

Un marco para la promoción de
frutas y verduras a nivel nacional



Organización
Mundial de la Salud



ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES
UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA
ALIMENTACIÓN

Versión española. Traducción por parte de la Organización Panamericana de la Salud.

Las denominaciones empleadas en esta publicación y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, por parte de la Organización Mundial de la Salud o de la Organización de la Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto del trazado de sus fronteras o límites. Las líneas discontinuas en los mapas representan de manera aproximada fronteras respecto de las cuales puede que no haya pleno acuerdo.

La mención de determinadas sociedades mercantiles o de nombres comerciales de ciertos productos no implica que la Organización Mundial de la Salud o la Organización de la Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación los aprueben o recomienden con preferencia a otros análogos. Salvo error u omisión, las denominaciones de productos patentados llevan letra inicial mayúscula.

La Organización Mundial de la Salud y la Organización de la Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación han adoptado todas las precauciones razonables para verificar la información que figura en la presente publicación, no obstante lo cual, el material publicado se distribuye sin garantía de ningún tipo, ni explícita ni implícita. El lector es responsable de la interpretación y el uso que haga de ese material, y en ningún caso la Organización Mundial de la Salud o la Organización de la Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación podrán ser consideradas responsables de daño alguno causado por su utilización.

Esta publicación contiene la opinión colectiva de un grupo internacional de expertos y no representa necesariamente el criterio ni la política de la Organización Mundial de la Salud o de la Organización de la Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.

Se reservan todos los derechos. Las publicaciones de la Organización Mundial de la Salud pueden solicitarse a Ediciones de la OMS, Organización Mundial de la Salud, 20 Avenue Appia, 1211 Ginebra 27, Suiza (tel.: +41 22 791 2476; fax: +41 22 791 4857; correo electrónico: bookorders@who.int). Las solicitudes de autorización para reproducir o traducir las publicaciones de la OMS/FAO - ya sea para la venta o para la distribución sin fines comerciales - deben dirigirse a Ediciones de la OMS, a la dirección precitada (fax: +41 22 791 4806; correo electrónico: permissions@who.int) o a la División de Información de la FAO, Viale delle Terme di Caracalla, 00100 Roma, Italia (correo electrónico: copyright@fao.org)

© OMS and FAO 2005

Photo credits

Cobertura: UNECE, WHO/P. Virot

Páginas interiores: p. 4 WHO/P. Virot, p. 6 UNECE, p. 8, WHO/P. Virot, p. 21 PAHO, p. 26 FAO/W.O. Baudoin, p. 9, 10 FAO/W.O. Baudoin, p. 11 WHO/P. Virot, p. 12, 13 p. 30 UNECE, UNECE, p. 15 WHO/P. Virot, p. 16, 17 UNECE, p. 19

Cover design and layout:  www.paprika-annecy.com
Printed in the Philippines.

Un marco para la promoción de frutas y verduras a nivel nacional



**Organización
Mundial de la Salud**



ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES
UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA
ALIMENTACIÓN



7

電話: 883607
電話: 87882877

Contenido



Introducción	7
1 Principios rectores para los programas	9
2 Campos de consumo y redes de oferta de frutas y verduras	11
2.1 Características de campos de consumo y redes de oferta de frutas y verduras	11
2.2 Puntos de acceso para programas de promoción de frutas y verduras	14
2.3 Obstáculos para la promoción y el consumo de frutas y verduras	15
3 Reconocimiento de los interesados directos	18
4 Equipo coordinador nacional	19
4.1 Constitución del equipo coordinador nacional	19
4.2 Funciones del equipo coordinador nacional	19
5 Señalamiento de las metas y los objetivos nacionales	20
5.1 Consideraciones con respecto a la fijación de metas	20
6 Activades a nivel nacional	22
6.1 Políticas y planes de acción nacionales existentes	22
6.2 Posibles intervenciones a nivel nacional	22
7 Fuentes y recopilación de datos	28
8 Seguimiento y evaluación	29



Introducción

Un 60% de todas las muertes en el mundo y en las Américas se deben a enfermedades crónicas, no-transmisibles, incluyendo las enfermedades cardiovasculares, cánceres, el diabetes y la obesidad. Los factores de riesgo comunes a todas ellas son el tabaquismo, poca actividad física y una alimentación poco saludable. En el *Informe sobre la Salud en el Mundo 2002* de la OMS se calculó que la ingesta de escasa cantidad de frutas y verduras causa un 19% de los casos de cáncer gastrointestinal y un 31% de los casos de cardiopatía isquémica, produciendo 2,7 millones de muertes anuales en todo el mundo (el 5% del total)¹. Estas cifras son alarmantes dadas las crecientes evidencias científicas que demuestran los efectos benéficos de las frutas y verduras para la salud, incluyendo la prevención de deficiencias en micronutrientes.

La situación descrita a motivado a la Organización Mundial de la Salud (OMS) y a la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), para lanzar una iniciativa global para la mayor producción y consumo de frutas y verduras en el año 2003. Esta iniciativa se inscribe en el contexto de la "Estrategia mundial de alimentación, actividad física y salud" aprobada en el año 2004 por la Asamblea Mundial de la Salud. La misma fue elaborada por la OMS en consulta con los estados miembros, otras organizaciones del sistema de Naciones Unidas, la sociedad civil, el sector privado y un grupo de expertos.

La citada estrategia recomienda de "aumentar el consumo de frutas y hortalizas [...]". Un informe de expertos publicado recientemente por la OMS y la FAO, titulado *Dieta, nutrición y prevención de las enfermedades crónicas*, establece como meta poblacional una ingesta de al menos 400 g diarios de frutas y verduras (excluyendo la papa y otros tubérculos ricos en almidón)³.

La OMS ha aumentado sus esfuerzos para la promoción de frutas y verduras. Junto con la FAO, la OMS organizó el primer taller sobre "Frutas y Verduras para la Salud" en el Centro de la OMS en Kobe/Japón de 1-3 septiembre 2004. Allí se reunieron unos 50 expertos de los sectores de la nutrición, agricultura y salud, representantes de ministerios de salud y agricultura, consultores de las oficinas regionales de la OMS, expertos del Programa Mundial de la Alimentación, de la Comisión Económica para Europa, de la Secretaría de la Comunidad del Pacífico, del Instituto Internacional de Investigación sobre Política Alimenticia y de la comunidad internacional de los programas "5 Al Día", la cual promueve el consumo de frutas y verduras en varios países a través de colaboraciones entre el sector privado y público.

El objetivo del taller fue la elaboración de parámetros de trabajo para guiar el desarrollo de intervenciones de promoción de frutas y verduras en los países. Para el taller se prepararon una serie de presentaciones las cuales son disponibles en inglés en la página siguiente: www.who.int/dietphysicalactivity/fruit/en. Los títulos de las presentaciones son los siguientes:

- Consumo de frutas y verduras y los efectos para la salud acerca de enfermedades cardio-vasculares y la diabetes
- Consumo de frutas y verduras y los efectos en la obesidad
- Cómo medir el consumo de frutas y verduras
- Efectividad de intervenciones y programas que promueven el consumo de frutas y verduras
- Patrones y determinantes de la demanda de frutas y verduras en países en vía de desarrollo: una comparación entre varios países

Las conclusiones de dicho taller incluyen recomendaciones para la OMS y la FAO para seguir el trabajo de la promoción de frutas y verduras como:

- Iniciar/fomentar trabajo en común entre ministerios de salud y de la agricultura para promover conjuntamente frutas y verduras;
- Apoyar a los países a lanzar proyectos pilotos para determinar vías factibles y efectivos para aumentar el consumo de frutas y verduras, especialmente en los países en vía de desarrollo;
- Desarrollo de modelos para intervenciones para la promoción de frutas y verduras, especialmente para países en vía de desarrollo;
- Desarrollar una herramienta simple para medir la efectividad de intervenciones que promueven frutas y verduras
- Ayudar el mejor entendimiento de los efectos y los potenciales que tendrán incentivos y subsidios para estimular el crecimiento y la eficacia de la cadena proveedora de frutas y verduras.

