidad de frutas y hortalizas en la ingesta diaria como factor preponderante en la prevención de enfermedades crónicas no transmisibles como diabetes, cáncer, cardiovasculares, obesidad y trastornos alimentarios. Ya es un tema de todos y no sólo de los organismos de salud. La conciencia generalizada es sin dudas un acelerador hacia acciones mas concretas y comprometidas.

### ■ Intersectorialidad y Asociatividad

Logrado el consenso sobre la necesidad de estimular el consumo de frutas y verduras, uno de los factores clave de éxito es promover la asociatividad y trabajo en conjunto a lo largo de la cadena alimentaria y de los sectores relacionados directa e indirectamente a esta.

Si bien no todos los países han logrado idénticas alianzas, es una constante la tendencia a la integración entre sectores para abordar temas tales como: la prevención en salud - desnutrición, malnutrición, Obesidad, ENT, sedentarismo, etc - ; el rol ineludible de la educación básica en la adopción de hábitos saludables; la necesidad de llegar a cada ámbito de desarrollo de la vida de las personas - educativo, laboral, familiar, esparcimiento -; la armonización con políticas de desarrollo social y ambiental; la definición del marco regulatorio adecuado; la recuperación de peculiaridades culturales que permitan la rápida apropiación de los programas; el crecimiento del sector productivo y su cadena de valor, la reactivación y sostenimiento de las economías regionales que permita una mayor accesibilidad al consumidor; la responsabilidad social empresarial - desde los modos de producción hasta la alimentación laboral, etc. -; el mercado interno como un reaseguro de la exportación; la consolidación de redes de abastecimiento que aseguren disponibilidad; la calificación y exigencias del consumidor en temas de calidad, inocuidad, seguridad alimentaria; la importancia de la comunicación de



Mariano Winograt, Presidente 5 al Día Argentina, Dr. Antonio Pagés, Representante OPS/OMS en Argentina, Carlos Cheppi, Presidente INTA, Juan Carlos García, Intendente de Guaymallén, Emma Cunietti (Directora General de Escuelas de la Provincia de Mendoza, Wilfried Baudoin, FAO Roma y Marcelo Iglesias, Director de la OSEP

la mano de los medios masivos y especializados; la investigación y desarrollo en temas de salud, nutrición, producción, mercados, comunicación, etc.; la medición de resultados de los programas para generar avances sucesivos.

### ■ Trabajo en Red

La asociatividad y el apoyo mutuo promueve a la creación de una red de comunicación e integración de experiencias. En suma se trata de establecer alianzas virtuosas, dentro de cada país y en la región, bajo un funcionamiento colaborativo que permita encontrar los atajos hacia los mejores resultados.

Adoptar la estrategia del trabajo en pinzas, ensayando acciones desde diferentes ámbitos, allí donde sea posible. Intensificar la comunicación del valor de nuestros programas y rescatar el disfrute junto a los aspectos funcionales: el consumo no como una prescripción médica sino como imperativo cultural y social.

Desarrollar programas de sensibilización y localización de los programas que nos permitan recuperar el patrimonio cultural - culinario, tradiciones locales -, recuperar la diversidad de productos, recuperar los hábitos y patrones de consumo, recuperar el placer del consumo, recuperar el valor del sector de F&V.

### ■ Sinergia y Sustentabilidad

Si bien la promoción del consumo saludable es un programa de clara naturaleza social, no obstante hay que destacar que en la suma de voluntades, ortodoxias y heterodoxias de todos quienes nos dimos cita en Guaymallén, hemos dado con un plan perfecto, según la óptica del mercado y de la construcción social: **la salud vende!**. Y esto no es casual, las agendas de unos y otros cuentan día tras día con mas puntos en común: sustentabilidad social, ambiental y económica; la creación de alianzas estratégicas no tradicionales, responsabilidad social empresarial; revalorización del patrimonio cultural, social y productivos local, etc.

Disponer de un plan que cuenta con tantos beneficios y tan poco detractores es un capital de inquestionable valor. Nos permite superar el voluntarismo y pasar a la acción para la creación de capital social y capital económico.

Nos permite desmitificar: la buena alimentación, el acceso a frutas y verduras, no es una cuestión de ricos ni de pobres. Nos permite quebrar distorsiones: porque mayor demanda es mayor producción, mayor volumen de ventas es mayor renta, a la vez que la comercialización de productos con mayor valor percibido redundan en mejores precios.

En suma contamos con un plan **Ortodoxo**, en tanto lo respaldan las leyes del mercado. **Heterodoxo**, porque cada país ha encontrado sus propios atajos para iniciar y dar velocidad a la instalación del concepto y la adopción de programas de acción. **Perfecto**, porque es un plan en el que todos ganamos.

