

*Informe de asistencia técnica SPRING*

# Informe de investigación formativa: Principales influyentes en el acceso a los alimentos domésticos en el Altiplano occidental de Guatemala

Marzo 2015



## **ACERCA DE SPRING**

El proyecto SPRING (Strengthening Partnerships, Results, and Innovations in Nutrition Globally [Fortalecimiento de las alianzas, resultados e innovaciones en la nutrición a nivel global]) es un Acuerdo de cooperación de cinco años financiado por la USAID para fortalecer los esfuerzos globales y de los países para escalar las prácticas y políticas de nutrición de alto impacto y mejorar los resultados de la nutrición materna e infantil. El proyecto es administrado por JSI Research & Training Institute, Inc., con los socios Helen Keller International, Manoff Group, Save the Children y el International Food Policy Research Institute.

## **CITA RECOMENDADA**

SPRING. 2015. *Informe de investigación formativa; Principales influyentes en el acceso a los alimentos domésticos en el Altiplano occidental de Guatemala* Arlington, VA: Proyecto USAID/Fortalecimiento de las alianzas, resultados e innovaciones en la nutrición a nivel global (SPRING)

## **AGRADECIMIENTOS**

El proyecto SPRING está agradecido por la valiosa ayuda de la Misión USAID y de varios de sus principales socios implementadores. Los implementadores de Alimentos para la paz de SEGAMIL (Seguridad Alimentaria en los Primeros Mil Días) , PAISANO (Programa de Acciones Integradas de Seguridad Alimentaria y Nutricional del Occidente) y los implementadores del proyecto Cadenas de valor rural de AGEXPORT (Asociación Guatemalteca de Exportadores) y Anacafé (Asociación Nacional del Café) fueron cruciales para seleccionar las comunidades, invitar a los participantes y organizar grupos para las actividades de estudio. SPRING está en deuda también con todos los miembros de la comunidad que participaron en las actividades de estudio. Sin su disposición a donar su tiempo, este estudio no hubiera sido posible. Este estudio no podría haber sido llevado a cabo sin el esfuerzo de la empresa Guatemalteca Consultoría & C.RTC, que se encargó de la traducción y de la recopilación y análisis de datos. Por último SPRING desea agradecer el trabajo de Judiann McNulty, quien lideró este estudio y fue la primera autora de este informe. Su conocimiento y su amor por el altiplano occidental de Guatemala se ve reflejado en la manera en que se abordaron las discusiones de grupo focales, en el detalle que contienen los anexos y en lo minucioso de los resultados y conclusiones de este informe.

## **EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Este informe ha sido posible gracias al apoyo generoso del pueblo estadounidense a través de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) bajo los términos del Acuerdo Cooperativo AID-OAA-A-11-00031 (SPRING), administrado por JSI Research & Training Institute, Inc. (JSI). El contenido es responsabilidad de JSI y no refleja necesariamente las opiniones de USAID o el gobierno de los Estados Unidos.

## **SPRING**

JSI Research & Training Institute, Inc.

1616 Fort Myer Drive, Piso 16

Arlington, VA 22209 EE. UU.

Teléfono: 703-528-7474

Fax: 703-528-7480

Correo electrónico: [info@spring-nutrition.org](mailto:info@spring-nutrition.org)

Internet: [www.spring-nutrition.org](http://www.spring-nutrition.org)

Todas las fotografías incluidas en el informe son cortesía de RTC Consulting.

# Contenidos

---

<b>SIGLAS</b> .....	<b>4</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>5</b>
<b>CONTEXTO</b> .....	<b>7</b>
OBJETIVO .....	9
<b>METODOLOGÍA</b> .....	<b>10</b>
FOCO GEOGRÁFICO Y SELECCIÓN DE LOS PARTICIPANTES .....	10
MÉTODOS .....	11
RECOPIACIÓN DE DATOS .....	14
ANÁLISIS .....	15
LIMITACIONES .....	15
<b>RESULTADOS</b> .....	<b>16</b>
DESCRIPCIÓN DE LOS PARTICIPANTES DEL ESTUDIO .....	16
DINÁMICAS INTRAFAMILIARES .....	16
EFECTOS DE MERCADO EN LAS DECISIONES DE COMPRA DE ALIMENTOS .....	18
ROLES DEL HOMBRE Y LA MUJER RESPECTO A LA COMPRA DE ALIMENTOS .....	24
EFECTOS DEL PODER ADQUISITIVO O DE LOS INGRESOS ADICIONALES PERCIBIDOS EN LAS DECISIONES VINCULADAS A LOS GASTOS, INCLUYENDO COMPRA VERSUS PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS .....	25
<b>RESULTADOS ADICIONALES</b> .....	<b>28</b>
GASTOS EN PRODUCTOS NO ALIMENTICIOS A CONSIDERAR .....	28
CONSUMO DE AZÚCAR Y EJERCICIO REDUCIDO .....	28
ACCESO A ATENCIÓN MÉDICA .....	28
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>29</b>
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>31</b>
<b>ANEXO A - PROGRAMACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO</b> .....	<b>32</b>
<b>ANEXO B INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS</b> .....	<b>34</b>
<b>ANEXO C. PARTICIPANTES ENCUESTADOS</b> .....	<b>49</b>
<b>ANEXO C. PARTICIPANTES ENCUESTADOS</b> .....	<b>49</b>
<b>ANEXO D. DESGLOSE DE MÉTODOS DE ESTUDIO</b> .....	<b>50</b>
<b>ANEXO E. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMO DE ALIMENTOS</b> .....	<b>53</b>

# Siglas

---

AGEXPORT	Asociación Guatemalteca de Exportadores
Anacafé	Asociación Nacional del Café
FFP	Alimentos para la Paz
FLNV	Alimentos con bajo valor nutritivo
PAISANO	Programa de Acciones Integradas de Seguridad Alimentaria y Nutricional del Occidente
RVCP	Proyecto Cadenas rurales de valor
SEGAMIL	Seguridad Alimentaria en los Primeros Mil Días
SBC	Cambio social y conductual
SPRING	Fortalecimiento de asociaciones, resultados e innovaciones en la nutrición a nivel global
WHIP	Programa Western Highlands Integrated
ZOI	Zona de influencia

# Resumen ejecutivo

---

El proyecto de Fortalecimiento de las alianzas, resultados e innovaciones en la nutrición a nivel global (SPRING) realizó investigaciones formativas en Agosto del 2014 para evaluar los factores que afectan la compra de alimentos a nivel doméstico y las decisiones vinculadas a la producción en la Zona de influencia Feed the Future (Alimentar el futuro) del Programa Western Highlands Integrated (WHIP). Los resultados del estudio tienen como objetivo informar y/o mejorar las estrategias de implementación para fortalecer una conducta doméstica (producción, compra y consumo) que contribuya a una mejor nutrición. Estos resultados son cruciales para apoyar la planificación y mejorar el acceso de las familias pobres y rurales a los alimentos durante todo el año. Se espera que estos resultados contribuyan a alcanzar el objetivo de la Estrategia nacional de desarrollo guatemalteco de USAID que consiste en reducir la pobreza y la desnutrición crónica a través de los esfuerzos colaborativos de múltiples actividades fundadas mediante Feed the Future (Alimentar el futuro), la Global Health Initiative (Iniciativa de salud global), y Food for Peace (Alimentos para la Paz).

El proyecto SPRING llevó a cabo el estudio en siete municipios en cuatro departamentos del altiplano occidental.<sup>1</sup> Los socios implementadores USAID del Proyecto Cadenas rurales de valor (RVCP, según sus siglas en inglés) y que formaron parte de las actividades de Alimentos para la Paz colaboraron identificando dos comunidades en cada municipio e invitando a los clientes con actividad local a participar en entrevistas de informante clave o en discusiones de grupo focal.<sup>2</sup> El proyecto SPRING utilizó una adaptación de la metodología del grupo focal estándar para reunir las distintas visiones de los participantes. El proyecto SPRING también llevó a cabo una breve encuesta de mercado que evaluó la disponibilidad de alimentos frescos y procesados en las comunidades locales (tiendas) y en los mercados. La encuesta de mercado y las discusiones de grupo focal fueron esenciales para entender mejor cómo la compra de alimentos y las conductas de consumo de los participantes se veían afectadas por lo siguiente:

- las características del mercado, incluyendo tamaño, distancia, estacionalidad y precios;
- los roles establecidos de los hombres y las mujeres en lo que refiere a la compra de alimentos; y
- el poder adquisitivo basado en el flujo de dinero doméstico y/o de aumentos en los ingresos percibidos por la participación en las actividades de Alimentar el futuro.

La investigación formativa provee varias visiones que podrán ser utilizadas para desarrollar estrategias que permitan mejorar los patrones y conductas de compra de alimentos y de consumo/dieta en los hogares del programa WHIP y así mejorar la nutrición:

- La distancia a los mercados de alimentos es un factor que influye mucho en lo que las familias compran, ya que la frecuencia de cada viaje afecta el tipo de comida comprada.

---

<sup>1</sup> Un municipio en Guatemala es similar a un condado de los Estados Unidos y un departamento es similar a un Estado de los Estados Unidos o a una provincia de Canadá.

<sup>2</sup> Este informe se referirá a los individuos que formaron parte del estudio como "participantes". Los individuos que formaron parte o que estuvieron involucrados en las actividades de Alimentos para la Paz o del Proyecto Cadenas rurales de valor serán denominados "beneficiarios", aunque SPRING reconoce que en la práctica se los suele llamar participantes, actantes o clientes.

- En el área estudiada, las tiendas y mercados tienen disponible una amplia variedad de alimentos procesados que pueden ser considerados como FLNV (Foods of Low Nutritional Value [Alimentos con bajo valor nutritivo]). Las entrevistas demostraron que todos los segmentos de la población, incluyendo a los niños consumían FLNV frecuentemente (a veces diariamente).
- En forma similar a los resultados del informe del proyecto FHI 360's Food and Nutrition Technical Assistance III (Proyecto de Asistencia Técnica de Alimentos y Nutrición FHI 360) de Optifood,<sup>3</sup> las discusiones de grupo focal revelaron que según los participantes, los valores estimados del costo de su dieta semanal, cuando no pudieran producir su propio alimento, excedía los recursos económicos que tenían para gastar. Esto indica lo importante que es que las familias puedan producir su propio alimento para satisfacer las necesidades básicas, incluso en los hogares que producen cultivos para exportar mediante actividades de cadena de valores.
- Además del costo, un factor limitante en el consumo de alimentos de origen animal como carne fresca y productos lácteos frescos es la falta de refrigeración, lo que significa que todo alimento fresco con vencimiento debe ser consumido el mismo día de su compra.
- Muchas parejas jóvenes viven con sus familias ampliadas y en general en estos hogares la suegra es quien toma todas las decisiones en cuanto a la compra de alimentos y su preparación.
- Las mujeres entrevistadas de otros hogares indicaron que tienen autonomía en la toma de decisiones vinculadas a la compra de alimentos y de productos de cuidado sanitario, como también en la venta de un porcentaje del ganado que criaron.
- Tanto los hombres como las mujeres opinaban y participaban en la manera en que los gastos de sus ingresos adicionales deberían utilizarse, sea para alimentos o para otros productos no alimenticios. Los hombres parecían tener un mayor grado de autonomía y autoridad en las decisiones vinculadas a los cultivos y al ganado de mayor escala, mientras que los hombres y las mujeres estuvieron de acuerdo en que la toma de decisiones vinculadas a la compra de alimentos está generalmente a cargo de las mujeres.
- Los hombres y las mujeres tenían diferentes prioridades de gasto, pero no existían diferencias de género vinculadas al almacenamiento de alimentos o a la inversión en ganado. Tanto los hombres como las mujeres priorizaban estas tareas como gastos/inversiones.
- Dándole prioridad a la compra de alimentos, los hombres y las mujeres dijeron que los ingresos adicionales deberían utilizarse para comprar alimentos básicos y almacenarlos en vez de aumentar la diversidad de alimentos.
- Los participantes indicaron que si tuvieran más ingresos regulares/estables de la agricultura podrían alternar sus prioridades para satisfacer necesidades a más largo plazo como construir o mejorar una casa, tener ahorros, comprar tierras o adquirir un vehículo para transportar la producción.

---

<sup>3</sup> FANTA, Resumen del informe: *Desarrollo de recomendaciones alimentarias basadas en evidencia para niños, mujeres embarazadas y lactantes que viven en el Altiplano occidental de Guatemala* (Washington, DC: FHI 360/FANTA, 2013), <http://www.fantaproject.org/sites/default/files/resources/Guatemala-Optifood-Summary-Oct2013.pdf>.

Las principales conclusiones y recomendaciones se establecieron a partir de este tipo de resultados y destacan la necesidad de una estrategia de cambio conductual más robusta en la zona de influencia WHIP y de una coordinación y colaboración continua entre los socios implementadores de WHIP.

- Como se mencionó anteriormente, las madres jóvenes que viven con sus suegras y suegros no tienen mucho poder de decisión en cuanto a los alimentos que se compran para alimentar a su familia. Por lo tanto es crucial que las estrategias y mensajes de cambio social y conductual (SBC, según sus siglas en inglés) incluyan a las suegras como una circunscripción clave para asegurar que los cambios en la alimentación de los niños y las mujeres se ejecuten y se mantengan.
- Los mensajes educativos para los beneficiarios del proyecto cadenas de valor rural pueden promover el concepto de que utilizar parte del aumento en los ingresos para comprar alimentos de mayor calidad (por ejemplo frutas, verduras y alimentos de origen animal) es una inversión importante para el futuro de sus hijos.
- Las familias en comunidades rurales no pueden almacenar carne fresca o productos lácteos y están limitadas a consumirlos el mismo día que los compraron en el mercado. Esta limitación se deberá tener en cuenta al momento de preparar los mensajes de nutrición. De todos modos, puede ser posible implementar soluciones creativas adecuadas al contexto local si se las desarrolla a través de comités WHIP departamentales o municipales con la participación de los miembros de la comunidad.
- Se necesita más trabajo para promover el cambio conductual en torno al asunto de la FLNV, no solo por la nutrición, sino también debido al uso inadecuado de los recursos de cada familia. El enfoque educativo también debe incentivar a que las madres (y abuelas) se comprometan a evaluar el valor de cada gasto y a pensar en estrategias para negociar con los niños.

## Contexto

---

Los niveles de insuficiencia nutricional crónica en Guatemala han permanecido obstinadamente altos. Con el 54 por ciento de niños de menos de cinco años de edad severa o moderadamente raquíticos, Guatemala es el tercer país con niveles más altos de desnutrición en el mundo.<sup>4</sup> En el caso de los niños indígenas de Guatemala, las tasas nacionales de raquitismo son de 59 y 66 por ciento respectivamente y alcanzan niveles aún más altos en algunas regiones de la Zona de influencia Alimentar el futuro que incluye 30 municipios en los cinco departamentos occidentales del altiplano Totonicapán, San Marcos, Huehuetenango, Quetzaltenango y El Quiché.<sup>5</sup> Como parte de su esfuerzo por afrontar este desafío Guatemala está implementando una respuesta multisectorial a través del Zero Hunger Pact (Pacto por el fin del hambre) al mismo tiempo que actúa como país central en la iniciativa Alimentar el futuro que apoya una estrategia impulsada por el país para evaluar las causas de fondo de la pobreza, el hambre y la desnutrición.