¹ Organización Mundial de la Salud, *Informe sobre la salud en el Mundo 2002, Reducir los riesgos y promover una vida sana*. Disponible en: www.who.int/whr

² Organización Mundial de la Salud
http://www.who.int/gb/ebwha/pdf_files/WHA57/A57_R17-sp.pdf §22

³ WHO/FAO. *Diet, Nutrition and the Prevention of Chronic Diseases*. OMS, Serie de Informes Técnicos WHO Technical Report Series 916. Disponible en: http://www.who.int/hpr/NPH/docs/who_fao_expert_report.pdf

En las Américas se están desarrollando varios proyectos de promoción del consumo de frutas y verduras. Si desea más información sobre estos proyectos, visite las páginas siguientes.

Argentina: www.5aldia.com.ar
Brazil: www.5aodia.com.br
Canada: www.5to10aday.com
Chile: www.inta.cl/5aldia/index.asp
Estados Unidos: www.5aday.com; www.5aday.org; www.5aday.gov/
Mexico: www.cincopordia.com.mx
Peru: www.iin.sld.pe

Los países de las Américas, tienen en las frutas y verduras una oportunidad para la exportación mundial pero principalmente para recuperar sus tradiciones culinarias que hacen de las frutas y verduras parte central del sabor y color regional. Y ahora, con un motivo igual de importante, la salud!

Este documento presenta la versión española de los parámetros de trabajo que fue elaborada en el taller FAO/OMS descrito arriba. El informe completo (versión inglesa) se puede consultar a través de: www.who.int/dietphysicalactivity/fruit/en



Un marco para la promoción de frutas y verduras a nivel nacional



La elaboración de este marco estuvo a cargo de los asistentes al taller de OMS/FAO sobre frutas y verduras para la salud, quienes le ofrecieron un respaldo unánime. El taller se realizó en septiembre de 2004, en el Centro de la OMS para la Salud y el Desarrollo, en Kobe (Japón).

El marco guiará la organización de intervenciones eficaces y efectivas en función de los costos para la promoción de un consumo adecuado de frutas y verduras a nivel nacional o subnacional. En este proceso, deben tomarse en cuenta las capacidades de producción nacionales o locales, las prácticas agrícolas y alimentarias tradicionales, los modelos predominantes de nutrición, el estado de salud de la población y los programas existentes para la promoción de frutas y verduras. Este marco incluye principios generales y ejemplos de posibles intervenciones en diversos campos de consumo, con el fin de adaptar apropiadamente los programas de promoción de frutas y verduras a los grupos destinatarios.

1 Principios rectores para los programas

A nivel mundial, se afirmó en varias ocasiones el derecho a los alimentos nutritivos y la voluntad de acabar con el hambre y garantizar la seguridad alimentaria. El artículo 25 (1) de la Declaración Universal de Derechos Humanos, adoptada y proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en diciembre de 1948, expresa:

Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud y el bienestar, y en especial la alimentación [...]⁴

En 1992, los ministros y plenipotenciarios presentes en la Conferencia Internacional sobre Nutrición, declararon:

Reconocemos que el acceso a una alimentación nutricionalmente adecuada y sana es un derecho de cada persona.⁵

El Plan de Acción de la Cumbre Mundial sobre la Alimentación de 1996 se refiere en particular a la producción de frutas y verduras en el artículo 21, objetivo 2.3c y exhorta a los gobiernos, en colaboración con todos los actores de la sociedad civil, a

fomentar, según proceda, la producción y el uso de cultivos alimentarios culturalmente apropiados, tradicionales e ineficientemente utilizados, con inclusión de cereales, semillas oleaginosas, leguminosas de grano, cultivos de raíces, frutas y hortalizas, promoviendo los huertos familiares y, cuando proceda, escolares y la agricultura urbana mediante el empleo de tecnologías sostenibles [...]⁶

Cinco años después, en 2002, la Declaración de la Cumbre Mundial sobre la Alimentación reafirmó “el derecho de toda persona a tener acceso a alimentos sanos y nutritivos”. En el artículo 14 señala especialmente

la necesidad de disponer de alimentos nutricionalmente adecuados e inoocuos y resaltamos la necesidad de prestar atención a las cuestiones nutricionales como parte integrante de los esfuerzos para promover la seguridad alimentaria.⁷

La promoción de frutas y verduras también va de la mano con la meta 2 de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, que llama a:

Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, la proporción de personas que padecen hambre.⁸

⁴ Se puede consultar en: <http://www.un.org/Overview/rights.html>

⁵ Se puede consultar en: <ftp://ftp.fao.org/esn/nutrition/ICN/icndec.htm>

⁶ Se puede consultar en: http://www.fao.org/wfs/index_en.htm

⁷ Se puede consultar en: <http://www.fao.org/DOCREP/MEETING/005/Y7106E/Y7106E09.htm#TopOfPage>

⁸ <http://www.developmentgoals.org/Poverty.htm>



Los principios generales de un proyecto nacional para la promoción de frutas y verduras pueden incluir:

- disponibilidad
- accesibilidad
- asequibilidad
- aceptabilidad (calidad, sabor, inocuidad, tipo de alimentos, sensibilidad cultural)
- igualdad (incluidos los desposeídos)
- enfoque holístico o integrador
- sostenibilidad
- mercadeo y concientización sobre frutas y verduras en alimentos y programas alimentarios.

El establecimiento de un conjunto de principios rectores más específicos para un programa nacional de promoción de frutas y verduras puede diseñarse a partir de los siguientes principios generales:

- Un programa coordinado de promoción de frutas y verduras debe incluir iniciativas dirigidas tanto a los problemas de oferta como de demanda, y debe basarse en una evaluación de necesidades.
- Un programa de promoción de frutas y verduras debe ser coherente con las políticas y los planes de acción nacionales y complementario a estos, como en el caso de las políticas alimentarias y de nutrición, sanitarias, agrícolas y ambientales existentes.
- Un programa debe intentar movilizar los recursos existentes (personas, información, iniciativas, políticas).
- Un programa de promoción de frutas y verduras debe ser socialmente abarcador y participativo. Desde el comienzo debe dirigirse a todas las clases sociales mediante acciones específicas, y en particular a los pobres.
- Los mensajes deben ser congruentes en las distintas políticas y los distintos programas. Cada política o intervención debe promover un régimen alimentario saludable que incluya un mayor consumo de frutas y verduras (por ejemplo, los programas de alimentación escolar y los programas sociales de alimentación deben incluir la promoción de un mayor consumo de frutas y verduras como parte de sus disposiciones).
- El resultado principal debe ser un mayor consumo de frutas y verduras por parte de los grupos destinatarios.
- Se debe perseguir un enfoque interdisciplinario, integrado y holístico en todas las partes del programa.
- Se debe evaluar el proceso y todas las intervenciones.
- Deben prevalecer las prácticas óptimas.

② Campos de consumo y redes de oferta de frutas y verduras

Un factor importante a la hora de diseñar estrategias de intervención es el hecho de que diferentes tipos de consumidores (es decir, grupos socioeconómicos) adquieren y utilizan frutas y verduras de distintas maneras, y existen diferentes tipos de productores y proveedores. Para idear intervenciones sólidas destinadas a mejorar el consumo de frutas y verduras, es esencial poder conocer los grupos de población que consumen menos de lo que deberían y llevar adelante actividades a fin de comprender sus hábitos de consumo.

Todos los campos de consumo difieren ampliamente dentro de cada país, y entre los distintos países. Las características que se mencionan a continuación no se proponen ser exhaustivas, sino proporcionar ejemplos que pueden servir de guía en la caracterización de los campos de oferta y consumo en países y zonas específicos.