La expansión del consumo de frutas y hortalizas activa un ciclo virtuoso: mejora la calidad de vida de las personas, genera riquezas en los sectores directamente vinculados a la cadena de suministro, a la vez que disminuye el gasto en salud, liberando fondos para otras inversiones de promoción social, cultural o económica. Transformar el "gasto" en "inversión" es una forma de multiplicar recursos presentes y futuros, y nosotros tenemos la llave para lograrlo!



Acto inaugural del 2º congreso Panamericano en la Bodega del 900

## Programa

Guaymallén - Mendoza / 3 al 6 de Mayo de 2006

### ■ 3 de mayo - Precongreso

- **Actividad Principal:** Feria del Auto Cuidado
- **Organizadores:** Osep - Municipalidad de Guaymallén - INTA
- **Objetivo:** Convocar a la población en general, para la transmisión y expansión del mensaje

### ■ 10:00 hs. a 18:00 hs.

Temas y actividades que se abordarían:

#### ■ **Kiosco Saludable:** Objetivos:

- Promover en el ámbito escolar la implementación de un kiosco con alimentación saludable a fin de incorporar una adecuada "Merienda Escolar" desde la primera infancia

Responsable: Programa de Gestión Clínica para Pacientes Crónicos - OSEP - Mendoza

- **Taller de Cocina:** preparación y elaboración de diferentes platos a base de hortalizas y frutas.  
Responsable: Cheff de la Escuela Internacional de Turismo, Hotelería y Gastronomía "Islas Malvinas" - Mendoza

#### ■ **Juegos didácticos para mayores a base de hortalizas y frutas:** Objetivos:

- Favorecer el conocimiento de un plan alimentario adecuado en enfermos crónicos (diabetes, obesidad, HTA, etc.) rico en frutas y verduras
- Estimular el consumo de frutas y verduras a partir de juegos participativos con el público presente
- Informar sobre la importancia del consumo de estos.

Responsable: Programa de Gestión Clínica para Pacientes Crónicos - OSEP - Mendoza

#### ■ **Calendario Natural para la Protección Inmunológica** (niños, adolescentes y adultos)

Responsable Servicio de Nutrición del Hospital El Carmen - OSEP - Mendoza

#### ■ **Importancia de la Elaboración de Conservas Caseras - Seguridad e Higiene de las mismas**

Responsable: Ing. Agrónoma. Clara Contardi - INTA - Mendoza

#### ■ **Prohuerta:** Huertas Orgánicas Familiares - Tecnología Apropriada.

Responsable: Ing. Agrónoma Virginia Pastor - INTA - Mendoza

#### ■ **Tecnología Socialmente aplicada a Frutas y Verduras:** Desecados y Deshidratados

Responsable: Ing. Agrónomo Daniel Sanmartino - INTA - Mendoza

### ■ 11:00 hs. y 14:00 hs.

Presentación de obra de teatro. Objetivo:

- Concientizar a la población escolar de la importancia de incorporar una alimentación saludable, haciendo referencia al mensaje de 5 al día

### ■ 11:00 hs. a 14:00 hs.

Degustación de platos y concurso de recetas

Responsable: Dirección de Educación - Dirección de Desarrollo Humano - Dirección de Salud - Municipalidad de Guaymallén - Mendoza