---

<sup>4</sup> United Nations Children's Fund (UNICEF), *Tracking Progress on Child and Maternal Nutrition: A Survival and Development Priority* (New York: UNICEF, 2009), [http://www.unicef.org/publications/files/Tracking\\_Progress\\_on\\_Child\\_and\\_Maternal\\_Nutrition\\_EN\\_110309.pdf](http://www.unicef.org/publications/files/Tracking_Progress_on_Child_and_Maternal_Nutrition_EN_110309.pdf).

<sup>5</sup> Consulte la «Estrategia para Guatemala» de Alimentar el futuro en el perfil de país de Guatemala en el sitio web de Feed the Future, <http://www.feedthefuture.gov/sites/default/files/country/strategies/files/GuatemalaFeedtheFutureMultiYearStrategy.pdf>.

Los dos objetivos de la iniciativa Alimentar el futuro son impulsar el crecimiento inclusivo del sector agrícola y mejorar el estado nutricional de las mujeres y niños. Actualmente USAID está implementando aproximadamente 19 actividades individuales en Guatemala que se concentran en la nutrición, la salud, las cadenas de valor, la seguridad alimentaria, la planificación familiar, la democracia y la gobernanza y la educación.

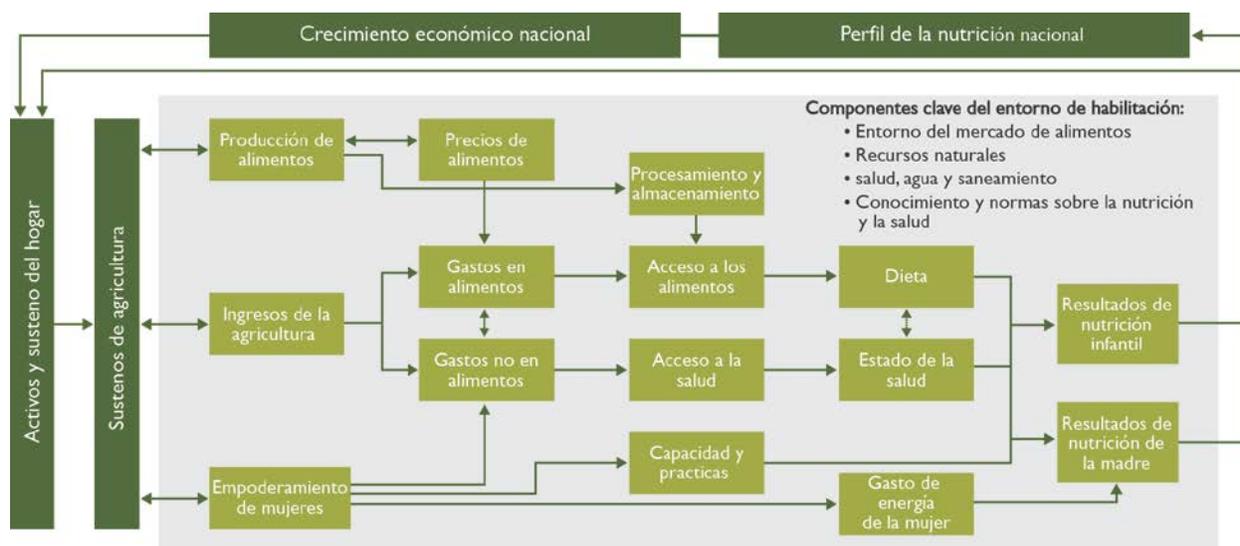
La iniciativa Alimentar el futuro en Guatemala adoptó un enfoque de cadena de valor para que la gente pueda salir de la pobreza mejorando sus ingresos y su acceso a los alimentos. Complementadas mediante actividades que provean un mejor acceso a servicios de salud, acceso a agua potable y una educación integrada sobre higiene y nutrición, las actividades de la cadena de valor para generar ingresos buscan lograr una mejor nutrición en la población implicada. Sin embargo, la correlación entre ingresos y nutrición, no es siempre fuerte o inevitable. Por lo tanto, es necesario identificar diferentes maneras para que la cadena de valor de Alimentar el futuro pueda tener un impacto positivo en la nutrición de las mujeres y los niños.

Para lograr que las intervenciones vinculadas a la agricultura y la nutrición estén más ligadas entre sí, y para asegurar que los objetivos de nutrición de las actividades de Alimentar el futuro puedan lograrse, el proyecto de nutrición de USAID, SPRING, introdujo un marco de trabajo: las rutas agricultura a nutrición que buscan mejorar los resultados vinculados a la nutrición a través la agricultura. Estas proporcionan un resumen del estado actual del conocimiento sobre las formas de usar la agricultura para mejorar la nutrición. Aunque la agricultura suele verse únicamente como una fuente de distintos alimentos e ingresos, en realidad, su efecto en la nutrición tiene múltiples facetas, sobre todo considerando el rol crucial que tienen las mujeres en la agricultura. Primero, la agricultura apoya una vida saludable y activa produciendo alimentos en y para el consumo doméstico y suministrando alimentos a los mercados. Segundo, la agricultura como fuente de sustento genera ingresos para comprar alimentos y cubrir cuidados sanitarios. Tercero, e igual de importante aunque sea una ruta menos obvia entre la agricultura y la nutrición, la agricultura afecta las relaciones de género y el estado de las mujeres. El tiempo que las mujeres tienen disponible, la energía invertida y el acceso y control de los recursos productivos y de los ingresos domésticos afectan su salud y la de sus niños, como así también su estado nutricional. Estas rutas clave interactúan en forma regular y no siempre son lineales. La imagen a continuación muestra cómo diversas inversiones o actividades agrícolas pueden mejorar el acceso a la comida y el cuidado sanitario, cómo afectan y son afectadas por el ambiente habilitador y cómo en definitiva afectan la nutrición de las mujeres y los niños.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Para obtener más información sobre las rutas, consulte la serie de informes sobre la mejora de la nutrición a través de la agricultura desarrollados por el proyecto SPRING y disponibles en el sitio web de SPRING: <http://www.spring-nutrition.org/publications/series/improving-nutrition-through-agriculture-technical-brief-series>.

**Imagen 1 Las rutas conceptuales entre la agricultura y la nutrición**



## Objetivo

El proyecto SPRING tiene como objetivo comprender mejor cómo las principales conductas domésticas o en la ruta agricultura a nutrición se ven influenciadas por las intervenciones de Alimentar el futuro. El proyecto SPRING estudia la suposición de que las actividades que tienen como objetivo primario aumentar los ingresos domésticos ayudarán a los beneficiarios a obtener mejores resultados nutritivos. Este estudio busca comprender mejor cómo las familias con ingresos adicionales toman decisiones en cuanto a qué comprar, producir y consumir, y si los aumentos en sus ingresos pueden realmente llevar a una alimentación más variada o a una mejor nutrición.<sup>7</sup> El estudio también examina cómo los elementos clave del entorno del mercado alimentario, incluyendo la disponibilidad y diversidad de alimentos, la asequibilidad, el acceso a los mercados de alimentos, la estacionalidad y las necesidades domésticas no alimentarias influyen en estas decisiones. Luego de comprender mejor cómo los clientes y los beneficiarios están tomando las decisiones, gastando sus ingresos e interactuando con el entorno de los mercados de alimentos, el proyecto SPRING espera poder identificar distintas maneras de impulsar las inversiones agrícolas en Guatemala para contribuir en forma más adecuada a las mejoras en la nutrición.

Con el fin de desarrollar estos temas, el proyecto SPRING llevó a cabo investigaciones formativas en una selección de municipios en la Zona de impacto Alimentar el futuro para así comprender mejor las normas domésticas, de género y comunitarias, los conocimientos y capacidades y los factores del entorno que influyen en las decisiones de la gente sobre los alimentos que producen, compran y consumen. Las encuestas de mercado y las discusiones de grupo focal fueron esenciales para entender mejor cómo la compra de alimentos y las conductas de consumo de los participantes se veían afectadas por lo siguiente:

<sup>7</sup> Este trabajo tiene como propósito complementar las investigaciones de las Pruebas de prácticas mejoradas (TIPS, según sus siglas en inglés) que están siendo realizadas por FANTA mediante su herramienta Optifood. La evaluación Optifood en Guatemala brinda información sobre una canasta de alimentos básicos basada en los alimentos disponibles a nivel local para asegurar una alimentación adecuada para todos los miembros de hogares en la Zona de impacto Alimentar el futuro. Para más información ingrese a: <http://www.fantaproject.org/countries/queatemala/optifood-report-2014>.

- las características del mercado, incluyendo tamaño, distancia, estacionalidad y precios;
- los roles establecidos de los hombres y las mujeres en lo que refiere a la compra de alimentos; y
- el poder adquisitivo basado en el flujo de dinero doméstico y/o de aumentos en los ingresos percibidos por la participación en las actividades de Alimentar el futuro.

## Metodología

---

Este estudio fue realizado en Agosto del 2014 por un equipo guatemalteco con conocimientos de todos los idiomas del área de estudio, bajo la tutela de un consultor internacional familiarizado con el Altiplano occidental de Guatemala. Los métodos utilizados para recopilar datos en cada municipio incluyeron discusiones de grupo focal, entrevistas de informantes clave y encuestas y evaluaciones de mercado. La programación y los distintos instrumentos de recopilación de datos se incluyen en este informe en los anexos A y B, respectivamente.

### Foco geográfico y selección de los participantes

Durante la investigación formativa se incluyeron cuatro de los cinco departamentos destino de Alimentar el futuro. El departamento de El Quiché, donde se reportó fatiga durante las encuestas por parte de los beneficiarios de Alimentar el futuro, fue excluido. Se seleccionaron dos municipios de cada uno de los tres departamentos de Huehuetenango, San Marcos,<sup>8</sup> y Totonicapán (ver tabla 1). En el departamento de Quetzaltenango solo se seleccionó un municipio porque había solo dos municipios que cumplían con los criterios de selección (descritos a continuación). Los dos municipios elegibles de Quetzaltenango son contiguos y, por lo tanto, en los mismos no se pudo realizar la diferenciación de zonas de mercados que sí pudieron identificarse entre los municipios de los otros tres departamentos. Se dio prioridad al municipio seleccionado en Quetzaltenango ya que ofrecía una actividad de cadena de valor artesana.

**Tabla 1. Ubicaciones de estudio e idiomas**

Departamento	Municipios	Idioma
Totonicapán	Momostenango	K'iché
	Santa Lucia La Reforma	K'iché
Huehuetenango	Concepción Huista	Poptí
	Chiantla	Mam
Quetzaltenango	Concepción Chiquirichapa	Mam
San Marcos	San Lorenzo	Mam, Español
	Tajumulco	Mam

---

<sup>8</sup>Un municipio adicional, San Sebastian, se agregó en San Marcos para que allí se organice una reunión con una asociación de Anacafé. No obstante, en este tercer municipio no se aplicaron todos los métodos de entrevista.

Los criterios para seleccionar los municipios destino fueron los siguientes:

- 1) Los municipios tienen una alta tasa de desnutrición según el Tercer censo nacional de desnutrición (2008),<sup>9</sup> y, por lo tanto, reflejan las características del Altiplano occidental.
- 2) Los municipios incluyen las actividades del Proyecto Cadenas de valor rural, implementadas por la Asociación Guatemalteca de Exportadores (AGEXPORT) y la Asociación Nacional del Café (Anacafé), y la programación Alimentos para la paz, implementada por el Programa de Acciones Integradas de Seguridad Alimentaria y Nutricional del Occidente (PAISANO) y Seguridad Alimentaria en los Primeros Mil Días (SEGAMIL).
- 3) Al menos uno de los municipios seleccionados de cada departamento destino incluía una cadena de valor artesana.
- 4) Los municipios podían visitarse dentro del tiempo establecido para la encuesta.

Los participantes de las discusiones de grupo focal y las entrevistas individuales eran miembros de una asociación involucrada en el proyecto Cadenas de valor rural (RVCP) o beneficiarios de las actividades de Alimentos para la paz (FFP) que habían percibido un aumento en sus ingresos. Esta separación de beneficiarios FFP y RVCP fue deliberada, para permitir que el estudio pueda analizar la toma de decisiones en distintos niveles socio económicos de la población. Las suposiciones fueron que se selecciona a los más pobres para la participación en las actividades de FFP mientras que aquellos que participan en RVCP tienen más bienes domésticos y medios de subsistencia. Los socios implementadores de RVCP y FFP asumieron la responsabilidad de convocar a los individuos y grupos que participaron en este estudio. En total participaron 244 individuos diferentes en el estudio. En este estudio, la representación más elevada fue de las mujeres que participaron en actividades FFP, ya que se entrevistaron a 154. La representación más baja fue de los individuos implicados en actividades de cadenas de valor de artesanías bajo el proyecto RVCP, ya que solo 5 fueron entrevistados. El Anexo C provee detalles adicionales sobre el número de participantes del estudio por municipio y tipo de actividad en la que participaron, sea horticultura RVCP, artesanado RVCP o FFP. La cantidad de personas que participaron en el grupo de discusión focal de este estudio y las entrevistas detalladas de las entrevistas a informantes clave, por municipio y tipo de actividad, está documentada en el anexo D.

## Métodos

El diseño de métodos mixtos incluyó tanto entrevistas individuales con productores agrícolas y artesanos en el proyecto RVCP como un estudio observacional de la disponibilidad de alimentos y acceso a nivel de la comunidad a mercados regionales y actividades grupales con beneficiarios RVCP y FFP utilizando discusiones de grupo focal participativas. Los instrumentos para estos métodos se encuentran en el anexo B, junto a una explicación más detallada de la metodología empleada con los grupos focales y un resumen de los métodos que fueron utilizados con cada grupo en cada uno de los municipios destino. A continuación se incluye una explicación resumida.

---

<sup>9</sup> Como se cita en Herman L. Delgado, Status and Trends in Chronic Malnutrition in Guatemala, USAID Health Care Improvement Project Technical Report (Bethesda, MD: University Research Co., 2010).

1. Las **entrevistas exhaustivas e individuales con los productores** se diseñaron para obtener información sobre los aumentos en los ingresos percibidos debido a la producción agrícola (o de artesanías) y el marketing a través del proyecto RVCP. Las entrevistas buscaron obtener información sobre cómo se utilizan los ingresos adicionales, cómo se toman las decisiones respecto a la manera de gastar los ingresos, si los ingresos adicionales mejoran la calidad de la alimentación y cuál es la relación entre aumentar los cultivos comerciales para obtener ingresos y tomar decisiones sobre realizar cultivos alimentarios o comprar comida. Los informantes clave eran miembros de las pocas cooperativas RVCP que participaron en la investigación formativa de cadenas de valor de horticultura y artesanía en Totonicapán, San Marcos y Quetzaltenango, respectivamente. Estos mismos individuos también participaron en los grupos de discusión focal en torno a las decisiones respecto a los gastos y la cosecha descritas a continuación.



Realizando una entrevista exhaustiva con un cliente RVCP.

