ESTRATEGIA Y CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

y sensibilización en SAN

Objetivo: socializar y sensibilizar a instituciones del sector público y privado, organismos internacionales y sociedad civil organizada.

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

Mesa de Comunicadores en Seguridad Alimentaria y Nutricional

Actualizado a julio 2019.

Antecedentes 3
A. Estrategia de Comunicación 5
1. Objetivo: 5
2. Objetivos específicos: 5
3. Delimitación de la Población Objetivo: 5
4. Territorio: 6
5. Temporalidad: 6
6. Acciones: 6
7. Producto: 7
B. Estrategia de acción de la "Campaña de Comunicación y Sensibilización en SAN" 7
1. Definición de la Acción: 7
2. Estrategia de Comunicación: 8
3. Campaña de Comunicación: 9
Imágenes de la Campaña de Comunicación y Sensibilización en SAN 12
ANEXOS 28
Plan de medios – Costos 28
Glosario 29

Antecedentes

La Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional debe comunicar y sensibilizar a las instituciones del sector público y privado, a los organismos internacionales y a la sociedad en general, sobre la magnitud y trascendencia del problema alimentario y nutricional según el Artículo 22, literal i de la Ley del Sistema Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional -SINASAN-, Decreto 32-2005 y sus Reformas, a través de la Dirección de Comunicación e Información se deben de "coordinar acciones de comunicación con otras instancias de gobierno, especialmente con el Consejo Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional -CONASAN-, entidades de cooperación externa y sociedad civil", según el Artículo 23, numeral 3 del Acuerdo Gubernativo 75-2006, Reglamento de la Ley del SINASAN.

Desde 2017 se inicia la conformación de un espacio de opinión e incidencia a través de una Mesa de Comunicadores en la temática de Seguridad Alimentaria y Nutricional, para ello se realizaron reuniones con los encargados de las oficinas de comunicación de entidades de gobierno, sociedad civil y organismos de cooperación internacional, con el apoyo técnico y financiero de la Organización Panamericana de la Salud –OPS-, Organización Mundial de la Salud -OMS-, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura -FAO- y el Programa Mundial de Alimentos -PMA-.

Es así como se establece una "Mesa de Comunicadores en Seguridad Alimentaria y Nutricional", para intercambiar experiencias y compartir materiales de comunicación que apoyen la prevención de la desnutrición crónica en Guatemala, promuevan la Seguridad Alimentaria y Nutricional de los guatemaltecos y promocionen la ventana de los mil días.

Durante las mismas, los comunicadores reafirmaron su compromiso para respaldar y coadyuvar a la prevención y reducción de la desnutrición crónica en Guatemala, enfatizando las acciones de la ventana de los mil días, así como los temas de disponibilidad de alimentos, economía familiar, agua y saneamiento, cambio de comportamiento para mejores prácticas de salud y nutrición.

Como parte de las tres jornadas de trabajo se elaboró un plan de comunicación y sensibilización, para ser implementado a partir del año 2018, previo a la búsqueda del financiamiento y apoyo técnico para elaborar materiales de comunicación, así como implementar talleres y capacitaciones en SAN. Participaron comunicadores de las siguientes instituciones: Organización Panamericana de la Salud y Organización Mundial de la Salud -OPS/OMS-; Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia –UNICEF-; Agencia de Cooperación Internacional de Japón -JICA-; Unión Europea -UE-; Programa

de Monitoreo y Evaluación de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional -USAID- -MEP/DEVTECH-; Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República -SCSPR-; Plan Internacional; Acción contra el Hambre -ACH-; Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación –MAGA-; Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social -MSPAS-; Instituto de Fomento Municipal -INFOM-; Secretaría de Coordinación Ejecutiva de la Presidencia -SCEP-; Programa de Sistemas de Información para la Resiliencia de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en la Región del SICA -PROGRESAN-SICA-; Cooperazione Italiana; Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD-; Agencia de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura -FAO-; Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura -IICA-; Save the Children; Banco Mundial -BM-; Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia -SEGEPLAN-; Asociación Nacional de Municipalidades -ANAM-; Ministerio de Desarrollo Social -MIDES-; Ministerio de Trabajo -MINTRAB-; Alianza Nacional de Organizaciones de Mujeres Indígenas por la Salud Reproductiva -ALIANMISAR-; entre otras.

