

# Mejora de las herramientas de evaluación del entorno alimentario para los países de ingresos bajos y medios: lecciones de un estudio piloto en Liberia, Honduras, Nigeria y Timor-Leste

## Transcripción del seminario web

### Sarah McClung

Mi nombre es Sarah McClung, soy asesora técnica dentro de USAID Advancing Nutrition y también soy líder de actividades para este estudio piloto de evaluación de los entornos alimentarios que vamos a presentar hoy. También voy a ser la moderadora de esta sesión y les voy a mostrar un poco la agenda del día de hoy. Antes de comenzar, quiero hacerle una pregunta a nuestros participantes. Queremos tener una idea de cuánto conocen acerca de estos entornos como concepto.

Vamos a ver, en pantalla aparece la encuesta. No hay respuestas correctas o incorrectas. Tienen que seleccionar la opción que describe el nivel de familiaridad que tienen con los entornos alimentarios como un concepto. El primer ítem es, soy nuevo y estoy aquí para aprender. La segunda opción, lo conozco, pero quiero aprender un poco más de estas evaluaciones de entornos alimentarios y la tercera opción es que realmente conozco muchísimo, estoy muy consciente de las opciones que hay en este sentido.

Pueden elegir una de estas opciones para que nosotros tengamos una mayor idea de nuestra audiencia y poder guiar este debate. Muchas gracias.

[silencio]

Ya tenemos un 75% de participantes que han respondido. Muy bien. Vamos a darle un momentito más.

[pausa 00:01:40]

Creo que podemos continuar, Yaritza. Bien, muchas gracias. Vemos en pantalla los resultados y tenemos una mezcla, gente que es bastante nueva. La opción del medio es donde la mayoría de ustedes se identifican. Tienen conocimiento, pero quieren aprender un poco más de estas opciones. Nos complace mucho tener esta audiencia tan variada. Muchas gracias a todos por participar.

En la agenda del día de hoy tenemos los cinco ítems que ustedes ven en pantalla. Es muy claro desde donde venimos y vamos a hablar de una actividad que se ha dado con el correr de los años, donde buscamos específicamente opciones para evaluar los entornos alimentarios. Vamos a comenzar con los conceptos claves, las definiciones.

Luego vamos a escuchar un poquito más de todo el contexto y el razonamiento para elaborar este estudio piloto, las evaluaciones del entorno alimentario. Después vamos a ver el paquete en sí mismo, en detalle. Vamos a hablar en detalle de los siete tipos de evaluaciones que se tuvieron en cuenta para

este estudio piloto. Después vamos a tener la oportunidad de escuchar la experiencia de nuestros socios en investigación.

El caso de Nigeria, con la participación de IXOS, que va a hablar en detalle acerca de su experiencia utilizando este paquete. Después vamos a tener también un espacio para preguntas y respuestas. Hoy nos acompañan cuatro oradores y en estas dos diapositivas tenemos el nombre de ellos y el orden en el que van a hablar. Chris Rue es asesor de datos de nutrición de USAID en el Centro de Nutrición.

Él participa como el gerente de estas actividades, porque gestiona varias actividades relacionadas con el seguimiento, la evaluación y el aprendizaje. Incluido este flujo de trabajo de USAID Advancing Nutrition sobre evaluaciones del entorno alimentario. Realmente tuvimos la suerte de trabajar con él en distintos países. Luego vamos a escuchar a Teresa Warne, ella es consultora y también tenemos mucha suerte de contar con toda su experiencia en estos trabajos. La siguiente diapositiva, por favor.

Después va a tener la palabra uno de nuestros colegas, Director del Centro de Investigación y Evaluación del Desarrollo de Ipsos en África, Pushpendra Mishra y luego de Stephens Igho. Ellos dos han sido realmente líderes dentro del equipo y pueden hablar en detalle acerca de su experiencia en cómo fue utilizado este paquete de evaluaciones.

Rápidamente vamos a hablar de unos conceptos claves y algunas definiciones relacionadas con los entornos alimentarios. Vamos a la siguiente diapositiva. ¿A qué nos referimos cuando hablamos del entorno alimentario? Es un espacio en el sistema alimentario donde los consumidores obtienen sus alimentos. Acá ven en esta diapositiva que hay mucha actividad en el medio, con una persona en el medio.

Esto representa la idea del entorno alimentario, la idea de tener una persona con distintos símbolos que indican factores que pueden influir en sus opciones a la hora de adquirir alimentos. Esto nos hace tener distintas elecciones en cuanto a los alimentos y por eso estamos hoy aquí, para hablar de esto. Aquí vemos que hay distintos tipos de entornos alimentarios.

Hoy estamos enfocados en el mercado, van a escuchar el término entorno alimentario del mercado, pero también esta imagen nos muestra que hay entornos alimentarios naturales, entornos alimentarios construidos, pero esta actividad se basa en los distintos canales que tienen los hogares, las familias de todo el mundo para adquirir alimentos. Los dominios. Nos gustaría aquí pausarnos un poquito y hablar del marco, que se divide en el dominio externo y personal.

Quisiera que le presten atención a la dimensión que ven en el texto en amarillo. El dominio externo se refiere a las dimensiones fuera de la zona de influencia de una persona. Tenemos cuatro dimensiones: la disponibilidad, los precios, las propiedades de los proveedores y el producto, las regulaciones y la comercialización. De manera similar tenemos el dominio personal. Aquí tienen que ver con las opciones dentro de la zona de influencia de la persona.

Son la accesibilidad, la asequibilidad, la conveniencia y la deseabilidad. Nuestro paquete tiene en cuenta siete de las ocho dimensiones que vemos aquí en esta diapositiva. Esto fue realmente una guía muy importante para llevar adelante este estudio piloto y para tener un marco de referencia. La siguiente diapositiva. Esto es todo lo que yo tengo por decir por el momento, le voy a dar la palabra a Chris ahora.

## Christopher Rue

Gracias, Sarah. Bienvenidos a todos, muchísimas gracias por estar hoy aquí. Quiero brindarles un poquito de contexto en cuanto al interés de USAID para explorar estos paquetes y cómo nosotros pensamos que pueden ser utilizados para brindar más información en la programación de los sistemas

alimentarios. Hace algún tiempo analizamos este enfoque y nos dimos cuenta de que necesitábamos contar con más personas en el mundo.

Seguimos una línea de conocimiento teniendo en cuenta intervenciones que podíamos implementar. La idea principal era cómo influenciar y mejorar las dietas y los resultados en nutrición. Comenzamos a articular este nuevo enfoque que se ha establecido más firmemente en este marco que hemos logrado establecer. Para darles algunos ejemplos en estas dispositivas de lo que hemos hecho, hemos podido elaborar una herramienta robusta que pueda diseñar intervenciones y también pueda medir cambios, cambios que esperamos ver en estos entornos alimentarios del mercado.