2. Las **discusiones de grupo focal participativas sobre los gastos domésticos y las decisiones vinculadas a la cosecha** incluyeron grupos masculinos o mixtos con gente que participó del RVCP o grupos de hombres que participaron en el FFP.<sup>10</sup> Un grupo en Totonicapán estaba constituido por mujeres implicadas en la actividad de FFP a través de SEGAMIL. La metodología se basó en tres etapas de interrogación. La primera etapa incluyó ejercicios de elección obligatoria en los que a los participantes se les daba una cantidad hipotética de dinero que representaba el ingreso agrícola



Ejercicio de grupo focal en el que se indica la prioridad otorgada a cada gasto.

neto luego de pagar préstamos y aportes, como se discutió con el grupo. Se les pidió que escogieran 1 de 20 elementos ilustrados en los que gastarían su dinero. La discusión facilitada permitía obtener una justificación de la elección, información sobre cómo se tomaban las decisiones en el hogar y si la fuente del ingreso influenciaría los gastos. La segunda línea de interrogación con este grupo también utilizó dinero falso y fotos de alimentos, pero los participantes debían identificar cómo gastarían el dinero extra para alimentos. La discusión siguiente se concentró en cómo las compras de alimentos pueden o no modificarse y en ver cuál es el razonamiento detrás de estas elecciones para entender mejor las dinámicas de toma de decisiones domésticas. La tercera parte de las discusiones grupales

---

<sup>10</sup> La única cadena de valor en el proyecto integrada únicamente por mujeres es para los artesanos. Los mismos no fueron incluidos en este tipo de grupo focal ya que no toman decisiones respecto a la cosecha. Las mujeres que participaron en este estudio están incluidas en cooperativas de género mixto y por lo tanto en grupos focales de género mixto.

giró en torno a las elecciones de cosecha y al abastecimiento de comida para la familia, para así establecer un vínculo entre las elecciones de producción de alimentos, la disponibilidad de productos y la asequibilidad en los mercados.

3. Las **discusiones de grupo focal participativas sobre la compra de alimentos**<sup>11</sup> se realizaron

con madres de niños jóvenes que participaron en actividades FFP y estuvieron centradas en la disponibilidad de alimentos y el acceso a los mismos<sup>12</sup>. El objetivo de estos ejercicios y discusiones fue validar la disponibilidad, los precios y el acceso al rango de alimentos identificados en mercados locales y regionales y en tiendas, como también a los alimentos cultivados en la comunidad. Las fotos, que fueron tomadas en un gran mercado regional con todos los alimentos disponibles, incluyendo los procesados y embalados, se utilizaron para



Los beneficiarios FFP categorizando su alimentación diaria.

implicar activamente a los participantes y para minimizar la posibilidad de oír respuestas esperadas. A las mujeres se les pidió que categoricen las fotos de los alimentos como «nunca lo comí» y «lo como ocasionalmente» discutiendo la lógica detrás de sus respuestas y incluyendo precios, estacionalidad, pensamientos sobre los alimentos y preferencias alimentarias. Luego realizaron una clasificación más detallada de las fotos para indicar los alimentos consumidos con más frecuencia en la alimentación diaria básica en sus hogares, lo que representó a una mayoría de los hogares más pobres de la comunidad. El resto de las discusiones obtuvo la opinión de los participantes sobre cuáles son los alimentos inaceptables para los niños menores a dos años y las preferencias de varios FLNV.

4. **Las entrevistas individuales para validación** fueron realizadas durante los últimos días del estudio con un número limitado de mujeres beneficiarias FFP en Quetzaltenango. Estas entrevistas fueron diseñadas para validar los resultados sobre el acceso a los alimentos y el género en la toma de decisiones que fueron apareciendo en las discusiones grupales previas y para completar la información incompleta. Estas entrevistas se realizaron con mujeres antes de que realizaran el ejercicio de compra de alimentos.

---

<sup>11</sup> Luego de que se completó este estudio, uno de los recopiladores de información repitió el ejercicio de compra de alimentos en la comunidad de Uspantán, El Quiché. El ejercicio se realizó con un grupo de mujeres cuyas familias no participaron en actividades FFP o RVCP, pero que eran similares a los participantes de este estudio en edad, estado civil y medios de subsistencia. Los resultados de este ejercicio fueron los mismos que los del estudio de las comunidades.

<sup>12</sup> En estos grupos solo se incluyeron mujeres ya que son responsables de la mayor parte de las compras de alimentos y ya que los hombres estaban trabajando en el campo durante las entrevistas. Se convocó a un grupo de padres FFP para que participaran en estos grupos focales de compra de alimentos; sin embargo, le dijeron a los entrevistadores que no podían responder a las preguntas pues sus mujeres tomaban estas decisiones. Por lo tanto, a este grupo de hombres se le hicieron las preguntas del grupo de decisión focal sobre las decisiones vinculadas a los gastos y las cosechas descritas en el elemento 2 más arriba.

5. La **encuesta de mercado y la evaluación de acceso de los consumidores** se realizaron en tiendas de la comunidad, mercados locales en municipios seleccionados y mercados regionales en San Juan Ostuncalco y Jacaltenango. Este estudio evaluó la disponibilidad de los alimentos que se necesitan para la diversidad alimentaria, incluyendo alimentos frescos, procesados y embalados. Los recopiladores de datos conversaron sobre la estacionalidad y los rangos de precios con los vendedores y entrevistaron a los miembros de la comunidad respecto a su uso de alimentos locales, interrogándoles si sabían si estos alimentos eran producidos o recolectados en forma silvestre.



Evaluando mercados respecto a la disponibilidad de una variedad de alimentos.

## Recopilación de datos

Los instrumentos de recopilación de datos para el estudio se desarrollaron antes de que el consultor llegara a Guatemala. Los instrumentos fueron traducidos a las lenguas Mayas por una empresa consultora<sup>13</sup> que también brindó recopiladores/enumeradores de información primaria. Cabe destacar que para las lenguas indígenas del altiplano occidental, antes de finalizar el instrumento es necesario realizar un examen oral. Por lo tanto, todos los instrumentos de encuesta (guías) fueron puestos a prueba en comunidades fuera de los municipios seleccionados para el estudio. Se realizaron ajustes en el vocabulario según fue necesario para finalizar el instrumento antes de que comenzara el estudio.

Los datos fueron recopilados por el personal de una empresa local a partir de todos los guatemaltecos de la región. Todos los miembros del equipo hablaban en lenguas Maya relevantes y estaban familiarizados con el contexto social. Todos los recopiladores de datos recibieron dos días de entrenamiento sobre la metodología y los instrumentos. Se empleó un medio día de práctica en el campo para validar todos los instrumentos. Los seis recopiladores de datos trabajaron de a pares en cada comunidad asignada, con la supervisión del consultor internacional y del director de la empresa consultora local. El personal de los socios implementadores se encargó de presentarlos ante las comunidades.

Se leyó un documento de consentimiento a cada individuo o grupo para obtener permiso para su participación. Todas las entrevistas y actividades grupales se grabaron para luego ser transcritas (actividad que en general se completó en el mismo día), y se tomaron notas detalladas para incluir no solo las discusiones sino que también el lenguaje corporal de los participantes. Las fotografías también capturaron el lenguaje corporal de los participantes y su nivel de implicación. Las entrevistas y las actividades grupales se realizaron en el idioma de preferencia de cada individuo o grupo.

---

<sup>13</sup> La empresa Guatemalteca Consultoría & C.RTC llevó a cabo este trabajo con el consultor del proyecto SPRING.

Los pares de recopiladores de datos también se encargaron de dirigir las observaciones en cuanto a la disponibilidad de alimentos y las evaluaciones de acceso de los consumidores. El personal de los socios implementadores se encargó algunas veces de ayudar con la recopilación de datos también en los mercados; como esta recopilación de datos no precisaba interactuar con o interrogar a los miembros de la comunidad, no hubo riesgo de sesgo, lo que podría haber sucedido si el personal hubiera tenido que interactuar con los participantes de sus propias actividades.

## Análisis

El análisis se realizó durante un taller de tres días, con la participación activa de todos los recopiladores de datos. El equipo de estudio utilizó el software AQUAD para codificar los resultados vinculados a las preguntas clave y tres aspectos distintos (género, factores que influyen en el acceso y fuente de ingresos). Como etapa final, los miembros del equipo revisaron las transcripciones y notas para triangular los resultados que tuvieran una relación directa con las cuatro preguntas de la investigación. La información sobre la



Equipos de estudio realizando el análisis de los datos.

disponibilidad de alimentos y las evaluaciones sobre el acceso de los consumidores se expuso en el área de destino y se crearon gráficos para capturar la información vinculada más relevante.

## Limitaciones

Algunas limitaciones en este estudio pudieron haber afectado los resultados y las recomendaciones. El tamaño de muestreo del estudio era pequeño, especialmente al desglosarlo a nivel municipal o por actividad. Esto significa que sería imposible generalizar los resultados u defender su relevancia. Los participantes tampoco fueron seleccionados aleatoriamente, sino que fueron reclutados según la disponibilidad y el interés de sus socios implementadores. La recopilación de datos a nivel de campo se llevó a cabo durante un breve lapso de tiempo (ocho días), lo que dejó poco tiempo para hacer un seguimiento con los participantes. Como se mencionó anteriormente, hubo un alto nivel de fatiga durante las encuestas en los municipios del Altiplano occidental en los que las actividades organizadas por USAID están en progreso. Esto se debió a las numerosos puntos de partida de las actividades, a los viajes de observación de USAID y a los visitantes asociados y a otras evaluaciones. El equipo SPRING utilizó métodos innovadores y atractivos con el objetivo de atenuar este desafío. Además no hubo información disponible para indicar cambios en los ingresos de los participantes durante su participación en las actividades FFP o RVCP. Por el contrario, los participantes compartieron sus percepciones respecto a si sus ingresos aumentaron desde que comenzaron a formar parte de las actividades organizadas por USAID. Estos testimonios no pudieron ser verificados. Por último, aunque el equipo del proyecto SPRING y el consultor internacional intentaron darle el mayor aviso previo posible a los socios implementadores, este estudio se realizó en una época del año particularmente complicada para las actividades RVCP, lo que

aumentó la dificultad para establecer contacto con los beneficiarios RVCP. Como resultado de esto, hubo menos participantes RVCP que FFP que participaron en este estudio.

Finalmente, este estudio se realizó durante una época del año (temporada de lluvias) en la que algunos alimentos, incluyendo los alimentos básicos como maíz y porotos, tienen un precio de mercado más alto que el habitual. Esta situación se vio agravada este año debido a las sequías. Los participantes sabían que en la temporada siguiente probablemente habría problemas en las cosechas que resultarían en precios más elevados. Por lo tanto, puede ser que hayan estado más preocupados por si iban a poder obtener y almacenar los mismos cereales para el año próximo que los que hubieran podido almacenar en un año con una buena cosecha anticipada. Así, es posible que las respuestas hayan sido sesgadas y que estuvieran orientadas a la cantidad total de alimentos más que a una toma de consciencia sobre la producción de una mayor diversidad de alimentos con mayor valor nutritivo.

## Resultados

---

### Descripción de los participantes del estudio

Entre los 18 productores agrícolas informantes clave (beneficiarios RVCP) entrevistados, la mitad nunca fueron a la escuela y la mayoría del resto solo fueron a la escuela primaria y dos fueron a la escuela secundaria (*diversificado*). Una de las mujeres incluidas en las cinco entrevistas a los artesanos tenía una educación post-secundaria, y otras dos habían terminado la escuela secundaria, las dos restantes no habían ido a la escuela primaria. Todos los beneficiarios RVCP que fueron entrevistados tenían su propia tierra y la mitad informaron que realizaban trabajos agrícolas diarios para otros. Cinco de los 18 hogares productores tenía un pequeño comercio como una tienda. Ninguno de estos hogares contaba con un adulto con un ingreso asalariado, y solo uno recibía remesas. Siete informaron haber tenido un aumento en sus ingresos el año pasado debido a la participación en el RVCP, y mientras que el resto informó que ganaban igual o menos que hace dos años, todos declararon un aumento en sus ingresos a pesar de las pocas precipitaciones. En la mayoría de las familias RVCP había un hijo o un nieto menor a cinco años.

En general, los beneficiarios FFP que participaron en este estudio formaban parte de núcleos familiares más jóvenes con más niños menores de cinco años.<sup>14</sup> Algunas de las familias FFP no eran dueñas de sus tierras y dependían del trabajo diario. Varias de las parejas jóvenes vivían con sus suegros/suegras y dependían de ellos para los gastos. Algunas mujeres que participaron en el FFP tenían esposos trabajando en el extranjero, pero el equipo de estudio encontró también dos comunidades FFP destino que informaron no haber migrado ya que no tenían ni los fondos ni la capacidad de acceso a un préstamo (la tierra es demasiado pobre para cumplir con los requisitos) para pagarle al *coyote*.<sup>15</sup>

### Dinámicas intrafamiliares

Un tema transversal para todas las cuestiones de los cuatro estudios es el rol de las dinámicas intrafamiliares, incluyendo los asuntos de género. El estudio utilizó diversas estrategias para obtener

---

<sup>14</sup> Cabe destacar que las actividades FFP, según su definición, apuntaban a hogares con niños menores a dos años y con mujeres embarazadas o lactantes, una distinción clave de los enfoques de selección utilizados por RVCP.

<sup>15</sup> Un *coyote* es una persona a la que se le paga para cruzar a la gente de una frontera a la otra.

información al respecto: dividir los grupos focales por género o en parejas, e interrogar sobre los roles en la toma de decisiones tanto en las entrevistas grupales como en las individuales.

Uno de los resultados clave está vinculado a la composición de las familias. Aunque ni la línea de base WHIP ni el DHS brindaron información al respecto, los participantes del estudio estimaron que el 75 por ciento de los hogares eran multi-generacionales, con parejas jóvenes que viven con los padres del joven hasta que puedan comprarse su propia casa. A las mujeres jóvenes en general se las deja con los padres del esposo cuando este migra al extranjero para trabajar. En estos hogares, la suegra es quien toma todas las decisiones a la hora de comprar alimentos y prepararlos para la familia extendida. La mujer joven puede acompañar a su suegra al mercado, pero casi nunca tiene dinero para gastar allí. Si el hombre joven tiene sus propios ingresos o la mujer joven gana dinero, la pareja de jóvenes casi siempre conversará sobre la manera en que se gasta su dinero (ahorros para una casa, cuidados médicos, ropa para los niños), pero a menudo también reciben consejos de los padres más adultos.