En octubre y noviembre de 2018 se realizó el Diplomado de Comunicación para el Desarrollo y Gobernanza en Seguridad Alimentaria y Nutricional, el cual, contó con la participación de 36 comunicadores de: Ministerios, Secretarías, Cooperación Internacional, Sector Privado, Procuraduría General de la Nación -PGN-, Asociación Guatemalteca de Alcaldes y Autoridades Indígenas -AGAAI-, Asociación Nacional de Municipalidades -ANAM-, Instancia de Consulta y Participación Social –INCOPAS- y Procuraduría de los Derechos Humanos -PDH-. En la misma se revisó y actualizó la estrategia y sus objetivos.

Se elaboraron en el año 2018 un total de ocho campañas institucionales de comunicación digital para sensibilizar sobre temas de Seguridad Alimentaria y Nutricional.

Esta coordinación interinstitucional forma parte de las prioridades del Presidente de la República, ya que la prevención de la desnutrición crónica en Guatemala es uno de los proyectos de alto impacto del gobierno, enmarcado también en el compromiso no. 19 del 4°. Plan de Acción Nacional de Gobierno Abierto 2018-2020; de fortalecimiento de la coordinación e información interinstitucional de Seguridad Alimentaria y Nutricional, el cual en su Hito 5 aborda la necesidad de implementar esta estrategia para sensibilizar a las instituciones acá representadas, sobre la magnitud y trascendencia del problema alimentario y nutricional.

A. Estrategia de Comunicación

La Estrategia de Comunicación a desarrollarse en torno a la Mesa de Comunicadores en Seguridad Alimentaria y Nutricional -SAN-, se diseña como un mecanismo o plataforma para la sensibilización sobre la SAN, con procesos, objetivos y modelos de gestión, entre la población meta, las principales instituciones, con la participación de los actores internos y externos con capacidad de influencia.

1. Objetivo:

Implementar una plataforma de comunicación estratégica en SAN para sensibilizar progresivamente a los guatemaltecos sobre la magnitud y trascendencia del problema alimentario y nutricional del país.

2. Objetivos específicos:

- Fortalecer canales de comunicación y acuerdos de participación con las instituciones miembros del Consejo Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional –CONASAN- y afines.
- Definir una estrategia de comunicación en común acuerdo con las instituciones miembros, manteniendo una misma línea comunicacional liderada por SESAN como ente coordinador.
- Propiciar espacios idóneos para comunicar, informar y sensibilizar sobre la importancia de prevenir la desnutrición crónica, y la ventana de los mil días, así como los pilares en Seguridad Alimentaria y Nutricional.

3. Delimitación de la Población Objetivo:

La estrategia de comunicación enfocará sus esfuerzos de sensibilizar a las audiencias meta, las cuales después de ser seleccionadas durante las reuniones de comunicadores, tomando en cuenta su participación en las acciones locales y liderazgo para lograr los objetivos propuestos, se dividieron en cuatro áreas y se definió un rol primario y secundario:

- **CONASAN:** Todos los colaboradores de las instituciones miembros y participantes. (Personal fijo y temporal, extensionistas, maestros, comadronas, entre otros).
- **Autoridades Locales:** Alcaldes Municipales, Gobernadores, Autoridades Indígenas y Líderes Comunitarios.
- **Sociedad Civil Organizada:** Representada en la INCOPAS, actores de la sociedad civil y población en general.
- **Periodistas, Líderes de Opinión y Medios de Comunicación.**

4. Territorio:

a. Los siete departamentos priorizados por la Estrategia Nacional para la Prevención de la Desnutrición Crónica -ENPDC-.
b. Gradualmente la estrategia se llevará a cabo a nivel nacional, dependiendo de las áreas de acción de las instituciones que conforman la Mesa de Comunicadores en SAN.
c. Áreas geográficas de incidencia de las entidades representadas en el CONASAN y en la Mesa de Comunicadores en SAN.
d. Áreas urgentes de atención, debido al aumento de la incidencia de la desnutrición crónica o de los casos focalizados de desnutrición aguda.