#### ■ 4 de mayo - 1° Jornada

- **8:00 a 8:30 hs.** - Inscripción y Acreditación
- **8:30 a 9:30 hs.** - Apertura  
Autoridades de la Municipalidad de Guaymallén OPS/OMS y FAO  
Presentación de cuadros artísticos homenajeando a la madre tierra y a los huarpes - Dirección de Cultura de la Municipalidad de Guaymallén - Mendoza - Dir. Zaharay Ortega
- **9:30 a 10:00 hs.** - La promoción de frutas y verduras en el marco de la Estrategia Global de Alimentación, Actividad Física y Salud de la OMS  
Enrique Jacoby - OPS-WDC
- **10:00 a 10:30 hs.** - La promoción del consumo de frutas y verduras en la agenda de la Salud Pública de Latinoamérica.  
Carlos Monteiro - Escuela de Salud Pública - Universidad de Sao Paulo, Brasil
- **10:30 a 11:00 hs.** - Los beneficios de frutas y verduras para la salud  
Claudio Galmarini - Universidad Nacional de Cuyo, Argentina
- **11:00 a 12:00 hs.** - Fruit break
- **12:00 a 13:00 hs.** - Promoviendo frutas y verduras por las campañas "5 al Día"  
- Isabel Zacarías - Chile  
- Ricardo Cruz - Brasil  
- Mariano Winograd - Argentina
- **13:00 a 13:30 hs.** - Debate
- **13:30 a 14:30 hs.** - Almuerzo
- **14:30 a 16:30 hs.** - Mesa redonda - Experiencias nacionales y locales de promoción de producción y consumo de frutas y verduras para la salud  
Moderador: Juan Manuel García - Intendente de Guaymallén - Mendoza
- **14:40 a 15:00 hs.** - Producción hortícola. Casos de agricultura urbana y periurbana y su rol sobre la seguridad alimentaria en Latinoamérica. Wilfried Baudoin - FAO - Roma
- **15:00 a 15:20 hs.** - "Alimenta tu salud" - Importancia de las guías alimentarias como estrategia de promoción del consumo de frutas y verduras  
Ana Beatriz Vasconcellos, Coordinadora de política nacional de Alimentación y Nutrición del Ministerio de Salud, Brasil
- **15:20 a 15:40 hs.** - La política provincial de la OSEP de prevención de enfermedades crónicas, no transmisibles.  
OSEP - Provincia de Mendoza, Argentina
- **15:40 a 16:00 hs.** - Desarrollo local, municipio saludable y productivo, implementación del programa 5 al día.  
Marcos Monteverde (CEDA - Gálvez)
- **16:00 a 16:30 hs.** - Discusión
- **16:30 a 17:00 hs.** - Fruit break
- **17:00 a 18:30 hs.** - Mesa redonda - Promoción del consumo de frutas y verduras para la salud por el sector privado Moderador: Celso Rodríguez - Delegación OPS - Buenos Aires, Argentina

- **17:00 a 17:20 hs.** - Promoción de frutas y verduras por un mercado mayorista  
Alberto Beraja - Mercado Central de Buenos Aires, Argentina
- **17:20 a 17:40 hs.** - Promoción de frutas y verduras por un supermercado  
Juan Cuello - Carrefour Mendoza
- **17:40 a 18:00 hs.** - Promoción del consumo de frutas y verduras en el ámbito laboral  
Alfredo Harosteguy - Sodexho Argentina
- **18:00 a 18:30 hs.** - Debate

■ **5 de mayo - 2º Jornada**

<b>Congreso</b>		<b>Conferencia de salud</b>	
<b>8:30 - 10:00 hs.</b>	Mesa redonda: Promoción de frutas y verduras de manera intersectorial en Chile y Uruguay Alejandra Domper INTA Chile Sergio Carballo INIA Uruguay Dante Giosa MGAP Uruguay Debate	<b>8:30 - 10:00 hs.</b>	Conferencia: Panorama actual de la obesidad en la Argentina Valoración clínica del paciente obeso Disertante: Dra. Carmen Mazza - Bs. As.
<b>10:00 - 10:30 hs.</b>	Fruit break	<b>10:00 - 10:30 hs.</b>	Fruit break
<b>10:30 - 12:00 hs.</b>	Mesa redonda: <b>Promoción de frutas y verduras de manera intersectorial en Argentina y Colombia</b> Adriana Gamba 5 al Día Argentina Pablo Brizuela Mercado de Córdoba Alvaro Botero Depto. Guaviare Colombia Debate	<b>10:30 - 12:00 hs.</b>	Conferencia: <b>Criterios diagnósticos y actitud terapéutica del Síndrome metabólico en niños y adolescentes</b> Disertante: Dra. Carmen Mazza: Bs. As.
<b>12:00 - 12:30 hs.</b>	Entrega de documentos para el taller y montaje de posters	<b>12:00 - 12:30 hs.</b>	Discusión
<b>12:30 - 13:30 hs.</b>	Almuerzo	<b>12:30 - 13:30 hs.</b>	Almuerzo
<b>13:30 - 14:00 hs.</b>	Distribución en comisiones de trabajo 1- Coordina Enrique Jacoby 2- Coordina Wilfried Baudoin 3- Coordina Carlos Monteiro	<b>13:30 - 14:30 hs.</b>	<b>Mapa de hábitos Alimentarios de la Provincia de Mendoza-</b> Lic. Carmen Videla OSEP - Mendoza <b>Evaluación por Deptos.</b> APEN (Asociación Profesional en Educación en Nutrición)
<b>14:00 - 16:00 hs.</b>	Grupos de trabajo Trabajo en comisión	<b>14:30 - 15:15 hs.</b>	<b>Importancia de la Educación Alimentaria Nutricional en los Hábitos de Alimentos Frutihortícolas</b> Lic. Evangelina Sosa Univ. Agustín Maza - Mendoza
		<b>15:15 - 16:00 hs.</b>	<b>Conservas Saludables Enfermedades Intoxicaciones Transgénicos</b> Ing. Agrónoma Clara Contardi INTA - Mendoza
<b>16:00 - 16:30 hs.</b>	Fruit break	<b>16:00 - 16:30 hs.</b>	Fruit break
<b>16:30 - 18:00 hs.</b>	Grupos de trabajo Trabajo en comisión	<b>16:30 - 17:30 hs.</b>	<b>Recomendaciones para la promoción de una alimentación saludable a partir de un estudio de preferencias alimentarias en la población infantil y adulta del Gran Mendoza.</b> Lic. Cecilia Molina OSEP - Mendoza Lic. Natalia Vidal Municipalidad de Guaymallén - Mendoza