Vamos a pasar a la siguiente diapositiva, por favor. El objetivo del estudio es desarrollar una guía de un bajo recurso que sea fácil de implementar y útil para evaluar los entornos alimentarios. Acá vemos que tiene que ser algo fácil de lograr, hay mucho potencial para recolectar información. A veces puede ser complicado, pero nosotros queremos tener herramientas que sean fáciles de utilizar, ya sea por trabajo de investigación o por monitoreo, parte de una actividad de monitoreo.

Queremos que estas evaluaciones puedan ser formadoras para nuestros socios y que las puedan utilizar en el diseño de distintas actividades. La información que surjan de estas evaluaciones, la idea es que sean complementarias a otras informaciones que nosotros podemos lograr tener. El objetivo principal es que podamos informar cómo diseñar y monitorear nuestras actividades, básicamente.

Acá tenemos un paquete de medidas con distintos objetivos para caracterizar las dimensiones de los entornos alimentarios, identificar barreras y oportunidades para brindar apoyo a estos objetivos de programación. Queremos comparar los entornos alimentarios entre distintos lugares, evaluar cómo cambian con el tiempo, monitorear el impacto de estas intervenciones y queremos utilizar estas herramientas para tener mayor información acerca de las opciones en cuanto a las dietas de los individuos y los resultados en salud.

La siguiente diapositiva. Elaboramos un paquete de siete evaluaciones, de las que vamos a hablar hoy en día. Las voy a mencionar rápidamente. Ahora, la primera es el mapeo del mercado. Aquí vemos qué tipo de alimento está disponible en cada mercado. La segunda es el calendario de disponibilidad. Según las estaciones, nos da una idea de qué opciones están disponibles en los mercados en las distintas estaciones del año.

El tercero es el índice de diversidad del mercado, que nos dice qué grupos de alimentos están representados o faltan en cada mercado. El cuatro, el índice de alimentación saludable, nos dice las cantidades suficientes de cada grupo para las ingestas recomendadas. El cinco, el costo de la dieta saludable. Nos dice EPOCH, hasta qué punto los consumidores están expuestos a comidas saludables o no saludables. Produce es la herramienta de deseabilidad de un producto. Nos dice cuáles frutas o vegetales son llamativas para de las personas.

Tenemos un proceso riguroso para evaluar esto y para poder elaborar esta lista de siete evaluación de este paquete. Tenemos 113 evaluaciones que se identificaron en una primera instancia. Se desarrollaron para poder implementarlos en países de bajos y medianos ingresos, teniendo en cuenta el dominio externo de los entornos alimentarios, que ya Sarah habló. Elaboramos un grupo de expertos que se enfocaron en cuatro criterios.

La adaptabilidad para el de implementación, el nivel de capacitación, la intensidad de los recursos y la facilidad de trasladar todo esto en acciones concretas. Elaboraron una lista prioritaria de siete evaluaciones que queremos probar en el mundo real. Vamos a pasar a la siguiente diapositiva.

Realmente estuvimos muy agradecidos de poder trabajar con nuestros socios en Liberia, Honduras, Nigeria y Timor Oriental y llevar a cabo este estudio piloto en cuatro contextos diferentes.

Estos, como ven en pantalla, comenzaron en septiembre 2021 en Liberia y vemos hasta marzo del 2013 en Timor Oriental. Contamos con uno de estos socios de Nigeria que hoy nos va a hablar de su experiencia de este estudio piloto en su país. Ahora podemos empezar a hablar en detalle acerca del paquete de estas evaluaciones. ¿Te paso la palabra, Teresa?

## Teresa Warne

Bien, mi nombre es Teresa Warne y tengo muchísima información para compartir con ustedes con estos entornos alimentarios. Les voy a presentar cada una de estas evaluaciones, cuáles fueron los objetivos, las preguntas que tuvimos que hacer y algunos ejemplos en detalle. Les quiero recordar que este seminario web está siendo grabado y ustedes pueden volver a referirse a estas diapositivas en cualquier momento.

Para cada evaluación que se realizó, se recolectaron datos y esta información se puede mostrar de distintos modos para visualizar estos datos en formatos diferentes. Vamos a pasar a la siguiente diapositiva. Antes de cubrir esta evaluación, quiero mostrarles este mapeo participatorio. Vemos todas las dimensiones con los objetivos de cada una. Este ejercicio no está incluido como uno de las siete evaluaciones. Sin embargo, es un paso muy importante para poder tener una idea de como interactúan los consumidores.

Un ejemplo del mapeo participativo social, donde un grupo de consumidores de estos participantes trabajaron para crear un mapa y documentar el acceso frecuente a los mercados en su comunidad. Este es el mapeo del mercado, evaluación 1. Acá se evalúa las dimensiones del entorno alimentario a su conveniencia, asequibilidad y accesibilidad. Esto se hace a nivel comunidad y mercado.

Los objetivos generales de esta evaluación de mapeo de mercados es dar contextos al entorno alimentario en un área específica. Los específicos son, documentar las características de la comunidad, incluida la infraestructura, ya sea que haya acceso a internet o no, acceso a nóminas, oficinas postales, electricidad. También documentar la distancia del mercado hasta el mercado y con respecto a características comunitarias específicas, tipos de cantidad de proveedores dentro de un mercado específicos.

Tipos y números de proveedores en las comunidades se clasifican en dos categorías. Esto está especificado en el manual de instrucciones y son las clasificaciones: tipos de entornos alimentarios saludables o no saludables. Brevemente quiero mostrarles cuáles son las cuatro preguntas de investigación que responden a los objetivos de la evaluación de mapeo de mercado.

Este es un ejemplo de los problemas de los tipos del entorno alimentario del mercado a nivel comunitario. Acá se muestra rápidamente, a partir de cómo utilizar los datos recogidos. Se muestran las comunidades. En verde se ve el recuento, la cantidad de tipos de entornos alimentarios clasificados como saludables o no saludables.

Aquí la clasificación incluso que ellos ofrecen alimentos con un límite, como los mini mercados. Dentro de estas conteos, estos recuentos de tipos de entornos, los datos se pueden usar para calcular el índice de entorno alimentario minorista modificado. En la comunidad dos de este ejemplo, este índice de entorno alimentario minorista modificado representa el 54% y los valores son 21 para tipos saludables y 39 el total de los tipos.

Menos de un 50% de este índice tiene una gran prevalencia de que ofrecen alimentos no saludables o alimentos con una limitación, un cierto límite. Hay clasificaciones altas o mayores al 50% de estos mRFEI que ofrecen alimentos saludables. Nos gustaría ver estos índices más altos en comunidades que podrían corresponderse con la mayoría de los tipos de mRFEI que ofrecen alimentos saludables en esas comunidades.