5. Temporalidad:

Las acciones que se encuentran en la presente Estrategia de Comunicación se desarrollarán durante los años 2019 y 2020, se plantean estrategias que se presentarán, analizarán y desarrollarán para su posterior ejecución en los próximos años.

El producto de la campaña de comunicación y sensibilización en SAN, se presenta de acuerdo al plan de trabajo y cronograma de cumplimiento del compromiso no. 19 del 4°. Plan de Acción Nacional de Gobierno Abierto 2018-2020:

6. Acciones:

a) Compilar información técnica para crear un protocolo y una matriz de comunicación, mensajes clave por tema.
b) Realizar rondas de presentación de las campañas de comunicación para buscar apoyo técnico, académico y financiero.
c) Producir material gráfico y audiovisual informativo.
d) Adaptar al contexto nacional campañas institucionales de la cooperación internacional.
e) Generar diagnósticos del material de socialización y sensibilización en Seguridad Alimentaria y Nutricional, así como del presupuesto de cada institución presente en la Mesa de Comunicadores en SAN. Además de elaborar un informe con datos que generan las redes sociales, de lo alcanzado por la campaña al finalizar su ejecución.
f) Presentar la campaña a periodistas nacionales, locales y líderes de opinión para informar y sensibilizar.

g) Informar sobre las atribuciones y acciones que realiza cada institución pública en temas de SAN.

7. Producto:

a. Campaña digital de comunicación y sensibilización en SAN producida y difundida.

B. Estrategia de acción de la "Campaña de Comunicación y Sensibilización en SAN"

1. Definición de la Acción:

1.1 Descripción del Producto:

a. Implementar una campaña de comunicación digital estratégica para socializar la información en SAN que permita sensibilizar sobre la magnitud y trascendencia del problema alimentario y nutricional del país.

1.2 Descripción del Público Objetivo:

a. Padres y madres de niños y niñas menores de dos años.
b. Mujeres embarazadas.
c. Población en general con énfasis en familias con niños menores de dos años de edad.
d. Colaboradores de las instituciones del sector público y privado, organismos internacionales y sociedad civil organizada que participan en el CONASAN.

1.3 Descripción del Ámbito Geográfico:

a. La cobertura y alcance de la campaña responderá en un inicio a la ENPDC, estrategia que incluye todos los municipios de siete departamentos: Alta Verapaz, Huehuetenango, Quiché, Chiquimula, San Marcos, Totonicapán y Sololá, y otros municipios urgentes de atención, debido al aumento de casos de desnutrición crónica o de los casos focalizados de desnutrición aguda.
b. Progresivamente a la población en general.
c. CONASAN, cobertura central y ámbitos departamental, municipal y comunal.

2. Estrategia de Comunicación:

a. Objetivos de comunicación del plan de medios:
Diseñar y ejecutar una estrategia digital comunicacional para sensibilizar sobre la magnitud y trascendencia del problema alimentario y nutricional que oriente el cambio de comportamiento. La estrategia incluirá los temas de: desnutrición crónica, control prenatal, agua segura, saneamiento, higiene personal, lactancia materna y alimentación complementaria, utilizando diversas metodologías con pertinencia cultural.

b. Objetivos Económicos del Plan de Medios:
Apoyar a la reducción del indicador de desnutrición crónica nacional, a través de la intensificación de acciones basadas en evidencia, en siete departamentos, en los cuales, se registran altas prevalencias de desnutrición crónica en menores de dos años.

c. Criterios de Selección de Medios Digitales de Comunicación:
Cobertura: conseguir la máxima repercusión e impactos posibles, alcance y penetración.
Afinidad: entendida como "contactar" con nuestros públicos de interés en el mayor porcentaje posible.
Optimización: conseguir la cobertura y la afinidad definidas con anterioridad; siendo eficientes en costo, tiempo y recursos.
Resultados: medición y seguimiento de los resultados brindados por las mismas redes sociales para evaluar el éxito de la campaña.

La selección de los medios se realizó por la penetración de los mismos en las áreas geográficas priorizadas.

d. Selección de Soportes:
Redes Sociales: Facebook, Twitter e Instagram
Otros medios: YouTube y páginas web de entidades de Gobierno, Canal de Gobierno, TGW y Diario de Centro América, los cuales brindarán espacio gratuito para difundir la campaña.

e. Evaluación de Resultados:
Al final de la campaña de comunicación se presentará un informe del alcance y difusión, que contará con los resultados estratégicos obtenidos. Las mismas redes sociales cuentan con métricas y alcance, con lo cual podemos tener datos finales de visualizar, compartir e interactuar, entre otras.