■ **6 de mayo - 3° Jornada**

9:00 - 11:00 hs.	Grupos de trabajo Trabajo en comisión
11:00 - 11:30 hs.	Fruit break
11:30 - 12:00 hs.	Discusión sobre las conclusiones del taller y clausura

■ **Mañana y Tarde**

Actividades Deportivas Culturales Recreativas Comunitaria.

8:30 - 18:00 hs.	Programa deportivo - recreativo: Guaymallén Camina Guaymallén Baila	Visitas a Feria de Guaymallén, Galpones de empaque, Carrefour, Wal Mart, VEA Distrito Corralitos Guaymallén - Mendoza
---------------------	--	---

## Participantes

Nombre	Mail	Institución
Isabel Martín González	<isamar@infomed.sld.cu>	Instituto de la nutrición - Cuba
Alvaro Botero	<manpaiza@gmail.com>	Guaviare - Colombia
Patricia Chaves Gentil	<patricia.gentil@saude.gov.br>	Ministerio de Salud - Brasil
Marta Illa	<centuril@uru.ops-oms.org>	Ministerio de salud - Uruguay
Enrique Jacoby	<jacobyen@paho.org>	OPS
Inés Rugani	<inesrc@uol.com.br>	Municipio de Rio de Janeiro - Brasil
Wilfried Baudoin	<wilfried.Baudoin@fao.org>	FAO
Mariano Winograd	<mwinograd@fibertel.com.ar>	5 al día - Argentina
Jorge Alvarez	<jorgealvarez_36@yahoo.com.ar>	5 al día - Argentina
Anibal Fantino	<afantino@meta-i.com>	5 al día - Argentina
Isabel Zacarias	<izacaria@inta.cl>	5 al día - Chile
Carlos Monteiro	<carlosam@usp.br>	USP - Brasil
Ricardo Cruz	<ricardo@5aodia.com.br>	5 al día - Brasil
Marcos Monteverde	<cedadireccion@cegnnet.com.ar>	C EDA - Galvez - Argentina
Fernando Perez	<fperez@iin.sld.pe>	IIP- Perú
Sergio Carballo	<scarball@inia.org.uy>	SUH - Uruguay
Marisol Tapia	<mtapia@ciens.ucv.ve>	5 al día - Venezuela
Aurora Figueredo	<auroraf@cu.com.py>	Paraguay - ONG
Gil Magaña	<gil.magana@iica.org.sv>	IICA - El Salvador
Gonzalo Bravo Baltra	<gbravo@lovalledor.cl>	FLAMA
Mario Sibolich	<sibolich@maa.gba.gov.ar>	FAO - Argentina
José Estrada	<microhuertas@acelerate.com>	FAO - Bolivia
Dante Giosa	<dgiosa@mgap.gub.uy>	Ministerio de agricultura - Uruguay
Adriana Gamba	<adrianag@metaimagen.com>	5 al día - Argentina
Angela Peres	<angelaperes@agricultura.gov.br>	Con Patricia Gentil
Natalie Barreto	<nbarreto@minag.gob.pe>	Ministerio de agricultura - Peru
Maria Flores	<Mflores@minsa.gob.pe>	Ministerio de salud - Peru
Ana Cavalcanti	<anaclaudia.vasconcelos@mds.gov.br>	Ministerio de Salud - Brasil
Sabrina Oliveira	<sabrina.oliveira@mds.gov.br>	Ministerio de Salud - Brasil
Paulo Cesar Tavares	<pcdemelo@terra.com.br>	SOB - Brasil
Celso Rodriguez	<rodrigce@arg.ops-oms.org>	OPS
Jorge S. Welti Chanes	<jorges.welti@udlap.mx>	Mexico
Juan Manuel Garcia	<intendencia@guaymallen.gov.ar>	Municipio de Guaymallen
Nancy Concati	<nconcati@yahoo.com.ar>	Municipio de Guaymallen
Lucia Mamana	<Salud@guaymallen.gov.ar>	Municipio de Guaymallen
Jesús Olcese	<Intendencia@guaymallen.gov.ar>	Municipio de Guaymallen
Marcelino Iglesias	marcelino.iglesias@osep.mendoza.gov.ar	OSEP
Teresa Zarate	<teresa.zarate@osep.mendoza.gov.ar>	OSEP
Alejandra Domper	<aledomper@manquehue.net>	5 al día - Chile
Rosangela Maciel	<rosangela.maciel@saude.gov.br>	Ministerio de salud - brasil
Víctor H. Guevara	coopdeleste@infovia.com.ar	Coop.Prov.y Serv."Acceso Este" Ltda
Miguel Chain	<mchain@aserca.procampo.gob.mx>	Aserca - Ministerio de Agricultura - Mexico