>>> 2.1 Características de campos de consumo y redes de oferta de frutas y verduras

Las frutas y verduras se adquieren en cantidades variables y de diversas fuentes de suministro que van desde la producción casera a la compra en mercados locales, rurales, y supermercados en los centros urbanos. Algunos consumidores, que pueden clasificarse como autosuficientes, producen sus propias frutas y verduras. Aquellos que dependen por completo de los mercados para obtener frutas y verduras pueden denominarse consumidores dependientes

del mercado, e incluso pueden dividirse en dos grupos diferenciados: los que adquieren frutas y verduras para satisfacer las necesidades del hogar y aquellos por quienes otros adquieren y preparan las frutas y verduras, por ejemplo, los programas de alimentación. Esta última categoría, definida en términos generales como consumidores institucionales, también incluye a consumidores de alimentos en escuelas y hospitales, servicios de comidas en establecimientos militares y lugares de trabajo, servicios de comidas en hoteles y restaurantes, etc. Aquellos consumidores que, al mismo tiempo, producen y adquieren frutas y verduras pueden clasificarse como consumidores mixtos.

De manera análoga, diferentes tipos de proveedores producen y comercializan frutas y verduras de distintas maneras y por distintos canales. Los pequeños agricultores de subsistencia producen para sí mismos y posiblemente para un mercado local, mientras que los productores comerciales en pequeña escala y las grandes firmas comerciales



producen principalmente para mercados tanto cercanos como lejanos. A continuación se amplían las características específicas de los campos de consumo mencionadas anteriormente.

Pequeños agricultores rurales que producen frutas y verduras para consumo propio y oferta de mercado

Características:

- producción propia de frutas y verduras;
- recolección de frutas y verduras;
- intercambio de frutas y verduras por otras mercancías, incluidos regalos;
- a menudo existe una división de tareas entre hombres y mujeres; los hombres producen cultivos comerciales, las mujeres producen frutas y verduras para consumo propio alrededor de la casa o en una pequeño huerto;
- las hortalizas consumidas son más a menudo cultivadas en casa; las frutas, si se consumen, son más a menudo compradas.

La función de los pequeños agricultores en el mercado generalmente se ve limitada a la venta de cantidades muy pequeñas de excedentes generados en los mercados informales locales que se encuentran a poca distancia (en los pueblos, al borde del camino, etc.). La venta puede ser directa o por medio de los recolectores (más común en el caso de frutas y especias).

Consumidores mixtos: horticultores rurales y sobre todo urbanos, pero también dependientes de la oferta de mercado

Características:

- productores ocasionales de frutas y verduras, pero sus principales ingresos no provienen de la agricultura;
- a menudo tienen un nivel de ingresos bajo a medio;
- pueden tener un conocimiento limitado del valor nutricional de las frutas y verduras o un prejuicio cultural en contra de ciertas frutas o verduras;
- comúnmente adquieren frutas y verduras en mercados locales o tiendas pequeñas;
- cultivan frutas y verduras de variedad y cantidad limitadas.

Los mercados locales o las tiendas pequeñas que generalmente proveen a los consumidores mixtos son a menudo pequeños operadores que trabajan fuera de las redes de oferta organizadas y formales. Pueden comprender cultivadores urbanos o periurbanos que venden sus productos (que pueden incluir tipos tradicionales y autóctonos en algunos países) directamente en mercados callejeros informales, pequeñas tiendas mixtas de comestibles o puestos con una variedad limitada de frutas y verduras de estación, compradas a mayoristas o productores.



Consumidores dependientes del mercado

Características:

- dependientes de la economía monetaria; debido a que la mayoría vive en zonas urbanas o periurbanas, tienen una capacidad limitada para cultivar alimentos;
- muchas mujeres en este grupo trabajan fuera del hogar; en consecuencia, hay menos tiempo disponible para la preparación de alimentos y una mayor necesidad de alimentos convenientes y procesados;
- parte del consumo de alimentos se realiza fuera de la casa; se cocina menos en el hogar;
- los consumidores pobres en este grupo a menudo adquieren productos en pequeñas cantidades debido a la falta de dinero en efectivo; en consecuencia, no pueden aprovechar las compras en grandes cantidades que ofrecen en oferta los supermercados para reducir los costos, lo que redundaría en un mayor gasto en alimentos;
- muchos no tienen acceso a las transferencias condicionales (transferencia de recursos a familias pobres a condición de que hagan algo, por ejemplo, enviar a los niños a escuela, llevarlos a los dispensarios), las redes de seguridad social ni los programas de ayuda alimentaria.

La red de oferta correspondiente a este campo de consumo es la característica de las zonas urbanas y periurbanas, es decir, agricultores más o menos especializados que viven en zonas rurales o periurbanas con una fuente de agua, y venden a recolectores, procesadores y minoristas, ya sea directamente o por medio de mercados de ensamblaje o mayoreo, y a veces en forma directa a los consumidores mediante los mercados de agricultores. Especialmente cuando se incluyen



supermercados y verdulerías especializadas, la cadena mayorista-minorista puede caracterizarse por la existencia de cadenas de frío y el transporte de productos a distancia, según el país y la región de que se trate.

La importación y exportación de productos básicos exóticos y fuera de temporada es una característica de las cadenas de suministro de frutas y verduras en muchos países. En el extremo minorista de la cadena de suministro puede haber una variedad de operaciones formales y bien organizadas, como mercados de animales vivos, supermercados, pequeñas verdulerías, pequeños puestos informales callejeros y al borde del camino, y vendedores itinerantes. Las frutas y verduras procesadas, semiprocadas y preenvasadas pueden conformar una parte muy significativa de una red de oferta de este tipo, al igual que la comida que se cocina y vende en la calle. Las cadenas de suministro dentro de un mercado formal pueden estar sujetas a reglamentaciones financieras, fiscales, de inocuidad de los alimentos y sanitarias.

Consumidores institucionales

Características:

- Escuelas: aquí los consumidores son niños y jóvenes. Las frutas y verduras se adquieren por medio de los programas de almuerzo escolar o provisiones gubernamentales, de empresas privadas, se traen de la casa o se compran en la escuela.
- Lugares de trabajo: aquí los consumidores son generalmente adultos sanos. Usualmente, las frutas y verduras se traen del hogar, se compran en el lugar (cafetería, vendedoras automáticas, programas pagados por adelantado), o fuera, por ejemplo, en casas de comida rápida o restaurantes.
- Hospitales y establecimientos asistenciales, incluida la atención de niños y ancianos: aquí los consumidores generalmente son personas que están indispuestas o en alto riesgo, por ejemplo, huérfanos y ancianos. Se proporcionan frutas y verduras como parte de las comidas institucionales.
- Establecimientos militares: aquí los consumidores son usualmente adultos jóvenes y sanos. Se proporcionan frutas y verduras como parte de las comidas fijas.
- Prisiones: aquí los consumidores pueden correr riesgo de desnutrición. Se proporcionan frutas y verduras como parte de las comidas institucionales.
- Programas de alimentación: aquí los consumidores corren riesgo de desnutrición. Se proporcionan frutas y verduras, en especie o por medio de cupones de compra, como parte del programa.

La red de oferta correspondiente a este campo de consumo es similar a la de los consumidores dependientes del mercado, aunque la compra directa de frutas y verduras a productores o mayoristas quizá sea más frecuente, en especial cuando el uso institucional es en gran escala, regular y de larga data.



>>> 2.2 Puntos de acceso para programas de promoción de frutas y verduras

En esta sección se describen, según los campos de consumo establecidos anteriormente, posibles puntos de acceso donde podrían iniciarse programas de promoción de frutas y verduras a nivel nacional.

Pequeños agricultores rurales que producen frutas y verduras para consumo propio y oferta de mercado

Puntos de acceso:

- Agua: garantía de un suministro sostenible para el crecimiento de las plantas.
- Preferencias alimentarias: promoción de las frutas y verduras conocidas a nivel local y ampliamente aceptadas.
- Mujeres: potenciar a las mujeres mediante:
 - o dedicación de menos tiempo a otras tareas para permitir la producción y preparación de frutas y verduras
 - o suministro de apoyo financiero para la producción de frutas y verduras
 - o educación sobre beneficios para la salud, e
 - o inclusión de la producción en pequeña escala de frutas y verduras durante todo el año en el trabajo de extensión.
- Escolares: enseñar a los niños en zonas rurales a cultivar, preparar y consumir hortalizas.
- Mercados locales: educación sobre técnicas de producción y diversificación de cultivos, inocuidad de los alimentos y beneficios para la salud.
- Promoción del uso de tecnologías sencillas para la producción, el manejo poscosecha y la conservación.

