



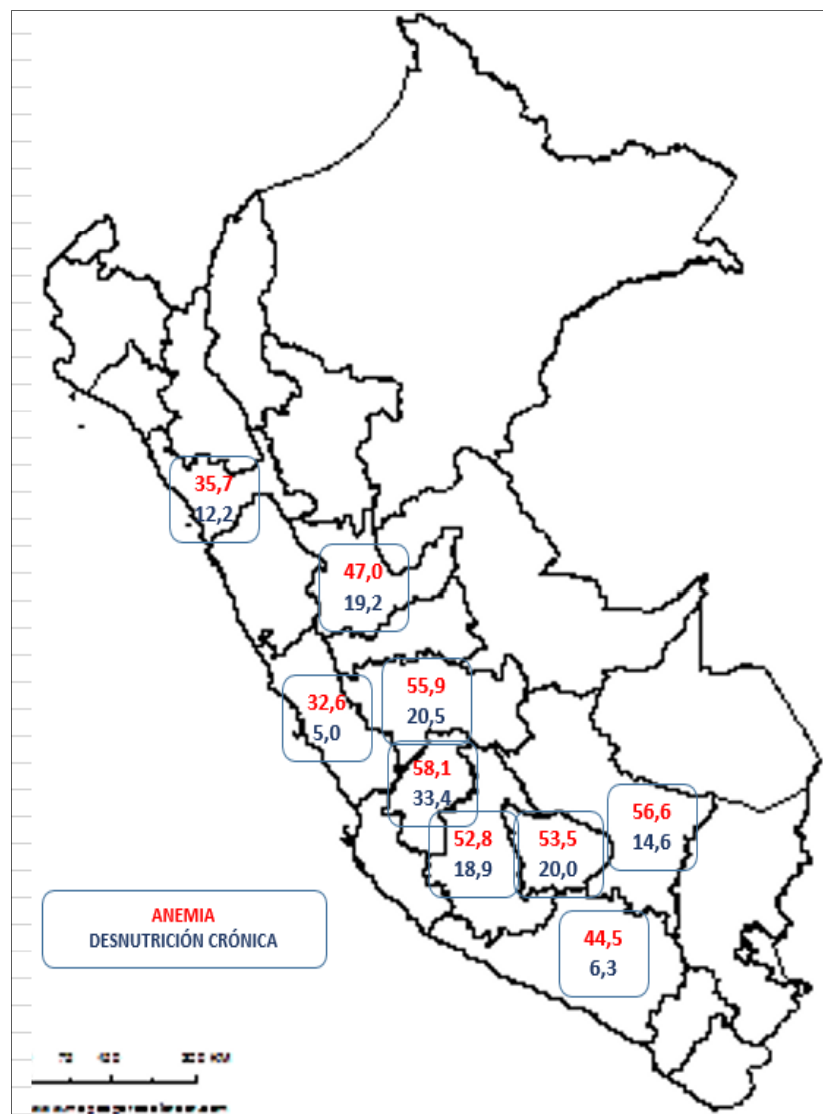
Programa Nacional “A Comer Pescado”



Noviembre, 2017

La paradoja del Perú

Un mar muy productivo...y un país con anemia y desnutrición



**ANEMIA
INFANTIL
43,6%**



La anemia le cuesta a la
sociedad peruana
S/. 2,777 millones (el
0,62% del PIB del país).
GRADE, 2012

**DESNUTRICIÓN
INFANTIL
(RURAL)
26,5%**



El costo de la desnutrición
crónica es de **S/. 10,888
millones** (el 2,2% del PIB
del país) – CENAN, 2013

Dimensión del desafío

¿A qué se enfrentan iniciativas que buscan cambiar hábitos alimenticios?



[Estudio de Concortv](#)

Antecedentes

- Caral y Aspero: 5 000 años de antigüedad
- “La anchoveta representaba el 90 % del alimento consumido”: Ruth Shady



Cerámica Nazca: S. I al VII DC



Chan Chan: S. XI al XIII DC



Caballo de totora: desde los Mochica, S. III DC

EPSEP: Decreto Ley Nº 18121, del 27 de enero de 1970,
crea la Empresa Pública de Servicios Pesqueros

Programa Nacional “A Comer Pescado”

Se crea en octubre de 2012. Empieza a operar en 2013.