*«Los suegros y mis padres nos aconsejan sobre dónde invertir nuestro dinero cuando vendemos algún producto». —Mujer de San Lorenzo, San Marcos.*

Un resultado clave sobre los roles según el género en la toma de decisiones es que las parejas casi siempre conversan entre sí antes de tomar decisiones en cuanto a los gastos y la producción. Cuando se les preguntó a los hombres sobre esto en frente a otros hombres en el grupo de solo hombres, dijeron que los hombres son quienes toman las decisiones, los que «dan las órdenes». Sin embargo, cuando se les preguntó individualmente, los hombres dijeron que siempre consultan con su esposa y afirmaron que las mujeres comprenden mejor las necesidades de la familia y los ayudan a pensar cuidadosamente cada decisión. Las mujeres, individualmente o en grupos, dijeron que discuten sobre las decisiones vinculadas a los gastos con sus maridos ya sea si el ingreso proviene de la agricultura, de otras ganancias del hombre o de sus propias ganancias. También dijeron que sus esposos, y a veces suegros, les consultan sobre qué plantar. Este resultado sobre la implicación de las mujeres en la toma de decisiones es importante para dar luz a la generalización habitual según la cual hay una cultura guatemalteca en la que los hombres toman todas las decisiones sin consultar con sus esposas.

*«Cuando hay algún ingreso extra, le digo a mi esposa, Oye, mujer, ¿qué deberíamos hacer con este dinero?» Tiene que ser una decisión de ambos». —Hombre de Concepción Huista, Huehuetenango*

Hubo consenso general en cuanto a que los hombres toman las decisiones finales sobre cómo y cuánto plantar, excepto en el caso de jardines caseros, en los que deciden las mujeres. Las mujeres también toman las decisiones sobre la compra o venta del ganado que crían y del cual son responsables, particularmente animales pequeños como pollos o cabras.

Todos los hombres estuvieron de acuerdo en que las mujeres tienen todo el poder de decisión en la cocina y en la compra de comida como en la asistencia sanitaria. Las

*«Es importante que nuestras mujeres participen en la toma de decisiones. Nos ayudan a pensar con más claridad.» —Hombre de Tajumulco, San Marcos*

*«La mujer decide qué comida preparar cada día y nosotros los hombres comemos con gusto lo que ella prepara.»  
—Hombre que participa en el programa FFP, Huehuetenango*

mujeres concordaron en que esto es su «responsabilidad» y dijeron que los hombres prefieren no involucrarse en estas decisiones, ya que este es el rol de la mujer.

Tanto los hombres como las mujeres entrevistados reconocieron que el acceso al dinero es generalmente el factor limitante para las decisiones de las mujeres ya que deben pedirle dinero a su esposo. Las familias guardan su dinero en su casa o en el banco. Las mujeres consideran apropiado que los hombres guarden el dinero de la familia ya que son ellos quienes lo generan. Por lo tanto, si el hombre no está en la casa, la mujer puede no tener acceso al dinero. Cuando las mujeres tienen su propio ingreso, son responsables del mismo y tienen acceso inmediato.

## Efectos de mercado en las decisiones de compra de alimentos

El estudio evaluó la diversidad de alimentos disponibles, los costos y la estacionalidad en los mercados incluyendo los grandes mercados regionales, los mercados municipales y los mercados pequeños en cantones.<sup>16</sup> Los resultados se organizaron según el rango de características de mercado tomadas en consideración por el estudio, a saber el tamaño, la distancia, la estacionalidad y los precios. También se discutió sobre la relación entre las conductas de compra, producción y consumo, particularmente sobre las fuentes de alimentos animal y los FLNV.

### Tamaño de mercado

La diversidad de alimentos disponibles disminuyó con el tamaño del mercado. Los mercados más pequeños casi no ofrecen carne o productos lácteos. Aunque los vendedores de los mercados pequeños compraban sus productos en los mercados regionales, no había diferencias de precio discernibles entre los mercados pequeños y los regionales. Esto implica que los comerciantes/minoristas obtienen sus mercancías en los mercados regionales con un descuento, posiblemente por comprar mercancías de peor calidad para los consumidores rurales.



Un mercado pequeño.

Los mercados pequeños tienen cantidades limitadas de fuentes de alimento animal, excepto huevos, y de alimentos compuestos fortificados (como avenas o *Incaparina*). Estos dos tipos de alimentos se encuentran entre las recomendaciones alimentarias del estudio Optifood.<sup>17</sup> Se observó que estos productos están disponibles en todas las tiendas excepto en las de las comunidades más pequeñas. Cabe

---

<sup>16</sup> Un cantón es un conjunto o un grupo de pueblos.

<sup>17</sup> FANTA, *Resumen del informe: Desarrollo de recomendaciones alimentarias comprobadas*  
<http://www.fantaproject.org/sites/default/files/resources/Guatemala-Optifood-Summary-Oct2013.pdf>.

remarcar, no obstante, que los participantes del estudio consideraron que la avena y la *Incaparina* eran demasiado caras para consumirlas más de dos o tres veces por mes.

## Distancia y desplazamientos

Entre los participantes de todos los grupos focales solo algunos se habían desplazado hasta los mercados regionales y quizás solo una vez al año. El precio del transporte es un factor importante a la hora de ir a estos mercados que pueden estar a más de 80 kilómetros. Casi todas las mujeres dijeron que podían encontrar lo que necesitaban en el mercado más cercano, a menos que un vendedor que tiene alguna verdura en particular no fuera a trabajar ese día. Las mujeres y hombres entrevistados indicaron que alguien de la familia va al mercado una vez por semana, a menos que esté lejos, y de ser así, van solo cada dos semanas, o a veces aún menos a menudo. Para este tipo de situaciones están los mercados en cantones que proveen las provisiones más básicas o bien las mujeres de la comunidad con experiencia comercial viajan a los mercados más alejados y traen mercancía para venderle a sus vecinos.

Casi nadie va caminando hasta los mercados. Incluso los residentes de las comunidades más pequeñas pueden encontrar camionetas pickup para viajar hasta el mercado. Una comunidad cuenta con un autobús que solo va al mercado municipal en sus días de apertura. Ir al mercado es responsabilidad de las mujeres, pero cuando la distancia es muy grande, como en el caso de los pueblos remotos de San Marcos y Huehuetenango, los hombres a veces van en vez de ellas. Los hombres dijeron que van con una lista preparada por la mujer del hogar, pero que decidirán comprar otros alimentos que les gusten (como salchichas, porotos rojos), siempre que el dinero lo permita. Incluso las comunidades remotas incluidas en el estudio estaban a dos horas de un mercado municipal, pero cuando los caminos son difíciles o sinuosos, como en Tajumulco o Concepción Huista, esto se considera lejos. La distancia a los mercados es un factor que influye en lo que compran las familias, ya que irán menos a menudo y deberán tener los recursos para comprar la cantidad adecuada de alimentos y guardar una parte para el próximo viaje. Claro que el precio del transporte también aumenta el costo de cada compra.

## Estacionalidad y precios

Algunas frutas y verduras solo están disponibles en su estación del año, pero otras, como los tomates, lo están todo el año; en todos los mercados son más caras cuando no es su estación y/o cuando no se las cultiva localmente. Los estudios indican que los alimentos de distinto tipo con Vitamina A y C están disponibles en la mayor parte de los sitios a lo largo del año. Según las mujeres más ancianas encuestadas y los miembros del equipo de estudio, la disponibilidad anual de frutas y verduras diversas mejoró considerablemente a lo largo de las últimas dos décadas ya que mejoraron las rutas y hay más medios de transporte disponibles para traer mercancía de otras regiones del país o de México.

Los participantes identificaron el precio máximo que están dispuestos a pagar por los alimentos que compran. Dijeron que o



Un vendedor del mercado.

bien dejan de comprar el alimento hasta que baje el precio, compran menos cantidad y lo diluyen (como utilizar el tomate como saborizante en vez de un ingrediente clave) o lo compran menos a menudo hasta que baje el precio. Las cebollas son un ejemplo de un alimento que nunca dejan de comprar y del cual ajustan la cantidad y frecuencia de compra. Los porotos negros se indicaron como algo que dejarían de comprar hasta que el precio baje. La mayor parte de los participantes del estudio dijeron que a pesar de los aumentos en los precios estacionales, siempre comprarán maíz, tomates y cebollas.

Las mujeres interrogadas dijeron que siempre hacen una lista mental de lo que necesitan comprar, tomando en cuenta lo que está disponible en cada estación y lo que ya tienen. Si queda dinero, pueden llegar a buscar algo adicional como frutas o sopas de verdura listas para cocinar. La mayoría dijeron que casi siempre gastan algo de dinero para comprar un regalito para el niño o niña que los acompaña. Dijeron que en general se trata de una fruta, pero considerando la cantidad de FLNV que hay en los todos los mercados, también les piden este tipo de alimentos.

En respuesta a dos diferentes discusiones de grupo focal, las mujeres informaron un gasto promedio semanal que va de los 50 quetzals guatemaltecos (Q50) en las familias más pobres (como las familias a las que apuntan las actividades FFP) a los Q150 para las familias con más medios (ver tabla 2). Este gráfico incluye elementos no alimentarios como cal, corteza, carbón vegetal y jabón para lavar, pero la mayor parte del dinero está destinada a los alimentos.

El informe Optifood presentado por FANTA en el 2014.<sup>18</sup> indica una serie de recomendaciones alimentarias basadas en un estudio realizado en el Altiplano occidental. Estas recomendaciones se basaron en las combinaciones de alimentos de menor precio que cumplirán parcialmente o por completo con las necesidades nutritivas de cada grupo específico. El estudio estimó los costos de estas recomendaciones y concluyó que implementar todas las recomendaciones costaría entre Q14 y Q36.4 por semana para cada niño y entre 71.4Q y 84.7Q para una mujer. Basándose en los gastos semanales en el mercado indicados por los participantes del estudio formativo de investigación SPRING, pareciera que las familias tendrán dificultades para obtener el conjunto de alimentos recomendados en el informe Optifood. Este resultado destaca el desafío que deben enfrentar las familias en el altiplano occidental para poder cubrir las necesidades nutritivas comprando alimentos en los mercados.

---

<sup>18</sup> FANTA, *Desarrollo de recomendaciones alimentarias Basadas en evidencia para Niños, Mujeres embarazadas y lactantes que viven en el Altiplano Occidental de Guatemala* (Washington, DC: FHI 360/ FANTA, 2014).

**Tabla 2. Gasto semanal estimado en el mercado para una familia de seis en Totonicapán**

Dieta	Cantidad	Precio (en quetzals)
Maíz	50 libras.	90.00
Aceite	1 botella	5.00
Sal	1 lb.	1.00
Azúcar	5 lbs.	16.00
Cebolla	1 lb.	3.00
Tomate	2 lbs.	6.00
Legumbres	5 lbs.	25.00
<b>Total</b>		<b>Q146.00</b>

Como parte del ejercicio de acceso a los alimentos, las mujeres tuvieron que identificar los alimentos que su familia consume diariamente. Hubo algunas variaciones entre los cuatro departamentos, pero la alimentación diaria consiste en maíz en forma de tortillas, *tamalitos*, y/o *atol*.<sup>19</sup> verduras de hoja verde, tomate, cebolla, ajíes, aceite, sal, azúcar y porotos negros o papas (alimentos en la fotografía). Algunas familias pueden comer huevos de sus propias gallinas; otras indicaron un consumo diario de FLNV, sobre todo galletas y papas fritas envasadas y algunas beben café en vez de *atol*.<sup>20</sup>

Basándose en esta dieta básica y en los precios de los mercados, el equipo de estudio calculó el costo para una familia de cinco a seis personas (por tamaño promedio en la línea de base WHIP) por semana. Utilizando estimados conservadores para el consumo de maíz y porotos negros, y asumiendo que todos los alimentos excepto las hojas verdes se compran, el costo es muchas veces mayor que lo que las familias más pobres dicen que gastan en el mercado (Q50) Esto indica lo importante que es para las familias pobres poder acceder a los alimentos sin ir al mercado, por ejemplo produciéndolos por sí mismos (sobre todo los alimentos básicos como maíz, legumbres y papas) y por supuesto, recibir ayudas alimenticias mediante las actividades FFP. Esto también puede explicar por qué tratan de almacenar alimentos básicos cuando tienen ingresos extra, como lo describiremos más adelante en este informe. La importancia de remesas, préstamos y otras fuentes de ingreso no-agrícolas no se exploró en profundidad en esta investigación formativa. No obstante, estas fuentes de ingreso



Ejemplos de alimentos incluidos en una dieta diaria:

<sup>19</sup> Los *Tamalitos* están hechos del mismo maíz molido que se usa para las tortillas, pero la masa está cocida en hojas de maíz. El *Atol* es una bebida espesa hecha de maíz molido y algunas veces endulzada con canela y azúcar.

<sup>20</sup> Las familias que participaron del programa FFP indicaron que comen arroz y CSB+ (Corn-Soy Blend Plus [Mezcla de maíz y soja mejorada]) además de su alimentación básica. No comprarían arroz o un sustituto del CSB en forma regular.

adicionales y el uso de otros mecanismos de adaptación son cruciales no solo para entender lo importante que es la seguridad alimentaria sino que también para acceder a una alimentación más variada y nutritiva a lo largo del año. A partir de las charlas, pareciera que el principal mecanismo de adaptación para las familias es reducir la cantidad de alimentos que comen. A veces dijeron que solo comen tortillas con sal. Ocasionalmente, la familia venderá algo para comprar los alimentos básicos. Se comparte y se presta muy poco entre los vecinos, aunque hay algunos programas de las iglesias para ayudar a los indigentes. Las cooperativas agrícolas dan créditos, aunque no está claro si los mismos pueden utilizarse para los gastos del día a día.

*«Cuando no tengo dinero, vendo una gallina para tener dinero para gastar en el mercado y comprar sal, azúcar, ají, café y otras cosas esenciales» —Mujer de San Lorenzo, San Marcos*

## Alimentos de origen animal

Las familias dicen que no comen alimentos de origen animal frecuentemente. Los huevos son el alimento de este tipo que más se consume y las familias que tienen sus propias gallinas pueden comer huevos dos o tres veces por semana, aunque este estudio no analizó quien en la familia los come. Los participantes dijeron que prefieren comer sus huevos en vez de venderlos.<sup>21</sup> Sin embargo, también dijeron que si no tienen fondos disponibles, venderán algunos huevos para comprar otros alimentos o pagar la cuota de la escuela. Las familias sin gallinas dijeron que casi nunca comen huevos ya que son muy caros para el pobre o muy pobre. Se consume pollo dos veces al mes y carne bovina o puerco una vez al mes aproximadamente. Las familias pobres pueden llegar a comer una pequeña cantidad de pescado deshidratado una vez al mes. En los mercados no se identificó carne deshidratada a la venta, aunque algunas familias la deshidratan en su casa en menor escala (si bien esto es difícil de hacer en el altiplano ya que es bastante húmedo). Las familias que crían gallinas dijeron que dos o tres veces al año matan a una para comerla.

Durante las discusiones, resultó evidente que el costo no es el único factor que limita el consumo de alimentos de origen animal. Muchos participantes dijeron que tratan de comprar algo de carne, por ejemplo, cada vez que van al mercado semanal, pero tienen que comerla el mismo día ya que no tienen cómo conservarla para otro día. Se dijo lo mismo al respecto de la leche fresca y el queso. **La falta de almacenamiento/refrigeración es un factor limitante en el consumo de alimentos de origen animal. La limitación vinculada al almacenamiento parece afectar también el consumo de frutas y verduras frescas, aunque estos alimentos pueden conservarse un poco más de tiempo sin refrigeración.**

*«No comemos frutas y verduras todos los días, solo cada 8 o 15 días cuando las traemos del mercado y las comemos pronto».— Hombre de Concepción Huista, Huehuetenango, esposo de una beneficiaria FFP.*

---

<sup>21</sup> El estudio Optifood (<http://www.fantaproject.org/sites/default/files/resources/Guatemala-Optifood-Summary-Oct2013.pdf>) también obtuvo como resultado que las familias comen mucho más huevos de los que venden.

