



Revista Chilena de Nutrición

ISSN: 0716-1549

sochinut@tie.cl

Sociedad Chilena de Nutrición, Bromatología y
Toxicología
Chile

Winograd K., Mariano

INTERVENCIONES DENTRO DEL PROGRAMA «5 AL DÍA» PARA PROMOVER EL CONSUMO DE
VERDURAS Y FRUTAS EN ARGENTINA

Revista Chilena de Nutrición, vol. 33, núm. 1, octubre, 2006
Sociedad Chilena de Nutrición, Bromatología y Toxicología
Santiago, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46914637011>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

ARTÍCULO

INTERVENCIONES DENTRO DEL PROGRAMA «5 AL DÍA» PARA PROMOVER EL CONSUMO DE VERDURAS Y FRUTAS EN ARGENTINA

INTERVENTIONS WITHIN THE «5 A DAY» PROGRAM TO PROMOTE THE CONSUMPTION OF VEGETABLES AND FRUIT IN ARGENTINA

Mariano Winograd K.

5 al día. Argentina.

Dirección para Correspondencia :

RESUMEN

En Argentina y Latinoamérica se verifica históricamente una fuerte presencia de la producción y consumo de frutas y hortalizas. Se ha transmitido el hábito de generación en generación conservándose en niveles equivalentes a los europeos hasta unos 20 años atrás. La creciente urbanización, un nuevo ciclo de globalización y profundos cambios culturales hicieron que aquellas costumbres se debilitaran y produjeran una modificación de los hábitos alimentarios, hasta la situación actual, en la que se observa que el consumo per cápita de frutas y hortalizas es realmente muy bajo. El capítulo de Argentina de 5 al día desarrolla la versión local de un programa internacional destinado a promover una alimentación saludable que incluya 5 porciones diarias de frutas y hortalizas. Combina acciones educativas y de promoción en diversos ámbitos, además de actividades académicas y cursos de capacitación, en procura de mejorar la salud pública, por medio de la prevención y el fortalecimiento de hábitos de vida saludables, que sin descartar otros alimentos, prioricen el consumo de frutas y hortalizas. En Argentina el desafío fundamental de la promoción de frutas y hortalizas no es conceptual ni metodológico sino operativo, se trata de lograr una coalición virtuosa público - privada que sea consecuente y actúe sostenidamente en el tiempo. El programa 5 al día - Argentina no tiene tal vez, por su origen, por su vocación y por el carácter de sus integrantes la mayor pertinencia para comunicar resultados altisonantes o modificaciones heroicas de las cifras, sin embargo nos sentimos orgullosos por haber logrado instalar, sostener y amplificar una consigna que creemos es una de las premisas que más requiere el continente.

Palabras claves: Programa 5 al día, promoción, hábitos alimentarios.

ABSTRACT

From a historical point of view people in Latin America and in Argentina in particular always produced and consumed fruits and vegetables. This habit was passed on from generation to generation. The increasing urbanization and globalization, along with cultural changes have

influenced a change in nutritional habits that lead to the present situation where a very low consumption of fruits and vegetables is observed. The «5 a Day» program in Argentina is the national effort of global activities to promote a healthy diet, which includes 5 portions of fruits and vegetables every day. It combines educational and promotional activities in various areas as well as academic activities in order to increase public health through the prevention and promotion of healthy lifestyles, highlighting in particular daily fruit and vegetable consumption. The main challenge to promote fruit and vegetable intake in Argentina is an operative one, aiming to develop a sustainable public-private partnership. Thus, taking into account the components and origins of the «5 a Day» in Argentina as a non-governmental organization, no relevant results can be communicated at the moment. However, it is with great pride that we report to have established a «5 a Day» brand, which is maintained and promoted, and one that Latin America really needs.

Key words: 5 A Day, promotion, eating behaviour.

INTRODUCCIÓN

Argentina y Latinoamérica históricamente han presentado una fuerte producción y consumo de frutas y hortalizas. Se ha transmitido el hábito de generación en generación conservando niveles equivalentes a los europeos hasta unos 20 años atrás. La creciente urbanización, un nuevo ciclo de globalización y profundos cambios culturales hicieron que aquellas costumbres se debilitaran y produjeran una modificación de los hábitos alimentarios hasta la situación actual en que se observa que el consumo per cápita de frutas y hortalizas es realmente muy bajo. Es por ello que el trabajo de 5 al día en Argentina presenta características peculiares, ya que aspira a recuperar un status original equivalente al consumo de una cultura alimentaria mediterránea, para el que el país ofrece condiciones agroecológicas aptas, antecedentes históricos y memoria colectiva.