## CONCLUSIONES GRUPOS DE TRABAJO

Durante los días del Congreso, se realizó un taller con la participación de los representantes de todos los países presentes de América Latina, el cual fue moderado por: Dr. Wilfred Baudoin (FAO), Dr. Enrique Jacoby (OPS) y el Dr. Carlos Monteiro (Universidad de San Pablo, Brasil).

A continuación se presentan cada una de las preguntas analizadas y las principales conclusiones entregadas por los participantes:

### 1.) ¿Cómo organizarse? (quién, cómo, aspectos institucionales, legales?)

#### 1.1) Consideraciones generales:

- Es preciso e importante que cada país se organice para trabajar por el aumento del consumo de F&V a largo plazo.
- El Estado debe estar más comprometido con la promoción del consumo de F&V dentro y como parte de otros esfuerzos por mejorar la calidad de vida y alimentación del país. El estado emana lineamientos y diseños de políticas.
- Esta organización debe ser MULTISECTORIAL, es decir, requiere la participación de diversos sectores tanto públicos como privados.
- Cada país debe dinamizar sus acciones de acuerdo a las tradiciones locales, situaciones políticas y económicas que están viviendo.
- Se recomienda que esta organización sea una ONG.

#### 1.2) Ejemplos de organización actuales:

- México: 5 al día- México es una organización privada en donde existe un fideicomiso de la Secretaría de Agricultura que les provee de fondos. Esta organización es auditada por un organismo independiente.
- Argentina: Organización, en manos de privados que está despertando interés al sector público nacional pero aun sin compromiso práctico.
- Brasil: Se inició en manos de privados. Actualmente existe un trabajo en conjunto entre la sociedad civil y el gobierno para instalar la Ley orgánica de seguridad alimentaria y nutricional que permitirá asegurar de forma sustancial y directa una alimentación adecuada a toda la población brasilera.
- Chile: Corporación sin fines de lucro. Existe un compromiso multisectorial

#### 1.3) Propuestas:

- Se propone invitar a participar de esta organización no gubernamental (ONG) a los productores de frutas y hortalizas, a los comercializadores, a los distribuidores tanto minoristas como mayoristas, a feriantes, cadenas de supermercados, a científicos y académicos de institutos y universidades, a autoridades políticas, a ministerios de salud, de educación, de economía y agricultura.
- Se planteó la necesidad de que ambos sectores contribuyan económicamente a la organización y que existan elementos de legislación nacional que refuercen la promoción del consumo de F&V.
- Formar un comité regional que integre a todos los países latinoamericanos con el



Cuba - Octubre de 2005, actividad de conservación de alimentos para extender el tiempo de uso y abaratar los costos.

fin de cooperar, ayudar y asesorar a la región en las iniciativas que cada país tenga de acuerdo a su realidad para promocionar el consumo de F&V. Dicho comité trabajará en armonía con las orientaciones del marco de Kobe y será formado por protagonistas comprometidos a colaborar para la promoción de frutas y verduras con el fin de reforzar la cooperación regional en los campos de la salud pública, la seguridad alimentaria y nutricional.

- Que el comité regional redacte un comunicado que refleje las opciones propuestas en ocasión del taller FAO-OMS.
- Que todos los países que quieran organizar la Promoción al Consumo de F&V (ej. 5 al día) incluyan la participación del sector oficial a fin de poder acceder al patrocinio de FAO y OPS.
- Utilizar el marketing social como una estrategia de comunicación de masas que privilegia el cambio de conductas sobre la venta de productos comerciales.