Consumidores mixtos: horticultores urbanos y rurales, pero también dependientes de la oferta de mercado

Puntos de acceso:

- Producción propia o comercio con vecinos: educación sobre técnicas de producción y diversificación de cultivos, inocuidad de los alimentos y beneficios para la salud.
- Mercados locales: mejora de la infraestructura del mercado; educación sobre técnicas de producción y diversificación de cultivos, inocuidad de los alimentos y beneficios para la salud de los consumidores; métodos para mejorar el manejo poscosecha.
- Supermercados y minoristas: educación sobre beneficios para la salud de los consumidores.
- Comercio menor: educación sobre comercialización, inocuidad de los alimentos, beneficios para la salud de los consumidores.

Consumidores dependientes del mercado

Puntos de acceso:

- Producción propia (donde sea posible): promoción del cultivo de frutas y verduras, por ejemplo, en pequeños huertos (microcultivo).
- Mercados (de agricultores) locales o urbanos: educación sobre beneficios para la salud de los consumidores.
- Proveedores comerciales, minoristas o supermercados: educación sobre beneficios para la salud de los consumidores.

Consumidores institucionales

Puntos de acceso:

Escuelas:

- Educación e instrucción de los padres mediante el programa de estudios y las asociaciones de padres y maestros.
- Identificación de los productos alimenticios a ser incluidos y excluidos del ambiente escolar, por ejemplo, en el almuerzo (proporcionado por el hogar), cambio de opciones en las vendedoras automáticas, especificación del porcentaje de frutas y las verduras que debe incluirse en los programas de almuerzo escolar.
- Educación de los niños y concientización acerca de las frutas y verduras, y qué es lo que constituye un régimen alimentario saludable, por ejemplo, mediante historietas gráficas (ejemplo de programa brasileño), carteles y recordatorios visibles en las aulas.
- Aumento del conocimiento de los niños sobre los alimentos, por ejemplo, cómo seleccionar frutas y verduras, cómo preparar alimentos.
- Producción y enseñanza en torno a las frutas y verduras por medio de los programas escolares de horticultura.

- Promoción de un ambiente limpio; promoción del lavado de los alimentos y de un adecuado lavado de manos.
- Análisis de los programas de estudios, por ejemplo, incluir nutrición en clases de ciencia, economía doméstica.

Lugares de trabajo, tanto para pequeñas como grandes empresas:

- Garantía de disponibilidad de frutas y verduras, ya sea que los alimentos se compren o se traigan de la casa.
- Suministro de medios mínimos en la cocina para la preparación de alimentos, por ejemplo, instalación de un horno microondas o una hornalla, un fregadero para el lavado, refrigeración.
- Cambio de opciones disponibles en las vendedoras automáticas: frutas o verduras secas, enlatadas o frescas; jugos al 100% sin endulzar.
- Promoción de la inclusión de frutas y verduras en los programas de la cafetería.
- Organización de programas en el lugar de trabajo para aumentar la conciencia nutricional de los trabajadores; aumento de la educación de la directiva en cuanto a la importancia de la nutrición en la salud de los trabajadores y la productividad.
- Garantía de un ambiente limpio.
- Colocación de recordatorios, como carteles, materiales didácticos, programas de audio, seminarios, recetas para alimentos saludables.
- Solicitud a los restaurantes vecinos para que exhiban carteles sobre un régimen alimentario saludable e información nutricional sobre los alimentos disponibles.
- Cumplimiento con la rotulación de los alimentos que se pueden adquirir en el lugar de trabajo.

Estos puntos de acceso recomendados, generalmente también son aplicables a otros consumidores institucionales como hospitales, prisiones, ejércitos, etc.

>>> 2.3 Obstáculos para la promoción y el consumo de frutas y verduras

Cada país necesita identificar los posibles obstáculos específicos según su situación, pero puede considerar los siguientes obstáculos generales, así como los más específicos, para cada campo de consumo.

Obstáculos generales para la promoción de frutas y verduras:

- clima: carácter estacional, disponibilidad de agua, extremos de calor y frío, sequía, lluvia;
- falta de tecnología para la horticultura y conocimiento de las prácticas de manejo;
- prioridades gubernamentales competidoras (por ejemplo, políticas que promueven producción de cereales en tierra cultivable o con agua de riesgo disponible);
- temas económicos: precio, ingresos, asequibilidad a nivel local e individual;
- actitudes de los productores;



- influencias culturales en los consumidores: regímenes alimentarios y prácticas de cocina tradicionales (este puede ser tanto un factor que obstaculice como uno que facilite), concepciones culturales erróneas que influyen en las preferencias alimentarias (por ejemplo, “la fruta causa diarrea”);
- gusto y formación de hábito respecto de los modelos de regímenes alimentarios en la niñez;
- falta de concientización o conocimiento sobre los beneficios de las frutas y verduras, la preparación de frutas y verduras, qué es lo que constituye un régimen alimentario equilibrado a medida que aumentan los ingresos (función de creciente consumo de carne y grasas), también concepción errónea de las afirmaciones anunciadas por otros productos con relación a la salud (alimentos funcionales);
- prácticas no higiénicas en la producción y preparación de alimentos;

- percepción o comunicación de los riesgos de inocuidad de los alimentos: contaminación por productos químicos o microbiana (debe recalcar en relación con el riesgo en cada país, según corresponda);
- mala interpretación o distorsión de la información por parte de los medios de difusión;
- introducción o rápido aumento de la cultura de la comida rápida; las frutas y verduras listas para comer no se encuentran fácilmente disponibles, pero la comida rápida lista para comer sí;
- competencia por financiación con otros programas de promoción, y con alimentos más populares;
- aceptabilidad social de intervenciones para la promoción de frutas y verduras;
- falta de disponibilidad, establecimientos de comercialización inadecuados;
- experiencias negativas con sobreproducción que requiere estrategias para diversificación, mejor programación, perfeccionamiento de eficacia de la cadena de valor o cambios de producción.

Obstáculos específicos para la promoción de frutas y verduras según el campo de consumo:

Pequeños agricultores rurales que producen frutas y verduras para consumo propio y oferta de mercado

- Pobreza extrema de productores y consumidores
- variedades de cultivos de baja calidad (ningún mejoramiento de cultivos)
- carencia de semillas o material de siembra
- limitaciones de recursos humanos y laborales
- falta de conocimientos básicos sobre las posibilidades.

Consumidores mixtos: horticultores urbanos y rurales, pero también dependientes de la oferta de mercado

- Tierra insuficiente o falta de políticas de aprovechamiento de tierras urbanas y periurbanas para la horticultura
- bajos ingresos
- falta de tecnología apropiada
- suministro insuficiente de agua limpia y, por lo tanto, riesgo de contaminación de los alimentos.

Consumidores dependientes del mercado

- Precio alto de frutas y verduras en tiendas al por menor
- cambio en empleos y modos de vida con la urbanización; falta de tiempo para la preparación y la cocina a medida que aumenta la urbanización y más mujeres trabajan fuera del hogar.

Consumidores institucionales

- Aceptabilidad y factibilidad de programas promocionales
- los intereses del proveedor institucional de alimentos compiten con la promoción de frutas y verduras.





③ Reconocimiento de los interesados directos

A continuación se enumeran los interesados directos que pueden participar tanto en la promoción de una mayor oferta como de una mayor demanda de frutas y verduras. A nivel nacional, cada país debe hacer una evaluación de sus respectivos interesados directos.

Sector público

- Ministerio de salud: salud pública y promoción de salud
- Ministerio de agricultura, ganadería, alimentos y pesca (desarrollo de horticultura y departamentos mercadológicos, departamento de riego, departamentos de extensión)
- Ministerio de educación: investigación (universidad, liderazgo científico), educación nutricional
- Ministerio de desarrollo social: inocuidad de alimentos, reforma agraria
- Ministerio de trabajo: programas en el lugar de trabajo, riesgos en el lugar de trabajo
- Ministerio de obras públicas o de planificación
- Ministerio de asuntos del agua
- Ministerio de transporte
- Ministerio del ambiente
- Ministerio de la mujer
- Ministerio de información o comunicación
- Ministerio de ciencia y tecnología
- Gobiernos regionales y locales, municipios (por ejemplo, planificación de uso de la tierra local, organización del mercado)
- Departamento del gobierno u organismo responsable de la inocuidad de los alimentos
- Administraciones de escuelas y hospitales.