## Alimentos con bajo valor nutritivo (Comida chatarra)

El estudio analizó qué tipos de mercancías frescas y qué tipos de alimentos envasados están disponibles en los mercados y en las tiendas de cada comunidad que visitaron los miembros del equipo de investigación. El equipo realizó observaciones en tiendas de diferentes tamaños. La mayoría de las tiendas tenía alimentos básicos como azúcar, sal, pasta, arroz y aceite y también avena e *Incaparina*.

Algunas tiendas tenían pescado en lata o salchichas y leche en polvo, pero los participantes del estudio de las familias destino FFP dijeron que no podían comprar este tipo de alimentos. También había algunas sopas preparadas con alto contenido de sodio, que son cada vez más populares, y caldos en paquetes. Los participantes dijeron que utilizaban estos alimentos una vez por semana o menos. Dijeron que comen pasta dos veces por semana.

Los FLNV y la comida chatarra predominaban en todas las tiendas del área de estudio. Estos incluyen snacks salados, caramelos duros, galletas, gaseosas y jugos. El estudio también identificó bebidas energizantes, que son una nueva moda (cara y azucarada). Un joven dijo que vio una de estas bebidas en la tele. Hay claramente una gran demanda de FLNV, sobre todo en las tiendas cerca de las escuelas.

Varias madres admitieron que le dieron a su hijo de entre 6 a 11 años 50 centavos a 1 quetzal por día para gastar en snacks, cuando había dinero en la casa. Sin embargo, el consumo de FLNV no se limita a los niños que van a la escuela, ya que los participantes indicaron que en todas las edades se consumía FLNV.



Ejemplo de la variedad de FLNV que se pueden encontrar en una tienda local.

*«Los niños, jóvenes y adultos consumen snacks todos los días.»*

*«Cuando mi bebé grita mucho, le compro un caramelo y deja de gritar.»*

*«Los niños comen muchas papas fritas ya que solo cuestan un quetzal y vienen muchas en el paquete.»*

*—Madres de Concepción Huista, Huehuetenango*

El personal FFP en actividad indicó que se estaba intentando desmotivar la compra y el consumo de FLNV como parte de estrategias SBC de FFP a más grande escala. De hecho, este estudio de investigación formativa determinó que las mujeres sabían que la comida chatarra es mala para sus hijos.<sup>22</sup> Pero este mensaje no parece estar totalmente incorporado. Uno de los miembros del equipo de estudio observó lo siguiente:

*«Durante el grupo focal, todas las madres dijeron que ya no le dan a sus hijos comida chatarra porque aprendieron que es mala para la salud del niño y que le hinchará el estómago y por lo tanto no comerá alimentos saludables. Inmediatamente después de que el grupo focal finalizó se vio a todas las madres y sus hijos en la tienda comprando snacks.»*

Pocas de las mujeres que participaron en las discusiones de grupo focal habían calculado la cantidad de dinero que estaban gastando o dando a los niños para que gasten en comida chatarra. Cuando se les pidió que den un estimado de los gastos mensuales, se sorprendieron con el monto al que llegaron, que iba hasta los Q200 por mes en una familia grande. Las discusiones de grupo focal revelaron que las familias pobres gastan mucho menos, pero incluso estas mujeres dijeron que se sienten presionadas por sus hijos para que les den dinero para comprar snacks.

## Roles del hombre y la mujer respecto a la compra de alimentos

Como se destacó anteriormente, las mujeres cuentan con autonomía para decidir qué alimentos comprar. En las familias extendidas casi siempre la suegra es quien decide. Puede ser que su nuera la acompañe al mercado y que la mujer más joven se ocupe de preparar la comida.

Las mujeres obtienen el dinero para gastar en el mercado de sus maridos. La mayoría dijeron que no tienen que pedirlo, que sus maridos solo les dan más o menos la misma cantidad de dinero cada día de mercado. Si hay un problema de dinero en la familia, en general ya se ha conversado al respecto con anticipación y ella entenderá la situación.

*«Si él no tuvo trabajo, lo comprendo y no voy a pedir más. Acepto lo que me da y me adapto a lo que puedo comprar.» —Mujer de Momostenango, Totonicapán*

Del mismo modo, si se cuenta con ingresos extra para gastar, la pareja habrá conversado al respecto con anticipación para decidir cuánto más se puede gastar en el mercado. Si se van a comprar muchos alimentos básicos para almacenar, la pareja conversará sobre la compra, las necesidades de almacenamiento y el precio adecuado a pagar. En general los hombres son quienes van al mercado para este tipo de compras y las traen al hogar.

Las mujeres dijeron que los maridos tenían una influencia en sus decisiones en cuanto a la compra de alimentos únicamente por sus preferencias o a veces por algún tipo de pedido específico. Varios beneficiarios FFP de Concepción Chiquirichapa explicaron:

*«Me dijo que nunca vuelva a comprar brócoli porque no le gusta.»*

---

<sup>22</sup> Las actividades FFP disuaden activamente el consumo de comida chatarra, el programa Healthy Schools (Escuelas saludables) del gobierno, apoyado por los cuerpos de paz en la zona de influencia WHIP también lo hace. Las mujeres en el grupo de discusión focal conocían bien estos mensajes contra la comida chatarra, lo que afectó sus primeras respuestas sobre las charlas al respecto del consumo de comida chatarra en el hogar.

«A veces me pide que le prepare alguna comida que le gusta, y voy a la tienda a comprar lo que necesito para prepararla.»

«Ya sé qué verduras le gustan y cuáles no así que compro las que le gustan.»

## Efectos del poder adquisitivo o de los ingresos adicionales percibidos en las decisiones vinculadas a los gastos, incluyendo compra versus producción de alimentos

Se preguntó a los participantes, mediante un ejercicio de elección obligatoria, cómo gastarían una cierta cantidad de ingreso adicional neto.<sup>23</sup> proveniente de la producción agrícola. Los hombres y las mujeres, cuando fueron interrogados por separado, tenían prioridades distintas, como se indica en la tabla 3. Luego, cuando se les preguntó si sus prioridades serían distintas si su esposa participara de la decisión, la mayoría de los hombres estuvieron de acuerdo en que las prioridades podrían cambiar, pero las mujeres dijeron que las mismas no cambiarían considerablemente. Esto se confirmó mediante un grupo focal mixto formado por parejas. Cuando se les pidió que escogieran, las parejas analizaron juntas las distintas opciones, y las decisiones finales fueron más similares a las prioridades de las mujeres indicadas en la tabla 3.

**Tabla 3. Diferencias por género en las prioridades para gastar los ingresos agrícolas adicionales**

Mujeres	Hombres
Alimentos	Gastos agrícolas
Compra de ganado	Educación para los niños
Banco: ahorros	Compra de ganado
Iniciar un negocio	Alimentos
Educación de los niños	Iniciar un negocio
Ropa para las mujeres	Banco: ahorros
Ropa para los hombres	Atención médica
Ropa para los niños	Vivienda
Vivienda	Ropa para los niños
Atención médica	Electrodomésticos

Los facilitadores le solicitaron a los participantes que explicaran mejor sus elecciones. El ganado se consideraba una inversión, una manera de aumentar o conservar el dinero. Poner el dinero en una cuenta de ahorro en un banco es un concepto relativamente nuevo en el campo de Guatemala, pero los participantes dijeron que era importante ahorrar dinero en un banco en caso de una emergencia médica o de otro tipo. Dándole prioridad a la compra de alimentos, los hombres y las mujeres dijeron que los

<sup>23</sup> A los participantes del estudio se les explicó que el ingreso neto era el ingreso restante luego de pagar los gastos y la labor agrícola y luego de haber pagado los préstamos de agricultura.

ingresos adicionales deberían utilizarse para comprar alimentos básicos y almacenarlos en vez de aumentar la diversidad de alimentos. Mencionaron el almacenamiento de maíz, legumbres, arroz y azúcar, alimentos que pueden conservarse por más tiempo. Dijeron que prefieren comprar maíz y porotos cuando el precio es bajo y almacenarlos hasta que su provisión se acabe, lo que ocurre durante la temporada de precios más altos.

Según los participantes, si los ingresos agrícolas aumentaran o fueran estables, sus prioridades ya no serían satisfacer las necesidades más inmediatas sino tratar de alcanzar objetivos a más largo plazo como construir o mejorar su propio hogar, ahorrar dinero, comprar tierras o comprar un vehículo para transportar su producción. Comprar alimentos de mayor calidad (como huevos, carne, fruta) no apareció como una prioridad en esta situación.

Una de las opciones en las cuales gastar que se les presentó a los participantes era el alcohol. Solo un hombre, en una entrevista individual, indicó que gastaría sus ingresos en alcohol. No obstante, en las discusiones grupales, los hombres mencionaron que tenían vecinos que gastaban sus ingresos en alcohol.

Pocos participantes de las actividades WHIP son beneficiarios directos de remesas, tal como lo indican los datos de la línea de base WHIP en la que se muestra que el 12 por ciento de las familias en la Zona de influencia están recibiendo remesas del exterior. Por lo tanto, las preguntas utilizadas durante el estudio se referían a las experiencias de familias en la comunidad que sí recibían remesas y a la experiencia directa de algún participante del estudio. Hubo consenso en cuanto a que la persona que trabaja en el extranjero decide cómo se deberá utilizar el dinero de la remesa. En el área de estudio las prioridades fueron: construcción de una casa, compra de tierras, compra de un vehículo, y por último, inversión para iniciar un negocio. No hubo consenso en si parte del dinero de la remesa se utiliza en general para los gastos de la familia, pero cuando es así, las prioridades son los alimentos y la escolarización. Los participantes dicen que los miembros de la familia pueden llamar a su trabajador en el extranjero en casos de urgencia médica y que este enviaría más dinero o autorizaría el uso del dinero que había sido enviado con otros fines. Cabe destacar que la mayoría de los que están trabajando en el «norte» realizan trabajos con baja remuneración, y aunque pueden tener varios trabajos, también deben pagar sus gastos diarios y no envían grandes cantidades de dinero al hogar. Los participantes del grupo focal dijeron que alguien puede irse al menos 7 a 10 años para poder pagar su viaje y construir una casa modesta en la comunidad para cuando regrese.

En la mayoría de los casos, se envía el dinero de la remesa a la esposa para que lo administre según las prioridades predeterminadas, pero si es muy joven, se lo envía a sus suegras. Se necesita investigar más para discernir si la esposa que recibirá el dinero utiliza parte del mismo para la familia, aún cuando el trabajador lo envía específicamente para construir una casa o iniciar un negocio. Los participantes del grupo de estudio no fueron comunicativos al respecto.

La mujer entrevistada de la asociación de artesanos, que estaba constituida principalmente por hogares encabezados por una mujer, gastaba los ingresos adicionales de su trabajo en las necesidades de la familia, incluyendo los alimentos básicos. Su producción de ingresos es tan baja que no tienen un resto de ingresos para aumentar la calidad de su alimentación comprando alimentos adicionales como frutas o alimentos de origen animal. Aunque este ingreso esté bajo su control, aquellos que están casados dijeron que consultan con sus esposas sobre la manera en que lo gastarán.

## Producción versus compra de comida

Los participantes reiteraron varias veces la importancia de cultivar su propio maíz. Como el maíz es algo básico en su dieta, sienten que cultivarlo es esencial para asegurarse de que la familia tendrá algo para comer. Incluso entre los que cultivan la mayoría de su propio maíz, la compra del cereal es el único y mayor gasto en alimentos.

*«Siempre sembraremos maíz.  
Es fundamental para la vida».  
—Productor RVCP de San  
Sebastián, San Marcos*

Cuanto más una familia pueda cultivar (y con suerte almacenar)

menos tendrá que comprar. **No piensan que los ingresos de cultivos como guisantes o porotos en vez de maíz podrían ser suficientes para cubrir los gastos de comprar más maíz.** Las mujeres también mencionaron que necesitan maíz para alimentar al ganado, sobre todo a los cerdos y a las gallinas. Algunas familias observaron una baja en la producción de maíz al dividir sus tierras entre sus hijos y algunas de esas tierras se usaron para construir casas.

Los otros cultivos que se siembran generalmente para el consumo básico son las papas, las habas y los porotos negros. Las papas se cultivan sobre todo en las áreas demasiado frías como para sembrar porotos. Varias personas mencionaron, con nostalgia, a los antiguos cultivos de gran extensión de trigo, pero la demanda desapareció debido a la importación de trigo de mayor calidad para el elaborar pan y pasta.

**En general, los participantes del estudio no sintieron que sus decisiones en cuanto a las compras versus la producción de alimentos cambiaron durante los últimos años, a pesar de su participación en las actividades con el apoyo de USAID. Este es un resultado clave ya que estas actividades tienen como propósito aumentar los ingresos y permitir que las familias inviertan en alimentos más saludables.**<sup>24</sup> Algunos alquilaron tierras adicionales para sembrar más cultivos de la cadena de valor (como papas) manteniendo la misma cantidad de tierra plantada con maíz. Otros están limitados por su asociación en cuanto a la cantidad de cultivos de la cadena de valor que pueden cosechar, asique no tienen la opción de aumentar la producción de ese cultivo.

Un resultado interesante es el aumento en la producción de verduras en los jardines de los hogares que participaron de las actividades FFP. Las mujeres entrevistadas estaban orgullosas del aumento de su producción y del consumo de verduras, incluyendo remolacha, zanahorias, rabanitos, verduras de hoja verde, cebollas y otras. Declararon que producir estas verduras en vez de comprarlas les permitía ahorrar parte del dinero destinado al mercado para gastar en otros alimentos «nutritivos», un mensaje que recibieron de FFP. Algunos beneficiarios FFP también están criando ganado como resultado de su participación. La mayor parte del mismo está destinado al consumo doméstico, pero también les permite a las mujeres tener acceso a su propio ingreso mediante la venta de huevos o productos vinculados.

---

<sup>24</sup> Cabe destacar que este estudio no incluyó a ningún participante en la cadena de valor del café, y su situación puede ser distinta en cuanto a la siembra de alimentos básicos en vez de café.

## Resultados adicionales.

---

En las discusiones sobre los alimentos y su compra, surgieron nuevas informaciones que pueden ser particularmente interesantes para las actividades FFP y para NUTRISALUD a fin de planificar las actividades de cambio conductual. Los resultados adicionales están vinculados a los gastos en productos no alimenticios, al rol del azúcar, al ejercicio reducido en la alimentación moderna y al acceso a la atención médica.