Esta es la herramienta de evaluación número 2, que son los calendarios de disponibilidad de alimentos estacionales. Acá se entiende como el acceso a alimentos durante el año. Esto se puede utilizar para calcular los entornos alimentarios de alimentos cultivados y silvestres, así como aquellos en mercados construidos. El protocolo se centra en los entornos alimentarios de mercados.

Aquí se muestran los alimentos que están disponibles durante todo el año. Ese es el objetivo de este calendario. A medida que cambia la estación, se muestra qué alimentos son los disponibles. Ahora brevemente voy a mostrarles las cuatro preguntas de este calendario de disponibilidad de alimentos estacionales. Esas son las cuatro preguntas que responde. Este es un ejemplo a nivel de mercado de las clasificaciones de disponibilidad promedios mensuales. En el eje Y durante el año, y en el eje X para cinco grupos de alimentos de las guías.

Nosotros acá nos centramos en el mercado X con cinco grupos de comidas, que son frutas, vegetales, cereales y tubérculos, comidas con proteínas y lácteos. Los que tienen menores promedios se representan menor disponibilidad y lo contrario para los que tienen mayores puntuaciones. Acá, estas cifras sirven para ejemplificar las ofertas de mercado y en qué meses o qué alimentos tienen mayor o menor promedio de disponibilidad durante el año.

Por ejemplo, hay vegetales que tienen una menor disponibilidad promedio en diciembre pero tienen una mayor disponibilidad promedio en enero. Esta información se puede usar para diseñar intervenciones específicas propias de un mercado o de un mes en una ubicación de mercado en particular. Esta es la evaluación número 3. Es el índice de diversidad alimenticia en el mercado, MFDI, y evalúa la dimensión del entorno en el nivel de mercado y en el nivel del proveedor en cuanto a la disponibilidad.

El objetivo general es determinar la disponibilidad de alimentos categorizados por grupos de alimentos a través de un inventario y una auditoría. Estas son las tres preguntas de investigación que están alineadas con los objetivos de este índice de diversidad de alimentos.

Categorizamos los alimentos en el mercado y entre los proveedores en dos clasificaciones de grupos alimenticios, que son MDD-W, diversidad alimentaria mínima para mujeres, que incluye 10 grupos de alimentos, y luego DQQ, que es la sigla para el cuestionario de calidad alimentaria, que incluye 29 grupos de alimentos. En esta tabla se muestra cómo los hallazgos pueden ejemplificarse usando los 10 grupos de alimentos del índice MDD-W que mencionamos antes, los alimentarios mínimos para mujeres.

Acá se muestran 12 ubicaciones de mercados a cielo abierto genéricos en las columnas. Algunas de las cosas que me llamaron la atención acá son las que están en rojo opaco, que corresponden a la ausencia de un grupo de alimentos en particular. Por ejemplo, el grupo huevos no está en ningún mercado salvo en uno. También veo que el mercado tres y el cuatro no tienen alimentos ricos en vitamina A, al menos en el momento de la evaluación.

También veo que el mercado 12 ofrece distintas frutas y vegetales pero no otros alimentos de otros grupos, mientras que el mercado uno solo ofrece todos los grupos de alimentos en el momento de la

evaluación. Esta información se puede usar para estructurar una intervención que destaque los distintos grupos de alimentos y aquellos que tienen un puntaje del índice MDD bajo o menor a 10, que quiere decir que hay ausencia de determinados grupos de alimentos.

La evaluación número 4, el índice de alimentación saludable, evalúa la dimensión del entorno alimentario en cuanto a la disponibilidad, el precio, evalúa la disponibilidad tanto en el mercado como entre proveedores, y la número 5 evalúa precios y asequibilidad. Estas son las dos evaluaciones que mencionaré juntas, porque se combinaron para el estudio piloto, la que evalúa la disponibilidad, precio y asequibilidad.

La evaluación 4, que es la del índice de alimentación saludable y la 5, se diseñaron para que se implementen juntas. Aquí se muestran algunos puntos comparables entre ambas evaluaciones, la 4 y la 5. Cabe mencionar que ambas se comparan con las pautas alimentarias alimentadas sin alimentación cuantitativa, ya sea la canasta alimentaria saludable como referencia.

Estas se utilizan y se evalúa la perspectiva recomendada en cuanto a cantidades para evaluar la disponibilidad y el costo para alimentar a una familia de cinco adultos durante una semana. Aquí el objetivo general de la evaluación número 4 es el suministro alimentario y evaluar qué tan alineado está en un lugar en particular con las guías alimentarias basadas en alimentación cuantitativa.

Estas son las cuatro preguntas de investigación alineadas con los objetivos de la evaluación número 4 y la número 5, una alimentación saludable y el costo de una alimentación saludable. Aquí se ejemplifica un índice de alimentación saludable en seis mercados diarios genéricos a través de auditorías a los proveedores, donde se usaron seis grupos de alimentos en función de las guías de alimentación cuantitativa.

Lo primero que observé es que los alimentos ricos en proteínas no se ofrecen en cantidades recomendadas. Eso es en una cantidad inferior al 100%, según lo que indica como debería ser el valor comparable de las guías basadas en alimentos cuantificables.

Todos los mercados, salvo uno, lo ofrecen también. Observé lo que se muestra en gris. Por ejemplo, alimentos en proteínas y aceites en gris no están en el mercado 10 y los lácteos en rojo no están ofrecidos en cantidades recomendadas. Frutas y vegetales se ofrecen de manera prevalente en todos los mercados menos en el cuatro.

Esto se puede utilizar, estos datos, para comprender los grupos alimentarios que faltan y las cantidades recomendadas o mercados que no tienen una representación prevalente de los grupos de alimentos en el momento de la evaluación. Aquí representamos el costo, el índice del costo de una dieta saludable de seis mercados diarios.

Se muestran en el eje X. El costo total de la alimentación de la dieta se muestra al final de la columna para cada mercado. En el mercado 10 cabe mencionar que el costo es el más bajo, sin embargo, inspeccionamos un poco y vemos que faltan dos grupos de alimentos. También observé en este mercado que los alimentos ricos en proteínas representan la mayor proporción del costo de la dieta en todos los mercados.

Esta información puede usarse para dirigir intervenciones que apuntan en ciertos mercados a grupos de alimentos específicos. Esta evaluación valora el precio y la asequibilidad, pero lo que mejor muestra es la disponibilidad. Si se puede reunir información sobre el precio del costo, la cantidad recomendada tal

vez no esté disponible en el mercado según las guías basada en alimentación en el momento de la evaluación. Evaluación número 6, Perfil ambiental de la salud de la comunidad.

Acá se evalúa la dimensión en cuanto a características de proveedores y productos y las regulaciones y la mercadotecnia, tanto a nivel de mercado como de comunidad. El objetivo general de la evaluación 6 es valorar el entorno alimentario en cuanto a la presencia de anuncios y la promoción en las redes sociales de las dietas saludables y las etiquetas de los alimentos. Estas son las cuatro preguntas alineadas con los objetivos de la evaluación 6.

