

MANUAL

Campanha de incentivo ao consumo de Frutas, Legumes e Verduras nas Centrais de Abastecimento



Grupo de Trabalho

Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS)

Ministério da Saúde (MS)

Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA)

Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento (ABRACEN)

Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB)

Instituto Brasileiro de Horticultura (IBRAHORT)

Sumário

Introdução	4
Objetivo Geral da Campanha.....	6
Objetivo da primeira Fase da Campanha	6
Conteúdo do Material da Campanha	6
Metodologia.....	7
1. Encontro de sensibilização dos concessionários, permissãoários e produtores e distribuição dos materiais	7
2. Mobilização da imprensa local.....	8
3. Divulgação da Campanha no site institucional da CEASA.....	9
4. Processo de Educação continuada na CEASA	9
5. Monitoramento da Campanha	9
Cronograma do técnico Responsável pela Campanha.....	10
Referências	11

Introdução

As Centrais de Abastecimento (CEASAs) desempenham um papel importante na oferta de frutas, legumes e verduras (FLV). Atualmente, as 72 CEASAs do país promovem, desenvolvem, regulam, dinamizam e organizam a comercialização de produtos hortigranjeiros, comercializando aproximadamente 19 milhões de toneladas de produtos anualmente. Nesses locais predomina o comércio atacadista, mas há também venda no varejo em dias específicos da semana.

A oferta de FLV é fator fundamental na promoção da alimentação adequada e saudável. A mudança no padrão alimentar da população brasileira – aumento do consumo de alimentos industrializados e redução do consumo de FLV – tem contribuído de forma significativa para o aumento da prevalência de excesso de peso e das Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNT), principalmente das doenças cardiovasculares, diabetes e alguns tipos de neoplasias.

O relatório da Organização das Nações Unidas sobre as Estatísticas Mundiais de Saúde, publicado em 2012, afirma que a obesidade é a causa de morte de 2,8 milhões de pessoas por ano, e que atualmente 12% da população mundial (meio bilhão de pessoas) são obesas. No Brasil, a obesidade atinge 12,5% entre os homens e 16,9% entre as mulheres, e o excesso de peso é observado na metade da população. Associado a esses dados, estima-se que as DCNT são responsáveis por 72% das causas de morte no Brasil.

Para enfrentar esta situação são necessárias, dentre outras, ações que incentivem um estilo de vida mais saudável com a adoção de uma dieta equilibrada, rica em FLV, associado à prática de atividade física. O governo federal vem desenvolvendo esforços para incentivar o consumo desses alimentos, uma vez que apenas 18,2% da população brasileira consome 400 gramas de FLV ao dia, conforme recomendação da OMS. E o consumo médio atual da população brasileira é menos da metade do recomendado.

Ações governamentais para assegurar processos permanentes de Educação Alimentar e Nutricional e promoção da alimentação adequada e saudável estão evidenciadas no Plano Plurianual (2012/2015), no Plano Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (2012/2015) e no Plano de Ações Estratégicas para o Enfrentamento das Doenças Crônicas não Transmissíveis (2011-2022).

Em março de 2012, a partir de uma solicitação feita pela Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento (ABRACEN) ao Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) e ao Ministério da Saúde (MS), foi constituído um Grupo de Trabalho intersetorial e articulado, composto pelos seguintes parceiros: ABRACEN, MDS, MS, MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento), CONAB (Companhia Nacional de Abastecimento) e IBRAHORT (Instituto Brasileiro de Horticultura). O grupo tem por objetivo desenvolver ações de Educação Alimentar e Nutricional relacionadas ao setor de abastecimento, no contexto do Direito Humano a Alimentação Adequada e da Segurança Alimentar e Nutricional.

A primeira iniciativa do grupo consiste na campanha de “Incentivo ao Consumo de Frutas, Legumes e Verduras nas CEASAs” que envolve duas fases: a primeira voltada para o público interno das CEASAs (concessionários, permissionários e produtores) e segunda voltada ao público externo, composto por consumidores que frequentam as Centrais de Abastecimento.