### Gastos en productos no alimenticios a considerar

Aunque el precio de los alimentos es un factor importante para determinar lo que las familias de bajos ingresos pueden comprar, existen otros gastos que no forman parte del presupuesto para los alimentos domésticos. Las mujeres que participaron del estudio indicaron varios elementos no alimenticios entre las compras que realizan cada vez que van al mercado. Estos incluyen cal para procesar el maíz, corteza y fósforos para encender los fuegos para cocinar, jabón para lavarse las manos y los platos. También declararon un gasto diario de hasta 5 quetzals para triturar el maíz en el molino local. La mayoría de las familias informaron que ahora compran carbón vegetal y gran parte de su leña. Las mujeres están teniendo en cuenta todos estos gastos cuando deciden si deben aceptar recomendaciones para preparar un alimento especial o un plato adicional para ellas mismas o sus hijos.

### Consumo de azúcar y ejercicio reducido

El estudio Optifood llegó a la conclusión de que casi un cuarto de las mujeres tenían sobrepeso.<sup>25</sup> Guatemala es uno de los muchos países que sufre el doble peso de la desnutrición entre los niños y del sobrepeso y la obesidad entre los adultos, lo que provoca enfermedades crónicas. Las mujeres que participaron en el ejercicio de compra de alimentos dijeron que utilizaban casi una libra de azúcar por semana por miembro de la familia. En el pasado, la energía del azúcar se hubiera balanceado con las largas caminatas hasta el mercado, el molino o para obtener atención médica. Ahora el acceso al transporte aumentó ampliamente incluso en las comunidades rurales, por lo que las mujeres están realizando mucho menos ejercicio.

### Acceso a atención médica

Varios participantes del estudio mencionaron que utilizan sus ingresos para gastos médicos, no solo para las mujeres y los niños, sino que también para los miembros de la familia más adultos. Los costos vinculados incluyeron transporte y medicaciones recetadas. Además de estos costos, las mujeres toman en cuenta la distancia y los tiempos de espera cuando deciden buscar atención médica. Mencionaron que los tiempos de espera en los centros de atención médica se han vuelto mucho más largos ahora que los servicios ya no están disponibles en los centros de convergencia de las comunidades y que cada vez hay más gente que necesita atención. Perder gran parte del día esperando es más preocupante que el coste del transporte, sin embargo, el coste de los medicamentos es lo más importante.

---

<sup>25</sup> FANTA, *Resumen del informe: Desarrollo de recomendaciones alimentarias basadas en evidencia* <http://www.fantaproject.org/sites/default/files/resources/Guatemala-Optifood-Summary-Oct2013.pdf>.

## Conclusiones y Recomendaciones

---

- 1) Existe un buen nivel de comunicación para la toma de decisiones entre las esposas. Las actividades de WHIP se pueden apoyar en esto, capacitando con información para que los hombres y mujeres puedan tomar las decisiones referidas a cultivos, inversiones, ahorros y otras decisiones domésticas.
- 2) Muchas familias jóvenes viven con los padres del marido. En estas familias extendidas, la suegra es más comúnmente quien toma todas las decisiones a la hora de comprar alimentos y prepararlos para la familia. La educación nutricional, particularmente aquella que busca promover la diversidad en la dieta, la nutrición durante el embarazo y la alimentación complementaria, puede incluir a mujeres de mayor edad en la comunidad, que tienen, o pronto tendrán una nuera con hijos viviendo en su hogar. Las madres jóvenes que viven con sus suegras y suegros no tienen mucho poder de decisión en cuanto a los alimentos que se compran para alimentar a su familia, por lo que no serán capaces de mejorar su dieta o la de sus hijos sin el apoyo de su suegra. Resultaría de utilidad un estudio adicional sobre la comunicación de las mujeres jóvenes con las suegras y las actitudes de las suegras respecto a la salud de la madre joven y los nietos.
- 3) Los beneficiarios de RVCP tienen como objetivos a largo plazo mejorar la calidad de vida de la familia a través de la inversión en tierras y mejoras en la vivienda, emprender pequeños negocios, establecer cuentas de ahorro y educar a sus hijos. Los mensajes educativos para los beneficiarios RVCP pueden promover el concepto de que utilizar parte de su aumento en los ingresos para comprar alimentos de mayor calidad (por ejemplo frutas, verduras y alimentos de origen animal) es una inversión importante para el futuro de sus hijos. Sin embargo, un paso crítico previo a diseñar mensajes educativos para fomentar comportamientos específicos, es realizar una mayor investigación sobre prioridades, motivaciones y posibilidades de actuar.
- 4) Esta investigación de evaluación de conocimientos se centra principalmente en el camino desde el ingreso hasta la compra de alimentos. También se identificó la necesidad de obtener productos no alimenticios como parte de las compras normales en el mercado como una consideración clave para las decisiones domésticas como por ejemplo si se podían comprar más regularmente alimentos de mayor costo y potencialmente mayor valor nutricional. Se debe señalar, sin embargo, que si bien el estudio no tuvo como objetivo esta línea de cuestionamiento, incentivando a las familias — hombres y mujeres — a ahorrar para y gastar en el cuidado (preventivo) regular y curativo de la salud también se puede tener un impacto positivo sobre la nutrición.
- 5) Como se vio en la línea de base de WHIP, las familias están gastando casi la mitad de sus ingresos en alimentos; es decir, en cubrir la dieta básica. La producción de alimentos en el hogar, incluyendo el cultivo y la ganadería, permitirá que las familias complementen lo que actualmente pueden comprar en los mercados y negocios con sus ingresos limitados. Los resultados de esta estrategia ya se están viendo reflejados en las actividades de FFP, y los implementadores de FFP pueden compartir sus experiencias con otros compañeros de USAID sobre cómo han encontrado soluciones para las limitaciones, tales como la falta de agua para irrigación, la falta de provisión sostenible de semillas y la falta de alimentación del ganado.

- 6) Se está procurando que las actividades de WHIP estén conectadas con el programa de Escuelas saludables de Guatemala, que se está expandiendo rápidamente en los departamentos destino. Por ejemplo, en Totonicapán, la comisión a nivel departamental de Escuelas saludables, ha declarado la prohibición de venta de comida chatarra en o cerca de las escuelas. Las actividades de WHIP pueden ayudar a las familias a entender el motivo de esto y promover el cumplimiento al visitar las comunidades.
- 7) La falta de almacenamiento refrigerado en los hogares es una restricción para el crecimiento en el consumo de alimentos perecederos de fuente animal. Las familias en comunidades rurales no pueden almacenar carne fresca o productos lácteos y están limitadas a consumirlos el mismo día que los compraron en el mercado. Esta limitación se deberá tener en cuenta al momento de preparar los mensajes de nutrición. Con el debido estímulo, los beneficiarios de FFP serán capaces de idear soluciones creativas apropiadas para su comunidad.
- 8) La mayoría de las familias desea comprar alimentos no perecederos a granel para almacenarlos y utilizarlos más tarde, cuando los precios serán más altos o la familia tendrá menos dinero para gastar. Estos elementos incluyen maíz, porotos, azúcar, arroz y pasta. Es preciso seguir investigando para conocer mejor los métodos de almacenamiento adecuados para compras a granel y para saber si las actividades WHIP pueden contribuir a que las familias luego puedan mejorarlos, además de continuar con los esfuerzos actuales para mejorar el almacenamiento post-cosecha de los cultivos.
- 9) Las familias se sienten obligadas a plantar maíz como un seguro de que tendrán estos alimentos esenciales para comer. De hecho, necesitan ingresos considerables de los cultivos comerciales o de otras fuentes para compensar el precio del maíz comprado. El equipo de estudio calculó un costo semanal de Q100 por un monto estimado conservador de maíz para una familia de seis personas, tomando el precio de agosto de 2014.
- 10) Como los participantes del estudio no fueron muy comunicativos en cuanto a esto, la desviación de los ingresos familiares para otras compras (que podría incluir licor, actividades de ocio, etc.) merece un mayor estudio e intervención, sobre todo porque esto puede afectar la disponibilidad y el control de los ingresos así como las relaciones de género.
- 11) Si bien las madres parecen oír los mensajes acerca de la comida chatarra, es necesario seguir trabajando para promover el cambio de comportamiento en torno a ese tema, no sólo desde el punto de vista nutricional, sino también por el desvío de los recursos limitados de las familias. A las madres a las que no les importaba dar a un niño 1 quetzal por día para los snacks en la escuela, les parecía que los huevos, que también cuestan 1 quetzal cada uno, eran caros. El enfoque educativo debe ir más allá de mensajes sencillos para implicar a las madres (y abuelas) en la evaluación del valor de cada gasto e idear estrategias para negociar con los niños que han desarrollado el gusto por la comida chatarra y que la piden.
- 12) Los mensajes sobre la influencia del azúcar en el sobrepeso y la diabetes, así como sobre los beneficios del ejercicio, pueden ser oportunos, junto con mensajes sobre la mejora de las prácticas de alimentación infantil, nutrición prenatal y diversidad de la dieta. Investigaciones adicionales sobre la fusión entre los mensajes sobre obesidad y estos otros mensajes mejorarían la difusión y la creación de los mismos.

## Referencias

---

Delgado, Herman L. 2010. *Status and Trends in Chronic Malnutrition in Guatemala*. Reporte técnico de USAID sobre el Proyecto de mejora del cuidado de la salud. Bethesda, MD: University Research Co.

Proyecto FANTA (Food and Nutrition Technical Assistance Project [Proyecto de asistencia técnica en alimentos y nutrición] ). 2013. *Resumen del informe: Desarrollo de recomendaciones alimentarias basadas en evidencia para niños, mujeres embarazadas y lactantes que viven en el Altiplano occidental de Guatemala*. Washington, DC: FHI 360/FANTA.

<http://www.fantaproject.org/sites/default/files/resources/Guatemala-Optifood-Summary-Oct2013.pdf>

Proyecto FANTA (Food and Nutrition Technical Assistance Project [Proyecto de asistencia técnica en alimentos y nutrición] ). 2014. *Desarrollo de recomendaciones alimentarias basadas en evidencia para niños, mujeres embarazadas y lactantes que viven en el Altiplano occidental de Guatemala*. Washington, DC: FHI 360/FANTA. <http://www.fantaproject.org/countries/guatemala/optifood-report-2014>

Alimentar el futuro. "Estrategia para Guatemala." En «Feed the Future Country Profiles» (Perfiles de país de Alimentar el Futuro), último acceso al documento el 11 de marzo de 2015.

<http://www.feedthefuture.gov/country/guatemala>

SPRING - (Strengthening Partnerships, Results, and Innovations in Nutrition Globally [Fortalecimiento de las Alianzas, Resultados, e Innovaciones en la Nutrición a Nivel Global]). 2014. Serie de Informes sobre la mejora de la nutrición a través de la agricultura. Arlington, VA: Proyectos USAID/SPRING.

<http://www.spring-nutrition.org/publications/series/improving-nutrition-through-agriculture-technical-brief-series>

UNICEF - (United Nations Children's Fund [Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia]). 2009. *Tracking Progress on Child and Maternal Nutrition (Seguimiento del progreso de la nutrición infantil y materna): A Survival and Development Priority (Una prioridad de sobrevivencia y desarrollo)*. Nueva York: UNICEF.

[http://www.unicef.org/publications/files/Tracking\\_Progress\\_on\\_Child\\_and\\_Maternal\\_Nutrition\\_EN\\_110309.pdf](http://www.unicef.org/publications/files/Tracking_Progress_on_Child_and_Maternal_Nutrition_EN_110309.pdf).

## Anexo A - Programación del trabajo de campo

### Huehuetenango

Comunidad	Actividad/Institución	Metodología
<b>Jueves 14 de agosto de 2014</b>	<b>Chiantla</b>	
Chanchol Chiantla	FFP PAISANO por PCI	Ejercicio de compra de alimentos
Capilla Chiantla	FFP PAISANO por PCI	Grupo de enfoque
<b>Viernes 15 de agosto de 2014</b>	<b>Concepción Huista</b>	
Bacú	FFP PAISANO por PCI	Ejercicio de compra de alimentos
Comunidad Ap	FFP PAISANO por PCI	Grupo de enfoque
<b>Lunes 18 de agosto de 2014</b>	<b>Chiantla</b>	
Climentoro, Cooperativa	ANACAFE, FEDECOAG	Grupo de enfoque

### Totonicapán

Comunidad	Actividad/Institución	Metodología
<b>Martes 12 de agosto de 2014</b>	<b>Momostenango</b>	
Paxparamác, Momostenango	ADINA por AGEXPORT	Entrevistas informativas clave con productores
Rochokel	SEGAMIL FFP por ADIPO	Grupo de enfoque
<b>Miércoles 13 de agosto de 2014.</b>	<b>Momostenango</b>	
Xequemeya	SEGAMIL FFP por ADIPO	Ejercicio de compra de alimentos
<b>Jueves 14 de agosto de 2014</b>	<b>Sta. Lucia La Reforma</b>	
Gualtux	SEGAMIL FFP por ADIPO	Ejercicio de compra de alimentos
Oxlajuj	SEGAMIL FFP por ADIPO	Grupo de enfoque
<b>Viernes 15 de agosto de 2014</b>	<b>Sta. Lucia La Reforma</b>	
Pamaría	CONEPA con Agexport	Grupo de enfoque
San Luis	AGRUIF con Agexport	Entrevistas con grupos de enfoque e informantes clave

## Quetzaltenango

Comunidad	Actividad/Institución	Metodología
<b>Lunes 18 de agosto de 2014</b>	<b>Concepción Chiquirichapa</b>	
Asociación de Mujeres Artesanas	AMTEDICH/AGEXPORT	Entrevistas informativas clave
<b>Martes 19 de agosto de 2014</b>	<b>Concepción Chiquirichapa</b>	
Tuipox	FFP PAISANO Salven a los Niños	Ejercicio de compra de alimentos
Telená	FFP PAISANO Save the Children	Ejercicio de compra de alimentos y discusiones con parejas de grupos focales

## San Marcos

Comunidad	Actividad/Institución	Metodología
<b>Jueves 14 de agosto de 2014</b>	<b>San Lorenzo</b>	
Aldea Santa Rosa	FFP SEGAMIL Caritas	Grupo focal
Aldea Río Hondo	FFP SEGAMIL Caritas	Ejercicio de compra de alimentos
<b>Lunes 18 de agosto de 2014</b>	<b>San Marcos</b>	
Aldea San Sebastian	ANACAFE/FEDECOAG	Entrevistas con grupos focales e informantes clave
<b>Martes 19 de agosto de 2014</b>	<b>Tajumulco</b>	
Shexubel	SEGAMIL FFP por ADIPO	Grupo focal
Caserío Piedra Redonda	FFP SEGAMIL por Caritas	Ejercicio de compra de alimentos

## Observaciones sobre acceso y disponibilidad de los alimentos

Ubicación	Fecha
San Lorenzo, San Marcos—mercado pequeño	Viernes 15 de agosto de 2014
Chuanoj, Totonicapán—mercado pequeño	Viernes 15 de agosto de 2014
San Lorenzo, San Marcos—mercado pequeño	Viernes 16 de agosto de 2014
Concepción Chiquirichapa, Quetzaltenango—mercado pequeño	Martes 19 de agosto de 2014
San Juan Ostuncalco, Quetzaltenango—mercado grande	Sábado 17 de agosto de 2014
Jacaltenango, Huehuetenango—mercado grande	Sábado 17 de agosto de 2014
En todas las comunidades visitadas-una observación estructurada de alimentos localmente disponibles (para venta o cultivo)	12-19 de agosto de 2014

## Anexo B Instrumentos de recopilación de datos

---

### Guía para actividad grupal de gasto o cultivo

#### 1. Actividad: Elección forzada para el gasto del aumento en los ingresos de la agrícolas

##### Materiales:

- a) Dinero de utilería en fajos que representan Q1.800
- b) Hojas pintadas con representaciones de:

Útiles escolares	Casa
Juguetes de plástico grandes	Muebles
Ropa de mujer	Alimentos
Ropa de hombre	Centro de salud y medicamentos
Ropa de niños	Electrodomésticos
Aportes para agricultura-semillas, fertilizantes	Teléfono Celular
Pequeños negocios	Alcohol
Camión recolector	Viajes de migrantes
Banco (ahorros o para pago de préstamos)	Ganadería- bovinos, cerdos, pollos por separado
Tierra	

##### Pasos:

- 1) Hacer que los participantes se formen en círculos.
- 2) Ubicar los dibujos hacia arriba en el medio del círculo. Revisar los dibujos con los participantes para asegurarse de que todos entienden qué representa cada uno.
- 3) Explicar a los participantes que se supondrá que cada uno de sus familiares ha incrementado sus ingresos agrícolas. (Esto puede deberse al crecimiento de la producción, mejores precios, un nuevo cultivo, etc.)
- 4) Dar a cada uno de los participantes el fajo de billetes que representan Q1.800.
- 5) Pedir a los participantes que ubiquen el fajo de dinero en uno de los dibujos que están en el suelo que represente cómo gastarían este ingreso neto. (Si alguien piensa en algo que no se exhibe, puede explicar de qué se trata.)
- 6) Anotar las elecciones de los participantes.
- 7) Debate:
  - a) ¿Por qué eligió este ítem en particular?