3. Campaña de Comunicación:

3.1 Imagen:

Definición del nombre de la campaña:

a. "Mejoremos nuestro futuro", a través de la campaña surgirán piezas de acuerdo a siete temas propuestos:

- Desnutrición Crónica
- Control prenatal
- Lactancia materna
- Alimentación complementaria
- Agua segura
- Saneamiento
- Higiene personal

Definición del Slogan:

a. "Mejoremos nuestro futuro". A través de las siguientes frases por cada área temática:

- Mejoremos nuestro futuro.
- Garanticemos nuestro futuro.
- Aseguremos nuestro futuro.
- Alimentemos nuestro futuro.
- Protejamos nuestro futuro.
- Dignifiquemos nuestro futuro.
- Cuidemos nuestro futuro.

3.2 Mensaje Publicitario:

Anuncio de radio (Radio Nacional TGW)
Anuncio de televisión (Canal de Gobierno)
Anuncio de prensa (Diario de Centroamérica)
Artes y videos para utilizar en Internet en las principales redes sociales.

3.3 Producción:

Gráficos: Material impreso, anuncios, ilustraciones, diseños web, gifs.
Fotografías.
Audiovisuales: grabación de audios y video.

3.4 Validación de Materiales a través de Grupos Focales, entre ellos la Mesa de Comunicadores en SAN, nutricionistas, monitores municipales y delegados departamentales de SESAN.

3.5 Presentación de la campaña a nivel departamental y municipal.

3.7 Lanzamiento de campaña a nivel nacional.

3.8 Difusión de campaña.
En medios digitales seleccionados de acuerdo a la estrategia presentada y presupuesto asignado (se utilizarán redes sociales Twitter, Instagram y Facebook).

Dentro del presente plan de medios, se contempla la difusión de la campaña con los medios (sin costo) de cada una de las instituciones miembros de la Mesa de Comunicadores:

- Páginas web institucionales.
- Redes sociales de cada institución

3.9 Justificación de redes sociales utilizadas

Facebook: Ofrece una segmentación muy detallada sin necesidad de una fuerte inversión, reflejando las ganancias financieras obtenidas, las cuales, son bastante elevadas. Por otra parte, es una red social con un gran número de usuarios (6 millones en Guatemala) que genera reportes de marketing online muy útiles.

Según las recomendaciones, las campañas pueden pasar de nuestros seguidores a sus amigos, y así sucesivamente hasta alcanzar una gran popularidad.

Twitter: Es una plataforma pública y una fuente de consulta para periodistas y líderes de opinión pública, se estima que en Guatemala se registran 2 millones de usuarios.

La información disponible permite mensajes relevantes, que lleguen al público adecuado en el momento más oportuno; utilizando tuits promocionados, puede unirse rápidamente a una conversación sobre un acontecimiento importante a nivel global.

Instagram: Se ha convertido en una de las redes sociales por excelencia, su crecimiento es imparable y cada vez son más los usuarios y empresas que crean un perfil en esta red social.

Instagram combina los contenidos que hoy en día son prioritarios en los medios de comunicación social digital: la imagen y el vídeo,

este tipo de formato es el más utilizado por los usuarios, lo que se traduce en que la interacción de sus contenidos con el público sea mayor y es más fácil de conseguir que en otras plataformas.

3.10 Diagnóstico inicial y evaluación de resultados a través de monitoreo de redes sociales.

3.11 Entrega de informe de ejecución de la campaña.

3.12 Presupuesto: Q. 30,000.00 para inversión en redes sociales con mayor alcance en Guatemala (Twitter, Instagram y Facebook).

De forma estratégica al plan y de forma gratuita se hará refuerzo de la campaña nacional en medios de comunicación gubernamentales y en las principales redes sociales, así como en la página web de SESAN y de entidades representadas en la Mesa de Comunicadores en SAN.