Este Manual apresenta o objetivo, público e metodologia da primeira fase da Campanha de **“Incentivo ao consumo de frutas legumes e verduras (FLV) nas Centrais de Abastecimento (CEASAs)”**.

Objetivo Geral da Campanha

Promover a Alimentação Adequada e Saudável, com foco no incentivo ao consumo de FLV.

Objetivo da primeira fase da campanha

Estimular os agentes de abastecimento (concessionários, permissionários e produtores) a ofertarem FLV seguros e com qualidade, por meio da valorização do importante papel que desempenham e incentivar um processo de educação continuada nas CEASAs.

Conteúdo do Material da Campanha

Os materiais desenvolvidos para a primeira fase foram:

- Folder;
- Cartaz; e
- 04 spots de rádio com duração de 30 segundos cada;

Estes materiais abordam os seguintes assuntos:

- Comercialização de produtos com identificação do produtor;
- Valorização de alimentos regionais;
- Utilização de embalagens adequadas;
- Dicas para promoção da alimentação adequada e saudável; e
- Manipulação adequada para evitar desperdício e doação ao Banco de Alimentos, em caso de sobra.

Metodologia

Cada CEASA indicará um técnico para ser o Responsável pela Campanha, que irá participar da “Oficina passo a passo para a execução da primeira fase da campanha”, bem como coordenar/executar as seguintes ações:

1. Encontro de Sensibilização dos concessionários, permissionários e produtores e distribuição dos materiais – folders, cartazes e spots;
2. Mobilização da imprensa local;
3. Divulgação da Campanha no site institucional da CEASA;
4. Processo de Educação continuada na CEASA; e
5. Monitoramento da Campanha

1. Encontro de sensibilização dos concessionários, permissionários e produtores e distribuição dos materiais

Para fortalecer a ação, é de grande relevância que todas as CEASAs realizem, durante o mês de abril de 2013, o Encontro de Sensibilização dos concessionários, permissionários e produtores com objetivo de apresentar a Campanha e distribuir os materiais (folders e cartazes). A duração e horário do Encontro ficará a critério de cada Central de Abastecimento.

Para apoiar o Encontro, será disponibilizada uma apresentação em *power point* sobre a Campanha, incluindo objetivo, público e importância da participação ativa de todos os agentes envolvidos na comercialização de FLV. A referida apresentação será enviada ao e-mail do Responsável pela Campanha e estará disponível no seguinte endereço <http://www.ideiasnamesa.unb.br/index.php?r=noticia>.

Os materiais (folders e cartazes) foram enviados na primeira semana de março ao endereço informado em formulário específico pelas Centrais de Abastecimento. O Responsável pela Campanha deverá realizar o recebimento, organização, controle e distribuição destes materiais.

Durante o Encontro, serão distribuídos 02 (dois) folders e 01 (um) cartaz (que deverá ser afixado no box) para cada concessionário e permissionário e 02

(dois) folders para cada produtor. Além disso, cada CEASA receberá 20 (vinte) cartazes para afixar nos locais de maior circulação.

Os 04 spots serão enviados por e-mail ao Agente Responsável pela Campanha e estarão disponíveis no seguinte endereço <http://www.ideiasnamesa.unb.br/index.php?r=noticia>. É importante que se identifique a melhor forma de reprodução dos spots, por meio da articulação com a rádio da CEASA e, considerando que o som alcance concessionários, permissionários, produtores, comerciantes e consumidores que frequentam a Central de Abastecimento.

2. Mobilização da imprensa local

A participação da imprensa local no Encontro de Sensibilização dará visibilidade à ação, evidenciando o papel das CEASAs no abastecimento de frutas, legumes e verduras seguros e com qualidade e consequentemente na promoção da alimentação adequada e saudável.