Sector privado

- Proveedores de insumos agrícolas
- Organizaciones productoras: pequeñas, medianas, grandes o rurales, periurbanas, urbanas
- Industria de frutas y verduras: procesamiento, envasado, transporte, (almacenamiento)
- Asociaciones de comercialización de frutas y verduras: pequeños y grandes minoristas, mayoristas, compañías navieras, importadores
- Medios de información, por ejemplo, asociaciones de periodistas
- Instituciones financieras: bancos, instituciones de microcrédito
- Directores de empresas
- Gestión del lugar de trabajo
- Administraciones de escuelas y hospitales.

Organizaciones no gubernamentales y sociedad civil

- Grupos comunitarios (incluidos grupos agrícolas, de mujeres, culturales y religiosos)
- Grupos de consumidores
- Organizaciones de promoción de la salud (por ejemplo, cáncer, enfermedades cardiovasculares), inocuidad de los alimentos, ambiente, agricultura, etc.
- Cooperativas o asociaciones de agricultores, grupos de mujeres productoras
- Sindicatos de agricultores
- Grupos de promoción de la horticultura, por ejemplo, asociaciones de frutas y verduras
- Asociaciones de padres y maestros
- Curanderos
- Líderes comunitarios, religiosos y tradicionales
- Asociaciones de profesionales de la salud (médicos, nutricionistas, enfermeras).

Organismos internacionales

- La OMS, la FAO, el PNUD, el UNICEF, el PMA, el Banco Mundial, el FIDA y sus representantes regionales o nacionales,
- Agrupaciones económicas regionales, por ejemplo, la Unión Europea, la UG, ASEAN, SADC (Comunidad de Desarrollo de África Meridional), etc.
- Donantes bilaterales
- Grupo Consultivo sobre Investigaciones Agrícolas Internacionales (CGIAR), Instituto Internacional de Investigaciones sobre Política Alimentaria y otros (IFPRI).

4 Equipo coordinador nacional

>>> 4.1 Constitución del equipo coordinador nacional

Es necesario, aprovechando las estructuras existentes, implantar un mecanismo coordinador multisectorial para promover la producción, la oferta y el consumo de frutas y verduras. Cuando se eligen, los miembros de este equipo coordinador deben aprovechar la experiencia de otros interesados directos (que deben señalarse) y procurar la visibilidad del equipo. El equipo coordinador debe proporcionar liderazgo a nivel nacional y definir los mecanismos para su dirección interna.

El equipo coordinador podría incluir representantes de las siguientes áreas:

- sector de agricultura u horticultura
- sector nutricional
- sector de salud pública (por ejemplo, enfermera de salud pública)
- sector de educación
- sector financiero
- sector privado en general
- sindicato de agricultores, asociaciones de pequeños agricultores (representando a productores)
- asociación de consumidores
- sector académico (especialmente para diseño y monitoreo de programas)
- líderes de la comunidad local
- grupos de mujeres.

>>> 4.2 Funciones del equipo coordinador nacional

A continuación se proponen diversas funciones posibles para el equipo coordinador. A nivel del país, las funciones apropiadas para el equipo deben determinarse sobre la base de esta lista, a la cual pueden sumarse otras.

- Facilitar la organización y ejecución de programas de intervención nacional, incluida la movilización de recursos.
- Crear un ambiente para que los interesados directos puedan proseguir estos programas con sus respectivos departamentos e instituciones.
- Asumir la responsabilidad de abogar por las políticas y acciones, y guiarlas (con inclusión de la investigación y la extensión), así como por las estrategias o los planes de acción a ser ejecutados por diversos interesados directos a distintos niveles.
- Coordinar la actuación de diferentes interesados directos.
- Controlar diferentes programas orientados a aumentar el consumo e informar en forma sistemática.
- El equipo coordinador a nivel nacional debe ser responsable de la evolución de la coordinación a distintos niveles administrativos, es decir, nacional, regional, municipal.

Puntos de discusión

El equipo coordinador:

- no puede elaborar políticas, sólo puede guiar
- debe promover el proceso de descentralización
- debe tener responsabilidad y transparencia

Liderazgo: puede ser conjunto o rotatorio, por ejemplo, entre los ministerios de salud y agricultura; pero en último término el país es el que debe determinarlo.



5 Señalamiento de las metas y los objetivos nacionales

Las metas diferirán de un país a otro y, en particular, según los tipos de problemas relacionados con la nutrición que los programas de promoción de frutas y verduras tienen por objeto abordar. A continuación se sugieren metas generales.

META GENERAL

Contribuir a la prevención y el control de las enfermedades no transmisibles y las enfermedades causadas por una carencia de micronutrientes mediante una mayor producción y consumo de diversas frutas y verduras.

Meta de salud

- Mejorar el estado nutricional, específicamente reducir las carencias de micronutrientes y el riesgo de desnutrición y sobrenutrición, y en consecuencia el riesgo de las enfermedades no transmisibles.

Metas de nutrición

- Aumentar el consumo de frutas y verduras.
- Llevar el consumo individual de frutas y verduras a un mínimo de 400 g por día para disminuir la prevalencia y la incidencia de enfermedades crónicas y reducir las carencias de micronutrientes.

Metas de producción

- Aumentar la disponibilidad de frutas y verduras.
- Aumentar la producción y disponibilidad de cantidades suficientes de frutas y verduras para permitir a los consumidores alcanzar las metas de consumo recomendadas a mediano y largo plazo.

Metas de distribución

- Mejorar la eficacia de las redes de distribución y las posibilidades mercadológicas para los productores de frutas y verduras en pequeña escala mediante la disponibilidad de información transparente sobre precios y la promoción de prácticas justas y sólidas por parte de los intermediarios.
- Mejorar la distribución a los mercados locales, para que se ofrezca una variedad mayor de frutas y verduras.

La beneficiaria debe ser la población nacional, es decir, los consumidores, con efectos colaterales positivos como la mejora de la situación socioeconómica de los productores.

Deben fijarse metas de consumo de frutas y verduras culturalmente adecuadas que deben alentar a las personas a aumentar la cantidad de frutas y verduras que comen, preferentemente frescas o adecuadamente procesadas, por ejemplo:

- Consumo mínima de 400 g de frutas y verduras por día, ya que la meta de ingesta de nutrientes de la población es una importante meta de salud mundial a largo plazo.
- El uso de la meta de un mínimo de 400 g por día como un objetivo a corto o mediano plazo quizá no sea apropiado o no se pueda lograr, por ejemplo, en los países africanos donde el consumo actual es tan bajo.
- Quizá sea apropiado establecer una meta para que una proporción de la población alcance la meta de ingesta de 400 g por día.
- Mantener los números dentro del objetivo nacional puede resultar de utilidad, pero la simple globalización del mensaje que llama a 'Comer cinco frutas o verduras por día' (en resumen: "cinco por día"), usado actualmente en muchos países, principalmente desarrollados, no necesariamente se considera algo adecuado. La meta del 'número' debe establecerse a nivel nacional. Su presentación puede vincularse al número de comidas en las cuales las personas comen frutas y verduras, el número de platos (por ejemplo, como se usa en Tailandia), el número de porciones o el número de diferentes tipos de frutas y verduras (por ejemplo, como en varios países europeos y los Estados Unidos), según lo que mejor se comprenda culturalmente.

>>> 5.1 Consideraciones con respecto a la fijación de metas

Los programas nacionales deben establecer metas y plazos realistas, acordes a las circunstancias.

Objetivos

Cuando se establecen objetivos a nivel nacional para alcanzar estas metas, quizá sea útil distinguir entre objetivos a corto, mediano y largo plazo, o diferenciar entre objetivos genéricos y específicos. Lo siguiente puede servir de ejemplo:

A corto plazo: aumentar 20% el número de personas con huertos en sus hogares en dos años.

