

Sobre la edición de la Guía de las Frutas y Hortalizas y la página web

El compromiso continua



Redacción

redaccion1@ediho.es

En colaboración con el Marm, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Ediciones de Horticultura publica la Guía de Las Frutas y Hortalizas. Este libro que se publica cada año, la página www.frutas-hortalizas.com, sirven para entender y dar a conocer conceptos valiosos para el comercio y disfrute de las frutas y hortalizas. En el futuro este libro tendrá también una edición electrónica.

La Guía de las frutas y hortalizas es una parte de un compromiso sincero para contribuir a una promoción eficaz en un comercio de estos alimentos que esté orientado al valor. Parte de este compromiso está fundamentado en el proyecto europeo Fruit Veg, la fundación de la Asociación 5 al Día y las ediciones publicadas de esta Guía.

El libro se distribuye esencialmente en la cadena de suministro alimentario, y las empresas organizadas de hostelería. Con la Guía los editores acuden a ferias como Alimentaria y a otras relacionadas con la alimentación moderna, las actividades del foodservice y de los nuevos cocineros. De la Guía se han publicado dos ediciones en inglés, 2007 y 2009 y una en alemán el año 2008. Todas estas ediciones se distri-

buyen en la feria Fruitlogística, en AGF Totaal en Rotterdam, Macfrut en Cesena, Euroagro Fruits en Valencia y también en la nueva feria de Madrid, Fruit Attraction.

El compromiso entre editores y las organizaciones y empresas participantes en la Guía es incidir, entre los actores del comercio de estos alimentos y entre los cocineros, en aquellos aspectos de las frutas y hortalizas que las haga diferentes. En la Guía invitamos a los participantes a incorporar palabras y conceptos que se conviertan en valiosos para los consumidores. En la opinión del editor de la Guía, la estrategia de bajar los precios como única estrategia es un profundo error para aumentar el consumo y la satisfacción de los consumidores. Los consumidores, los clientes de los productores de frutas y hortalizas desean saber más de los alimentos que consumen.

Descubrir las frutas y hortalizas

La Guía de las frutas y

hortalizas está pensada y escrita para los consumidores de estos alimentos. Es un manual para salir de viaje y hacer rutas por el mapa hortícola español.

Hay mucha información relevante para los lectores, con marcas de productores que certifican sus calidades, tipos de frutos, nombres de variedades recomendables, denominaciones de origen y mapas que las identifican por los municipios principales de la huerta española. Son cientos las variedades entre las que puede escoger un horticultor. Según sean éstas, las percepciones y valoraciones sobre estos alimentos será distinta. Algunos productores de frutas y hortalizas se sienten confundidos y creen que a los bares y restaurantes o que a los compradores de las tiendas solo les interesa el precio cuando compran las frutas y hortalizas. A los consumidores quizás hay que decirles que no disfrutarán con las gangas de precio bajo sino buscando lo distinto y aquello

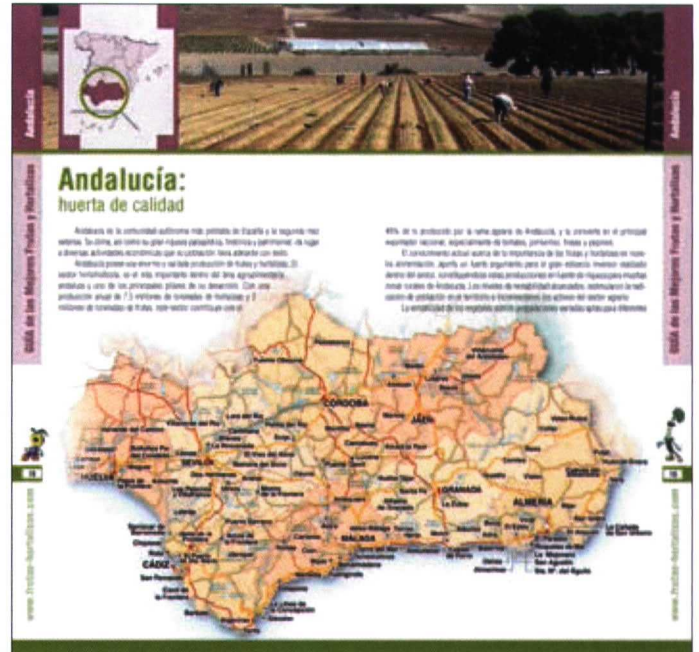
Algunos productores de frutas y hortalizas se sienten confundidos, creen que a los bares y restaurantes, y a los compradores en las fruterías solo les interesa el precio cuando compran verduras. Como editores de esta GUIA nos sentimos comprometidos con los que creen que en las tiendas no todo es igual