Aquí se ejemplifican los datos obtenidos durante la evaluación 6. Vemos 12 mercados a cielo abierto en el eje Y y la cantidad, los recuentos de anuncios en el eje X. Los distintos colores representan las distintas ubicaciones donde se hicieron los anuncios, ya sea sobre una pared, un cartel o por audio. Esta nos muestra información sobre dónde se colocan los anuncios en las comunidades en torno a los mercados a cielo abierto, pero no nos dice qué tipos de anuncios se están haciendo.

Aquí se muestra otra forma de visualizar los datos obtenidos durante la evaluación 6 con respecto a los distintos tipos de anuncios en las comunidades en torno a los mercados. Vemos 12 mercados abiertos genéricos en el eje Y y la cantidad de anuncios en el eje X. Verde, anuncios que destacan alimentos saludables como frutas frescas y verduras y en azul, aquellos que destacan alimentos que deben limitarse como bebidas azucaradas o comida chatarra.

Estas imágenes son interesantes para entender la ubicación de unos anuncios y los tipos de anuncios. Esta es la evaluación 7, la Deseabilidad o el atractivo de los productos. Aquí se evalúa la dimensión de deseabilidad o atractivo de los alimentos. El objetivo general de esta herramienta es evaluar el atractivo para el consumidor de distintas canastas de mercado con cinco frutas y vegetales, usando una encuesta sensorial que aborda atractivo general, atractivo visual, tacto y firmeza, aroma y tamaño.

No se incluye el sabor, porque no se les da oportunidad de que prueben los participantes los alimentos durante la evaluación. Estas son las dos preguntas alineadas con los objetivos de la evaluación 7, product test. Es el atractivo de los productos. Acá se muestra un ejemplo de cómo podría ejemplificarse el atractivo de los productos para distintas canastas del mercado, 12 mercados a cielo abierto que se muestran en las columnas.

Los parámetros sensoriales, los cinco que mencionamos para las cinco frutas y cinco vegetales se califican de 0 a 6. 0 el valor más bajo, 6 el más alto o el que representa el mayor atractivo. Acá se muestra el puntaje promedio de los cinco parámetros sensoriales para cada producto. El sombreado que va de verde oscuro a amarillo y rojo, que son los valores más bajos.

El sombreado gris representa los alimentos de la canasta del mercado selecto que no están disponibles al momento de la evaluación. Es un buen ejemplo para mostrar los desafíos contextuales reales a la hora de elegir productos, porque puede que haya en la canasta de frutas y verduras una escasa disponibilidad que no es la misma en todos los mercados, dado que las canastas de alimentos no están distribuidas de manera uniforme en los países de medianos y bajos ingresos.

Es interesante para entender las calificaciones bajas, que podrían destacar algunos de los desafíos potenciales en estos mercados como la escasez de alimentos y para introducir intervenciones que sirvan de paliativo para estos desafíos.

## Sarah McClung

Muchas gracias, Teresa. Muchísimo contenido el que has presentado. Creo que es muy importante entender los detalles. Tengan en cuenta que esto está incluido en este paquete. Nosotros sabemos que estos paquetes se hicieron en un proyecto piloto en los cuatro países mencionados. Ahora vamos a escuchar sobre la experiencia en Nigeria, cuál fue la experiencia con el uso de estos paquetes.

## Pushendra Mishra

Muchas gracias, Sarah. Bien, brevemente les voy a hablar de nuestra experiencia al implementar este estudio piloto. Ipsos es una organización global y tenemos oficinas en más de 90 países en todo el mundo en África. Somos el centro para la investigación y la evaluación del desarrollo en África. Tenemos distintos tipos de herramientas para la investigación y la evaluación del desarrollo y tenemos nuestras propias oficinas en 11 países trabajando con distintos socios en todo el continente africano.

Tenemos distintos sectores en los que nos enfocamos, comenzando con la agricultura, sistema de mercados, sistema alimentarios, prácticas de sistemas sanitarios, distintas poblaciones. Gobernanza, educación, distintos temas en los que trabajamos. Nosotros contamos con 50 expertos que trabajan constantemente en investigación y evaluación. Hablando específicamente acerca de este estudio piloto, queremos contarles cuál fue la cobertura del piloto. Los estados donde trabajamos, Bauchi, Kebbi y Sokoto. Dentro de cada uno de estos estados, elegimos dos socios y dos mercados, 12 mercados en los que trabajamos. Para cada una de estas elecciones utilizamos el formato de entrevistas. Quiero hablarles un poco más acerca del mapeo participativo social. Esta herramienta es un tipo de herramienta que nos ayuda a entender también la perspectiva del consumidor en donde el individuo interactúa con los distintos tipos de alimentos disponibles en ese mercado.

Esta herramienta nos da la posibilidad de entender mucho mejor, más ampliamente, dentro de un contexto regional, dentro de un área en particular. También nos ayuda a entender qué tipo de mercados, de proveedores están disponibles en estas comunidades en particular, a las que nosotros fuimos. También ayudan a determinar por qué en algunos mercados hay gente más activa y son más elegidos.

También nos ayuda a entender las dimensiones en cuanto a los alimentos, los entornos alimentarios en cuanto a conceptos que ya conocemos de asequibilidad, al atractivo de los productos. Utilizamos un método combinado para recolectar los datos basado en las entrevistas y en la observación. Lo que sucede cuando implementamos estas herramientas, y trabajando con el equipo de recolección de datos, ellos normalmente entienden el concepto clave, ¿por qué es importante utilizar una herramienta normatizada?

Porque ellos también conocen el tipo de aprendizaje de estos países. Esto también se muestra en la estructura aplicada en el entorno. En este caso, la que implementamos en Nigeria. Vamos a pasar a la siguiente diapositiva, por favor. Hablando un poco acerca de los desafíos. En este punto no encontramos grandes desafíos porque desde el principio seguimos un enfoque participativo, trabajamos como equipo con los investigadores, la gente a cargo de recolectar la información, y el apoyo constante de USAID Advancing Nutrition.

Esto nos ayudó en gran manera para poder implementar el estudio piloto en todos estos estados. Algunos de los desafíos que surgieron en la instancia de la implementación, de la valoración 4, el índice de alimentación saludable y el costo de una dieta saludable, tiene que ver con la cantidad de datos.



A menudo alguno de los proveedores dudaban en brindar la información. A veces nosotros pudimos comprar una menor cantidad de productos para ellos, para poder mitigar este tipo de desafíos que se presentaba. Es importante también tener en cuenta específicamente en este contexto donde los vendedores son tan activos en sus actividades. Es importante planificar, tener en cuenta el marco de tiempo con el que contamos para organizar, a veces quizá la opción de un grupo focal.