- b) Dado a que el ingreso viene de la agricultura, en su casa ¿tomaría esta decisión sólo o habría otros involucrados? ¿Quién o quiénes?
  - c) Si su cónyuge estuviera involucrado, ¿habría cambiado la selección? ¿A qué? ¿Por qué?
  - d) ¿Hay otras personas como parientes políticos, padres, o vecinos que influyan en su decisión? ¿Quién o quiénes? ¿Cómo influyen en su decisión?
- 8) Redistribuya el dinero como Q3.600, explicando una vez más que se trata de un incremento de los ingresos agrícolas.
- 9) Explique que esta vez los participantes pueden gastar su dinero en uno o dos ítems.
- 10) Repita el debate:
- a) ¿Por qué eligió este ítem en particular?
  - b) Dado a que el ingreso viene de la agricultura, en su casa ¿tomaría esta decisión sólo o habría otros involucrados? ¿Quién o quiénes?
  - c) Si su cónyuge estuviera involucrado, ¿habría cambiado la selección? ¿A qué? ¿Por qué?
  - d) ¿Hay otras personas como parientes políticos, padres, o vecinos que influyan en su decisión? ¿Quién o quiénes? ¿Cómo influyen en su decisión?
  - e) Pregunte: Si el ingreso agrícola familiar continuara aumentando cada año, ¿cambiarían sus prioridades sobre cómo gastar el aumento? ¿Cómo?

## 2. REMESAS

Invite a los participantes a sentarse y continúe con lo siguiente:

En el juego, hablamos sobre el ingreso de la producción agrícola. Seguramente, hay personas de esta comunidad que han migrado al norte para trabajar, tal vez incluso sus parientes. Suponiendo que algunos de ellos estén enviando remesas, ¿en qué gastan el dinero sus familias?

¿Difiere de las elecciones tomadas en el juego? ¿Por qué? ¿Cuáles son las prioridades?

¿Quién decide cómo se gastan las remesas de dinero?

¿Hay otras personas que influyan en su decisión?

Si el trabajador migrante envía dinero con algún objetivo en particular (casa), ¿la familia aquí lo gasta también en algunas necesidades básicas? ¿Qué clase de necesidades?

Si surge una necesidad urgente, tal como escasez de maíz para comer o una enfermedad grave, ¿se comunica esta necesidad a la persona que se encuentra trabajando en el norte? ¿Cómo? ¿Quién lo hace? ¿Cuál es la respuesta más común?

### 3. USO DE LA TIERRA

Hablando ahora de un tema distinto:

- ¿Todos ustedes poseen tierra?
- ¿Para qué sirve la tierra?
- ¿Qué han plantado este año en su tierra? ¿Por qué decidieron plantar esos cultivos?
- ¿Lo que plantan es para su propio consumo o para vender?
- ¿Quién decide qué y cuánto plantar? ¿Quiénes son los involucrados en la decisión?

Para aquellos que plantan maíz o frijoles:

- ¿Cuántos meses dura lo recolectado antes de que haya sido consumido totalmente por la familia?
- ¿Compra usted más en ese momento o de antemano?
- ¿De dónde proviene el dinero que utiliza para comprar más maíz o legumbres?

### 4. CULTIVOS COMERCIALES

- ¿Cuáles son los cultivos que crecen en esta área para venderse?
- ¿Cuántos de ustedes se han dedicado a esos cultivos en algún momento?
- ¿Continúan plantando este cultivo? Si no, ¿Por qué?
- En caso afirmativo, ¿Está incrementando la cantidad de cultivo comercial que usted planta cada año? ¿Esto implica que está plantando menos maíz? Si no, ¿Qué lo motivaría a plantar menos maíz?
- Si no planta suficiente maíz para usted, ¿esto implica que comería menos tortillas?

Utilizando los dibujos del paquete B, muestre cada dibujo y pida a los participantes que levanten la mano si están cultivando este producto/alimento para consumo familiar, en qué cantidad y si la producción es mayor o menor en comparación con cinco años atrás.

Alimentos	Producidos actualmente	Estimación del porcentaje de consumo familiar producido	Produce más o menos que hace cinco años
Huevos			
Pollo			
Carne de bovino, porcino o caprino			
Vegetales de hoja verde			
Vegetales tradicionales			
Papas			
Otros vegetales			
Legumbres			
Maíz			
Aguacates			
Güisquil, chilacayote			
Duraznos, manzanas			

- f) Pregunte por qué respecto a los productos alimenticios que sólo algunos participantes producen.

## **INGRESO Y ALIMENTOS**

### **Materiales:**

- a) Dinero de utilería en billetes de Q200
- b) Paquete de fotos A.

### **Pasos:**

- 1) En el juego, algunos pocos de ustedes dijeron que gastarían su aumento en los ingresos en alimentos.
- 2) Volvamos a pararnos y, como actividad final, debatamos sobre cuáles alimentos comprarían.
- 3) Despliegue las fotos del Paquete A en el medio del suelo y de Q200 a cada participante.
- 4) ¿Qué compraría con este dinero extra?
- 5) Debate:
  - a) ¿Se trata de una adquisición de alimentos habitual?
  - b) ¿Es algo que usted compra habitualmente pero compraría más aún?
  - c) ¿Es algo que compra rara vez y que compraría si tuviera este dinero extra?

## Entrevista individual con participantes mujeres de FFP en Quetzaltenango para triangulación

1. ¿Fue al mercado en los últimos ocho días? Sí\_\_\_ ¿Dónde? \_\_\_\_\_ No\_\_\_
2. ¿Qué compró?
3. ¿Hubo algún alimento que quería comprar y no pudo encontrar? Sí\_\_\_ No\_\_\_
4. En caso afirmativo, ¿qué era y por qué no pudo encontrarlo?
5. ¿Cuán a menudo va al mercado?
6. ¿La acompaña alguien? Sí\_\_\_ No\_\_\_ En caso afirmativo, ¿quién la acompaña usualmente?
7. ¿Lleva una planificación (mental o escrita) de lo que va a comprar?
8. ¿Quién influye en su decisión de qué comprar?
9. ¿De dónde obtiene el dinero que gasta en alimentos en el mercado?
10. ¿Varía cada vez el dinero que lleva?
11. ¿Qué sucederá de bueno si les da de comer huevos a sus hijos de entre 12 y 24 meses de edad?
12. ¿Qué sucederá de malo si les da de comer huevos a sus hijos de entre 12 y 24 meses de edad?
13. ¿En qué le facilita o facilitaría darle Incaparina 3 o 4 veces a la semana a sus hijos de entre 6 y 24 meses de edad?
14. ¿Qué le dificulta o dificultaría si le diera Incaparina 3 o 4 veces a la semana a sus hijos de entre 6 y 24 meses de edad?

## Entrevista semi-estructurada con informantes clave-productores en RVCP

Municipalidad \_\_\_\_\_ Cantidad de años en la asociación \_\_\_\_\_ Cantidad de años en RVCP \_\_\_\_\_

Masculino      Femenino      Edad \_\_\_\_\_ Cantidad de años asistiendo a la escuela \_\_\_\_\_

Estado Civil \_\_\_\_\_

Cabeza de familia Sí \_\_\_ No \_\_\_ Si no, edad y género de la cabeza de familia \_\_\_\_\_

Cantidad de adultos mayores de 18 viviendo en el hogar \_\_\_\_\_

Cantidad de niños menores de dos viviendo en el hogar \_\_\_\_\_

Cantidad de niños en edad escolar viviendo en el hogar \_\_\_\_\_

Cantidad de miembros del hogar contribuyendo al ingreso \_\_\_\_\_

¿Cuántas cuerdas de tierra poseen? \_\_\_

¿Cuántas cuerdas de tierra rentan o toman prestado de otra persona? \_\_\_

Fuentes de ingreso para el hogar	Sí	No
1. Agricultura (cultivo o ganado propio)		
2. Trabajo en agricultura para otros		
3. Trabajo por temporadas en fincas		
4. Empleo en el Gobierno		
5. Empleo profesional no relacionado con el gobierno o negocios		
6. Negocios propios		
7. Peón, carpintero o en construcción		
8. Venta de artesanado		
9. Trabajo doméstico		

En comparación con el año pasado, el hogar tuvo:

1 = más ingresos

2 = los mismos ingresos

3 = menos ingresos

¿Cómo se comparan ahora sus ingresos con los anteriores antes de participar en RVCP?

1 = más ingresos

2 = los mismos ingresos

3 = menos ingresos

¿Qué otros cambios percibe como resultado de la participación en RVCP?

Si su familia ha visto un incremento en sus ingresos, ¿cómo lo ha gastado o invertido?

	<b>Prioridad</b>	<b>¿Quién tomó la decisión?</b>
Compra de tierra		
Compra de artículos de agricultura		
Compra de ganado		
Gastos escolares		
Cuidado de la salud y gastos médicos		
Viaje de un trabajador migrante		
Construcción o mejora de una casa		
Juguetes para niños		
Entretenimiento adulto (alcohol, fiestas, etc.)		
Electrodomésticos		
Compra de vehículo		
Reparación de vehículo		
Comienzo de un negocio		
Indumentaria (para quién) _____		
Alimentos		
Cuenta de ahorro		
Otros		

¿Gasta algo de las ganancias adicionales en alimentos? Sí\_\_\_No\_\_\_

En caso afirmativo:

¿Qué clase de alimentos? Utilizando las fotos del Paquete B, pregunte qué categorías están comprando más los participantes ahora. Pregunte si se trata simplemente de los mismos alimentos que siempre consumieron, o más de lo que siempre compraban, o si están comprando alimentos que antes rara vez compraban por falta de dinero. Complete la tabla con tres categorías prioritarias de alimentos. ¿Quién en la familia decide qué alimentos comprar para comer?

<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Alimentos específicos</b>	<b>Aumento de la cantidad</b>	<b>Alimentos que antes consumían menos</b>
Cereales, granos, maíz, pan, papas			
Legumbres			
Productos lácteos			
Carne, pescado, pollo, salchichas			
Huevos			
Frutas y vegetales con vitamina A			
Otras frutas y vegetales			
Azúcar y/o aceite			
Comida o bebida chatarra			

Pasemos ahora a otro tema:

- a) ¿Qué han plantado este año en su tierra? ¿Por qué decidieron plantar esos cultivos?
- b) ¿Lo que plantan es para su propio consumo o para vender?
- c) ¿Quién decide qué y cuánto plantar? ¿Quiénes son los involucrados en la decisión?
- d) Para estas plantaciones de maíz o legumbres, ¿cuántos meses dura la cantidad que se recolecta antes de que haya sido consumido totalmente por la familia?
- e) ¿Compra usted más en ese momento o de antemano?
- f) ¿De dónde proviene el dinero que utiliza para comprar más maíz o legumbres?

### **CULTIVOS COMERCIALES**

- g) ¿Cuáles son los cultivos que crecen en esta área para venderse?
- h) ¿Cuántos de ustedes se han dedicado a esos cultivos en algún momento?
- i) ¿Continúan plantando este cultivo? Si no, ¿Por qué?
- j) En caso afirmativo, ¿Está incrementando la cantidad de ese cultivo que usted planta cada año?
- k) En caso afirmativo, ¿esto implica que planta menos de otra cosa? o bien ¿cómo se las arregla para incrementar la cantidad de cultivo comercial que planta?

## Entrevista semi-estructurada con informantes clave-artesanos

Municipalidad \_\_\_\_\_ Cantidad de años en la asociación \_\_\_\_\_ Cantidad de años en RVCP \_\_\_\_\_

Masculino      Femenino      Edad \_\_\_\_\_      Cantidad de años asistiendo a la escuela \_\_\_\_\_

Estado Civil \_\_\_\_\_

Cabeza de familia Sí \_\_\_ No \_\_\_ Si no, edad y género de la cabeza de familia \_\_\_\_\_

Cantidad de adultos mayores de 18 viviendo en el hogar \_\_\_\_\_

Cantidad de niños menores de dos viviendo en el hogar \_\_\_\_\_

Cantidad de niños en edad escolar viviendo en el hogar \_\_\_\_\_

Cantidad de miembros del hogar contribuyendo al ingreso \_\_\_\_\_

¿Qué produce para vender a través de la asociación de artesanos?

<b>Fuentes de ingreso para el hogar</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
1. Agricultura (cultivo o ganado propio)		
2. Trabajo en agricultura para otros		
3. Trabajo por temporadas en fincas		
4. Empleo en el Gobierno		
5. Empleo profesional no relacionado con el gobierno o negocios		
6. Negocios propios		
7. Peón, carpintero o en construcción		
8. Venta de artesanado		
9. Trabajo doméstico		

En comparación con el año pasado, el hogar tuvo:

1 = más ingresos

2 = los mismos ingresos

3 = menos ingresos

¿Cómo se comparan ahora sus ingresos con los anteriores antes de participar en RVCP?

1 = más ingresos

2 = los mismos ingresos

3 = menos ingresos

¿Qué otros cambios percibe como resultado de la participación en RVCP?

Si su familia ha visto un incremento en sus ingresos, ¿cómo lo ha gastado o invertido?