Descripción de las 40 frutas y 44 hortalizas principales que están en supermercados y fruterías.

Hay marcas, tipos de frutos, especialidades, calidades, referencias geográficas de las empresas y organizaciones más relevantes.

que es auténtico. Pueden encontrarlo en las gamas de frutos. Hay quien piensa que lo que hay que hacer es que los clientes no se aburran, que busquen y encuentren en las tiendas cuantos más sabores, colores y tipos de frutos, mejor. Aquí en esta Guía, igual como ocurre en las de vinos y quesos, la invitación a los participantes y usuarios es a que descubran mejor a las frutas y hortalizas.

En Italia y España hay la mayor variedad de Europa de frutas y hortalizas cultivadas. En la Guía hay recomendaciones y mensajes a los consumidores. Hay quien dice, "no deje que le aburran las tiendas en las que todo es siempre igual". Pida producto cercano y recién recolectado. Pregunte a su frutero. Más mensajes, "no compre en los granelos en los que no estén bien identifi-



cados los frutos” ¿Compraría Ud. agua a granel, o vino... o la leche y el yogur? Cuando vaya de restaurantes -se explica en artículos de la Guía, ahora en su 5ª edición- elija establecimientos que tengan ensaladas originales; las podrá repetir Ud. en casa en poco tiempo. Cuando escoja su plato de carne o pescado en una carta pida poder escoger raciones abundantes de verduras y seguro que serán mejor alternativa que las aburridas garniciones de muchos cocineros.

La poscosecha es clave

En el prólogo de la Guía del año 2007, Josep Puxeu, Secretario General del Marm, decía que las frutas y hortalizas constituyen el aprovechamiento agrario de mayor importancia en la agricultura y ganadería españolas ya que aportan más de un tercio de la producción agraria y más de la mitad de la producción vegetal y proporcionan la mitad de la mano de obra directa utilizada en la agricultura

En su conjunto, un tercio de la producción de frutas y

hortalizas españolas se destina a la exportación siendo la UE el principal destino de la misma; representan el 6% del total de las exportaciones españolas.

En la industria alimentaria la modernización actual permite a las tiendas y a los consumidores comprar los alimentos listos para consumir o ya cortados y preparados para utilizarlos. En esta industria la infomación es clave y las raciones están etiquetadas convenientemente para seducir a los clientes en las tiendas. La higiene y seguridad alimentaria están en todos los procesos de la industria alimentaria, en las tiendas y en los envases. Actualmente, en todos los países europeos, la industria alimentaria es una de las principales actividades económicas.

Hay mucha información relevante para los lectores, con marcas de productores que certifican sus calidades, tipos de frutos, nombres de variedades recomendables, denominaciones de origen y mapas que las identifican por los municipios principales de la huerta española

En la industria hortofrutícola aún hay quién piensa que todos los tomates y lechugas son iguales o que en las tiendas se pueden vender en graneles sin ninguna higiene y que las pérdidas por las mermas de los mayoristas y minoristas las tienen que pagar los agricultores con bajos precios. La modernización de la poscosecha es clave. En su día también fue clave modernizar el tradicional comercio de la carnicería y lo es la innovación en otros alimentos como los lácteos. Los beneficios de las frutas y hortalizas en la salud y su importancia en las comidas diarias y en la nutrición en general, explican por otra parte, las iniciativas de promoción que actualmente se están desarrollando en un gran número de países.