Algo muy importante que nosotros notamos, porque el mercado de Nigeria está dominado prevalentemente por hombres, hay vendedores masculinos en su gran parte. Al interactuar con ellos nos dimos cuenta que cuando nosotros nos relacionábamos con ellos teniendo en cuenta los productos que ellos comercializaban, pero había una parte importante del mercado de lácteos que estaba siendo comercializado por mujeres.

Es muy importante cuando uno está diseñando este tipo de herramientas para trabajar, conocer el contexto local del entorno alimentario. Vamos a pasar a la siguiente diapositiva.

## Stephens Igho

Muchísimas gracias, Pushpendra. Voy a contar un poco acerca de nuestra experiencia en este contexto, vamos a hablar de las observaciones que se dieron en el mercado, las herramientas que utilizamos y la recolección de datos de los proveedores. Estas tiendas de conveniencia son el tipo más común en estas comunidades. Seguidos por los mercados al aire libre.

También tenemos que tener en cuenta la presencia de todos los grupos en este contexto. Pudimos observar la falta de publicidad para las comidas con buenos nutrientes. Esta herramienta de evaluación es muy útil para determinar la proximidad de las comunidades y los mercados. Lo que hicimos es elaborar una lista de distintos tipos de proveedores que no era muy abarcativa hasta el momento.

También trabajamos con el índice de provisión de alimentos y el costo de una dieta saludable que se podían implementar juntos en vez de hacerlo de manera separada. Es muy importante contar con esta información, porque a veces las opciones en cuanto a la hora de elegir un alimento no están determinadas por los beneficios que pueden aportarnos.

Uno de los grandes desafíos fue la relación con los proveedores para nosotros. Para poder llegar a medir alguna de los alimentos saludables y frescos que se producían. Vamos a pasar a la siguiente diapositiva, por favor.

Esta evaluación captura las realidades. Es una pregunta, ¿si captura la realidad del entorno alimentario en Nigeria? Yo diría que sí. En cuanto a la disponibilidad y accesibilidad. Evaluamos también el precio, la asequibilidad, la capacidad de compra de las personas, la conveniencia y el atractivo de los productos.

Nosotros tenemos muchísimos recursos agrícolas en Nigeria, pero esto también representa un gran desafío para poder brindar alimentos en todo el país, porque hay muchísimas inequidades en cuanto a infraestructura, transportación, transporte, logística para poder llegar a las áreas más remotas dentro del país. Es un gran desafío en cuanto a las opciones que la comunidad puede tener disponible a la hora de elegir un producto.

Es muy importante también abordar este tema por el alto costo también de producción y transporte. El estilo de vida tan agitado que se da en Nigeria, también planteó la necesidad de tener alimentos más convenientes, más rápidos para consumir. También esto tiene que ver con el acceso a menores cantidades de comida.

El problema no es ese en realidad, porque vemos que día tras día aumenta el tipo de mercados para este contexto y esto contribuye al problema en gran manera.

Cuando hablamos de la realidad de los entornos alimentarios en Nigeria y los distintos actores que interactúan, vemos los supermercados, los distintos proveedores de alimentos. Es muy significativo para poder brindarle a las personas distintas opciones, pero yo diría que el problema, el real problema es la falta de regulaciones implementadas, especialmente un marco que sería necesario para los proveedores, para abordar las distintas cuestiones que tienen que ver con la cuestión saludable de las personas.

También es necesario un fortalecimiento en las regulaciones de la seguridad alimentaria para poder promover la producción de alimentos locales y tener dimensiones múltiples. Tenemos muchísimos desafíos en cuanto a la disponibilidad, a la accesibilidad de productos y la posibilidad de las personas dentro de la comunidad para poder acceder a alimentos que le sean atractivos.

Cuando evaluamos estas evaluaciones, tuvimos en cuenta tres aspectos, la planificación, la recolección de datos, la capacitación también, porque queríamos lograr una mayor participación del equipo local y ser mucho más inclusivos en cuanto a la recolección de datos porque esto nos iba a permitir poder planificar mejor.

En cuanto a la evaluación que tiene que ver con el uso cualitativo de los datos, quiero hablar del resto de los dos aspectos que cambiaríamos. También, algo que realmente deberíamos cambiar es intentar poder investigar la cultura social, porque tiene un gran impacto en las opciones de alimentos de las comunidades.

Vamos a pasar a la siguiente diapositiva. Los socios que quieren utilizar esta evaluación para otros estudios similares en el futuro, me gustaría compartir algunas recomendaciones o consejos.

En primer lugar, es muy importante la recolección de datos, cómo se implementa. Es importante conseguir datos a nivel del mercado relacionados con las dimensiones y la nutrición de los alimentos. También es importante conocer la literatura existente en la dinámica del entorno alimentario en cada país, en cada contexto, porque esto es muy útil para poder comparar los aportes que uno consigue a nivel local que se pueden recolectar de este ejercicio participativo social.

También la capacitación es muy importante, debería ser participativa. Es importante sentirse libres de aportar y de conseguir el conocimiento local en las distintas estructuras de mercado alimentario porque es muy importante también tener en cuenta las costumbres existentes que se dan a nivel local y que pueden impactar en la metodología de trabajo.

También algo que debemos considerar y que es muy importante para los investigadores para que puedan tener un buen entendimiento de la dinámica de todo este proceso cuando van a evaluar las evaluaciones en cada instancia.

Es importante y sería muy eficiente recolectar datos utilizando el costo de una dieta saludable en las horas más tempranas en este proceso, en las relaciones con los proveedores y con los distintos grupos que pueden aportar información para nuestras evaluaciones.

La siguiente diapositiva. ¿Qué observamos desde Ipsos en este entorno? Hemos tenido distintas experiencias, porque con distintos socios aportan un enfoque diferente en el modo de recolectar la información, por ejemplo, trabajamos con un socio que se enfocó en entender la dinámica de la seguridad y el entorno alimentario.

Es muy importante para conocer los distintos tipos de proveedores y de mercado, la infraestructura existente, la disponibilidad de variedades en los alimentos, el precio, la proximidad y la accesibilidad.

Otro socio estaba preocupado por entender el patrón del consumidor, su conducta y tener más conocimiento acerca de los aspectos más nutritivos, pero si ustedes fueran a preguntar, hay otros recursos existentes que se pueden explorar también. Hay muchas publicaciones y escritos desde la Sociedad de Nutrición de Nigeria, el Instituto de Investigación Internacional de Políticas Alimenticias, la Agencia Nacional, la NAFDAC y desde el Ministerio de Salud Federal.

Estas distintas organizaciones exploran los aspectos que nos ofrecen los entornos de mercados basados en alimentos.

