



GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE
GUATEMALA

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN EN SAN

**Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional de la Presidencia
SESAN**

DESNUTRICIÓN CRÓNICA

Al recibir atención médica y nutricional, consumir hierro y ácido fólico; dar lactancia materna exclusiva durante los primeros seis meses y continuada hasta los 2 años, acompañada de alimentación complementaria adecuada y consumir agua segura, contribuimos a prevenir que en Guatemala 1 de cada 2 niños padezca desnutrición crónica.

Mejoremos el futuro de los guatemaltecos!





CONTROL PRENATAL

La atención médica y nutricional durante el embarazo garantiza la salud de la madre y el bebé. Suplementando con hierro y ácido fólico prevenimos anemia en la madre y malformaciones en el bebé.

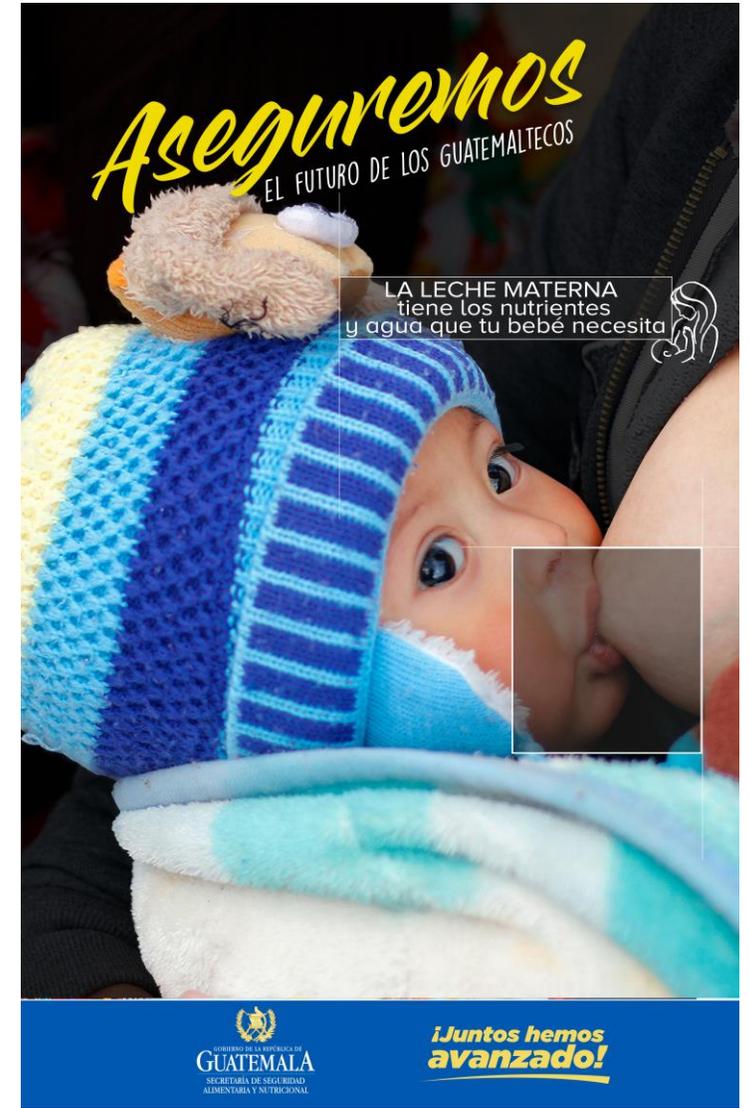
Garanticemos el futuro de los guatemaltecos!



LACTANCIA MATERNA

Dar lactancia materna desde la primera hora de vida previene la muerte de los recién nacidos. La leche materna es el alimento perfecto y único. Tiene todos los nutrientes y agua que tu bebé necesita hasta los seis meses, brinda defensas en el cuerpo, evita enfermedades y permite un adecuado crecimiento y desarrollo.