Objetivo general:

- Fomentar el consumo de productos hidrobiológicos.



Objetivos específicos:

- Contribuir al desarrollo de hábitos de consumo.

- Fomentar la mejora económica de la pesca artesanal y la acuicultura, articulándolas con el mercado.
- Impulsar la apertura de negocios en pequeños actores.



Estrategia de implementación



ACTIVACIÓN DE LA DEMANDA

- Educación Alimentaria y Nutricional



- Campañas de Promoción para el cambio de hábitos alimenticios



ARTICULACIÓN CON ACTORES ESTRATÉGICOS

- Instituciones públicas (Sectores, GSN y Programas)
- Sector privado

CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA

- Fomento de la asociatividad
- Fortalecimiento de la cadena de distribución y comercialización

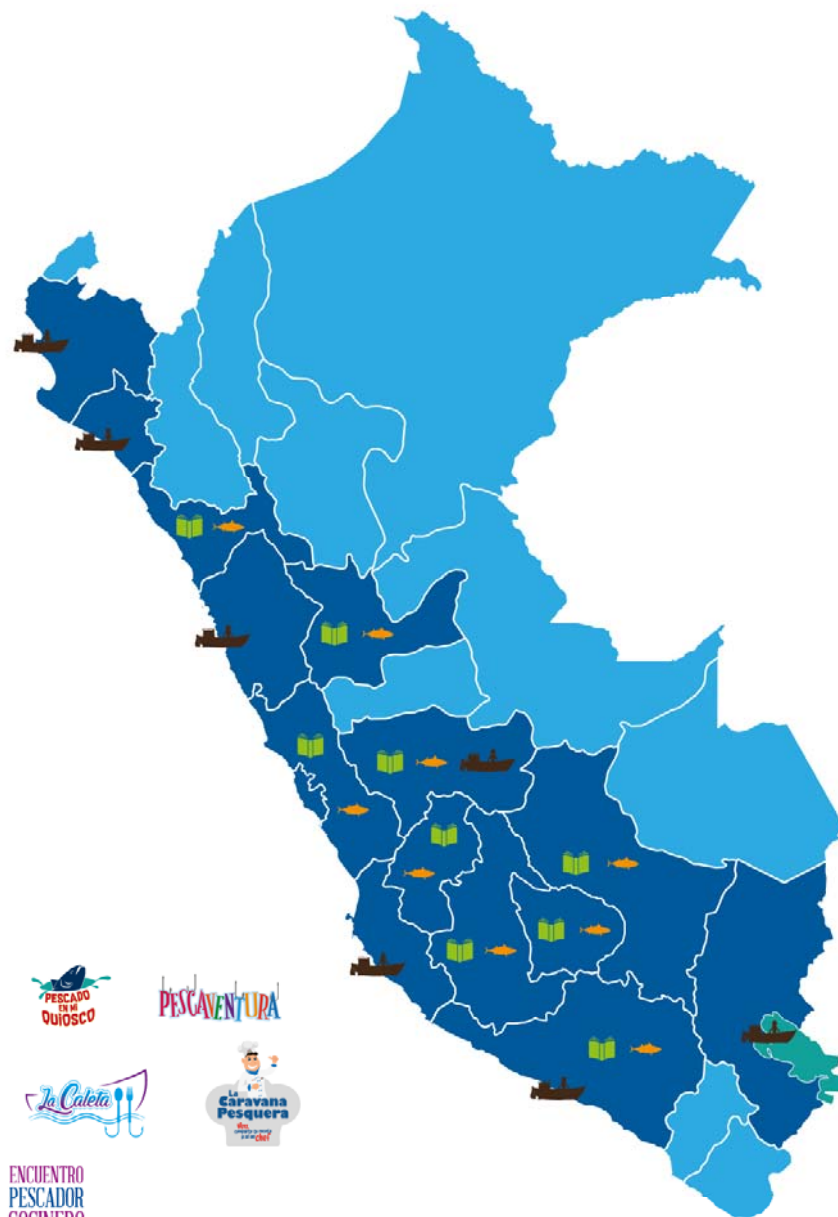
Comunicación: Medios tradicionales (TV, radio, prensa) y modernos (FB, twitter, Instagram, YouTube...)