## **Sarah McClung**

Muchísimas gracias por tus reflexiones, Stephens, y por todos los comentarios que pudieron elaborar en cuanto al uso de este paquete. Vamos ahora a pasar a la parte de preguntas y respuestas.

Antes de pasar a esa parte, quiero hacer algunos comentarios para que todos sepamos bien hacia dónde vamos. Estos cuatro pilotos sirven de base para un paquete global, un manual que incluye estas siete evaluaciones que acompaña hojas de recolección de datos.

Escuchamos de parte de nuestros oradores que también hay publicaciones preparadas y disponibles al respecto que pueden servir como guía para poder utilizar o servir como marco de referencia. También tenemos referencia que aportaron nuestros colegas en el día de hoy. De esto hablamos cuando nos referimos al paquete global. Ahora vamos a ver más detalles acerca de cómo y cuándo van a poder utilizar esto.

Hay una actividad para también poder monitorear esta actividad y tener un mayor debate acerca de cómo darle un marco necesario al uso de este paquete. Eso también está en proceso. Esperamos tenerlo listo ya para el otoño. Con esto le podemos pedir a nuestros panelistas, a los oradores que activen sus cámaras para poder tener un debate más cercano.

Vemos que ya están llegando algunas preguntas que queremos compartir con nuestros oradores. Voy a ir haciendo las preguntas a nuestros panelistas. Chris, voy a comenzar contigo. Si quieres comentarnos acerca de la evaluación y los propósitos de diseños. ¿Cuáles son tus aportes?

## **Christopher Rue**

Gracias, Sarah. Sí. Con respecto. Esta es una iniciativa de USAID, es no solo reducir la desnutrición, los problemas de alimentación, sino mucho más. Estas evaluaciones nos permiten enlazar también las actividades agrícolas para ofrecer dietas saludables. Va más allá de la seguridad alimentaria.

Para tratar operativamente, para mejorar la nutrición se pueden informar el tipo de intervenciones que tienen que abordarse para cubrir las brechas, tal vez por problemas estacionales, cuando no están disponibles en estaciones.

Puede indicarnos actividades para agregar por problemas subyacentes, por ejemplo, productos que se producen localmente, pero que no se muestran en los mercados. Hay alguna intervención en la cadena de suministros que podemos implementar, en los mercados o donde sea para que se muestren más estos productos.

Estas herramientas sirven para eso, nos permiten ver oportunidades, por ejemplo, el costo de una dieta saludable, qué cosas son más económicas y están disponibles. Algunas son relativamente económicas, pero en realidad no son gran parte de los alimentos que consumen.

Intervenciones educativas que podrían aumentar la incorporación de esos alimentos que son más económicos y que tienen más nutritivos. Vemos el potencial de estas herramientas para monitorear los

cambios en el mercado. Hablo de intervenciones que permitan aumentar la disponibilidad de ciertos alimentos, la producción de dichos alimentos.

Vemos que esto va a tener un efecto en el mercado en la compra de alimentos y también se va a reflejar en la agricultura para que se produzca lo que la gente consume y ese cambio se puede reflejar.

## **Sarah McClung**

Muchas gracias. Creo que también es muy interesante hacerles acordar la diferencia entre la investigación de los entornos alimentarios para poder entender más y el uso de herramientas como estas para informar las acciones que se pueden diseñar. Muchas gracias. Teresa, ¿podría elaborar un poco más sobre las hojas de análisis? Usted mostró algunas imágenes y gráficos.

## **Teresa Warne**

Me gustaría que elabore cómo se pueden generar de manera creativa. ¿Puede describir cómo son esas hojas? Si estas hojas de análisis de datos se usan con el formulario de Google Sheets, algo muy similar a un Excel de Microsoft. Lo bueno de estas hojas de análisis de datos es que se pueden crear tablas o imágenes, así como mostrar los distintos datos en función de ubicaciones geográficas.

También se pueden comparar entre mercados diarios o semanales. A mí me gusta usar como ejemplo el del costo de una dieta saludable. Hay muchas maneras de ejemplificar estos datos. Esta dieta se compara con las guías dietarias basadas en alimentos de cada país, esas son las referencias que se toman.

Se puede usar para recoger dos puntos de precios. Tenemos alimentos de costos, con los costos más bajos y esos son los que más se consumen, los que más se compran en los mercados. Hay dos puntos de precios, el costo absoluto o el costo más bajo de la dieta que se consume.

Por ejemplo, un producto de carne es mucho más caro y no tendría que estar incluido en ese punto, sino a lo mejor lentejas podríamos incluir como proteínas. Ese es un ejemplo de cómo los datos pueden ejemplificar.

## **Sarah McClung**

Muchas gracias, Teresa. Ahora, voy a dirigir una pregunta para Pushendra. Nadia nos pregunta sobre los métodos de calidad para evaluar los entornos alimentarios. ¿Podría hacer algunos comentarios?

## **Pushendra Mishra**

Sí. Cuando comenzamos usamos atributos de calidad, entrevistas con los proveedores, pero a medida que avanzamos en la evaluación empezamos a ver el mercado. Si uno quiere entender las perspectivas del proveedor, debe utilizar aspectos de calidad centrados en lo que ellos tienen, pero en cuanto a detalles de distintos aspectos de los grupos de alimentos, hay que considerar el aspecto cuantitativo. También depende de la pregunta que se plantea, puede ser en un sentido más amplio, cuál es el grupo de alimentos en un mercado en particular. Uno debe conversar con el proveedor y entenderlo. Nosotros por eso sugerimos el uso combinado y según lo que se quiera averiguar, se elige el método más adecuado que se adapte a la situación.

## **Sarah McClung**

Muchas gracias por los comentarios. Eso resalta la importancia de utilizar métodos combinados. Stephens, la pregunta de Sandra que dice, "¿Cómo las entidades gubernamentales--?". Esto sería en

Nigeria. "Utilizaron estas evaluaciones y los resultados? Quisiera que me hablen sobre la autoridad del Gobierno en el uso de esta evaluación".

### **Stephens Igho**

Bien. Esto nos da un marco para la seguridad alimentaria. En Nigeria hay diferencias en cuanto al contexto de cómo este entorno alimentario está reglamentado.

Hay muchas publicaciones que están incluidas en la bibliografía y que deben consultarse a la hora de diseñar una herramienta de evaluación o intervención.

### **Sarah McClung**

Gracias, Stephens. Quisiera agregar que dado que esto fue un estudio piloto, no se estableció nada oficial en cuanto a los hallazgos, pero sí queremos expresar, queremos resaltar que fueron pruebas pilotos como contribución a la respuesta de Stephens.

Hay una pregunta que vi que se hizo al inicio, Julia la hizo. Ella hizo sus comentarios y espera nuestros comentarios. Yo me pregunto sobre la utilidad de un abordaje binario para categorizar los alimentos como saludables o no, cuando la cantidad de alimentos es relevante y cuando los proveedores ofrecen una variedad de alimentos en las tiendas de minimercados.