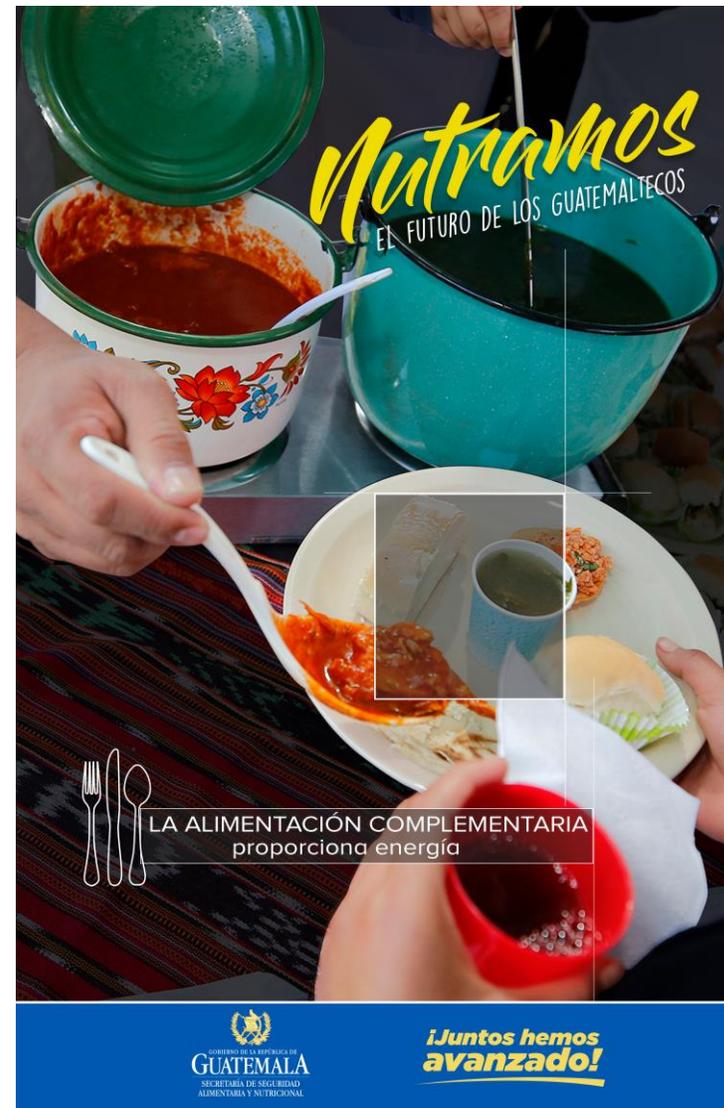
Aseguremos el futuro de los guatemaltecos!



ALIMENTACIÓN COMPLEMENTARIA

La alimentación complementaria a partir de los 6 meses de vida, proporciona energía, proteínas, grasas, vitaminas y minerales. Además de la leche materna, tu bebé debe consumir alimentos variados, higiénicamente preparados.

Nutramos el futuro de los guatemaltecos!