A mediano plazo: aumentar 20% la productividad de los huertos existentes en cinco años; aumentar la diversidad de los cultivos trabajados a un mínimo de seis por hogar en cinco años

A largo plazo: aumentar el consumo de frutas y verduras llevándola a los niveles recomendados en el grupo destinatario en 10 años

Ejemplos adicionales de objetivos específicos y genéricos

Específicos

- Evaluar el consumo actual de frutas y verduras para identificar y apuntar a los grupos con la ingesta más baja mediante el análisis de datos o el uso de técnicas de evaluación rápida.
- Tratar de alcanzar la recomendación mínima de un mínimo de 400 g por persona por día al (fijar plazo y permitir transición).
- Lograr la introducción de políticas para aumentar las frutas y verduras en los programas de alimentación del gobierno.
- Reducir las pérdidas poscosecha y educar a los grupos destinatarios sobre la tecnología apropiada (según necesidades de salud y disponibilidad) de conservación y preservación (por ejemplo, secado solar, encurtido).

Genéricos

- Aumentar y diversificar la producción, calidad y seguridad de frutas y verduras mediante:
 - autonomía de las mujeres
 - creación de empleo.
- Aumentar la disponibilidad y accesibilidad a frutas y verduras.
- Cambiar los conocimientos, las actitudes, el comportamiento.
- Cambiar o aumentar la cantidad y la variedad de las frutas y verduras que se consumen con el fin de lograr un mejor hábito alimentario general
- Concienciar a las instituciones sobre la necesidad de aumentar el consumo de frutas y verduras.
- Sensibilizar a la sociedad civil respecto de la importancia de las frutas y verduras por conducto de los medios de información.
- Incluir a la comunidad en servicios y programas con aspectos nutricionales (por ejemplo, proporcionar conocimiento y fondos a la comunidad).



6 Activades a nivel nacional

>>> 6.1 Políticas y planes de acción nacionales existentes

Todos los países han suscrito la Declaración Universal de Derechos Humanos que incluye el derecho a los alimentos. Muchos países tienen políticas o planes de acción vinculados a la alimentación y la nutrición, o a la seguridad alimentaria (véase abajo), en los cuales idealmente debe incluirse una política de promoción de frutas y verduras. El equipo coordinador nacional multisectorial debe identificar las políticas y las medidas pertinentes con inclusión de las finanzas, la agricultura, la promoción de la salud, el ambiente y las políticas alimentarias.

Puede existir la necesidad de actualizar, integrar o revisar las políticas nacionales existentes (por ejemplo, políticas de seguridad de alimentos) si no incluyen las frutas y verduras. Por ejemplo: incluir la promoción de huertos, agregar frutas y verduras a las políticas nutricionales si estas se centran en cereales y legumbres, integrar frutas y verduras, de cualquier manera factible, a las políticas y los programas de alimentación escolar, y alimentación terapéutica y de urgencia.

El equipo coordinador nacional también debe promover la investigación pertinente, orientada a la práctica, para informar sobre la formulación de políticas.

Entre las políticas que puede ser necesario tener en cuenta cuando se planifica una promoción de frutas y verduras a nivel nacional se incluyen:

- programas y políticas de seguridad alimentaria
- políticas nutricionales (normas alimentarias basadas en los alimentos)
- políticas agrícolas (producción)
- inocuidad de los alimentos y políticas de calidad
- políticas de salud
- políticas de control y prevención de las enfermedades no transmisibles
- políticas de educación (políticas de educación sanitaria) incluidos los programas de estudios escolares
- políticas de crédito
- políticas de insumo
- política ambiental
- política agrícola familiar
- políticas de agua, trabajo y tierra
- políticas de comercio y transporte por ejemplo, creación de pequeñas empresas y reformas mercadológicas
- políticas fiscales de alimentos y agricultura
- plan de horticultura nacional
- estrategia nacional para la reducción de la pobreza
- políticas de buenas prácticas ambientales (incluido el uso adecuado y seguro de plaguicidas)
- prioridades y programas donantes (bilaterales y multilaterales).

>>> 6.2 Posibles intervenciones a nivel nacional

Consideraciones generales

Es importante planificar las intervenciones tanto de producción como de consumo en las zonas rurales, urbanas y periurbanas. El entorno urbano y periurbano es muy variado en los distintos países, independientemente de su nivel de ingresos, e incluso varía entre las distintas regiones de un mismo país. Las intervenciones seleccionadas deben tener en cuenta el contexto particular en el cual se introducirán.

Al concebir intervenciones para un país quizá sea necesario diferenciar las relacionadas con las frutas de las relacionadas con las hortalizas, ya que los problemas que se deben encarar para aumentar el consumo de cada uno de estos alimentos son diferentes, por ejemplo:

- a las personas generalmente les gusta comer frutas y estas son fáciles de comer; las limitaciones en su consumo a menudo pueden relacionarse con el precio y el carácter estacional;
- las hortalizas deben prepararse, y es necesario educar a las personas acerca de su preparación y cocción, además de recalcar la necesidad de un mayor consumo.

Todo programa de intervención debe basarse en una minuciosa evaluación de necesidades y debe incorporar un plan de evaluación.

Ejemplos de posibles intervenciones

En los cuadros que aparecen a continuación se proporcionan ejemplos de áreas para la acción, posibles intervenciones y programas para cada campo de consumo (población destinataria).

Población destinataria: pequeños agricultores rurales que producen frutas y verduras para consumo propio y oferta de mercado

Metas	Áreas para acción y posibles intervenciones
Aumentar y diversificar la producción de frutas y verduras para lograr seguridad, calidad y diversidad durante todo el año	<p>Creación de capacidad de investigación para adaptación, ampliación, multiplicación de materiales de siembra y distribución local, centrándose en el seguimiento de aspectos clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Seguridad y calidad para aumentar el consumo:</i> <ul style="list-style-type: none"> - programa de frutas y verduras seguras - buenas prácticas ambientales: énfasis en uso de plaguicidas y prevención de contaminación • <i>Mejoramiento, selección y promoción de plantas: apuntar al sabor, la calidad y el contenido de nutrientes</i> <ul style="list-style-type: none"> - Promoción de cultivos o variedades con niveles nutricionales altos, por ejemplo, batatas amarillas, hojas verde oscuro, etc. • <i>Promoción de técnicas para extender la temporada de producción:</i> <ul style="list-style-type: none"> - escalonamiento de producción - agua
Aumentar la disponibilidad y asequibilidad de frutas y verduras	<p><i>Creación de capacidad para:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecnologías para la reducción de pérdidas poscosecha <ul style="list-style-type: none"> - tecnología de cosecha - tecnologías de procesamiento - mejor almacenamiento - envasado para frescura - reducción de pérdidas a nivel interno mediante la educación de las mujeres • <i>Programación y administración de la producción para reducir las brechas y los excesos estacionales a fin de proteger la conveniencia de precios del productor y el consumidor</i> • <i>Creación de nuevas redes para facilitar el transporte y la comercialización</i> • <i>Creciente participación de pequeños agricultores y participación en beneficios por conducto de:</i> <ul style="list-style-type: none"> - promoción de la actividad empresarial de los pequeños agricultores - promoción de esquemas para una información de precio transparente y prácticas justas por parte de los intermediarios - difusión de información de mercado, por ejemplo, tableros con precios en zonas rurales (como se hace, por ejemplo, en Mozambique) - comercialización directa (promoción de mercados de agricultores)
Cambiar los conocimientos, las actitudes, el comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Programas de educación:</i> para mujeres, niños, agricultores, agentes de desarrollo, agentes de extensión agrícola, planificadores y diseñadores de políticas, gerentes, especialistas en la materia • <i>Acceso a información y conocimiento existentes:</i> velar por el uso de medios adecuados • <i>Cambio de comportamiento:</i> planificación participativa facilitada • <i>Mercadeo social:</i> establecimiento de juntas de comercialización, donde se encuentren activas, para grupos de apoyo, programas, redes
Aumentar la cantidad de frutas y verduras consumidas, reemplazando alimentos con alto contenido energético y pobres en nutrientes, cuando sea necesario	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de medios de comunicación locales (especialmente radio), competencias, representación de papeles, teatro, exhibiciones de mercado • Educación de las madres acerca de un régimen alimentario saludable en los consultorios de vacunación o donde se pesa a los niños, promover el consumo de frutas y verduras en vez de alimentos pobres en nutrientes