Sin embargo la tarea no es fácil ya que la competencia con otras industrias agroalimentarias es ardua y exacerbada por razones históricas y políticas, la articulación público-privada fue particularmente dañada por recurrentes frustraciones y esfuerzos vanos.

LA SITUACIÓN ACTUAL

La Argentina es un país cuya población, actualmente mayoritariamente urbana, proviene en gran parte del medio rural, del cual migró hacia los principales centros urbanos que empezaban a consolidar sus cordones industriales hacia mediados de la década del 40.

Tanto en el caso de la población autóctona como en los inmigrantes, era posible visualizar la existencia de un bagaje cultural que incluía el hábito de producir y consumir frutas y hortalizas (F & H). Así, las principales zonas frutícolas y los cinturones verdes de las grandes urbes se desarrollaron gracias a estos aportes. Transmitida de generación en generación, aún con la migración a los centros urbanos, sus descendientes tenían el hábito de producir y consumir F & H en forma habitual.

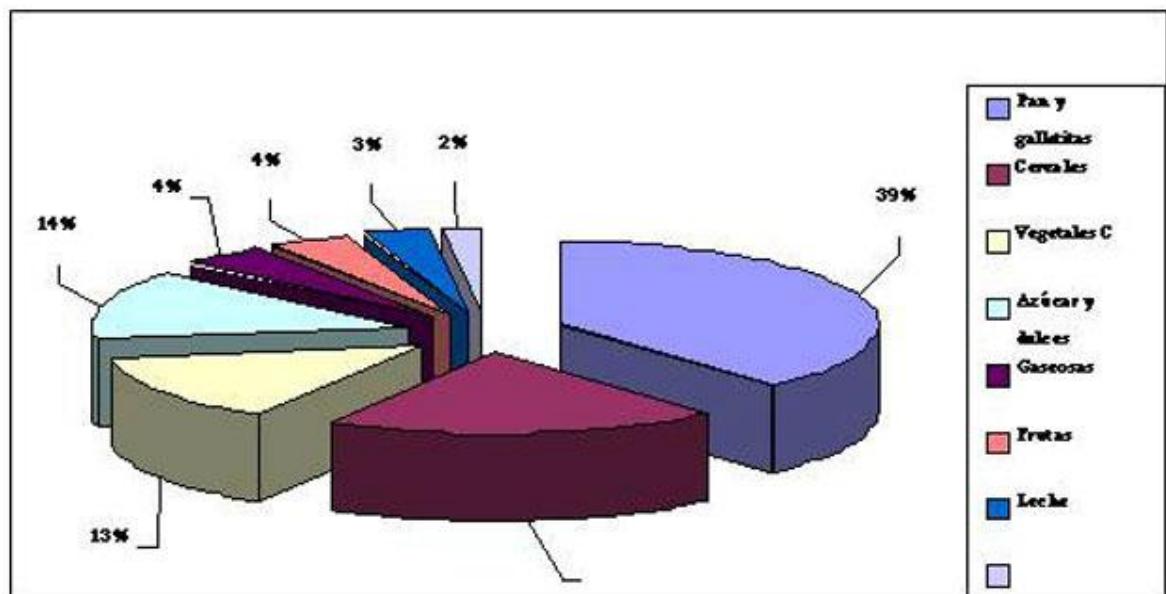
La creciente urbanización, globalización e incipientes cambios culturales, tanto como la actual crisis socioeconómica hicieron que estas costumbres se fueran debilitando y derivaran en la modificación de los hábitos alimentarios, hasta llegar a la situación actual, en que se observa que el consumo per cápita de F & H es prácticamente marginal, si se lo compara con otras épocas (aunque no existan datos oficiales), y también si se consideran los valores que se registran en algunos estudios de consumo nacionales y en otros países.

En el cuadro 1 (1), puede observarse que en la dieta de un adulto ubicado en los deciles inferiores de ingreso (consumiendo 2500 kilocalorías kcal/día), se evidencian porcentajes bajos de las frutas y hortalizas, concentrados especialmente en los llamados «vegetales C» (papa, batata y choclo) que cubren aproximadamente 13% del total.