Ahora voy a abrir también la sala para que todos respondan. Como notaron, estas evaluaciones pueden estar dirigidas a los proveedores o a mercados y lo que buscan es buscar las características del entorno alimentario. No están centradas en la perspectivas específicas de un consumidor, de un proveedor.

Por eso es que en este paquete no se recogen esos tipos de datos. Yo creo que acá hay que destacar que hay proveedores de un tipo rango, estas guías y materiales buscan esta clasificación.

En realidad uno busca entender en qué constan las dietas y también luego hay que recurrir a otras fuentes para recoger la información que presentan estos paquetes. ¿Algunos de los panelistas quiere hacer un comentario respecto a esto?

### **Teresa Warne**

Yo puedo hacer un comentario con respecto a esto. Están clasificados de manera binaria, saludables y no saludables. Para calcular un índice del entorno de alimentación. Estamos recogiendo, por ejemplo, la cantidad de supermercados, la cantidad de mercados a cielo abierto, la cantidad de minimercados, etcétera.

Hay mayor categorización que es saludable o no sale, pero estos dos recuentos son los que se utilizan para el cálculo del índice a fin de poder entender el entorno alimentario en la comunidad.

### **Sarah McClung**

Gracias, Teresa. Bien. Ahora vamos a pasar. Hay un comentario, también es interesante. Yo quisiera que mis colegas de Nigeria ampliaran un poco. El comentario dice, "Esta es una experiencia de Benín.

Hicimos una evaluación de mercado en Benín de Safe Deck Projects". También no hubo apertura por parte de los proveedores en cuanto a los productos alimentarios.

Algunos de ellos veían como que los evaluadores eran controladores de sus servicios. Hubo sesiones.

Creo que es importante que se informe a los proveedores, a los mercados. Stephens, ¿podrías comentar un poco en cuanto a la investigación de mercado y la interacción con los proveedores?

Por ejemplo, yo me pregunto, ¿algunas veces sienten que los proveedores solo le dicen lo que piensan ellos que ustedes quieren escuchar en lugar de compartir la situación real? ¿Cómo hacen ustedes estas entrevistas con los proveedores? ¿Tienen algún comentario relacionado con esta experiencia o con esta pregunta que yo estoy planteado.

## Pushpendra Mishra

Yo quisiera hablar que tengo mayor perspectiva. Si uno observa el caso de Nigeria, si quieren ingresar al mercado, es importante tener un permiso local. A menos que lo tenga, no puede llegar y nadie va a atenderlo. Una vez que uno está dentro del mercado, ¿qué ocurre? No se centra simplemente en una métrica especial, por ejemplo.

Hay posibilidades de que uno reciba la respuesta ideal. Se usa una matriz combinada, para tratar de entender durante el mapeo. Luego todos los proveedores ofrecen un abordaje participativo. Una vez que uno recibe esa perspectiva, pasa al otro punto cuantitativo. Antes de ir a lo cuantitativo, uno ya sabe qué elementos y alimentos hay, cuáles son los contactos, de eso se trata la obtención de datos. Stephens.

## Stephens Igho

Sí, esto habla de lo que hacen los proveedores a diario. También las evaluaciones tienen que ver con auditorías y observaciones. Es posible inmediatamente tener una perspectiva con el proveedor en el punto de venta. Uno ahí puede categorizar al proveedor, como que vende una X cantidad de algo, distintas categorías o distintos tipos de alimentos, grupos de alimentos. Es una evaluación.

Con la uno pudimos obtener muchos detalles, evidencias físicas y después las preguntas tienen que ver con el conocimiento del proveedor. Un efecto cultural, los proveedores son honestos para responder. Un ejemplo, casi la exclusión de un grupo de alimentos evaluados durante el ejercicio, lo excluimos porque no se venden lácteos y se sienten más cómodos hablando de otros alimentos.

En tal contexto, también uno tienen que saber qué información obtener de estos proveedores y las actividades tienen que estar basadas en estos. En cuanto a preferencias, para penetrar en el mercado, si se hace con la incidencia adecuada se puede llegar al mercado.

## Sarah McClung

Tengo algunas preguntas relacionada con los plazos, los recursos para que se lleve a cabo este paquete de evaluaciones. El que quiera de mi grupo, por favor, respondan. Si pueden hacer algún comentario sobre la inversión en recursos.

Yo podría decir que este paquete de guía se ofrecerá cuando están disponibles y el paquete sí requiere muchos recursos y yo describiría al paquete como rápido, sí, pero quiero que ustedes digan, lo del panel, si les parece que es una herramienta rápida. ¿Quién quiere comenzar? Por favor.

## Pushpendra Mishra

Bien, Sarah. Estos paquetes se pueden administrar en campo rápidamente. También se pueden integrar con la obtención de otras rutinas. Si uno tiene un encuestador que está bien preparado, cada tres meses o dos veces al año pueden ir y recoger los datos. Si uno observa el paquete, si se recogen los datos bien, eso se hace rápidamente y después se actúa en función de los resultados.

## Christopher Rue

Bien, yo quisiera a hacer un comentario, Sarah. Creo que parte del fundamento de esta evaluación era asegurarnos de que sean factibles de manera bastante rápida en un contexto de países de medianos y bajos ingresos. Cada uno de los países iba a mejorar la eficiencia de la evaluación.

Yo estoy muy agradecido con Pushpendra y Stephens, porque ellos en esos países fueron muy eficaces, incluso ideas adicionales, aprendizajes que podrían aplicarse para que estas evaluaciones sean más factibles. Eso es algo que les agradezco mucho, el aporte.

## Sarah McClung

Muchas gracias. Algunas preguntas relacionadas con el Gobierno y las políticas, por ejemplo, José dice, "¿Qué parte de los resultados van a sumarse al paquete de políticas?". Yo voy a compartir y luego les doy la palabra a ustedes. Es un piloto y nos estamos centrando en la funcionalidad y en la adecuación de todo el paquete, pero sí, yo he oído descripciones de las evaluaciones y de cómo los hallazgos se pueden ejemplificar.

Estos podrían usarse como material para informar la incidencia. Por ejemplo, la evaluación número seis daría una idea de la presencia de los anuncios en la comunidad o en el mercado y esos mensajes podrían darle indicio de que si la regulación debe ser más estricta o no, por ejemplo, con respecto a las bebidas.

También podría darnos la oportunidad con los gobiernos sobre cómo los materiales del Gobierno aumentan la presencia en esos mercados. Por ejemplo, asuntos relacionados con la seguridad alimenticia, también promover opciones de alimentos saludables. Para mí, así es como estas herramientas, este paquete, se puede relacionar con políticas gubernamentales. ¿Alguna otra idea en el panel?