## 2.) ¿Cómo hacer llegar la promoción de frutas y verduras?:

### 2.1) Consideraciones generales:

- Para lograr promocionar las frutas y verduras se deben realizar acciones concretas, dinámicas y agresivas: "**Promoción es acción**".
- Este éxito se logra con el apoyo y compromiso del sector público e integrando a la empresa privada en "Responsabilidad social empresarial".
- Establecer políticas públicas que protejan los precios y que eviten que los impuestos suban o sean muy altos logrando que las F&V sean accesibles a toda la población.
- Se recomienda obtener evidencias del funcionamiento e impacto de los programas e intervenciones en comunidades de bajos ingresos, escuelas y locales de trabajo para tener certeza de sus méritos y para formular recomendaciones.
- Incluir dentro de las campañas de promoción a productores y comerciantes tanto mayoristas como minoristas.
- Realizar una convocatoria específica a empresarios para asesorarlos a ¿cómo vender más?
- Realizar una carta de frutas, hortalizas y legumbres por países / regiones y por estación.
- Certificación o asesoría técnica de los mensajes promocionales del consumo de F&V por parte de sociedades científicas o entes académicos.
- Sensibilizar a formadores de opinión.
- La importancia de la comunicación y difusión para realizar promoción.  
Es necesario actualizar constantemente los conocimientos y la nueva información sobre F&V.

El éxito de la promoción depende de 3 condiciones:

- El programa tiene que estar vinculado con un programa amplio nutrición.
- Accesibilidad de los productos durante todo el año (estacionalidad) . Por eso debe involucrarse con la tecnología de post cosecha y de procesamiento.
- Desarrollar una campaña sin un fuerte vínculo con recursos presupuestarios de salud resulta muy es muy difícil.

### 2.2.) En comunidades de bajos ingresos:

#### 2.2.1.) Consideraciones generales:

- Para promover el consumo de F&V. en comunidades de bajos ingresos se debe considerar:
  - Educar en los buenos hábitos alimentarios y
  - Asegurar la accesibilidad de las frutas y hortalizas mediante precios accesibles y educación en la producción de F&V dentro del hogar.



5 al Día Argentina, capacitación virtual



Venezuela: promoviendo el consumo popular

- Se debe involucrar al gobierno y a las empresas privadas como una responsabilidad social empresarial.
- Se debe considerar la importancia de la información, comunicación y difusión en estas comunidades.

### 2.2.2.) Experiencias exitosas:

- Producción local en pequeña escala de hortalizas (FAO).
- Cocina Brasil: carros móviles que distribuyen y enseñan el uso de F&V en comunidades pobres con el objetivo de lograr el aprovechamiento integral de los alimentos y que contribuye además a disminuir los desperdicios.
- Brasil: restaurantes populares y huertos familiares
- Ferias de productores en zonas urbanas en Chile: Se han logrado posesionarse como una alternativa de comercialización que ofrece calidad y buenos precios como alternativas de las cadenas de supermercados.
- Chile: promoción del consumo de F&V. por medio de materiales educativos en consultorios y a través del proyecto "educación en nutrición a consumidores" en supermercados.
- Fast-food saludables en USA: Comida rápida y saludable. Este mercado de servicios/restaurantes ha ganado espacio en USA.
- México: desayunos calientes.
- Venezuela: redes de distribución centralizada. Red Mercal y ventas de F&V en la aceras. Misión de Mercal que a lo largo de todo el país efectúa el mercadeo y comercialización, permanente, al mayor y detalle de productos alimenticios y otros productos de primera necesidad, a bajos precios y fácil acceso, para mantener abastecida a la población venezolana muy especialmente la de escasos recursos económicos. Es una excelente vía para la comunicación y publicidad de los beneficios a la salud del consumo de F&V.
- Argentina: Pro-huerta. Entrega de 300 canastas de F&V a la comunidad para promover el consumo de F&V y reducir el hambre.

### 2.2.3.) Propuestas:

- El desarrollo de actividades de promoción del consumo de F&V. a través de restaurantes que sirven al público urbano.
- Difundir calendarios como instrumentos de comunicación (educación nutricional y recetas)
- Preparar y difundir folletos de capacitación, Ej: ¿Cómo plantar?
- Introducir la educación alimentaria de las F&V. por redes de municipios. Crear líneas de financiamiento del gobierno.
- Realizar trabajos conjuntos con los auxiliares de salud barriales y comunales.
- Talleres de cocina en sectores populares para que aprendan a consumir aquello que producen.

## 2.3.) Escuelas:

### 2.3.1.) Consideraciones generales:

- Son el grupo objetivo y clave ya que son los más susceptibles para que se produzcan buenos cambios alimentarios.
- Para tener resultados exitosos se debe involucrar a los docentes y a los padres de familias (empoderamiento).
- Incluir la alimentación saludable en el currículo de la escuela y a nivel ministerial, lo que implica un compromiso del sector público para que sea considerado en los planes educacionales.



INTA Chile, acción de información y promoción en punto de venta



Brasil, Programa Fome zero / Cartilla de educación alimentaria

- Si una escuela tiene un modelo exitoso como plan piloto local esto permite ajustar el modelo para luego aplicarlo a escala mayor.
- Trabajar con escuelas públicas y privadas. Mediante escuelas públicas se facilita el acceso a la población de bajos ingresos.