O contato com a imprensa local (jornais, rádio e programas de televisão) pode ser realizado com antecedência, ainda na primeira semana de abril. O Grupo de Trabalho preparou um *briefing* explicativo da Campanha com subsídios para divulgação do Encontro, que será enviado ao e-mail do Responsável pela Campanha e estará disponível no seguinte endereço <http://www.ideiasnamesa.unb.br/index.php?r=noticia>.

Além da veiculação de matérias, é interessante que a imprensa local faça a cobertura do Encontro de Sensibilização.

3. Divulgação da Campanha no site institucional da CEASA

Para ampliar a visibilidade e disseminar a ação, os materiais da Campanha (*briefing*, apresentação em *power point* e spots de rádios) deverão ser divulgados no site institucional de cada CEASA.

4. Processo de Educação continuada na CEASA

Após o Encontro de Sensibilização com concessionários, permissionários e produtores, sugere-se que cada CEASA realize iniciativas relativas aos temas pontuados no material da Campanha, quais sejam:

- Comercialização de produtos com identificação do produtor;
- Valorização de alimentos regionais;
- Utilização de embalagens adequadas;
- Manipulação adequada para evitar desperdício; e
- Doação ao Banco de Alimentos, em caso de sobra.

5. Monitoramento da Campanha

O monitoramento tem por objetivo mensurar a efetividade da campanha e envolverá duas etapas de coleta, a primeira prevista para maio e a segunda para setembro de 2013 e será realizado por meio dos seguintes indicadores:

- Percentual de concessionários, permissionários e produtores que participaram do Encontro de Sensibilização;
- Percentual de caixas higienizadas na CEASA;
- Percentual de concessionários, permissionários e produtores que colocam identificação do produtor no rótulo;
- Quantidade, em toneladas, de resíduos sólidos gerados no mercado por dia;

No dia 10 de maio será enviado por e-mail, ao presidente da CEASA e ao Agente Responsável pela Campanha, o formulário para informação dos indicadores listados acima, que deverá ser respondido até o dia **31 de maio de 2013**.

Para mensurar o resultado da ação, por meio da comparação indicadores, deverá ser realizada uma nova coleta de dados no mês de setembro. O formulário será enviado por e-mail, no dia 23 de setembro, ao presidente e ao Agente Responsável pela Campanha, e deverá ser respondido até o dia **30 de setembro de 2013**.

Os resultados serão agrupados e irão compor um relatório que será enviado às CEASAs participantes da campanha.

Cronograma do Técnico Responsável pela Campanha

Abril mês	Maio 10 a 31	Junho	Julho	Agosto	Setembro 23 a 30
Encontro de Sensibilização	Envio do formulário monitoramento	X	X	X	Envio do formulário para monitoramento

Referências

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Análise de Situações de Saúde. Plano de Ações Estratégicas para o Enfrentamento das Doenças Crônicas Não Transmissíveis. Brasília : Ministério da Saúde, 2011.

CÂMARA INTERMINISTERIAL DE SEGURANÇA ALIMENTAR E NUTRICIONAL. Plano Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional – 2012/2015, 2011.

DATASUS: Brasil. Ministério da Saúde. Informações de Saúde: Estatísticas Vitais. Disponível em:
<http://www2.datasus.gov.br/DATASUS/index.php?area=0205&VObj=http://tabnet.datasus.gov.br/cgi/defthtm.exe?sim/cnv/obt10>

WORLD HEALTH ORGANIZATION. Integrated prevention of non-communicable diseases. Executive Board, 113 th Session. Draft global strategy on diet, physical activity and health. EB113/44 Add. 1, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009. Antropometria e Estado Nutricional de Crianças, Adolescentes e Adultos no Brasil. IBGE: Rio de Janeiro, 2010.



Associação Brasileira dos
Controladores de Alimentos



Ministério da
Saúde

Ministério da
Agricultura, Pecuária
e Abastecimento

Ministério do
Desenvolvimento Social
e Combate à Fome

