



REPORTE REGIONAL JUNÍN

Población: 1'350,783

A nivel nacional representa: 4.3%

Hombres: 682,129

Mujeres: 668,654

Contenido:

1. Objetivos del Programa Nacional "A Comer Pescado".
2. Situación del consumo de productos hidrobiológicos en la región Junín.
3. Situación de la oferta pesquera artesanal en Junín.
4. Situación de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en la región Junín.
5. Estrategias del Programa Nacional "A Comer Pescado".
6. ¿Cómo lograr los objetivos de "A Comer Pescado" en Junín?.



1. Objetivos del Programa Nacional “A Comer Pescado”.

El objetivo del Programa Nacional “A Comer Pescado” es fomentar, consolidar y expandir los mercados internos de productos hidrobiológicos destinados al consumo humano directo (CHD), reforzando la oferta y promoviendo la demanda. Además, su accionar reconoce la importancia de aportar a la diversificación productiva en el sector pesquería y a la seguridad alimentaria y nutricional.

Para lograr su objetivo, el Programa implementa Estrategias Inmediatas (fomento del consumo), así como Estrategias de Sostenibilidad (fortalecimiento de la oferta en el mediano y largo plazo) según el detalle presentado en el gráfico 1.



Gráfico 1 – Estrategias del Programa Nacional “A Comer Pescado”.

ESTRATEGIAS DE IMPACTO





2. Situación del consumo de productos hidrobiológicos en la región Junín.

Durante el período 2010-2015, el consumo anual per cápita en kg de productos hidrobiológicos (pescado fresco, congelado y enlatado, así como mariscos) aumentó en la región Junín. Sin embargo, dicho nivel se encuentra por debajo del promedio nacional y el de otras regiones como La Libertad, Tacna y Ancash.

Gráfico 2 – Consumo per cápita anual en kg de productos hidrobiológicos en la región Junín 2010-2015. ¹

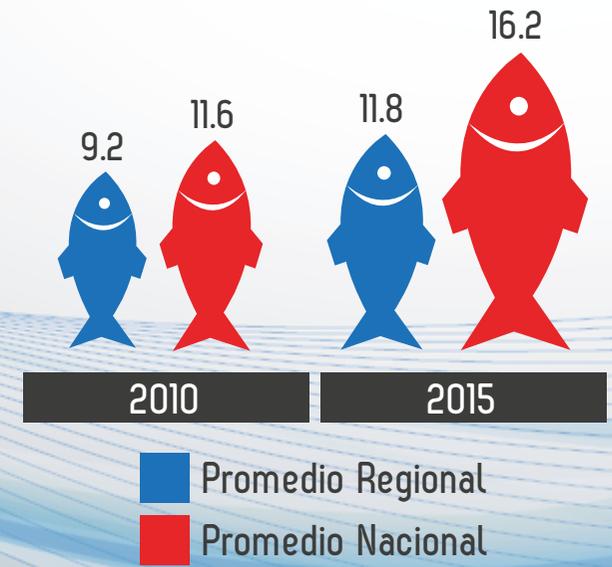


Gráfico 3 – Consumo per cápita anual en kg de productos hidrobiológicos en las regiones del Perú – Año 2015. ¹