Mitad y mitad, comer más frutas y hortalizas

Con las dobles y triples raciones de frutas y hortalizas nos sentiremos mejor.

A los españoles hay dos cosas que les gusta hacer sin esforzarse: una es aprender inglés y la otra adelgazar, dice José Enrique Campillo en su libro “El mono obeso”. Los datos de sobrepeso en los niños españoles llegan al 30% y la obesidad al 15%.

El Proyecto Europeo Fruit & Veg, 1998, y más tarde la iniciativa de fundar la Asociación 5 al Día, Junio 2.000, forman parte en España del conjunto de mensajes y acciones encaminados a mejorar los hábitos alimentarios. Se trata de recomendar, por ejemplo, con el mensaje 5 al Día, el mayor consumo de frutas y hortalizas, lo mismo que hacen todos los demás alimentos desde “su industria” para vendernos el encanto saludable de sus propiedades, las del vino tinto, las nueces, la cerveza, chocolates, yogures, etc.

Queremos comer mejor para sentirnos mejor, dice el

A los compradores hay que decirles que no disfrutarán con las gangas del precio bajo sino buscando lo distinto y aquello que es auténtico

Ediciones de Horticultura en 1997 participó como líder en el proyecto europeo Fruit Veg y fundó unos años tarde la Asociación 5 al Día para la promoción del consumo de Frutas y Hortalizas en España.

presidente de Nestlé, José Arcas. Los alimentos quieren ser populares y aparecer frente a los compradores como “saludables” y para ello los publicistas construyen imágenes para un marketing nuevo, como hacen Knorr y Mac Donalds.

Las webs de www.fruitveg.com y la de esta Guía www.frutas-hortalizas.com están vinculadas, en la imagen algunos de los mensajes de actualidad y las mascotas, Fruit y Veg.

La estrategia Naos de la Agencia de Seguridad Alimentaria que lucha contra la obesidad y las enfermedades que provoca, tiene actualmente cierta influencia sobre las actividades económicas relacionadas con la agroalimentación. Ahora el clásico mensaje 5 al Día está cambiando. Aquí y en América, se quiere decir aún más claro, “qué cuántas y cómo... frutas y hortalizas hay que comer”

De la 1ª edición de esta Guía y de la actual se realiza una distribución gratuita en cadenas de restaurantes acompañando cada libro de una carta invitando a estas empresas a ampliar su oferta con más ensaladas, aumentar las raciones de las guarniciones de verduras y de las frutas en entrantes y postres.

Los usuarios de la edición de la Guía de cada año que deseen disponer de las anteriores pueden solicitárnosla y las enviamos solo con el cargo de los gastos de envío (*).

(* Solo hasta final de existencias)



Las frutas y hortalizas son los alimentos que “mejor percepción, más deseo” despiertan entre los consumidores que “creen” en su imagen de alimento saludable, natural y fácil de preparar. Es muy fácil pensar que los consumidores recuerden que deben consumir frutas y hortalizas, 3, 4, 5 o 20. Está claro que se acuerdan. En Francia, Italia o España se acuerdan “porque ya lo saben”. Ahora en las campañas sobre nutrición y salud de Francia y en Estados Unidos quieren decirlo de forma contundente, simplificar y magnificar aún más el mismo mensaje: “hay que comer más frutas y hortalizas”.

En la comunicación sobre alimentación, la percepción de “alimentación sana” empieza a ser confusa. (en Horticom, ver, “Consumidores engañados y confundidos” y “Declaraciones nutricionales y etiquetado”, un informe de Freshfel).

