

Fundación Kraft Foods y Fundación Alícia, juntos por una alimentación saludable

Ricardo Hernández,
director de Asuntos Corporativos de
Kraft Foods Iberia

Elena Roura,
responsable del Departamento de
Salud y Hábitos Alimentarios de la
Fundación Alícia

Fundación Kraft Foods y la Fundación Alícia han dado forma a un programa, pensado para los más jóvenes, pionero y novedoso en el área de la salud y la alimentación. El proyecto TAS (Tú y Alícia por la Salud) va más allá del estricto adoctrinamiento: les involucran, les invitan a autoevaluarse y les brindan la oportunidad de mejorar sus hábitos alimenticios y su estilo de vida de una manera divertida y dinámica en un momento clave de su vida para poner los cimientos de su salud en el futuro.



“En Kraft Foods queríamos poner en marcha un proyecto innovador y relevante a nivel nacional, que marcara un antes y un después y que se situara dentro de las áreas prioritarias de la responsabilidad corporativa de la compañía, que son la lucha contra el hambre y la promoción de hábitos de estilos de vida saludables”, relata **Ricardo Hernández**, director de Asuntos Corporativos de Kraft Foods Iberia.

Tras contactar con diversas organizaciones y crear un equipo de varios países con experiencia en RSC, se decidieron por la **Fundación Alícia**, cuyas ideas de proyecto entusiasmaron a la compañía. Entre todos crearon y dieron forma al Proyecto TAS (Tú y Alícia por la Salud), una apuesta por la promoción de los estilos de vida saludables y el bienestar de la población.

Elena Roura, responsable del Departamento de Salud y Hábitos Alimentarios de la Fundación Alícia, destaca el enorme compromiso de la Fundación Kraft Foods con valores fundamentales como el hambre y la malnutrición en el mundo. “Kraft Foods Foundation ayuda a desarrollar programas de estilos de vida saludables en todo el mundo y, en concreto, a través del programa TAS sensibiliza a los adolescentes sobre la importancia de la práctica de deporte y de la alimentación saludable”, explica.

El proyecto TAS

El programa pretende conocer los hábitos de los adolescentes españoles de entre 14 y 15 años respecto a la alimentación y la actividad física con el objetivo de hacerles partícipes de cuáles son sus hábitos y de lo que deberían hacer para mejorarlos. “La idea es involucrarlos desde el inicio para que se conozcan, se evalúen y sean protagonistas de sus cambios”, destaca Elena Roura.

El proyecto TAS, que se puso en marcha el pasado mes de noviembre y que se desarrollará hasta el 2014, involucra aproximadamente a un centenar de centros escolares de toda España y a alrededor de 30.000 personas, incluyendo a los alumnos y a sus profesores y familias, que se beneficiarán directamente de este proyecto mejorando sus hábitos alimenticios y fomentando la práctica de actividad física.

La Fundación Kraft Foods ha colaborado con la Fundación Alícia en la creación y diseño del programa y contribuye a su financiación. Invertirán en él más de 1.300.000 euros entre 2011 y 2014. Asimismo, están ofreciendo apoyo directo en la comunicación, potenciando su web y otras herramientas.

Según Elena Roura, en los últimos diez años, después de un gran número de programas educativos destinados a fomentar buenos hábitos, se ha visto que no se han conseguido reducir las cifras de sobrepeso y obesidad. “Normalmente, los programas se destinan a la etapa infantil y son unidireccionales, los niños reciben la información

La obesidad, la epidemia del siglo XXI

En España, el sobrepeso, la obesidad y todo el conjunto de patologías asociadas están aumentando de forma alarmante. Se han convertido en uno de los principales ejes de actuación de los centros de salud pública. La OMS, Organización Mundial de la Salud, alerta de que es la epidemia del siglo XXI y aconseja a todos los países la ejecución de programas para frenarla.

En el año 2005 la NAOS (Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad), promovida por el Ministerio de Sanidad y Consumo, empezó a desarrollar programas de prevención e intervención para fomentar buenos hábitos alimentarios y de actividad física. Desde entonces, multitud de proyectos públicos y privados han intentado ofrecer estrate-

gias para combatir el sobrepeso y la obesidad en España. Sin embargo, la complejidad del acto alimentario y de la elección de hábitos de vida hace que sea necesario seguir abordando el tema desde diferentes perspectivas.



y la trabajan; sin embargo, nosotros hemos propuesto una edad mayor y un modelo bidireccional en el que aportamos información, pero también recibimos propuestas e involucramos a los profesores, haciéndoles totalmente partícipes del programa”, explica.

La primera actividad es la formación de los profesores, que durará dos días y que se realiza-

tos débiles y fuertes y los hábitos que deberían trabajar para mejorar. Paralelamente, la Fundación Alícia enviará retos quincenales para trabajar tanto la alimentación como la actividad física. Los mejores saldrán colgados en la web con una mención especial.

Durante este periodo, un equipo de la Fundación Alícia se desplazará por toda España para realizar dos talleres en cada escuela: uno de fomento de actividad física y otro de cocina y alimentación saludable, como herramientas para mejorar los hábitos alimentarios.

De manera permanente, la Fundación Alícia realizará un acompañamiento tanto de los profesores como de los alumnos a través de la web, resolviendo dudas y orientando en las diversas temáticas.

El proyecto TAS involucra a un centenar de centros escolares y a alrededor de 30.000 personas

rá en la sede de la Fundación Alícia, en el Món Sant Benet (Barcelona). “Ya se han realizado las dos primeras con los profesores y la verdad es que su predisposición y sus ganas de trabajar con los chicos en estos temas fueron increíbles”, asegura Elena Roura.

Una vez los profesores reciben la formación y recogen los materiales necesarios, se inicia la evaluación de los hábitos de los alumnos a partir de unas libretas de registro. Tras rellenarlas, los chicos pasan los datos a través de la web a la Fundación Alícia, que los evalúa para luego enviar un informe personalizado a cada clase con los pun-

Un proyecto en la línea de la Responsabilidad Corporativa de Kraft Foods

Con el objetivo de propiciar una mejora en la salud y en los hábitos de consumo de los más jóvenes, Kraft Foods trabaja en varios ámbitos: información y formación al consumidor; comunicación responsable y reformulación y creación de alternativas con un contenido reducido en algunos nutrientes.

Según explica Ricardo Hernández, Kraft Foods ha creado productos como “Fontaneda Sin Azúcares”, para los que no pueden consumir azúcar; barritas con fruta “Fontaneda Fruit & Fit”, para controlar la ingesta de calorías; o una de sus últimas innovaciones: las galletas “Belvita”, hechas a partir de cereales integrales ■