### 2.3.2.) Experiencias exitosas:

- Brasil: presenta diversos programas:
  - Huertas saludables,
  - Programa Nacional de Alimentación Escolar "Fome Zero"
  - Distribución de material educativo sobre alimentación saludable para alumnos, profesores de escuelas públicas donde se aborda la temática de las frutas, verduras y legumbres.
- Chile: Se está trabajando en el mejoramiento de la oferta de alimentos en los restaurantes, cantinas y programas de alimentación escolares.
- Venezuela: La industria de jugos de frutas estaría dispuesta a trabajar en el desarrollo de productos saludables para el consumo de este grupo de la población: por ejemplo: Tetra Pack para niños con jugos y néctares saludables

### 2.3.3.) Propuestas:

- Desarrollar productos procesados, saludables, innovativos y atractivos para los niños.
- Dar importancia a las especies y variedades locales de cada región.
- Motivar a los niños a ingerir F&V en las viandas (colaciones).
- Instalar Kioskos (cantinas), almuerzos saludables en las escuelas.
- Promover a nivel gubernamental que en las escuelas se incluyan F&V en las máquinas de distribución de snacks.
- Establecer huertas escolares.
- Trabajar con los sabores, dar degustaciones en las escuelas.
- Cambiar imagen de las F&V, ¿cómo? Dar a los niños que se portan bien una F&V en vez de un dulce.

## 2.4.) Locales de trabajo:

### 2.4.1.) Consideraciones generales:

- Las empresas pueden ser socios muy importantes tanto para implementar la promoción del consumo de F&V en sus locales como para mejorar la imagen de ellos.
- La empresa privada puede hacer uso del logo y dar un sustento financiero a la iniciativa de promoción de F&V si cumplen con criterios pre establecidos por la organización 5 al día correspondiente a cada país.
- Incluir en el ministerio del trabajo un plan de nutrición.

### 2.4.2.) Experiencias exitosas:

- Brasil: Tiene un programa para integrar a empresas de diferentes rubros a participar en el 5 al día.
- Chile: Sodexo
- Argentina: Unilever

### 2.4.3.) Propuestas:

- Dar fruit-breaks en reuniones de trabajo, congresos, etc.
- Reemplazar a los dispensadores de bebidas gaseosas y otros snacks de alto contenido energético por dispensadores de frutas.
- Incluir a empresas de catering para que diversifiquen su oferta.
- Certificación de empresas y restaurantes que tengan actitud responsable frente a una alimentación saludable. Dar alguna ventaja o beneficio.



5 al Día Brasil, Ricardo Cruz y Ricardo Hertel, frente a merchandising colorido

- Negociar con los sindicatos.
- Revisar los menus de las empresas que aceptan de adherir a la iniciativa.
- Invitar a participar a la empresa pri-vada en la iniciativa de promover F&V. Identificar, describir los criterios de participación. Crear un manual de buenas prácticas.
- Las empresas que promueven el 5 al día que FAO y OMS/OPS les otorgue un sello que los avala y respalda.

### 2.5.) Otros puntos para hacer llegar la promoción del consumo de V&F:

**2.5.1) Hogar:** Ámbito de actuación prioritario. Escuela y hogar crean y sostienen los hábitos saludables de vida y consumo.

**2.5.2) Lugar de Esparcimiento:** Ámbito del esparcimiento como el mas simple de acceder en tanto que:

- No se necesita apoyo institucional y de estado.
- Se puede desarrollar un plan de acciones continuas pero con apoyos y patrocinadores discontinuos.
- Se trabaja sobre un sentido positivo del concepto "estar a la moda", como una vía mas rápida para lograr la modificación de hábitos.

**2.4.3) Puntos de Venta:** también es un ámbito de actuación de fácil acceso en tanto que:

- Se necesitan alianzas que por lo general son mas fáciles y rápidas de establecer, es la interfase por excelencia entre mercado y consumidor.
- Incluyen ferias libres, supermercados, kioskos, entre otros.

## 3) ¿Cómo financiar las acciones de promoción?

### 3.1.) Consideraciones generales.

- Existen diferentes alternativas, sin embargo se espera que los sectores más interesados y con mayor potencial realicen sus aportes, es decir el sector de los productores , exportadores y comercializadores.
- Se debe incluir a salud pública, ministerios de agricultura, de educación.
- Actualmente no existe estrategias ni continuidad para obtener financiamiento.
- Algunos países siguen el modelo Americano para lograr financiamiento , es decir, el uso del "logo" tiene un costo y es puesto en las etiquetas de los productos de las empresas que están, registradas o asociadas.