Nutramos
EL FUTURO DE LOS GUATEMALTECOS

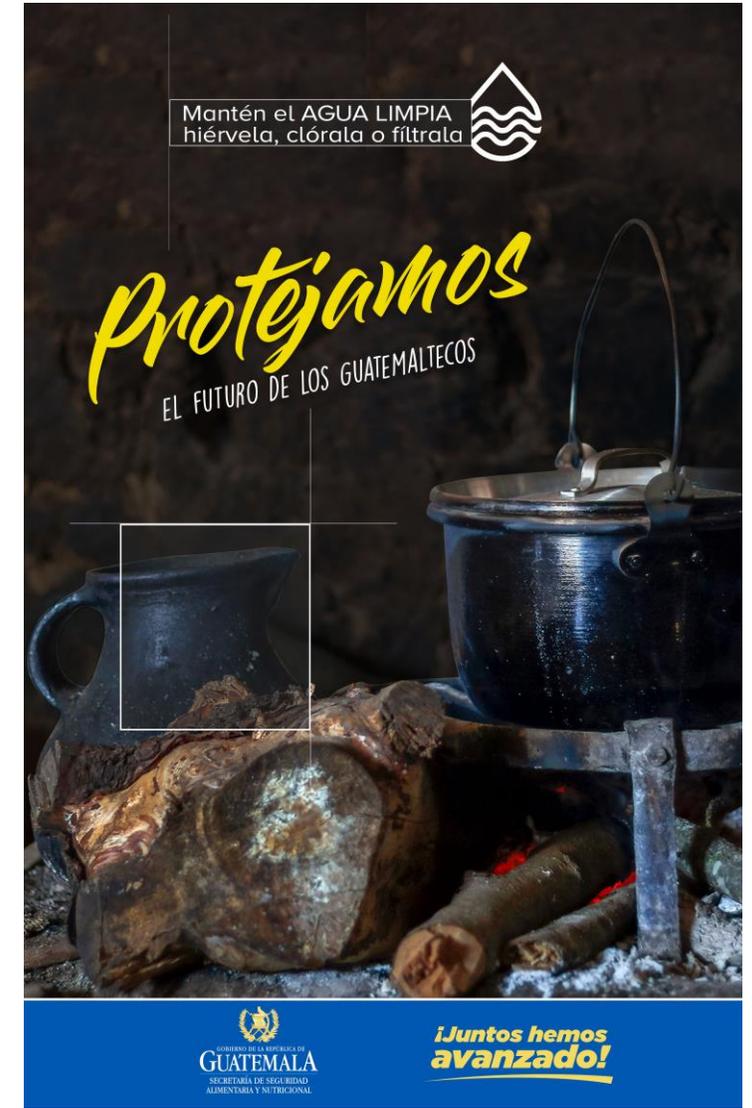
LA ALIMENTACIÓN COMPLEMENTARIA
proporciona energía

GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE
GUATEMALA
SECRETARÍA DE SEGURIDAD
ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL

**¡Juntos hemos
avanzado!**

AGUA SEGURA

El agua que consumes es vital para tu salud. Antes de tomarla hiérvela, clórala o fíltrala. Mantén el agua limpia, guardándola en recipientes limpios y con tapadera. El agua segura evita la diarrea y previene la desnutrición. Protejamos el futuro de los guatemaltecos!



SANEAMIENTO

Al limpiar tu casa, usar la letrina o baño y tirar la basura en un lugar adecuado, tu familia se enfermará menos y tus hijos crecerán sanos.