Imágenes de la Campaña de Comunicación y Sensibilización en SAN

Se trabajó la campaña de comunicación sobre temas relacionados con la Seguridad Alimentaria y Nutricional, que influyen directamente con la prevención de la desnutrición, siendo estos: desnutrición crónica, control prenatal, lactancia materna, alimentación complementaria, agua segura, saneamiento e higiene personal.

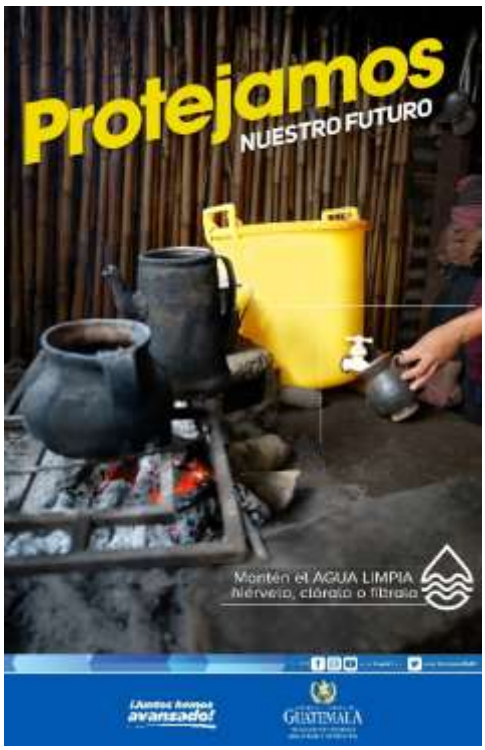
Desnutrición Crónica

Control Prenatal

Lactancia Materna

Alimentación Complementaria

Agua Segura



Saneamiento

Higiene Personal

Banner Web

Cover Twitter

Cover Youtube

Anuncios para Diario de Centroamérica

Alimentemos
NUESTRO FUTURO
GUATEMALA

Garanticemos
NUESTRO FUTURO
GUATEMALA

Mejoremos
NUESTRO FUTURO
1
de cada 2 NIÑOS padece
DESNUTRICION CRONICA

Cuidemos
NUESTRO FUTURO
LA HIGIENE PERSONAL
previene enfermedades

Aseguremos
NUESTRO FUTURO
LA LECHE MATERNA
tiene los nutrientes
y agua que tu bebé necesita

Mejoremos
NUESTRO FUTURO
AL LIMPIAR TU CASA
tu familia estará sana

Anuncios en Facebook

Garanticemos
NUESTRO FUTURO

Alimentemos
NUESTRO FUTURO

Protejamos
NUESTRO FUTURO

Protejamos
NUESTRO FUTURO

Anuncios en Instagram

9:47
Posts
sesangt
Garanticemos
NUESTRO FUTURO
Liked by oscarflores1 and 27 others
sesangt El Secretario de Seguridad Alimentaria y Nutricional, Juan Carlos Carías, se reunió con el Cónsul de México en Quetzaltenango, Raúl Cueto Martínez y... more
See Translation

9:47
Posts
sesangt
Alimentemos
NUESTRO FUTURO
Liked by oscarflores1 and 27 others
sesangt El Secretario de Seguridad Alimentaria y Nutricional, Juan Carlos Carías, se reunió con el Cónsul de México en Quetzaltenango, Raúl Cueto Martínez y... more
See Translation

9:47
Posts
sesangt
Protejamos
NUESTRO FUTURO
Liked by oscarflores1 and 27 others
sesangt El Secretario de Seguridad Alimentaria y Nutricional, Juan Carlos Carías, se reunió con el Cónsul de México en Quetzaltenango, Raúl Cueto Martínez y... more
See Translation

9:47
Posts
sesangt
Protejamos
NUESTRO FUTURO
Liked by oscarflores1 and 27 others
sesangt El Secretario de Seguridad Alimentaria y Nutricional, Juan Carlos Carías, se reunió con el Cónsul de México en Quetzaltenango, Raúl Cueto Martínez y... more
See Translation

9:46
sesangt
GUATEMALA
2,124
Posts
2,508
Followers
3,341
Following
SESAN GT
Government Organization
Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional
www.sesan.gob.gt/
8a. avenida 13-06 zona 1, Guatemala City, Guatemala
Followed by marianamelco, eltaljoseduardo and 7 others
See Translation
Following
Message
Contact
#SESAN
Recomenda...
Cuidemos
Protejamos
Aseguremos
Mejoremos
Mejoremos
Protejamos