Focalización y criterios de intervención

ESTRATEGIA	DISTRITOS CON LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS
Educación alimentaria	Poblaciones que presentan bajos niveles de consumo de productos hidrobiológicos , y alta incidencia de problemas de salud derivados de una nutrición inadecuada .
Promoción del consumo de productos hidrobiológicos	Alta densidad poblacional y mediano o alto nivel de gasto per cápita promedio, especialmente aquellos ubicados en zonas alto andinas donde el consumo de estos productos es limitado .
Fortalecimiento de red de distribución y comercialización	Conectados por vías nacionales y carreteras , en los que haya presencia importante de canales de distribución como bodegas y mercados. También poniendo especial énfasis en zonas alto andinas.
Fomento de producción pesquera para Consumo Humano Directo (CHD)	Potencial para el fortalecimiento de la actividad pesquera y acuícola.

Ámbito de intervención

Zonas de intervención:
Distritos priorizados de 14
Regiones



ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN:

1.  Educación alimentaria: 

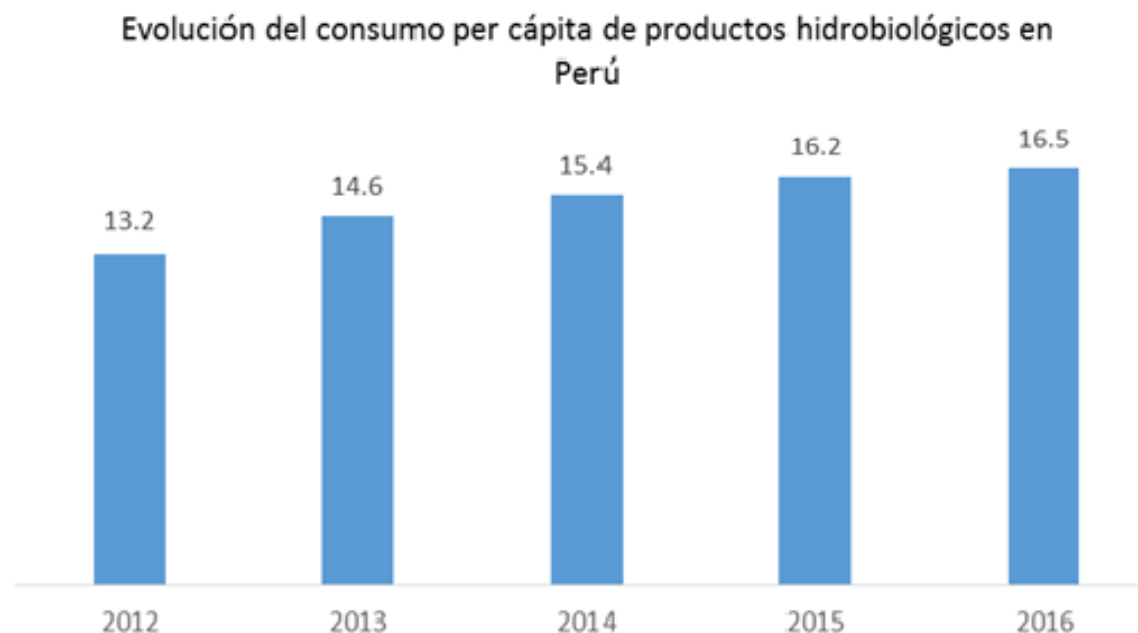
2.  Promoción al consumo: 

3.  Desarrollo empresarial y comercial
de la pesca artesanal y la acuicultura:



Resultados

Incremento en el consumo de productos hidrobiológicos



Fuente: ENAHO 2013 – 2016

El consumo per cápita de productos hidrobiológicos (pescado fresco, congelado, enlatado, y mariscos) pasó de 13.2 kg en 2012 a 16.5 kg en 2016, según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO) del INEI.