Población destinataria: consumidores mixtos, horticultores rurales y sobre todo urbanos, pero también dependientes de la oferta de mercado

Metas	Áreas para acción y posibles intervenciones
Aumentar y diversificar la producción, calidad y seguridad de frutas y verduras	<ul style="list-style-type: none"> • Recolección, cotejo y difusión de información sobre los programas agrícolas exitosos • Promoción de redes agrícolas, así como comunidades, clubes, etc. • Tierra a disposición para la agricultura en zonas urbanas y periurbanas • Organización de programas de adiestramiento y extensión sobre agricultura, nutrición, inocuidad de los alimentos, etc. • Rescate de variedades tradicionales o autóctonas de frutas y verduras
Aumentar disponibilidad y asequibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora de las infraestructuras mercadológicas • Promoción de programas generadores de ingresos
Cambiar los conocimientos, las actitudes, el comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Organización de campañas en los medios de comunicación • Análisis de programas de estudios escolares y otras políticas y estrategias nacionales para apoyar la agricultura y educar sobre los beneficios de las frutas y verduras en la salud
Aumentar la cantidad de frutas y verduras consumidas, reemplazando alimentos con alto contenido energético y pobres en nutrientes, cuando sea necesario	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño y promoción de métodos de preservación alimentaria sencillos y en pequeña escala, a nivel del hogar • Promoción de recetas que incluyan frutas y verduras

Población destinataria: consumidores dependientes del mercado

Se sugieren tres áreas de intervención clave:

- Comunicación, educación y publicidad: tres enfoques dirigidos a una vasta población pero que tienden a ser costosos.
- Más intervenciones dirigidas, con inclusión de cambios en el ambiente, es decir, mediante la mejora en el acceso a las frutas y verduras, y en su disponibilidad; estas requieren una acción intersectorial.
- Reglamentación, por ejemplo, políticas fiscales, reglamentación de las declaraciones respecto de la de salud o publicidad, uso de declaraciones de salud prudentes con relación a las frutas y verduras.

En el cuadro que aparece a continuación se muestran ejemplos de programas.

Población destinataria: consumidores dependientes del mercado

Metas	Ejemplos de programas
<p>Aumentar y diversificar la producción, calidad y seguridad de frutas y verduras</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo con productores periurbanos en pequeña escala para determinar los tipos de frutas y verduras apropiados para esta clase de proyectos • Proyectos de mejora en la cadena de suministro que abordan la eficacia desde la semilla y el campo, pasando por el mercado, hasta la mesa, con sistemas de información e innovaciones tecnológicas apropiadas; necesidad de tener en cuenta los temas de inocuidad de los alimentos (uso de suministro de agua salubre) • Adiestramiento agrícola en amplia gama de técnicas y temas en torno a una producción eficaz y segura; de la producción a la preparación para la venta. Esto debe incluir educación y adiestramiento acerca de los métodos de producción inocua para el ambiente • Adiestramiento para lograr que la producción o preparación de alimentos no tenga efectos negativos no intencionales sobre la salud
<p>Aumentar disponibilidad y asequibilidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Producción en pequeña escala o en el hogar, preparación de alimentos y venta (para generación de ingresos) • Opciones para comercialización: promover métodos para complementar la distribución por medio de cadenas de supermercados • Importancia de políticas específicas para respaldar esta oferta local • Necesidad de asegurar la inocuidad de los alimentos pero sin impedir que los productores en pequeña escala vendan en distintos mercados, como ferias callejeras, mercados de agricultores y mercados móviles, desde la parte trasera de sus camiones
<p>Cambiar los conocimientos, las actitudes, el comportamiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Educación dirigida a mujeres y hombres acerca de: <ul style="list-style-type: none"> - buena nutrición y cómo lograrla mediante el régimen alimentario - frutas y verduras como parte de un régimen alimentario equilibrado - importancia de frutas y verduras para suplir las carencias de micronutrientes en los niños - prevención de enfermedades cardiovasculares, obesidad, cáncer etc. - preparación segura, y técnicas de cocina y almacenamiento culturalmente apropiadas <p>Campañas de educación en medios de difusión para informar acerca de los beneficios de las frutas y verduras para enfrentar la sobrenutrición, las enfermedades no transmisibles y las carencias de micronutrientes</p>
<p>Aumentar la cantidad de frutas y verduras consumidas, reemplazando alimentos con alto contenido energético y pobres en nutrientes, cuando sea necesario</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de educación pública para promover una mayor utilización de frutas y verduras en los restaurantes (educación con respecto a los beneficios para la salud y cómo aumentar la venta de frutas y verduras)

Población destinataria: consumidores institucionales

Las consideraciones generales con respecto a las intervenciones que podrían preconizarse como parte de un programa nacional comprenden lo siguiente.

- Estrategias específicas en escuelas, lugares de trabajo y otras instituciones: debe considerarse el alfabetismo, el acceso a los medios de comunicación, el medio rural o urbano, las funciones de género, las funciones sociales, la industria alimentaria y las políticas nacionales.
- Políticas nacionales que deben intentar crear una situación beneficiosa, por ejemplo, puede alentarse a la industria primaria y alimentaria a trabajar con estos programas mediante la apertura de grandes mercados en los que el gobierno actúa como intermediario (por ejemplo, programas de almuerzo escolar y esquemas de oferta de cultivos caseros).
- En cuanto a las funciones de género, resulta útil involucrar a las mujeres en la optimización de la cadena de suministro, incluida la educación en la cocina.
- Las escuelas y los hospitales son visibles al público; si no son consecuentes y promueven regímenes alimentarios saludables pero en realidad proporcionan alimentos insalubres, socavan todo el programa. Los hospitales y las escuelas representan una buena oportunidad no solo para promover regímenes alimentarios saludables sino también para proporcionar alimentos saludables.



Población destinataria: consumidores institucionales

Metas	Ejemplos de programas
<p>Aumentar y diversificar la producción, calidad y seguridad de frutas y verduras</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vinculado a los programas de alimentación institucional organizados por el gobierno, por ejemplo, para hospitales, campamentos, cuarteles, escuelas, establecimientos correccionales; suministro de semillas y adiestramiento para ayudar a las comunidades locales a producir frutas y verduras para los programas de alimentación • Proyectos de ampliación de la horticultura basados en la cadena de suministro para alentar a los agricultores y cultivadores periurbanos en zonas apropiadas a que cultiven frutas y verduras y se beneficien de las cadenas de valor vinculadas a los programas de alimentación institucional
<p>Aumentar disponibilidad y asequibilidad de frutas y verduras</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Huertos relacionados con la escuela: <ul style="list-style-type: none"> - Promoción del consumo de frutas y verduras autóctonas; enseñar a niños y niñas a cocinar - Participación de los padres y otros miembros adultos de la comunidad escolar extendida
<p>Cambiar los conocimientos, las actitudes, el comportamiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso de personajes públicos en la promoción del aumento en el consumo de frutas y verduras (por ejemplo, en Tailandia un integrante de la familia real está promoviendo la salud y la nutrición, en los Estados Unidos un senador promueve las frutas en las escuelas de su estado) • Unión de un régimen alimentario saludable con actividades físicas y deportes • Reconocimiento a las organizaciones no gubernamentales y los líderes religiosos que trabajan en la promoción de una mejor nutrición • Educación con respecto a la cocina y la preparación de frutas y verduras para quienes trabajan con alimentos en comunidades, escuelas, restaurantes • Mantenimiento o inserción de la nutrición y la cocina como parte del programa de estudios escolar • Huertos escolares: educación sobre agricultura y nutrición equilibrada • Visitas a mercados o supermercados locales para educar a los escolares sobre la oferta de frutas y verduras • Suministro de frutas como aperitivo en escuelas y lugares de trabajo (por ejemplo, como se ofrece en Dinamarca, Noruega y el Reino Unido)
<p>Aumentar la cantidad de frutas y verduras consumidas, reemplazando alimentos con alto contenido energético y pobres en nutrientes, cuando sea necesario</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de alimentación escolar (en la escuela y a nivel nacional; ya sean comidas gratuitas, subsidiadas o de pago) adaptados para aumentar el consumo de frutas y verduras por parte de los escolares (es decir, como parte de un régimen alimentario equilibrado, no solo respecto de la desnutrición), conectados con intervenciones del lado de la oferta para promover y apoyar la producción local • Los programas de alimentación del gobierno deben ser congruentes con las políticas nacionales de nutrición y deben promover la compra y el consumo de frutas y verduras.

