

Intervenciones orientadas a la educación alimentaria para el consumo de productos hidrobiológicos

Lena Arias Ramírez
Programa Mundial de Alimentos
Noviembre 2017



El compromiso del Gobierno Peruano de alcanzar la meta del Hambre Cero



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Estrategias de comunicación para la mejorar el consumo de productos hidrobiológicos



Enfoques de teorías del cambio de comportamiento

Teoría del Comportamiento Planeado

La gente toma decisiones racionalmente con base en:

- Las expectativas de lo que puede suceder como consecuencia de dicha acción
- Lo que piensa, hace o quisiera hacer
- La percepción sobre el grado de dificultad o simpleza de la conducta en cuestión

Enfoques de teorías del cambio de comportamiento

Teoría del Aprendizaje Social

El individuo aprende y decide cómo actuar a través de:

- La observación de las acciones de otros (conexionismo)
- La observación de las consecuencias de los actos de otros (persuasión)
- La evaluación de dichas consecuencia en su propia vida (determinismo recíproco)
- La práctica y luego intentando reproducir dichas acciones (supervisión del movimiento cognitivo)

Enfoques de teorías del cambio de comportamiento

Normas Sociales

- Lo que la gente de un grupo o colectivo considera que es un comportamiento normal, ya sea porque es una acción típica y/o porque lo considera apropiada
- Existen algunos comportamientos que pueden estar influenciados por lo que los otros creen o determinados por las expectativas del grupo de referencia tiene y entonces las acciones serán socialmente aprobadas o desaprobadas por el grupo.

Elementos que influyen en la comunicación (mediación)

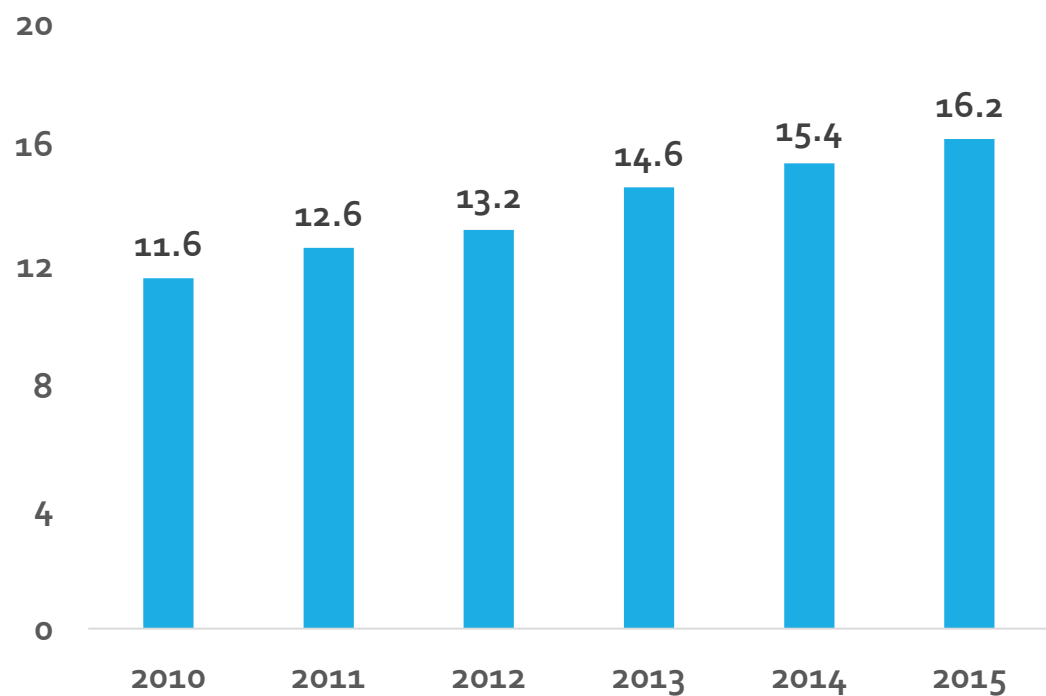
- **Cognoscitivo:** conjunto de ideas, repertorios, esquemas, guiones mentales que influyen en nuestros procesos de percepción, procesamiento y apropiación de los mensajes.
- **Institucional:** Escenarios en donde se dan múltiples apropiaciones y reapropiaciones de los mensajes. Mediaciones como la familia, la escuela, el trabajo, el barrio, el partido político, la iglesia, etc.
- **Referencia:** Características de clase, género, etnia, edad, nivel educativo, origen geográfico, territorio, usos del tiempo libre, hábitos y valores que inspiran a los sujetos. Estos elementos son referentes porque afectan la percepción de los receptores.

Aspectos para definir una estrategia de comunicación

1. Objetivos claros sobre las prácticas que se desean mejorar y su finalidad y las audiencias a las que se quiere llegar.
1. Diagnóstico o análisis situacional de la audiencia: conocer que prácticas se dan, que recursos tienen, cual es la dinámica familiar, comunitaria y social que pueden favorecer o limitar la mejora de prácticas. Conocer los canales de comunicación formales y alternativos que existen.
1. Partir de la práctica existente.
2. Monitorear y evaluar el avance y los resultados.