El mensaje 5 al Día es igual de válido, hoy como ayer. Pero dos mejor que uno, dirían muchos. Más que campañas genéricas en lo que se piensa es en un nuevo método de promoción del consumo que sea también simple y que diga “la mitad en fruta y hortaliza”. La mitad, o incluso más, la ración entera de cada plato, que sea de fruta y verduras.



Los actuales mensajes para la promoción del consumo de estos alimentos quieren destacar los valores gustativos concretos; de los tradicionales y de los nuevos tipos de estos alimentos

Los actuales promotores del consumo proponen cambios en los mensajes y quieren destacar incluso valores gustativos concretos de los nuevos tipos de frutos y hortalizas, parecido a como lo están haciendo los italianos con la rúcula,... habrá que relacionarse con los cocineros, dicen las nuevas estrategias de promoción.

La PMA y la PBH, Produce for Better Health Foundation está sustituyendo su mensaje principal, 5 al Día, por el de “Fruits & Veggies, More matter”. El nuevo mensaje responde a la inquietud que puedan sentir algunos consumidores en cuanto a su voluntad de alcanzar “metas”, por las 5 raciones que dice la OMS, y por ello, en la PMA y PBH creen que todo lo que se haga para “comer más fruta y verdura” es bueno.

En España, la que fue ministra de sanidad y ahora lo es de economía, Elena Salgado, firmó convenios con empresas que promovieran publicitariamente ciertos tipos de alimentación considerados colaboradores de la estrategia Naos. Las cadenas de foodservice Vips y Mac Donalds declararon estar dispuestos a comunicarse con sus consumidores

teniendo en cuenta las orientaciones de Naos. En aquella época se denunció a Burger King por sus agresivos anuncios de la triple Whopper, que para destacar sus raciones “más grandes” utilizó el mensaje de “come como un hombre, hombre”.

Comer más, solamente tiene un significado saludable, sea del doble o triple, cuando de lo que se trate sea fruta y verdura.

El compromiso continua

Continua el compromiso entre los participantes de esta Guía para invitar a los usuarios a un recorrido lleno de sabores con marcas de productores y envasadores que certifiquen calidades, informan de tipos de frutos, nombres de variedades, denominaciones de origen y mapas de las Comunidades Autónomas con los municipios con huertos relevantes.

Como editores de la Guía nos sentimos comprometidos con los que creen que en las tiendas no todo es igual. Creemos que los consumidores pueden pedir que les expliquen cuándo y dónde fue recolectado un fruto y preguntar su frutero, si un fruto está verde, cómo madurarlo.

En esta edición nueva de la Guía nuestro compromiso se renueva y continua siendo el de proponer a los lectores que cuando vayan al restaurante exijan raciones de “la mitad y mitad” que además de sabrosas serán saludables. En el

postre exija raciones “abundantes” de fruta fresca dicen las pegatinas de promoción de la Guía.

El consumo europeo de frutas crecerá

El consumo mundial de frutas y hortalizas alcanza cifras ligeramente superiores a los 200 gramos persona y día, pero a nivel de la Unión Europea ese consumo se sitúa en los 300 gramos por persona y día, aunque bien es cierto que con importantes variaciones entre los diversos estados miembros dentro del intervalo de 200 a 450 gramos por persona y día.

Si se tienen en cuenta los parámetros de la OMS, estos consumos están por debajo de las recomendaciones de este organismo, que considera una dieta equilibrada la cantidad mínima de 425 gramos por persona y día, que en la Unión Europea solamente es alcanzada por Grecia e Italia. En cuanto a la población española los colectivos de menor edad registran niveles de consumo inferiores a la media, cuando esta parte de la población es la que más lo necesita.

En la Guía se recogen las especies y variedades más importantes que se producen a lo largo del año, así como marcas de empresas productoras y comercializadoras de los productos más importantes.