Tenemos algunas relacionadas con políticas. Otra pregunta interesante de José, "¿Cómo esto afecta la disponibilidad de los distintos alimentos en el mercado?". ¿Tienen alguna idea con respecto a los cambios que podrían producirse por el cambio climático?

## Pushendra Mishra

Sí, creo que algo muy importante, es muy importante la pregunta, muy pertinente, porque tiene mucha incidencia en lo que está cambiando y en particular en el contexto en Nigeria con las precipitaciones y toda la cuestión de los productores, cómo les afecta a ellos. Es importante también tener en cuenta esta situación cómo afecta al mercado.

Es muy importante conocer el tipo de ítem de alimentos disponibles en el mercado y también conocer la disponibilidad en cuanto a las estaciones, porque esto afecta a las situaciones que se dan en el mercado y uno conociendo el contexto puede resolverlas de mejor manera. Muchísimas gracias.

## Stephens Igho

Sí, también vemos que esto en los periodos más extensivos afectan a las cosechas en Nigeria en particular. También lo vemos en otros países debido a las cuestiones relacionadas con el cambio climático.

Nosotros en Nigeria tenemos constantes reuniones donde evaluamos estas situaciones dentro de la comunidad y cómo se ven impactados por esta situación para poder acceder a mercados que ofrezcan productos frescos, como también tiene su incidencia en el precio y en la disponibilidad toda esta cuestión de la adversidad climática, porque esto realmente es muy importante.

Nosotros vemos el impacto del calentamiento global, el cambio climático en el entorno alimentario. Sí, por supuesto.

## Sarah McClung

Gracias a ambos. Nos quedan menos de 10 minutos para este seminario web. Hay algunas preguntas que las voy a combinar y preguntarlas para todos, pero le quiero preguntar a cada uno de nuestros

oradores que en un par de oraciones nos digan cuáles son los mensajes que cada uno se deben llevar de este seminario. ¿Qué mensaje queremos que nuestros participantes se lleven?

Tengo algunas preguntas de la sección de preguntas y respuestas, que están relacionadas con los distintos tipos de entornos alimentarios. Dos, con los entornos alimentarios en las escuelas y hay otra pregunta que tiene que ver con la población urbana pobre. Los métodos de evaluación que se utilizaron. También las voy a presentar al grupo y quiero después, si alguno tiene algún comentario, lo puede aportar.

Al principio describimos el piloto, pero también tuvimos un poco más de contexto, pero fuimos pensando acerca de dónde dirigir las actividades futuras, a dónde vamos a ir a entornos rurales.

Nos dimos cuenta que hay distintos tipos de entornos alimentarios y que el método para evaluar no va a cambiar, porque podemos aplicar la misma metodología en otros entornos, pero también nos da una idea de la importancia del contexto a la hora de tomar una decisión en la evaluación en cuanto a tener muy en cuenta este contexto. Ser considerado y a la hora también de elaborar preguntas antes de presentar este paquete.

Ese es mi primer pensamiento al respecto, pero si alguien tiene alguna otra consideración que quiera compartir. No hay problema.

También vemos que otras de las preguntas están relacionadas al respecto de la disponibilidad de estos materiales, si van a estar disponibles. Ya comentamos que todo este paquete va a estar disponible para el otoño y lo vamos a publicar. Lo vamos a divulgar con todo el público. Ustedes van a tener, por supuesto, las notificaciones cuando esto suceda.

Voy a seguir el orden de presentación de los oradores. Chris, ¿algún mensaje que quieras que nuestra audiencia se lleve de este seminario web?

## **Christopher Rue**

Sí. Mi mensaje es que estas evaluaciones en las que estuvimos trabajando, son una contribución para otras herramientas. Sé que muchas de las personas que están hoy con nosotros son expertos en este campo y trabajan con sus propias evaluaciones, sus propias métricas.

Nosotros queremos colaborar con ustedes en este sentido y nosotros vamos, por supuesto, a buscar el modo de avanzar juntos y seguir aprendiendo en estos entornos para dietas más saludables.

## **Sarah McClung**

Gracias. Teresa, ¿tienes la palabra?

## **Teresa Warne**

Creo que yo me enfocaré en la cuestión de las hojas de análisis de datos y de los distintos modos que tenemos de ilustrar nuestra información, nuestros datos. Hoy vimos algo muy general, pero hay muchísimos modos. También me gustaría colaborar con estos materiales cuando salgan a nivel global.

## **Sarah McClung**

Gracias Teresa. Pushendra, ¿Cuáles será tú último mensaje?



## Pushpendra Mishra

Yo creo que cuando nosotros observamos un sistema alimentario hay mucha complejidad. Por eso es importante poder implementar esta herramienta para detallar la interacción de los consumidores. Utilizarlo como una guía muy importante y que sea fácil de implementar en el campo.

## Sarah McClung

Gracias, Pushpendra. Stephens.

## Stephens Igho

En lo personal, quisiera hablar del contexto local y también por supuesto hay similitudes en todo el mundo. Es muy útil poder aplicar esta herramienta en los distintos mercados.

## Sarah McClung

Muchas gracias Stephens. Yo les diría que continúen pendientes hasta la elaboración de este paquete de guía global para cuando esté disponible, para poder utilizarlo como monitoreo de rutina a la hora de elaborar una programación de estos sistemas. Realmente esperamos ansiosamente el momento de tenerlo listo y completo para compartirlo con todos ustedes.

Gracias a cada uno de nuestros oradores del día de hoy. Gracias por su gran aporte. Quiero decir una última cosas a nuestros participantes. Agradecerles a todos. He visto algunos de los nombres de todos los que se han unido de distintos lugares. Gracias por estar aquí hoy con nosotros. Vamos a compartir este seminario web con nuestros colegas de todo el mundo.

Muchísimas gracias por las preguntas, por los comentarios que nos dejaron. Por habernos dado 90 minutos de su agenda, de su tiempo en el día de hoy. Vamos a continuar trabajando juntos, aprendiendo de lo que se está haciendo en los entornos alimentarios en cuanto a investigación y evaluación. Muchísimas gracias a todos.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

#### USAID ADVANCING NUTRITION

Implemented by:  
JSI Research & Training Institute, Inc.  
2733 Crystal Drive  
4<sup>th</sup> Floor  
Arlington, VA 22202

Phone: 703-528-7474  
Email: [info@advancingnutrition.org](mailto:info@advancingnutrition.org)  
Web: [advancingnutrition.org](http://advancingnutrition.org)

Julio 2023

USAID Advancing Nutrition is the Agency's flagship multi-sectoral nutrition project, addressing the root causes of malnutrition to save lives and enhance long-term health and

---

This communication is made possible by the generous support of the American people through the United States Agency for International Development (USAID). The contents are the responsibility of JSI Research & Training Institute, Inc. (JSI), and do not necessarily reflect the views of USAID or the United States government.