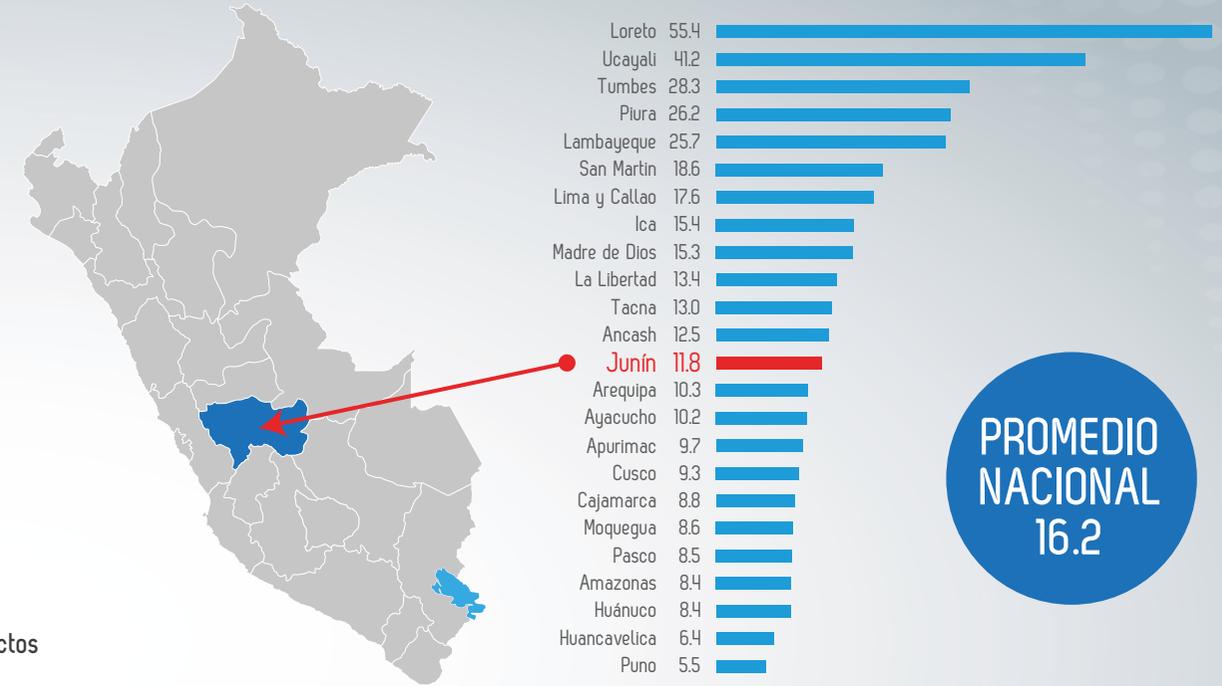


Gráfico 4 – Gasto mensual per cápita en productos cárnicos en Junín – 2015. ¹



¹ Fuente: Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) 2010-2015. / ² Gasto real deflactado a precios de Lima Metropolitana.

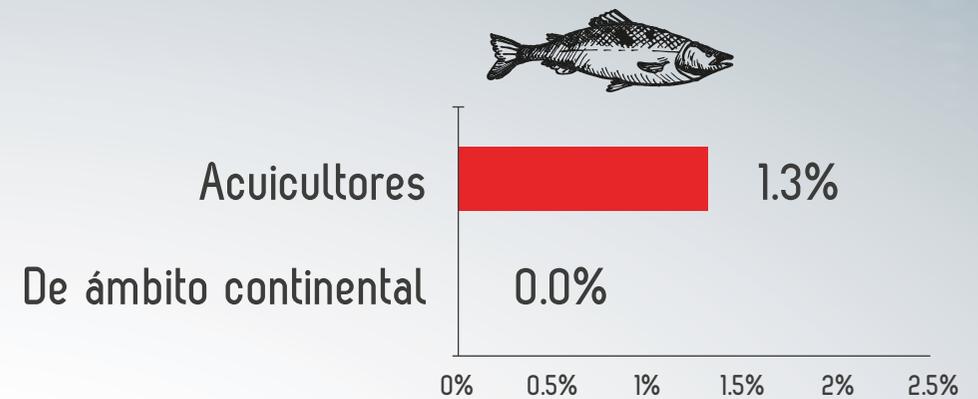


3. Situación de la oferta pesquera artesanal en Junín.

En relación a la oferta pesquera artesanal, el **cuadro 1** brinda información resumen sobre la población de la región dedicada a la pesca y acuicultura, así como las principales especies extraídas y cultivadas.

Uno de los principales problemas que enfrentan los pescadores artesanales y acuicultores de la región es la desarticulación para comercializar sus productos en los mercados. En la mayoría de los casos ofertan sus productos de manera informal o individual, por lo cual se ven obligados a venderlos a precios bajos fijados por los acopiadores.

Gráfico 5 – Porcentaje de pescadores y acuicultores que venden su producción en asociación – Junín.²



Cuadro 1: Caracterización de la pesca artesanal y acuicultura en la región Junín.³



Nº de pescadores
(% que representan respecto del total nacional).

De ámbito continental	2,067 (6.4%)	Acuicultores	392 (8.5%)
-----------------------	---------------------	--------------	-------------------



TRUCHA
Especies preferidas para extracción
(% de pescadores que lo extraen).

TRUCHA		TRUCHA	
De ámbito continental:	(40.3%)	Acuicultores:	(66.8%)

³ Fuente: Censos de Pesca artesanal de ámbito marítimo (2012); y de ámbito continental y acuícola (2013) – PRODUCE.