Un recorrido lleno de sabores

España es un país lleno de sabores. Cada Comunidad Autónoma vive la agricultura de una forma diferente y esta Guía fue pensada y escrita en cada edición para los consumidores. Los cítricos valencianos, las chirimoyas de Málaga, los tomates de Almería, los pi-

mientos del Bierzo o la coliflor de Calahorra llenan de vida cada rincón de España. En el uso de la Guía se encuentra un recorrido lleno de colores y sabores con nombres de variedades, denominaciones de origen y mapas de las Comunidades Autónomas, donde se señalan los municipios hortícolas más relevantes.

Hay muchos tipos de frutas y hortalizas que parecen iguales, pero son muy distintos. Cuando mejor se conocen, por parte del frutero o supermercado, incluso el cocinero, todos pueden elegir sus opciones, antes de mostrarlas a sus clientes. En el comercio alimentario, en vinos y quesos por ejemplo, las percepciones y valoraciones de unos productos con otros es distinta cuanto más se conocen y en eso se basan para hacer negocio en el comercio y en la hostelería.

Los tiempos cambian y los consumidores también. Hoy son más educados y exigentes a la hora de comprar un producto.

Conocer mejor las frutas y hortalizas

Igual como ocurre con el queso y los vinos, la modernización de la poscosecha y de la industria alimentaria aporta muchos valores que permiten a los consumidores disfrutar mejor lo que consumen y conocer las diferencias entre una marca y otra; las características de una variedad frente a

otra, que aún de fruto parecido, pueden ser muy distintas. También son diferentes las características nutritivas y saludables de los vegetales que elegimos para nuestras comidas.

En esta Guía hay numerosas aportes de empresas y organizaciones que destacan por la innovación de sus productos y por el valor que tienen sus marcas.

Consumir frutas y hortalizas es “estar al día” y un aspecto primordial de una vida saludable. Conocer mejor estos alimentos significa disfrutarlos más y poder crear con ellos platos contemporáneos. Además, saber qué decir de todos los tipos de frutas y hortalizas, incluyendo los valores que no se perciben externamente, es un aspecto valioso para la promoción del consumo.

Por el interés de la actividad económica que representa el comercio de Frutas y Hortalizas y el efecto de los niveles de su consumo en la salud, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación contribuye a la divulgación de esta Guía de las mejores frutas y hortalizas con la co-producción de las ediciones en alemán del año 2007 y la actual edición en inglés, de forma que los operadores y los consumidores de otros países puedan tener un mayor conocimiento de las marcas, especialidades y regiones de producción de las frutas y hortalizas españolas.

Hay muchos tipos de frutas y hortalizas que parecen iguales, pero son muy distintas. Cuanto mejor se conocen, por parte de un frutero, supermercado o cocinero, todos pueden elegir sus opciones, antes de mostrárselas a sus clientes

La fruta de verano que se come en invierno



- www.frutas-hortalizas.com La web contiene información general para consumidores, cocineros y tiendas de fruterías y también de productores con datos que serán útiles a mayoristas y para cadenas de restaurantes o de supermercados.
- En las diferentes ediciones de estas guías están las siguientes informaciones, que pueden encontrarse también en la web.
- Las frutas y hortalizas son beneficiosas para la salud ¿cuáles son las evidencias? Jenny Matthew, Fruit & Veg Project.
- El mensaje 5 al Día en diferentes países.
- “Qué hay de nuevo en... propiedades saludables y nutritivas de las frutas y hortalizas”. Libro publicado en dos ediciones, una en español y otra en inglés.
- Las frutas y verduras la despesa cardiosaludable, por Jaume Serra Farró, Médico.
- Antioxidantes vegetales y su influencia en la dieta, por José M. Palma, Bioquímico.
- Frutas y hortalizas frescas como alimentos saludables en la alimentación, por Giuseppe Russolillo, Presidente de la Asociación Española de Dietistas Nutricionistas.