Las frutas representan algo más del 4% y las restantes hortalizas tan solo un 1.9%.

CUADRO 1

Porcentaje de los diferentes grupos de alimentos sobre el total de energía de la CBA*



*CBA = Canasta básica de alimentos

Al analizar las cantidades que representan estos porcentajes se observa que el consumo planteado por la canasta básica alimentaria (cba) para los deciles más bajos es de aproximadamente 120 g de fruta y 120 g de hortalizas diarias, con aproximadamente 200 g de hortalizas C.

Dicha ingesta resulta incompatible con los criterios modernos de nutrición ya que no promueve la variedad ni la diversificación de las hortalizas consumidas.

Existen asimismo datos más puntuales de investigaciones sobre consumo de alimentos en zonas carenciadas del conurbano bonaerense, que indican consumos de F & H entre los 100 ± 50 g diarios de cada grupo.

En poblaciones de mayor ingreso, las proporciones no varían demasiado, el consumo de hortalizas C es algo menor y aumenta en cambio el consumo de F & H más caras.

Es evidente que en Argentina existe un problema en la alimentación que no se registra únicamente en el bajo consumo de F & H, sino que además está acompañado por el bajo consumo de otros alimentos de buena calidad nutricional.

Además debe incluirse como factor de relevante importancia el desconocimiento existente, principalmente entre los niños, jóvenes y madres, acerca de los procesos productivos, logísticos y comerciales que permiten la llegada al consumidor, así como de las propiedades saludables vinculadas con el consumo de F & H.

Diferentes estudios señalan a los factores que influencian e intervienen en el consumo de F & H, algunos personales (preferencias en cuanto al sabor, actitud en cuanto a la salud, cuidado del cuerpo), otros relacionados con los hábitos de vida y alimentarios (frecuencia de comidas, tipo de comidas consumidas) y otros socioambientales (alimentación saludable, hábitos alimenticios familiares y paternos, nivel socioeconómico y disponibilidad de F & H en el hogar).

La conclusión de gran parte de los estudios realizados indica que existe una fuerte correlación positiva entre el consumo de F & H con la disponibilidad hogareña, los gustos y la influencia de factores como la educación y medios de comunicación.

En este marco, puede visualizarse al proceso de producción y consumo de F & H como síntesis de dos procesos concurrentes, cuya práctica creemos conveniente difundir: el referido a la combinación de las propiedades de una alimentación saludable basada en el consumo de al menos 5 unidades diarias de F & H, los factores productivos y los relativos al manejo del contexto (educación y comunicación).

En poco más de 20 años se ha producido una baja de casi el 30 % en el consumo de frutas y hortalizas así como de su incidencia en el gasto.

Esta tendencia aún no se revierte e incluso se incrementa, tal como lo muestra en la tabla 1 con datos para la ciudad de Buenos Aires (2-4).

TABLA 1

Consumos estimados de frutas y hortalizas (datos Buenos Aires).

	1960	1965	1985/86
Total hortalizas	173,9 (70.4%)	184,0(67.9%)	115,3 (64.5%)
Total frutas	73,1 (29.6%)	87,2(32.1%)	63,4 (35.5%)
Total frutas y hortalizas	247,0 (100%)	271,2 (100%)	178,7 (100%)
(Kg. per cápita/año)			

Si analizamos la participación de frutas y hortalizas en el gasto de los hogares veremos su pérdida progresiva de importancia, lo que si bien podría inducir a pensar en una mejora social por incremento del ingreso y mayores consumos de otros bienes, demuestra en cambio un empobrecimiento y deterioro dietario hacia un consumo excesivo en grasas y azúcares e insuficiente en vitaminas y minerales (tabla 2) (5).

TABLA 2

Participación de frutas y hortalizas en el gasto de los hogares en la Región Metropolitana del Gran Buenos Aires, (% del total de gastos).

	Encuesta de gasto		Variación % entre encuestas
	1985/86	1996/97	
Grupo alimentos y bebidas	38,2%	31,8%	- 16,8%
Frutas	2,5%	1,7%	- 32,0%
Verduras y legumbres	3,1%	2,3%	- 25,8%
Subtotal frutas y hortalizas	5,6%	4,0%	- 28,5%

Los datos de una reciente encuesta nacional muestran un notable sesgo social, evidenciando que el consumo se halla irregularmente distribuido en función de los ingresos familiares especialmente las frutas que corresponden a un consumo de clase media y alta estando prácticamente ausentes de la dieta popular (tabla 3) (6).