Incremento del consumo en el ámbito de intervención del Programa

Consumo per cápita de pescados y mariscos a nivel regional

CONSUMO PER CÁPITA DE PRODUCTOS HIDROBIOLÓGICOS			VARIACIÓN PORCENTUAL DEL CONSUMO PER CÁPITA
REGIONES / AÑO	2013	2016	(2013 - 2016)
Apurímac	8.7	9.4	7.6%
Arequipa	9.5	10.9	15.1%
Agacucho	7.9	10.8	37.2%
Cusco	7.6	9.3	21.8%
Huancavelica	4.7	6.8	43.6%
Huánuco	7.3	9.5	30.6%
Junín	11.2	12.0	7.0%
Lima y Callao	15.8	17.8	12.3%
Promedio Nacional	14.6	16.5	13.4%
Regiones intervenidas			21.9%
Regiones no intervenidas			13.1%



Desde el 2013 el consumo se incrementó en casi 22% en las zonas de intervención, mientras que en el resto de regiones el consumo solo aumentó 13%.

Los resultados obedecen a importantes acciones de Promoción y Educación Alimentaria



**PLANES DE TRABAJO
ARTICULADOS CON:**



PERÚ Ministerio de Salud



PERÚ Ministerio de Educación

Mejorando las condiciones de los pescadores artesanales “De la Red a la Mesa”

Colocaciones – Introducción de productos hidrobiológicos (Abril – diciembre 2016)

LUGAR DE PROCEDENCIA Y PRODUCTO	TOTAL
Concepción - Junín	S/. 8,050
Trucha	S/. 8,050
El Gramadal, Atico – Arequipa	S/. 17,338
Erizo rojo	S/163,821.81
Pulpo	S/. 2,100
Lima	S/. 30
Merluza	S/. 30
Satipo – Junín	S/. 450
Gamitana entera	S/. 450
Marcona – Ica	S/. 67,745
Concha navaja	S/. 189
Erizo rojo	S/. 66,035
Lapa	S/. 159
Pulpo	S/. 1,361
Ñuro - Talara – Piura	S/. 500
Atún	S/. 500
Total general	S/. 94,263

Fuente: Programa Nacional A Comer Pescado (2016)

En 2016 se realizó Encuentros de Negocios en Arequipa, Cusco, Ayacucho, Puno y Huánuco, **logrando intenciones de negocio por S/. 30,7 millones de soles anuales aproximadamente.**

Resultados obtenidos en el ámbito de la pesca artesanal y la acuicultura

1,102 pescadores artesanales y acuicultores capacitados en desarrollo comercial y empresarial en **23 zonas de intervención**.

5 planes de negocio elaborados para la mejora de la comercialización de los pescadores artesanales por un valor de inversión de **S/. 2 394 350**.

6 productos hidrobiológicos en presentaciones de congelado y conserva **colocados en eventos masivos** por un valor de **S/. 794 380**.

74 mercados/ferias identificadas donde se colocó productos hidrobiológicos congelados y conservas.

Fomento a la apertura de líneas de negocios

Colocaciones – Pescaderías 2015 y 2016

PESCADERÍAS	TOTAL
Lima	S/. 17,158
Apurímac	S/. 97,280
Ayacucho	S/. 34,154
Cusco	S/. 69,265
Junín	S/. 51,438
Arequipa	S/. 155,725
Huancavelica	S/. 34,140
Huánuco	S/. 25,030
Total general	S/. 484,190

Fuente: Programa Nacional A Comer Pescado (2016)



A través de Las Pescaderías se generó ingresos por **S/ 484,190**, producto de las colocaciones.

Fomento a la apertura de líneas de negocios



3,708 campañas itinerantes en 139 mercados de Lima y Regiones.

856 campañas de activaciones en 30 supermercados de Lima y Regiones.

114 Caravanas pesqueras en localidades de Lima y Regiones

Medio millón de soles en colocaciones mediante las Pescaderías en centros de mayor afluencia del país.



Algunas actividades de “A Comer Pescado”



Mistura: “Pescador Cocinero” (2016).



Teófilo Cubillas en “La Caleta”, Mistura (2017)



Concurso Gastronómico “Come Pescado con Todo”, 2017.



Muchas gracias