Anuncios en Twitter

SESAN
31.8K Tweets
Following
SESAN @SecretariaSESAN · Jul 17
Protejamos
NUESTRO FUTURO
1
2

SESAN
31.8K Tweets
Following
SESAN @SecretariaSESAN · Jul 17
Protejamos
NUESTRO FUTURO
1
2

ANEXOS

Plan de medios – Costos

Presupuesto de inversión en Redes Sociales SESAN Q. 30,000.00

Medio	Formato	Alcance
Facebook	Ads	6 M
Twitter	Ads	1 M
Instagram	Ads	1 M

Julio		Agosto					Septiembre				Octubre					Noviembre				Diciembre	
29 sem	30 sem	31 sem	32 sem	33 sem	34 sem	35 sem	36 sem	37 sem	38 sem	39 sem	40 sem	41 sem	42 sem	43 sem	44 sem	45 sem	46 sem	47 sem	48 sem	49 sem	50 sem
15 - 21	22 - 28	29 - 04	05 - 11	12 - 18	19 - 25	26 - 01	02 - 08	09 - 15	16 - 22	23 - 29	30 - 06	07 - 13	14 - 20	21 - 27	28 - 03	04 - 10	11 - 17	18 - 24	25 - 01	02 - 08	09 - 15
		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
			1		1		1		1		1		1		1		1		1		
		1		1		1		1		1		1		1		1		1			

La estrategia contempla el pago de Q.30,000.00 para la pauta a través de Instagram, Facebook y Twitter. Se definieron anuncios de la siguiente forma: 18 semanas en Facebook, 9 semanas en Instagram y 9 semanas en Twitter.

El alcance estimado en Facebook será de 6 millones de personas en todo el país, con énfasis en los departamentos que contempla la Estrategia Nacional para la Prevención de la Desnutrición Crónica. En el caso de Twitter e Instagram se espera impactar a 1 millón de personas.

Se trabajará de forma paralela y gratuita la difusión en medios gubernamentales como Diario de Centro América, Radio Nacional TGW, Canal de Gobierno, redes sociales, página web de SESAN, juntamente con las entidades que conforman la Mesa de Comunicadores en Seguridad Alimentaria y Nutricional.

Glosario

- ✓ **Acceso a los alimentos:** Capacidad que tiene la población para adquirir los alimentos vía producción, compra, transferencias y/o donaciones.
- ✓ **CONASAN:** El Consejo Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional, es el ente rector del SINASAN, responsable de impulsar las acciones que promueven la Seguridad Alimentaria y Nutricional en el ámbito político, económico, cultural, operativo y financiero del país.
- ✓ **Consumo de alimentos:** Capacidad de la población para decidir adecuadamente sobre la selección, almacenamiento, preparación, distribución y consumo de los alimentos en la familia; está relacionado a las costumbres, prácticas, educación e información específica sobre alimentación y nutrición.
- ✓ **Desnutrición aguda:** Bajo peso en relación a la talla del individuo, el cual se origina por una situación reciente de falta de alimentos o una enfermedad que produce una pérdida rápida de peso. Este tipo de desnutrición es recuperable, sin embargo de no ser atendido oportunamente pone en alto riesgo la vida del individuo.
- ✓ **Desnutrición crónica:** Baja talla de acuerdo a la edad del individuo, a consecuencia de enfermedades recurrentes y/o una ingesta alimentaria deficiente y prolongada. Este tipo de desnutrición disminuye permanentemente las capacidades físicas, mentales y productivas del individuo, cuando ocurre entre la gestación y los 36 meses.
- ✓ **Desnutrición:** Estado fisiológico anormal a consecuencia de una ingesta alimentaria deficiente en energía, proteína y/o micronutrientes o por absorción deficiente de éstos, debido a enfermedades recurrentes o crónicas.
- ✓ **Disponibilidad de alimentos:** Existencia de alimentos disponibles en calidad, variedad y cantidad suficiente para satisfacer la demanda de la población a nivel regional, nacional, local, comunitario, familiar e individual.
- ✓ **Hambre:** Estado fisiológico en el ser humano que demanda ingerir alimentos para satisfacer la sensación causada por la falta de los mismos.
- ✓ **Hambruna:** Período limitado donde la carencia de alimentos para la población es muy grave (disponibilidad y/o acceso) y la desnutrición aguda severa muy elevada, causando aumento notable y propagado de morbilidad y/o mortalidad.
- ✓ **INCOPAS:** La Instancia de Consulta y Participación Social, como parte del SINASAN, brinda aportes técnicos, identifica e instrumenta acciones en temas relacionados con la SAN cuando le sea requerido por la SESAN.
- ✓ **Inocuidad:** Cualidad que posee un alimento que lo hace apto para el consumo humano sin causar enfermedad o daño en el corto, mediano y largo plazo.
- ✓ **Inseguridad alimentaria y nutricional:** Situación en la cual las personas carecen de capacidades para tener acceso físico, económico o social, a una alimentación