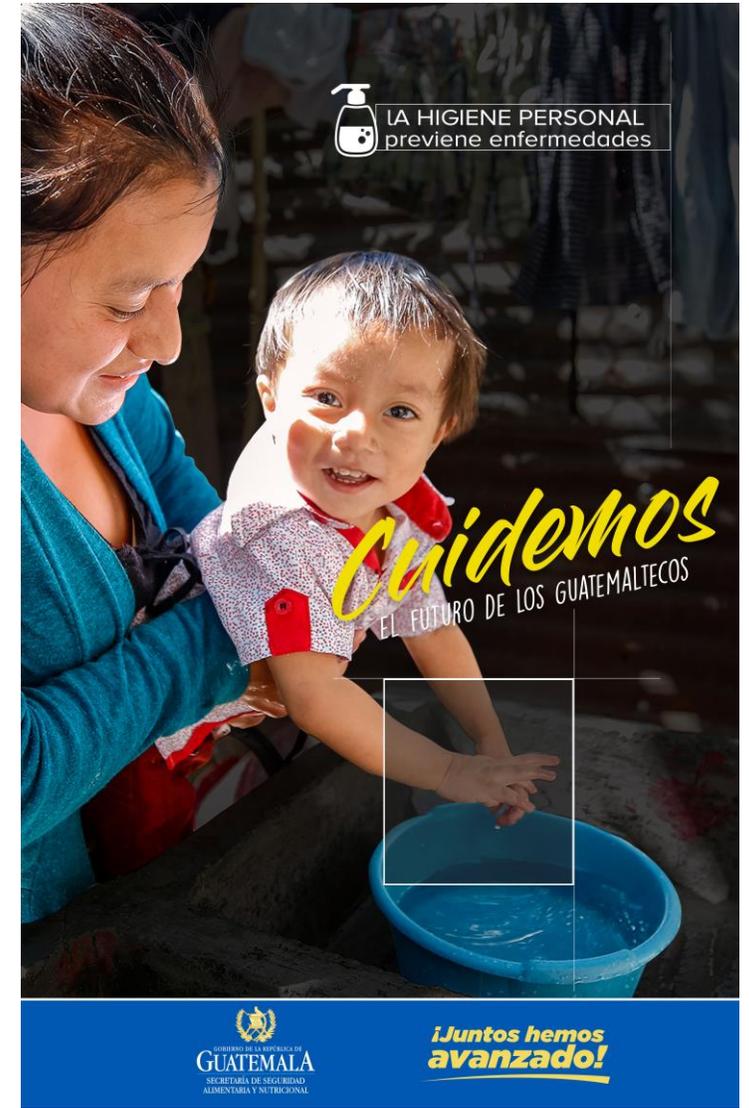
Dignifiquemos el futuro de los guatemaltecos!



HIGIENE PERSONAL

Al bañarnos a diario, lavarnos las manos antes de preparar los alimentos, antes de comer y después de ir al baño, prevenimos enfermedades que pueden afectar el crecimiento de nuestros hijos.

Cuidemos el futuro de los guatemaltecos!



SPOTS DE RADIO



CONSULTAS



GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE
GUATEMALA

Mejorenos

EL FUTURO DE LOS GUATEMALTECOS

***¡Juntos
avanzamos!***



GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE
GUATEMALA

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN EN SAN

**Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional de la Presidencia
SESAN**



Validación

A screenshot of a Google Forms survey. The title is "Validación campaña de comunicación, abril 2019". The description reads: "La campaña de comunicación y sensibilización en SAN, está dirigida a padres y madres de niños menores de 2 años y población en general." Below this, it says "Mejoremos el futuro de los guatemaltecos" and "Descripción (opcional)". The main question is "a). ¿Al leer los mensajes de la campaña de comunicación, opina que logran el objetivo de sensibilizar?". There are two radio button options: "1. SI" and "2. NO". The form is displayed on a mobile device interface with a top navigation bar and a bottom toolbar.

Se presentó la campaña de comunicación en SAN a los monitores municipales de SESAN, a quienes mediante un formulario de google forms se traslado una encuesta para la validación de la misma, obteniendo 40 respuestas.

1. ¿La campaña de comunicación logra el objetivo de sensibilizar?

97.4 por ciento indicaron que los mensajes de la campaña de comunicación logran el objetivo de sensibilizar.



Es importante sensibilizar a las personas en este tema, para promover la seguridad alimentaria y nutricional.

Se impulsa un cambio de comportamiento a nivel personal, familiar y comunitario.

Se da importancia de trabajar por la salud realizando diversas acciones sobre todo en el hogar.

2. ¿El video sensibilizará al público objetivo?



Mensaje positivo

Incluyente

Se resalta a los padres como actores principales y su responsabilidad en el tema

Están más enfocados al área urbana no tanto al área rural, se deben contextualizar por región

Traducción a otros idiomas

Es muy corto, para alguien que por primera vez lo ve esta información

Se sugiere locución más lenta para entender bien el mensaje.