TABLA 3

Consumo per cápita (año 2000) comparación entre niveles de ingreso en Argentina.

Alimentos y bebidas	Promedio/10 % más pobre	10 % más rico/ 10 % más pobre
Frutas	7,2	24,3
Verduras y legumbres	3,8	10,5

Diferentes organizaciones sociales y científicas apoyan la propuesta desarrollando acciones para promover en la Argentina el consumo de F&H (7, 8). Sin embargo podemos afirmar que las políticas nacionales tanto de salud, como educación y agricultura no han establecido aún esta consigna con el carácter de prioritaria que la situación sugiere (9). Es por ello que la conformación de un comité 5 al día, constituye a nuestro juicio un paso adelante en la tarea, que seguramente verá incrementado su ritmo en los próximos años.

La ASOCIACIÓN 5 AL DÍA EN ARGENTINA Y SUS ACTIVIDADES

A diferencia de otros países, el programa 5 al día Argentina, surge como iniciativa desde el sector frutihortícola y no desde la salud o educación pública, ni tampoco desde la academia científica. El sector productor de F & H enfrenta en Argentina, al igual que sus homólogos en otros países del mundo, la necesidad de actualizar sus argumentos comerciales a fin de satisfacer nuevas demandas por parte de la sociedad.

La cadena de valor F & H es una de las principales actividades generadoras de empleo en Argentina. Asimismo tiene una distribución regional que enfrenta coherentemente al desarrollo macrocefálico característico de nuestra historia por sus vinculaciones con la salud, la alimentación, la educación laboral, el desarrollo regional, la cultura local y el equilibrio entre localidad y globalidad. Su desarrollo posee justificación no tan sólo sectorial sino social en su conjunto. El programa 5 al día - Argentina aspira a identificar sinergias y consensos entre los intereses habitualmente encontrados de la cadena de valor, potenciando el objetivo común de promover la producción y el consumo.

La característica empresarial del sector frutihortícola que es desconcentrado e integrado por pequeñas y medianas empresas, reduce su capacidad de publicidad masiva, ya que resulta desmesurado para una empresa aislada establecer un mensaje que compita con la publicidad de otras industrias, sean o no alimentarias. Independientemente de las actividades publicitarias, promocionales y aún educativas que las empresas puedan desarrollar individualmente, la experiencia internacional sugiere la necesidad de acciones conjuntas de carácter genérico que exploten las peculiares características de esta canasta de productos. Por tratarse de una actividad productiva basada en los primeros alimentos a los que accedió el hombre, y al mismo tiempo uno de los alimentos más modernos y nobles (por su connotación sana y divertida), la industria frutihortícola ha arribado a una conclusión similar en varios países; la estrategia comunicacional del sector debe incluir acciones de conjunto que vinculen al consumo con la salud y la educación en nutrición con el consumidor.

El programa 5 al día en Argentina ha venido realizando diferentes actividades desde el año 2001 en que se constituye su junta promotora (10).

En ese período atravesamos situaciones muy críticas como la intensa crisis política de los años 2001 y 2002 en que debimos concentrarnos en acciones solidarias por resultar extemporánea la acción promocional en medio de la aparente crisis social. Hoy desarrollamos actividades y proyectos que vinculan a través de acciones e intervenciones educativas y de comunicación social a la industria, el consumo y la comunidad, con un sólido fundamento relacionado con la salud, nutrición y calidad de vida.

La actividad frutihortícola ha tenido en la Argentina numerosos proyectos de promoción fragmentada, ya sea dirigidos a una región, un producto, una temporada o un canal específico de distribución, pero no ha tenido una campaña genérica de promoción a nivel nacional. Se propone potenciar acciones previas y aisladas e instalar un proyecto concreto de acción conjunta sectorial. En este sentido el programa 5 al día está desarrollando líneas tendientes a lograr lo antes mencionado; para lo cual consideramos 4 ámbitos prioritarios de acción: hogar, empresa, escuela y comunicación - recreación.

Si bien en el contexto internacional los ámbitos formales del trabajo y la escuela son dos de los más explorados, o en condiciones de recursos abundantes, el enfoque al hogar podría serlo. En la Argentina, dada su peculiar crisis económica y de confianza paralelas, hemos creído necesario ser originales y priorizar acciones vinculadas con el placer, la diversión y la recreación.