adecuada en cantidad y calidad, así como a un buen aprovechamiento biológico, que limita su desarrollo. Entre las causas que la provocan están la falta de alimentos, el insuficiente poder adquisitivo y una distribución inadecuada o uso inadecuado de alimentos en el ámbito familiar

- ✓ **Malnutrición:** Estado fisiológico anormal debido a la inadecuada asimilación, deficiencia, exceso o desequilibrio de la energía, las proteínas u otros nutrientes.
- ✓ **Pertinencia cultural de los alimentos:** Cuando los alimentos corresponden a patrones, hábitos y costumbres, culturalmente aceptados por los grupos de población que los consume.
- ✓ **Pobreza extrema:** Pobreza absoluta o indigencia. El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD-, la define como "falta del ingreso necesario para satisfacer las necesidades básicas de alimentos, que se suele definir sobre la base de las necesidades mínimas de calorías". Según el Banco Mundial "pobres extremos son los que viven con menos de un dólar al día".
- ✓ **Pobreza humana:** Nuevo concepto que se refiere a la privación en cuanto a la capacidad más esencial de la vida, incluso vivir una larga vida y saludable, tener conocimientos, tener aprovisionamiento económico suficiente y participar plenamente en la vida de la comunidad.
- ✓ **Pobreza:** Pobreza general o pobreza relativa. El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD- la define como "falta del ingreso necesario para satisfacer las necesidades esenciales no alimentarias como el vestuario, la energía y la vivienda, así como las necesidades alimentarias. Para el Banco Mundial, la pobreza es "vivir con menos de dos dólares al día".
- ✓ **SAN:** Seguridad Alimentaria y Nutricional.
- ✓ **SESAN:** La Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional es el ente coordinador del SINASAN y tiente la responsabilidad de la coordinación operativa interministerial del Plan Estratégico de SAN, así como de la articulación de los programas y proyectos de las distintas instituciones nacionales e internacionales vinculados con la Seguridad Alimentaria y Nutricional del país.
- ✓ **SIINSAN:** El Sistema de Información Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional permite el monitoreo el monitoreo y evaluación de la situación de la Seguridad Alimentaria y Nutricional, el avance y los efectos de los planes y programas estratégicos, así como el Sistema de Alerta Temprana para identificar situaciones coyunturales de inseguridad alimentaria y nutricional.
- ✓ **SINASAN:** El Sistema Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional, está integrado por instancias de Gobierno y de la sociedad guatemalteca, contando con el apoyo técnico y financiero de la cooperación internacional. El objetivo fundamental del SINASAN es establecer y mantener, en el contexto de la Política Nacional de Seguridad

Alimentaria y Nutricional, un marco institucional estratégico de organización y coordinación para priorizar, jerarquizar, armonizar, diseñar y ejecutar acciones de SAN a través de planes.

- ✓ **Subnutrición:** La ingestión de alimentos no cubre las necesidades de energía básicas de manera continua.
- ✓ **Utilización biológica:** Óptimo aprovechamiento de los alimentos y nutrientes, una vez sean consumidos por el individuo. Implica contar con salud, higiene, alimentos inocuos, agua y saneamiento ambiental.
- ✓ **Vulnerabilidad a inseguridad alimentaria:** Probabilidad de una disminución aguda del acceso a alimentos o de los niveles de consumo, debido a riesgos ambientales, económicos o sociales y a una reducida capacidad de respuesta.