7 Fuentes y recopilación de datos

La recopilación de datos sobre la oferta y el consumo de frutas y verduras debe integrarse en un sistema nacional de monitoreo nutricional (por ejemplo, con inclusión de antropometría, balances de alimentos, encuestas de alimentos). Es esencial recopilar o utilizar (en la medida de lo posible) los datos primarios y secundarios existentes para comprender los comportamientos actuales de los consumidores y los productores. Muchos países ya recopilan sistemáticamente datos sobre los hábitos alimentarios, la producción agrícola y más, a la mayoría de los cuales se puede acceder y pueden utilizarse al diseñar un programa de promoción de frutas y verduras.

En condiciones ideales, el equipo coordinador nacional debe contar con un especialista que pueda suministrar o recopilar estos datos, o el propio equipo debe planificar o comisionar este trabajo desde el principio. La recopilación de datos específicos, con empleo de métodos apropiados, puede ser necesaria para un programa de intervención. Todos los datos recopilados deben hacerse públicos y utilizarse a los efectos del programa.

Fuentes generales de datos

Incluyen:

- informes de censos agropecuarios;
- encuestas de ingesta alimentaria, incluso en las instituciones, donde también puede llevarse a cabo una evaluación de la oferta si se identifican las fuentes de donde provienen las frutas y verduras, por ejemplo, cafetería, traídas del hogar, compradas fuera;
- datos de compra de productos alimenticios por parte de las instituciones, por ejemplo, lugares de trabajo, hospitales, establecimientos militares.

Datos proporcionados por la FAO y la OMS

Sitios web útiles para obtener acceso a los datos proporcionados por la FAO y la OMS:

FAO

Sitio general de todas las estadísticas:

http://www.fao.org/waicent/portal/statistics_en.asp

OMS

InfoBase sobre factores de riesgo en enfermedades crónicas:

http://www.who.int/ncd_surveillance/infobase/web/en/

Sistema de información sobre carencia de micronutrientes:

http://www.who.int/nut/db_mdms.htm

Métodos para la recopilación de datos

Los métodos generales que pueden usarse para recopilar datos en todos los campos de consumo incluyen:

- técnica de encuesta del Instituto Internacional de Investigación sobre Políticas Alimentarias y el Banco Mundial
- evaluación rural participativa
- evaluación rural rápida.

Para recopilar datos sobre oferta y consumo en todos los grupos, se necesitan herramientas rápidas, válidas y sencillas, como por ejemplo una herramienta de evaluación rápida.

Datos básicos

Información que debe recopilarse como datos básicos, si aún no se encuentra disponible:

- qué compran y qué comen las personas a diario (por edad, sexo, tamaño del grupo familiar, estado civil, ingresos o grado de instrucción)
- dónde obtienen las personas las frutas y verduras
- dónde comen las personas: hogar, restaurantes, escuelas, lugares de trabajo, puestos de alimentos callejeros
- cómo comen (qué formas de alimentos, cocción, etc.)
- costo de frutas y verduras de diferentes fuentes de suministro, y precio de frutas y verduras en comparación con distintos tipos de alimentos.

Algunos principios generales para la recopilación de datos

- Procurar que la recopilación de datos esté a cargo de personas capacitadas (por ejemplo, investigadores de la universidad) y de que los métodos se estandaricen y validen;
- concienciar a los investigadores sobre los tipos de datos necesarios y evitar la investigación excesivamente complicada;
- crear un banco central de datos en el país, por ejemplo, en la oficina de estadística;
- unir las encuestas de apreciación con el seguimiento y la evaluación.

8 Seguimiento y evaluación

Deben recalcar los siguientes principios generales:

- Crear una cultura de evaluación: formar capacidad para el seguimiento y la evaluación.
- No se debe contemplar ningún programa que no incluya un mecanismo para la evaluación regular. Incorporar el seguimiento y la evaluación a los procesos de planificación, diseño y ejecución, e incluir una asignación presupuestaria específica para el seguimiento y la evaluación.
- Definir la estrategia de seguimiento y evaluación durante el diseño del programa, procurando que haya datos básicos y se planifiquen encuestas iniciales, de tal manera que puedan emplearse para el seguimiento en el futuro.
- Incluir expertos en el equipo de evaluación (por ejemplo, especialista en estadística, economista para análisis de costos-beneficios, director de programa para determinar qué debe evaluarse).
- Realizar un monitoreo frecuente durante el proceso, y realizar, con menor frecuencia, evaluaciones formales para cambiar la orientación.
- Vigilar todos los principios rectores: accesibilidad, asequibilidad, etc.
- Difundir los resultados de la evaluación.

¿Qué debe vigilarse?

Vigilar el proceso (aspectos operativos, de ejecución), el resultado (por ejemplo, si aumenta el consumo de frutas y verduras), la repercusión (por ejemplo, en la salud) y la eficacia en función de los costos.

Evaluación del proceso

Todos los programas deben incluir una evaluación del proceso para la localización de problemas y el logro de una ejecución eficaz, es decir:

- evaluar si el programa se está ejecutando según lo previsto
- reconocer los obstáculos para la ejecución
- utilizar información para mejorar la ejecución; determinar, probar y ejecutar las medidas correctivas, según sea necesario.

Evaluación del resultado

Esto debe realizarse para evaluar si se han logrado los resultados previstos como consecuencia de la ejecución del proyecto.

Evaluación de la repercusión y eficacia en función de los costos

Se debe llevar a cabo una evaluación cuidadosa y rigurosa para probar la repercusión y la eficacia del programa de intervención en función de los costos, en diferentes contextos. Sin embargo, esto no es necesario en todos los programas porque tiende a insumir importantes costos y recursos. La evaluación de la repercusión debe centrarse en la apreciación de si el programa ha alcanzado las metas estipuladas, y en la apreciación de los factores de éxito.

Selección de indicadores apropiados

Evaluación del proceso

Los indicadores del proceso incluyen indicadores de

- objetivo (por ejemplo, si la intervención está llegando a los beneficiarios señalados)
- cobertura (qué porcentaje de la población se está alcanzando)
- suministro o entrega (si la intervención se lleva a cabo según lo previsto, qué puede hacerse para mejorar aspectos operativos del programa y volver más eficaz la ejecución).

Evaluación del resultado

Los indicadores que marcan el resultado pueden ser, por ejemplo:

- si aumentó el consumo de frutas y verduras en la población o el hogar;
- si aumentó el consumo individual para diferentes grupos de edad;
- si aumentó la disponibilidad de frutas y verduras.

Evaluación de la repercusión

Se necesitan indicadores que muestren si la intervención está cumpliendo con los objetivos establecidos, por ejemplo:

- si ha cambiado el estado de nutrición (por ejemplo, menos carencia de micronutrientes)
- si los perfiles de los factores de riesgo para las enfermedades no transmisibles se mantienen o mejoran
- si ha mejorado el estado de salud.

Podrían usarse algunos indicadores de encuestas en curso, por ejemplo:

- encuestas alimentarias para el monitoreo de las ingestas
- indicadores bioquímicos para el monitoreo de las carencias de micronutrientes
- medidas antropométricas para el monitoreo de la obesidad
- morbilidad y hospitalizaciones para el monitoreo de las enfermedades crónicas.