Identifica el problema y lo sensibiliza

Las imágenes refuerzan el mensaje

3. Las fotografías reflejan el mensaje?



Empatía

Esperanza

Realidad

Naturalidad

Responsabilidad

Superación

Salud y bienestar

Condiciones adecuadas

Seguridad

Alternativa para combatir la desnutrición

Pertinencia cultural

Compromiso



GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE
GUATEMALA

Alimentarnos
EL FUTURO DE LOS GUATEMALTECOS

***¡Juntos
avanzamos!***



Comunicación para el Desarrollo

en Seguridad Alimentaria y Nutricional



“La Comunicación para el Desarrollo **es un proceso social basado en el diálogo que usa un amplio abanico de instrumentos y de métodos.** Se refiere también a la búsqueda del cambio a diferentes niveles que incluyen **escuchar, construir confianza, compartir conocimiento y habilidades, desarrollar políticas, debatir y aprender para lograr cambios sostenibles y significativos.** No se trata de relaciones públicas ni de comunicación corporativa”.

El Consenso de Roma (Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo, Roma, Italia, 2006).

Principios de la Comunicación para el Desarrollo

- Basado en Derechos Humanos.
- Basado en resultados de cambio de comportamiento individual y social.
- Participativo.
- Multisectorial.
- Basado en evidencia.
- Combinación de enfoques.
- Integrado a programas.
- Fortalece capacidades.
- Coordinación de canales y enfoques.
- Documentación de buenas prácticas.



¿Funciona?

Caso Totonicapán: Incorporación de C4D en la estrategia para prevención de la desnutrición

Un modelo de comunicación que no estaba siendo efectivo: solo el 19.2% de las mujeres entrevistadas al salir de los servicios de salud recordaban alguna información recibida sobre la nutrición de los niños.

Comunicación para el Desarrollo como estrategia para promover el cambio de comportamiento entre padres y madres

MoRes:
Monitoring Results
for Equity System

COMUSAN

82.2%

70.0%

49.8%

46.5%

2008

2009

2012

Comunicación para el Desarrollo

2015

2019



Totonicapán C4D Experiencia (2009-2012) (2013...)

- Política Nacional SAN
- Ley SAN
- Estrategia Nacional para la Reducción de la Desnutrición Crónica (ENRDC, 2006)

Pacto Hambre Cero (2012)

Estrategia Nacional de Prevención de la Desnutrición Crónica (ENPDC, 2016)

¿Funciona?

Cambios atribuibles al proyecto C4D / Totonicapán

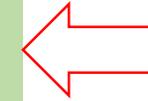
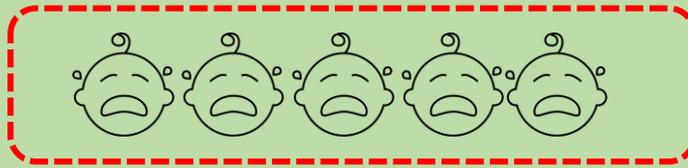
Porcentaje de madres con niños/as de 6 a 12 meses que piensan dar de mamar hasta los 19 ó 24 meses	63.2%		SUBIÓ 22.2%
Porcentaje de madres con niños/as de 6 a 18 meses que piensan dar de mamar hasta los 19 ó 24 meses	71.8%		SUBIÓ 6.1%
Porcentaje de madres con niños/as de 0 a <24 meses que poseen conocimiento sobre la edad a la cual se debe comenzar a dar otros alimentos diferentes a la leche materna (a los 6 meses)	62.2%		SUBIÓ 23%
Porcentaje de niños de 6 a 8 meses que reciben al menos un alimento complementario recién preparado y de alto contenido nutricional y energético.	94.1%		SUBIÓ 16.9%
Mujeres que cuando estuvieron embarazadas recibieron por lo menos, dos veces la vacuna TT	87.9%		SUBIÓ 13.8%
Mujeres que recibieron alguna vacuna TT antes del embarazo	49.8%		SUBIÓ 9.8%
Mujeres que iniciaron su control en el primer trimestre de embarazo	63.8%		SUBIÓ 19.8%
Mujeres que asisten/asistieron, reciben/recibieron visitas para control posnatal con personal calificado	87.6%		SUBIÓ 8.3%