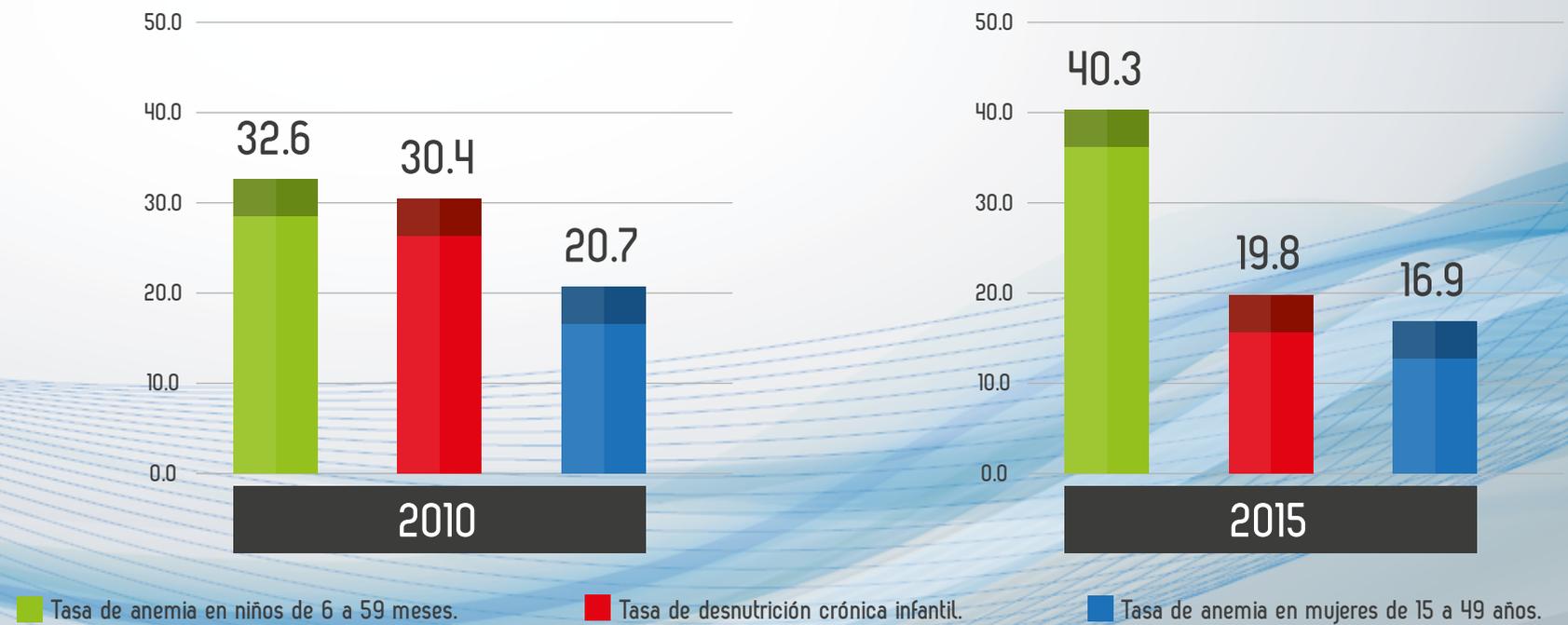
4. Situación de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en la región Junín.

La población de la región Junín enfrenta problemas de salud como la desnutrición crónica infantil (DCI) y la anemia que afecta a diferentes grupos poblacionales. Una de las principales causas de estos problemas de salud es el limitado consumo de alimentos ricos en hierro.

Tal como se aprecia en el gráfico 6, el principal problema nutricional en la región es la anemia que, en el año 2015, afectó al 40.3% de los niños menores de 5 años y al 16.9% de las mujeres en edad fértil.

La prevalencia de desnutrición crónica infantil (DCI) ha venido disminuyendo. A finales de 2015 el 19.8% de niños menores de 5 años la padecían.

Gráfico 6 – Principales problemas nutricionales en la región Junín.⁴



⁴ Fuente: Encuesta Nacional de Demografía y Salud (ENDES) 2010-2015.



5. Estrategias del Programa Nacional "A Comer Pescado".

Ante la preocupante situación nutricional de la población más vulnerable; así como por la alta informalidad y desarticulación de los pescadores artesanales con otros productores y distribuidores de productos hidrobiológicos de la región Junín, el Programa Nacional "A Comer Pescado" buscará promover las siguientes estrategias en el territorio:

- » Educación alimentaria y promoción del consumo.
- » Fomento de la producción y fortalecimiento de redes de distribución y comercialización.