### 3.2.) Experiencias exitosas:

- Venezuela: Ejemplo de la empresa Polar que con apoyo gubernamental a través de uno de los mecanismos de financiamiento que ofrece el gobierno nacional a productores independientes de radio, cine y televisión, muy pronto presentará en la televisión nacional, un microprograma sobre alimentación saludable para niños con el mensaje de 5aldía. <http://www.fpolar.org.ve> .
- Argentina: El mercado central de Buenos Aires está financiando acciones de promoción del consumo de F&V.
- Chile: Por medio de la corporación 5 al día se obtienen recursos del sector privado y público.

### 3.3.) Propuestas:

- Que exista contribución económica de redes o de los grupos 5 al día internacionales.



SUH Uruguay - Semana de la manzana 2006, promoción en punto de venta

- Negociar convenios con mercados mayoristas, minoristas y cadenas de supermercados.
- Definir un plan de acción con elementos concretos que puedan ser financiados de acuerdo a diferentes metas y objetivos.
- Organizar un grupo de MERCADOTECNIA, que defina el qué, cómo, para qué, dónde se quiere "vender" la idea de la promoción y consumo de F&V. Para ello se debe definir una estrategia global, que después pueda adaptarse a cada país

#### 4.) ¿Cómo evaluar las acciones de promoción?

##### 4.1.) Consideraciones generales:

- Para ilustrar el impacto de las acciones de promoción del consumo de F&V requiere de un seguimiento y evaluación, realizado por una entidad profesional y científica
- Documentar con estudios de marketing las posibilidades concretas para iniciar una penetración fuerte en los mercados locales.
- Debe usarse la capacidad de investigación de la salud pública para realizar evaluaciones del progreso en el consumo de F&V.
- Se debe evaluar la respuesta del público a diversas campañas e iniciativas.
- Las conclusiones y recomendaciones de la evaluación permiten orientar a las futuras acciones de promoción.

##### 4.2.) Experiencias exitosas.

- Chile: Por medio del proyecto "Evaluación del impacto de una intervención educativa "5 al día" para aumentar el consumo de F&V" (ILSI OPS)

##### 4.3.) Propuestas

- Medición de impacto mediante incremento de ventas.
- Agregar en encuestas rutinarias de nutrición aspectos específicos del consumo de F&V.
- Formular una guía con los términos de referencia para organizar el seguimiento y la evaluación a nivel nacional para armonizar las respuestas.

#### 5.) Temas pendientes:

Discutir inclusión de otros alimentos en el programa 5 al día, como:

- Legumbres y amiláceas.
- Alimentos transgénicos.



## ACUERDOS

- 1.- Se acordó formar un grupo latinoamericano para la promoción de F&V para reforzar la cooperación regional para el desarrollo de iniciativas nacionales, las cuales deben estar en armonía con las directrices de políticas y estrategias nacionales de nutrición y también enmarcarse en las orientaciones formuladas en la iniciativa de promoción de F&V de Kobe, incluyendo lineamientos de salud pública y seguridad alimentaria y nutricional.
- 2.- Se continuará organizando encuentros latinoamericanos en forma anual para mantener una continuidad de las acciones sobre la promoción del consumo de verduras y frutas en el ámbito latinoamericano. El próximo congreso Latinoamericano se realizará entre el 21-23 de Mayo del 2007 en Uruguay.



## SIGLAS

**F&V:** frutas y verduras

**OSEP:** Obra social de los empleados provinciales de Mendoza

**OMS:** Organización Mundial de la Salud

**OPS:** Organización Panamericana de la Salud

**FAO:** Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación

**ENT:** Enfermedades no transmisibles

**ONG:** Organización no gubernamental

**ILSI:** International Life Science Institute





## FICHA TECNICA

**Título:** Declaración de Guaymallen

**Editor:** Mariano Winograd - Presidente 5 al día - Argentina

**Autores:** Alejandra Domper (INTA - Chile) - Adriana Gamba (5 al día - Argentina)

**Revisión técnica:** Enrique Jacoby MD, MPH  
Supervisor regional, Unidad nutrición, familia y salud comunitaria OMS - OPS

**Tirada:** 600 ejemplares

**Fecha de realización:** Agosto de 2006

**Diseño:** Andrés Venturino, OPS/OMS, Arg.

**Impreso en Argentina**

Este documento puede ser reproducido en forma parcial o total sin permiso especial, pero mencionando la fuente de información.







Organización de  
las Naciones Unidas para  
la Agricultura y la Alimentación



Organización Mundial  
de la Salud



**Organización  
Panamericana  
de la Salud**

*Oficina Regional de la*  
Organización Mundial de la Salud