En niños y jóvenes, el argumento del temor a la muerte por enfermedad no transmisible no parece suficiente. Se busca vincular a los procesos productivos frutihortícolas con la diversificación de la dieta familiar y la educación en las escuelas, a través de campañas de comunicación y con actividades que involucren a toda la comunidad, desde los niños, jóvenes y madres hasta los comerciantes y productores.

La frutihorticultura ofrece alternativas para desarrollar simultáneamente algunos de los problemas centrales del desarrollo sesgado que caracterizó a los años noventa en la Argentina: emigración rural, desempleo, concentración, hambre, desnutrición y dualismo. Las transformaciones socioeconómicas de la década reciente han generado un escenario fuertemente dual en la Argentina, con el equivalente correlato hacia la especificidad frutihortícola. Por un lado se ha facilitado el acceso a la información y el conocimiento, particularmente proveniente del escenario global (producto de avances tecnológicos en materia de comunicaciones) y por el otro se ha verificado un fuerte empobrecimiento de la población local con dificultades de acceso al consumo de bienes y servicios.

El escenario sectorial se puede caracterizar en los siguientes grandes rubros:

- Argentina se ha posicionado como un creciente proveedor frutihortícola del mercado internacional a partir de una posición inicialmente más débil en relación a sus competidores del hemisferio sur.
- Tenemos la posibilidad de producir frutas y hortalizas en forma abundante y económica por sus condiciones ecológicas.
- Las ventajas logísticas que la producción posee para el mercado externo, interno y regional garantizan condiciones precompetitivas que deben ser potenciadas.
- Las condiciones agro - ecológicas aseguran la posibilidad de producción frutihortícola en casi la totalidad de los ambientes y comunidades distribuidas a lo largo del territorio nacional.
- La industria se halla relativamente organizada para la defensa de sus intereses sectoriales en materia de comercio exterior y conflictos macroeconómicos, pero insuficientemente en lo que respecta a la promoción genérica del consumo sectorial
- Existen empresarios del sector productor / comercializador de frutas y hortalizas interesados en participar de campañas genéricas de promoción como las que existen en numerosos países del mundo.
- Hay abundante información científica tanto local como internacional acerca de la importancia del consumo de F&H para una mejor salud.
- En las condiciones críticas particulares de la Argentina, se agrega a esta definición general, un fuerte interés por los aspectos sociales y nutricionales de la frutihorticultura por su potencial en materia de generación de empleo, desarrollo local, lucha contra el hambre y la malnutrición.

El programa 5 al día ha participado activamente en diferentes eventos, proyectos o medio de comunicación para la difusión de sus ideas, propuestas y convocatorias.

RESULTADOS DE LAS ACTIVIDADES DE 5 AL DÍA - ARGENTINA Y DISCUSIÓN

Dada la condición de ONG sin recursos genéricos, nos hemos enfocado al desarrollo de pequeños proyectos puntuales, locales, acotados, para difundir la idea y conformar la masa crítica o coalición virtuosa que finalmente catalice este proyecto de sinergia social. La

Argentina tiene una particular dificultad, aún en el contexto latinoamericano en que estamos insertos para la sinergia público - privada. La condición económica y social inestable en el país ha generado una serie de dificultades para la implementación del Programa en Argentina. Se ha participado activamente en Congresos de la Asociación Argentina de Horticultura, exposiciones de la Sociedad Rural Argentina, salones frutas y Verduras, eventos rurales como Expochacra y Feriagro, y encuentros locales o regionales relacionados con el tema. El esfuerzo que nos ocupa implica la sinergia de esfuerzos entre los sectores público, privado, académico y social. 5 al día Argentino ha desarrollado líneas de acción en materia académica (simposios, programas de capacitación, seminarios y talleres), realiza foros y eventos, actividades participativas (concursos, siembras comunitarias, visitas guiadas) y de difusión. Actúa en el ámbito público para promover la salud y el desarrollo social y en el privado involucrando al sector en sus actividades tendiendo a formar una red de alianzas para promocionar y difundir las ventajas del consumo de frutas y hortalizas por parte de la población. La acción desarrollada por 5 al día en Argentina se ha enfocado en una primera etapa a la sensibilización para luego aspirar a toma de conciencia y cambio de actitud.