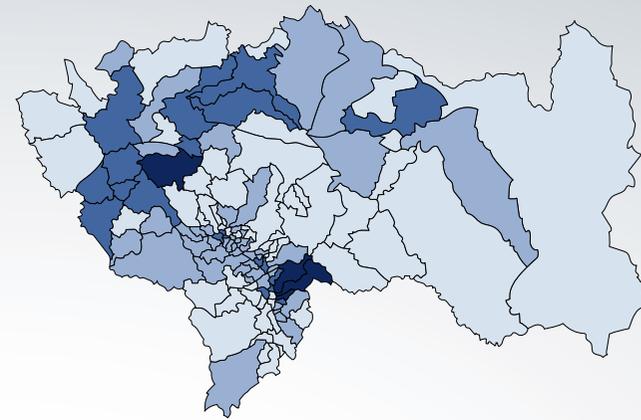


Educación alimentaria y promoción del consumo, tomando como fortaleza el poder de compra que tiene su población, de modo que se destine una mayor cantidad de presupuesto al consumo de productos hidrobiológicos para incrementar el nivel de consumo de los mismos y reducir la incidencia de problemas nutricionales.



Fomento de la producción y fortalecimiento de redes de distribución y comercialización, facilitando la interacción de los pescadores y acuicultores organizados con demandantes atractivos. Asimismo, se buscará impulsar y fortalecer la presencia y la oferta de las empresas privadas del rubro de alimentos hidrobiológicos en la región.

Gráfico 7 – Junín: Mapa de priorización según número de estrategias recomendadas a implementar.



La implementación de las estrategias deberá ser priorizada en aquellos distritos que reúnen características tales como:

- » Altas tasas de padecimientos nutricionales (DCI/anemia).
- » Alta demanda potencial/poder de compra de la población.
- » Red establecida de canales de venta.
- » Presencia de pescadores o acuicultores con dificultades para articularse con el mercado.

Nº de estrategias a priorizar





6. ¿Cómo lograr los objetivos de “A Comer Pescado” en Junín?

El desarrollo de las estrategias y acciones del Programa requiere del esfuerzo conjunto de diversos actores. Por ello cobra particular relevancia la articulación intersectorial e intergubernamental con otras entidades públicas de todo nivel como ministerios, programas nacionales, gobiernos regionales y locales. Además, en vista de que el desarrollo de las estrategias del Programa implican interactuar con diversos actores del sector privado, se plantea el fomento de las Alianzas Público – Privadas, para alcanzar una mayor eficacia en la consecución de los objetivos de interés compartido y de generar un impacto positivo sobre la población.

Entre los actores clave para trabajar de manera articulada con el Programa “A Comer Pescado” y el Gobierno Regional de Junín, se pueden mencionar a los siguientes:

ACTOR	ROL
<p>Unidades cooperantes del sector Producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Dirección General de Políticas y Desarrollo Pesquero del Ministerio de la Producción. » Dirección General de Extracción y Producción Pesquera para Consumo Humano Directo. » El Fondo Nacional de Desarrollo Pesquero (FONDEPES) 	<p>Unidades que velan por el cumplimiento de la normativa del sector pesca, diseñan lineamientos y acompañan el proceso de desarrollo pesquero, en particular el artesanal.</p>
<p>Ministerios con sus Unidades y Programas:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Ministerio de Salud » Ministerio de Educación » Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social. 	<p>Socios estratégicos para implementar las estrategias de educación alimentaria y promoción del consumo de productos hidrobiológicos en establecimientos de salud, escuelas y la comunidad en general.</p>
<p>Gobiernos Regionales y Locales:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Gerencia de Desarrollo Económico. » Dirección Regional de Salud » Dirección Regional de Educación. 	<p>Aliados a nivel regional para implementar las estrategias de promoción, educación alimentaria y fomento de la producción pesquera en sus territorios.</p>
<p>Actores privados:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Canales modernos (supermercados) » Canales tradicionales (mayoristas, minoristas, bodegas) » Quioscos escolares » Emprendimientos gastronómicos populares 	<p>Actores que promueven la disponibilidad y la expansión de la oferta de productos hidrobiológicos para un mayor porcentaje de la población.</p>
<p>Medios de Comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> » TV, radio, prensa escrita. 	<p>Aliados que permiten llevar educación alimentaria y mensajes importantes, así como promoción del consumo a un gran público potencial.</p>
<p>Sociedad civil y cooperación internacional:</p> <ul style="list-style-type: none"> » ONGs y organismos multilaterales. 	<p>Socios estratégicos para implementar las cuatro estrategias del programa a través de sus proyectos a nivel nacional, regional y local.</p>
<p>Organizaciones Sociales de Base:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Comedores populares, Comités de Vaso de Leche, otros 	<p>Instituciones aliadas que facilitan el acceso a un mayor porcentaje de la población objetivo a productos hidrobiológicos de calidad a través de sus intervenciones o acciones complementarias.</p>