Enfoque integrado de primera infancia

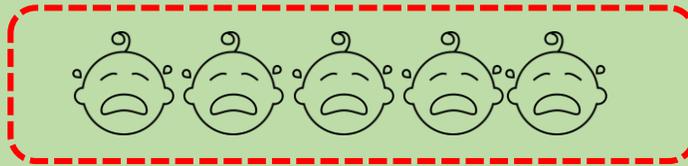


Es necesario promover cambios en cada aspecto...

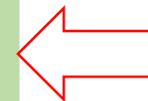
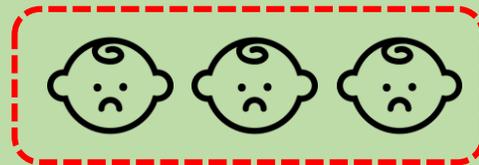
Sólo 5 de cada 10 niños/as < 6 meses recibe LME.



5 de cada 10 niños/as (entre 6-23 meses) consumen una dieta mínima aceptable.



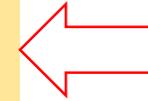
3 de cada 10 niños/as (entre 6-59 meses) tienen anemia.



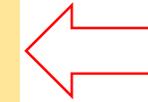
¿Qué comportamientos necesitamos promover?

Es necesario promover cambios en cada aspecto...

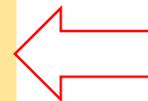
6 de cada 10 niños/as (12 – 23 meses) tiene el esquema de vacunación completo.



4 de cada 10 padres/madres buscaron tratamiento en servicios de salud a la diarrea.