A pesar de constituir nuestro país una economía sólidamente preparada para producir frutas y hortalizas, exportarlas en cantidades crecientes y haberlas incorporado a la cultura alimentaria hace mucho tiempo, falta una acción organizada y persistente para promover su consumo. Es por ello que 5 al día Argentina se encuentra abocada a la construcción de un soporte institucional para la realización concreta y efectiva de la promoción del consumo de frutas y hortalizas. Desarrolla además, acciones puntuales como en la Cooperativa Obrera de Bahía Blanca o La Agrícola Regional de Crespo (Entre Ríos) en donde acciones promocionales a nivel de puntos de ventas han logrado sorprendentes incrementos en el volumen comercializado de hasta un tercio en plazos breves.

Los convenios establecidos con organizaciones científicas y académicas, la realización de congresos y eventos que culminaron este año en la honorable designación como anfitriones para el Segundo Congreso Panamericano para la Promoción del Consumo de Frutas y Verduras, el desarrollo de programas de capacitación virtuales y presenciales, corroboran un avance institucional y ejecutivo claro y consecuente.

La decisión conjunta con la Corporación del mercado central de Buenos Aires para la instauración de la semana de la alimentación saludable (con auspicio de FAO y OPS) y su repetición o réplica en todo el continente constituyen hitos en igual sentido. El diagnóstico es claro, la tarea de sensibilización puede considerarse iniciada, aunque la obtención de los resultados procurados constituye aún una asignatura pendiente.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES PARA LA PROMOCIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN LA ARGENTINA

En Argentina el desafío fundamental es operativo, se trata de lograr una coalición público - privada consecuente y mantenida en el tiempo, que incluya a la empresa, a la academia y a la sociedad para llevar adelante un proyecto como el que nos ocupa y que tiene implicancias tanto en el incremento de ventas, como en la mejora de la salud pública. 5 al día - Argentina por su origen, por su vocación y por sus integrantes no tiene tal vez la mayor pertinencia continental para comunicar resultados altisonantes o modificaciones grandes de las cifras, sin embargo nos sentimos orgullosos por haber logrado instalar, sostener y amplificar una consigna que creemos es justamente una de las premisas que más requiere el continente.

BIBLIOGRAFÍA

1. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Canasta básica de alimentos en 1985/86. 1986.
2. Dirección Nacional de Estadística y Censos. Encuesta sobre condiciones de vida de familias obreras. Costo del nivel de vida en la Capital Federal, Buenos Aires. 1960.
3. Consejo Nacional de Desarrollo. Encuesta de Consumo de alimentos en la Capital Federal y Gran Buenos Aires. 1965.
4. Teubal M.. Hambre y alimentación en la Argentina. Revista Realidad Económica. Nro. 89. 4to. Bimestre. 1989
5. Instituto nacional de estadística y censos. Encuesta Nacional de Gasto de los Hogares. Resultados para la Región Metropolitana del Gran Buenos Aires. 1985/86. 1986.
6. Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI).. El marco para la definición del rol del INTI. Buenos Aires. 2002
7. Asociación Argentina de Dietistas y Nutricionistas Dietistas. Guías Alimentarias. Disponible en: <http://www.aadynd.org.ar/comunidad/guias.php> (sitio web visitado 3 de agosto, 2006)
8. Sociedad Argentina de Nutrición. Ud. Sabe comer bien? Disponible en:http://www.sanac.org.ar/index.php?option=com_content&task=category§ionid=7&id=24&Itemid=66(sitio web visitado 3 de agosto, 2006)
9. Ministerio de Desarrollo social de la Nación. 2003. Plan Nacional de Seguridad Alimentaria. Disponible en: <http://www.desarrollosocial.gov.ar/planes/PA/default.asp> (sitio web visitado 3 de agosto, 2006).
10. 5 Al Día Argentina (2006) Actividades de 5 Al Día. Disponible en:http://www.5aldia.com.ar/contenido/esp_home/home.asp (sitio web visitado 3 de agosto, 2006)

 *Dirigir la correspondencia a:* Sr. Mariano Winograd
Teléfono: 0054-911-44487069, Fax: 0054-11-48617351
E mail: mwinograd@fibertel.com.ar

Este trabajo fue recibido el 9 de Agosto de 2006 y aceptado para ser publicado el 12 de Septiembre de 2006.