Consumo de Productos Hidrobiológicos – según tipo

Consumo anual per cápita de productos hidrobiológicos en kg 2010 - 2014 Nacional



Fuente: ENAHO 2014

Consumo per cápita anual de productos hidrobiológicos en kg según quintil de gasto a nivel nacional – 2014



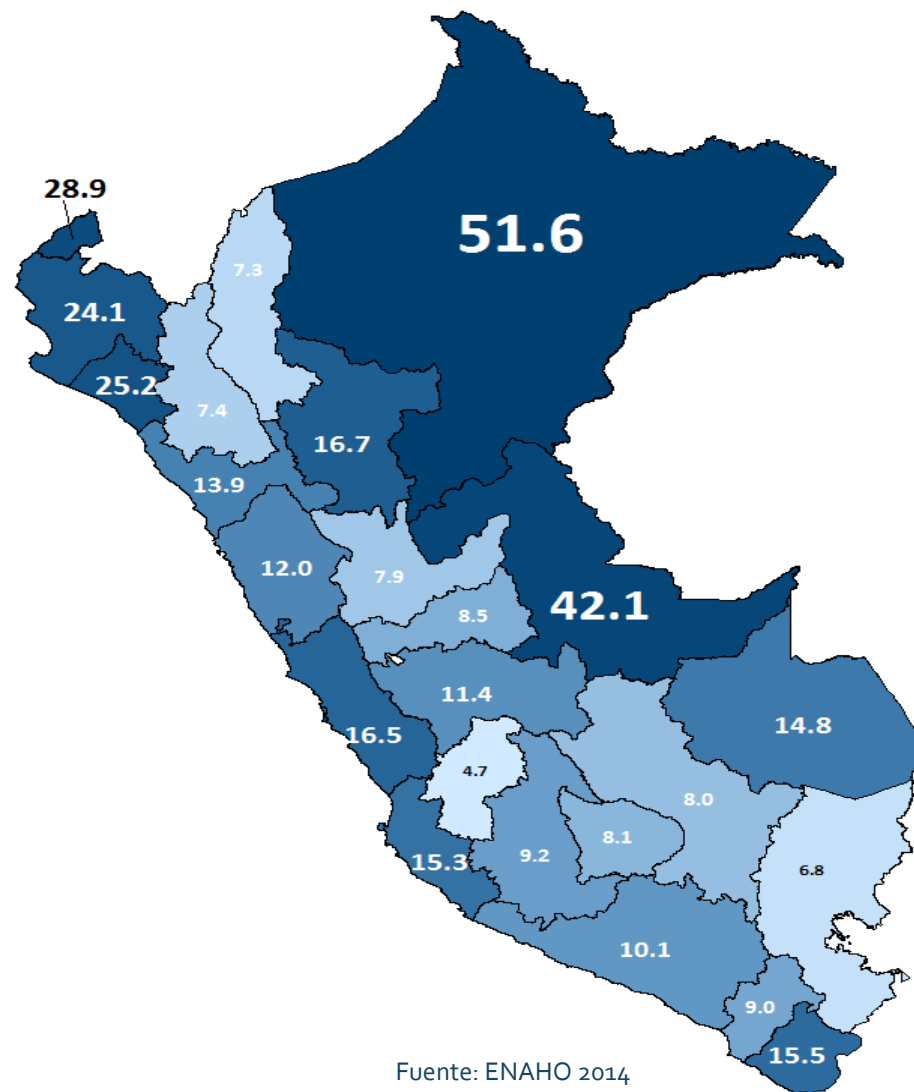
Fuente: ENAHO 2014

Consumo de Productos Hidrobiológicos – a nivel regional

Las regiones que poseen los **mayores niveles de consumo de productos hidrobiológicos** se ubican en la selva y costa norte del país: Loreto, Ucayali, Tumbes, Lambayeque y Piura.

El **consumo en Loreto y Ucayali es particularmente alto**, pues en ambas regiones se superan los 40 kg anuales.

Las **regiones con los niveles de consumo más bajo**: Apurímac, Cusco, Amazonas, Puno y Huancavelica, precisamente ubicadas en territorio de sierra, los cuales poseen grandes porcentajes de población rural.



Fuente: ENAHO 2014

Comunicación intercultural

- Ninguna cultura es superior a otra. Ningún conocimiento es mejor que otro
- La verdad no esta dada, se construye
- En todos los pueblos y culturas la “transformación” es parte estructural de la vida social y de la vida natural.
- Nadie sabe todo, nadie ignora todo. Los cambios son interdependientes.

Cocina con Causa

- Programa de televisión
- Producido por TV Perú, el PMA, el Ministerio de Desarrollo e Inclusión social, el Ministerio de Salud y jóvenes chefs comprometidos con el Movimiento Hambre Cero Perú
- Apoyado por los 19 Ministerios y la PCM,
- Busca posicionar el tema del hambre y los buenos hábitos alimenticios en el país.
- Video



Gracias

Llegó la hora de
ponernos esta camiseta