	<b>Prioridad</b>	<b>¿Quién tomó la decisión?</b>
Compra de tierra		
Compra de artículos de agricultura		
Compra de ganado		
Gastos escolares		
Cuidado de la salud y gastos médicos		
Viaje de un trabajador migrante		
Construcción o mejora de una casa		
Juguetes para niños		
Entretenimiento adulto (alcohol, fiestas, etc.)		
Electrodomésticos		
Compra de vehículo		
Reparación de vehículo		
Comienzo de un negocio		
Indumentaria (para quién)_____		
Alimentos		
Cuenta de ahorro		
Otros		

¿Gasta algo de las ganancias adicionales en alimentos? Sí\_\_\_No\_\_\_

En caso afirmativo:

¿Qué clase de alimentos? Utilizando las fotos del Paquete B, pregunte qué categorías están comprando más los participantes ahora. Pregunte si se trata simplemente de los mismos alimentos que siempre consumieron, o más de lo que siempre compraban, o si están comprando alimentos que antes rara vez compraban por falta de dinero. Complete la tabla con tres categorías prioritarias de alimentos.

<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Alimentos específicos</b>	<b>Aumento de la cantidad</b>	<b>Alimentos que antes consumían menos</b>
Cereales, granos, maíz, pan, papas			
Legumbres			
Productos lácteos			
Carne, pescado, pollo, salchichas			
Huevos			
Frutas y vegetales con vitamina A			
Otras frutas y vegetales			
Azúcar y/o aceite			
Comida o bebida chatarra			

¿Quién en la familia decide qué alimentos comprar para comer?

## Observación estructurada de disponibilidad y acceso a los alimentos

### Objetivos:

1. Determinar la disponibilidad y diversidad de alimentos en la Zona de influencia
2. Identificar el rango de precios y cuáles alimentos se encuentran al alcance de las familias con recursos limitados.

### Resultados:

1. Lista de todos los alimentos disponibles en mercados, su estacionalidad y precios.
2. Lista de todos los alimentos disponibles en la comunidad, ya sea vendidos o producidos allí.
3. Consolidación de disponibilidad basada en las dos listas y un ejercicio de validación con miembros de la comunidad.

### Pasos:

1. Visite dos mercados regionales grandes y cuatro mercados municipales en los municipios a visitar.
2. Haga una lista de todos los alimentos disponibles en el formato adjunto, junto con su estacionalidad, precio actual y rango de precios en función de la estacionalidad.
3. En cada comunidad visitada, valla al menos a un negocio pequeño y a uno más grande para documentar todo lo que se vende y tome nota en el formulario de alimentos disponibles localmente.
4. Mientras está en cada comunidad, observe otros alimentos producidos allí que rara vez se vendan debido a que son silvestres o crecen sin cultivarse. Haga una lista en el formulario para alimentos disponibles localmente.
5. En y cerca de cada comunidad visitada, observe los cultivos de alimentos y tome nota en el formulario para alimentos disponibles localmente.
6. Utilice la información del ejercicio grupal con mujeres participantes en FFP para confirmar los precios y eliminar de la lista los alimentos nunca consumidos, indicando por qué no se consumen.

#### Formulario de mercado

Alimentos	Unidad de venta	Meses disponibles	Precio en tiempos de abundancia	Precio en tiempos de escasez	Precio actual

Los alimentos están listados en el formulario por categoría (frutas, vegetales, carne, comida empaquetada, etc.)

### Formulario para alimentos localmente disponibles

Alimentos	Dónde se encuentran	Estación	Unidad y precio	Disponibilidad
zarcamoras	silvestres	Abril, Mayo	se pueden recoger gratuitamente	pequeñas cantidades
Tortrix	negocios	ninguno	Q1.00/paquete	en todos lados

## Ejercicio grupal para validar disponibilidad y acceso a los alimentos

**Participantes:** Mujeres beneficiarias de programas FFP, madres de niños menores a dos años.

### Objetivos:

1. Definir qué alimentos son más comúnmente consumidos en las comunidades y por las familias más pobres
2. Verificar los precios pagados por los alimentos en mercados y negocios y cuánto influye el precio en la elección de alimentos.
3. Determinar cómo afectan en la decisión de compra de alimentos, las preferencias y creencias alimenticias.
4. Triangular la información sobre acceso y disponibilidad de alimentos.

### Materiales:

1. Paquete A de fotos de todos los alimentos disponibles en mercados locales.
2. Listas de alimentos disponibles en mercados de la comunidad.

### Pasos:

1. Invite a los participantes a sentarse alrededor de una mesa o una estera de paja.
2. Explique que necesitamos su ayuda para saber cuáles alimentos se consumen normalmente en la comunidad.
3. Ubique todas las fotos del Paquete A en el medio de las mujeres y asegúrese de que todas entiendan lo que están viendo en las imágenes. Pida a cada mujer que nombre todos los alimentos en las fotos que se encuentran más cerca. Si no puede identificar alguno, pida a otra mujer que la ayude. Como último recurso, el facilitador puede nombrar el alimento de la foto.
4. Pregunte a las mujeres qué alimentos no consumen nunca o rara vez. Ellas eligieron esas fotos y las apartaron, explicando por qué no consumen esos alimentos.
5. Pregunte a las mujeres qué alimentos no compran porque los producen o pueden obtenerlos sin costo en la comunidad. Ellas ubicarán las fotos en otra pila, explicando dónde obtienen esos alimentos.

6. Pregunte a las mujeres qué alimentos comen sólo en ocasiones especiales. Ellas harán otra pila con esos alimentos y describirán la ocasión.
7. Ahora pídale a las mujeres que seleccionen las imágenes con alimentos que comen todos los días. Puede suceder que algunas familias coman menos o más que otras. Anote las diferencias.
8. Para las fotos que permanezcan en el centro, pregunte a las mujeres cuán a menudo podrían comer esos alimentos.
9. Organice rápidamente las fotos de los alimentos que ellas dijeron que comen todos los días o bien ocasionalmente en el grupo utilizando el Formulario de disponibilidad y acceso a los alimentos. Muestre cada una de esas fotos y pregunte a las mujeres respecto del rango de precio que ellas pagan, si piensan que el costo es bajo, medio, o alto y a qué precio dejarían de comprar ese ítem por considerarlo demasiado costoso. Anote la información en el formulario de validación.
10. Para las frutas, vegetales, huevos y carne en las pilas de consumo ocasional, pregunte si las familias más pobres en la comunidad compran alguna vez ese producto. ¿Cuán a menudo? ¿Está siempre disponible? ¿Cuántas familias producen el producto para comerlo ellas mismas? ¿Cuánto producen?
11. Pregunte a las participantes si hay alimentos que no son apropiados para niños menores a dos años. Ellas los colocarán en otra pila y explicarán por qué no son apropiados. Complete la tabla con esta información.

**Resumen de alimentos que no son aceptables para niños menores de dos años**

<b>Alimentos</b>	<b>¿Por qué no son aceptables?</b>

12. Muestre a las participantes las imágenes de jugos, gaseosas, dulces, galletas, y papas fritas. ¿Cuáles de ellos prefieren los miembros de las distintas familias? ¿Cuáles compran más seguido? ¿Cuánto estiman que se gasta por mes en esos alimentos? ¿Cuán a menudo le dan esta clase de alimentos a sus niños de menos de dos años? ¿Y de menos de cinco años? ¿Por qué? ¿Le dan dinero a sus niños para comprar estos alimentos en la escuela durante el receso? ¿Cuánto dinero le dan a sus niños?

Monto estimado de gasto familiar por mes\_\_\_\_\_

Monto dado a los niños para la compra diaria de FLNV en la escuela \_\_\_\_

### Resumen de consumo de alimentos con bajo valor nutritivo

Comida o bebida En orden de preferencia	¿Cuán a menudo se lo consume?	Edad del consumidor	Fuente:

13. Pregunte a las participantes si recuerdan la primera vez que probaron una nueva comida o bebida.

¿Cuán fue? ¿Qué las motivó a probarla?

Amigos\_\_

Familia\_\_

Publicidad en radio o televisión\_\_

Publicidad en vía pública\_\_

Publicidad en la tienda\_\_

Promoción en el mercado\_\_

Otro\_\_

14. ¿Cuán a menudo va al mercado? ¿A qué mercado va?

15. ¿Quién decide que comprará en el mercado? ¿De dónde proviene el dinero?

## Anexo C. Participantes encuestados

Número de participantes encuestados por municipio y tipo de actividad

Departamento / Municipio	RVCP-Agricultura (horticultura o café)		RVCP-Artesanado		Alimentos para la paz		Total
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	
<b>Totonicapán</b>							
Momostenango	7	3			6	21	37
Santa Lucia La Reforma	12	9			2	24	47
<b>Huehuetenango</b>							
Concepción Huista					7	15	22
Chiantla	9				18	22	49
<b>Quetzaltenango</b>							
Concepción Chiquirichapa				5	5	44	54
<b>San Marcos</b>							
San Sebastián	5						5
San Lorenzo						21	21
Tajumulco					2	7	9
<b>Totales</b>	<b>33</b>	<b>12</b>		<b>5</b>	<b>40</b>	<b>154</b>	<b>244</b>

## Anexo D. Desglose de métodos de estudio

**Métodos de estudio por Actividad, Ubicación y Número y Género de los participantes**

DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	ACTIVIDAD	MÉTODOS	Número de participantes			
				HOMBRES	MUJERES	PAREJAS	TOTAL
Tonicapán	Momostenango	SEGAMIL-FFP	Decisiones de gastos y cultivo	6	9		15
		SEGAMIL-FFP	Ejercicio de compra de alimentos		12		12
		RVCP—AGEXPORT	Entrevistas informativas clave con productores	7	3		10
	Santa Lucía La Reforma	SEGAMIL-FFP	Ejercicio de compra de alimentos	2	14		16
		SEGAMIL-FFP	Decisiones de gastos y cultivo		10		10
		RVCP—AGEXPORT	Decisiones de gastos y cultivo	6	4		10
		RVCP—AGEXPORT	Decisiones de gastos y cultivo	6	5		11
Quetzaltenango	Concepción Chiquirichapa	RVCP—AGEXPORT	Entrevistas individuales con artesanos		5		5
		PAISANO—FFP	Decisiones de gastos y cultivo		9		17
			Ejercicio de validación individual		3		
Ejercicio de compra de		8					

DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	ACTIVIDAD	MÉTODOS	Número de participantes			
				HOMBRES	MUJERES	PAREJAS	TOTAL
		PAISANO— FFP	alimentos				
			Decisiones de gastos y cultivo			5	32
			Ejercicio de compra de alimentos		20		
			Ejercicio de validación individual		7		
San Marcos	San Sebastián	RVCP— ANACAFE	Decisiones de gastos y cultivo	5			5
			Entrevistas individuales con productores	5			
	Tajumulco	SEGAMIL- FFP	Decisiones de gastos y cultivo	2	5	2	9
	San Lorenzo	SEGAMIL- FFP	Decisiones de gastos y cultivo		7		7
			Decisiones de gastos y cultivo		7		
			Ejercicio de compra de alimentos		7		
			Decisiones de gastos y cultivo		7		7
	Huehuetenango	Concepción Huista	PAISANO— FFP	Ejercicio de compra de alimentos		15	
PAISANO— FFP			Ejercicio de compra de	7			7

DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	ACTIVIDAD	MÉTODOS	Número de participantes			
				HOMBRES	MUJERES	PAREJAS	TOTAL
			alimentos				
	Chiantla	PAISANO— FFP	Ejercicio de compra de alimentos		19		19
		PAISANO— FFP	Decisiones de gastos y cultivo	18	3		21
		RVCP— ANACAFE	Decisiones de gastos y cultivo	9			9

## Anexo E. Características del consumo de alimentos

### Alimentos que nunca o rara vez consumen las familias participantes de FFP

Alimentos nunca consumidos	Razón
<i>Revolcado</i> (Salsa a base de tomate)	No les gusta
Jamón	No les gusta
Salchichas	No les gusta, y sólo se las puede encontrar en una carnicería en Huehuetenango
Leche en polvo	No se puede obtener y no están acostumbrados a hacerlo
Annatto (colorante y agente saborizante)	No están acostumbrados a consumirlo
Alimentos consumidos rara vez	Razón
Plátano	Sólo cuando se necesita para alguna persona enferma
zazamoras	No pueden obtenerlo
<i>Bledo</i> (Vegetal de hoja verde)	Sólo cuando se lo encuentra en el mercado
<i>Incaparina</i>	Es costoso y prefieren el <i>atol de masa</i>
Batatas	Es raro encontrarlas en el mercado
Maníes	Cada tanto, como si fueran golosinas
<i>Malanga</i> (una raíz de almidón de la planta de taro)	Es raro que esté en los mercados
Pescado deshidratado o camarón o pescado fresco	Es costoso
Carne bovina	Es muy costosa
Chicharrones	Son muy costosos
Puerco	Es muy costoso
Chorizo	Es muy costoso
Salchichas en carcasa	Es muy costoso
Yogurt	Es muy costoso
Queso	Es muy costoso y no podemos comprarlo para toda la familia

Leche en polvo	Es muy costosa
Leche	Es muy costosa, a veces se utiliza por indicación médica. No hay vacas
Café	Sólo cuando hay disponibilidad de granos frescos, están molidos y tostados
Sopa de intestino	Algunos dicen que no les agrada el sabor
Galletas	Son costosas
Pan de trigo	No lo sembramos y es difícil de encontrar
Miel	Solo durante la semana de Pascuas (Semana Santa)
Barra de chocolate para hacer chocolate caliente	Sólo en celebraciones o cuando se necesita para alguna persona enferma

## Alimentos que no se les da a los niños menores de dos años y razones

No.	Alimentos	Razón para no dárselos a los niños por debajo de dos años
1.	Maníes	Causa dolor de estómago y no pueden masticarlo sin sus dientes
2.	Pescado	Porque las espinas son peligrosas
3.	Mango	Causa dolor de estómago
4.	Chile	Porque es picante
5.	Bebidas sin alcohol	Son peligrosas para su salud
6.	Comida rápida/chatarra (tacos, dulces, sopa instantánea, galletas, jugos en caja)	Causa dolores de estómago, los jugos enfrían el estómago
7.	Chicharrones	Es muy duro y causa problemas en el estómago y los dientes
8.	<i>Bledo</i> (Vegetal de hoja verde)	No les agrada el sabor
9.	<i>Hierba mora</i> (un vegetal de hoja verde)	Es amarga
10.	<i>Ayote</i>	No tiene buen sabor
11.	Aguacates	Porque es muy frío y causa debilidad en los niños que se caen constantemente
12.	Camarón	No lo pueden masticar
13.	Café	No tiene vitaminas
14.	Rábano	No lo pueden masticar, lo tragan casi entero y les causa dolor de estómago
15.	Coliflor	Causa problemas de estómago
16.	Col	Causa problemas de estómago
17.	Miel	Agita sus parásitos
18.	Papas fritas	Porque al ser fritas no pueden digerirse fácilmente y causan infecciones intestinales
19.	Porotos negros hervidos	No los pueden masticar bien
20.	Remolachas	Causan diarrea



---

SPRING

JSI Research & Training Institute, Inc.

1616 Fort Myer Drive, 16th Floor ◦ Arlington, VA 22209 ◦ USA

Teléfono: 703-528-7474

Fax: 703-528-7480

Correo electrónico: [info@spring-nutrition.org](mailto:info@spring-nutrition.org)

Internet: [www.spring-nutrition.org](http://www.spring-nutrition.org)