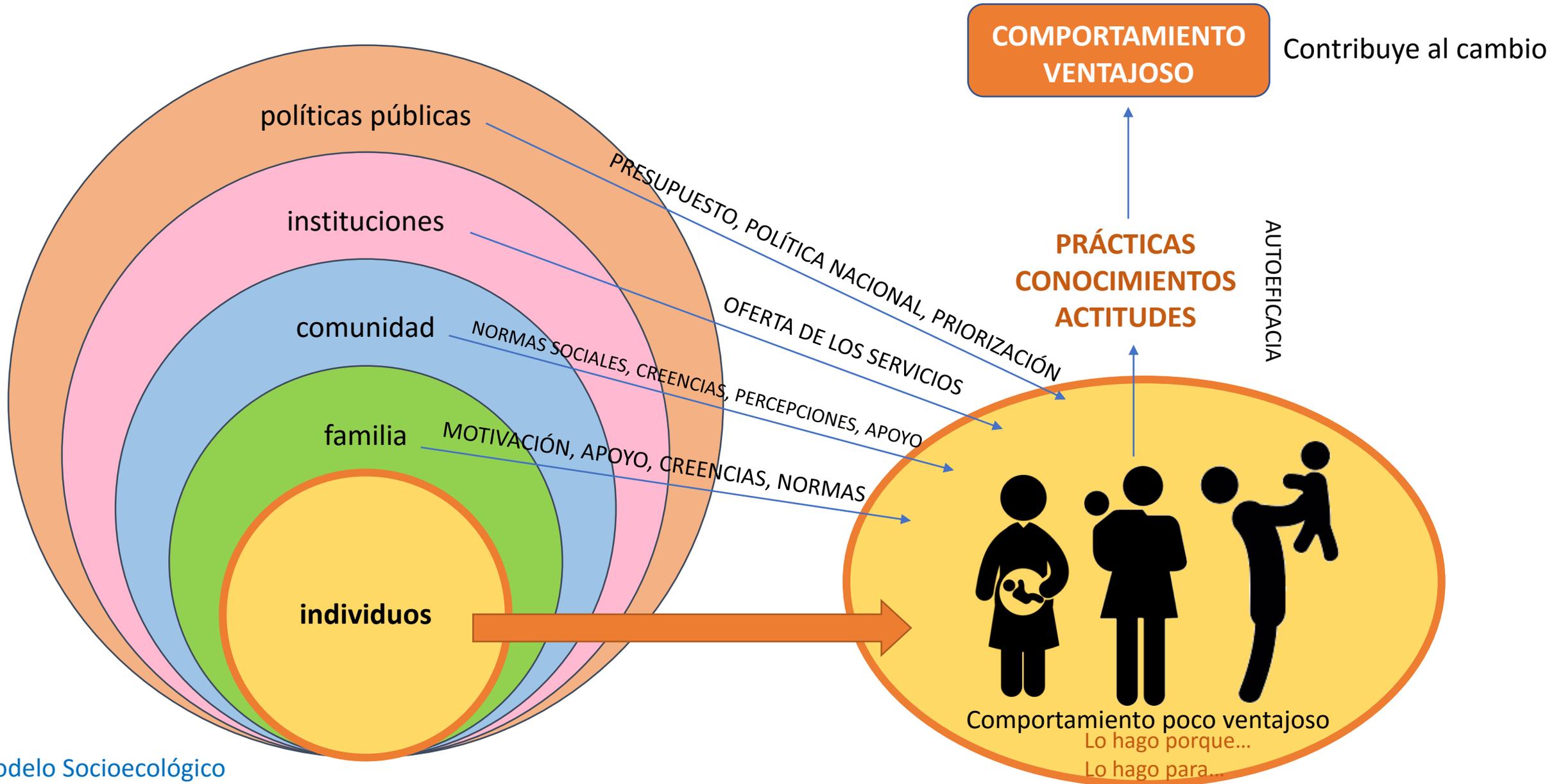


Sólo 3 de cada 10 familias usan letrina o inodoro.



¿Qué comportamientos necesitamos promover?

¿De qué y de quién dependen los cambios?



Por ejemplo...

En las mujeres de la etnia q'eqchi': mujeres embarazadas y madres de niños y niñas de 0 a 24 meses.

CONOCIMIENTO:

Sólo el 28% tiene buen conocimiento de la atención prenatal debida.

PRÁCTICA:

Sólo el 15% asisten y reciben control prenatal.



- *Conoce o cuenta con un plan de emergencia.*
- *Conoce y lleva a cabo sus controles prenatales (el primero en el primer trimestre y realiza un mínimo de 4 chequeos).*
- *Los controles prenatales los realiza en el servicio de salud.*
- *Conoce y consume Hierro y Ácido Fólico durante todo el embarazo.*
- *Conoce y recibe la vacuna TT durante el embarazo.*

Planteando resultados para una estrategia...

SMART



¿qué cambiará?, ¿cuándo se producirá el cambio?, ¿la extensión del cambio que se llevará a cabo? y ¿quién cambiará?

EJEMPLOS:

A finales del 2019, habrá un aumento del 15% de la proporción de las mujeres embarazadas (entre 18 a 30 años) de 8 municipios de Alta Verapaz que asisten y reciben su control prenatal.

A finales de 2019, el 50% de las adolescentes (entre 12 a 18 años) de 8 municipios de Alta Verapaz tienen buen conocimiento de la atención prenatal debida.

MAPEANDO ALCANCES

¿Cómo se estaría comportando nuestro SOCIO DIRECTO?

ALCANCE DESEADO:

A finales del 2019, habrá un aumento del 15% de la proporción de las mujeres embarazadas (entre 18 a 30 años) de 8 municipios de Alta Verapaz que asisten y reciben su control prenatal.

SOCIO(A) DIRECTO(A):



Se esperaría que...

Sería positivo que...

Sería ideal que...

¿QUÉ ESTRATEGIAS DIRIGIR?

- Al individuo
- Al entorno