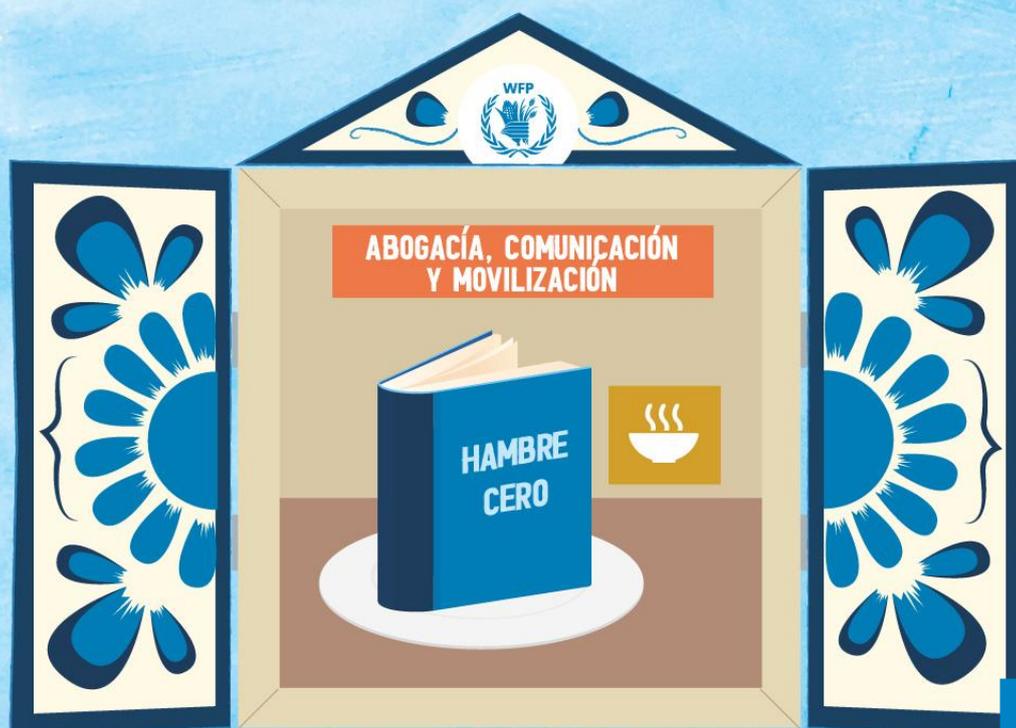


SALVAR VIDAS CAMBIAR VIDAS



Programa
Mundial de
Alimentos

SALVAR
VIDAS
CAMBIAR
VIDAS

EVALUACIÓN DEL WFP

Evaluación Descentralizada del Efecto Estratégico 1, hacia los objetivos Hambre Cero a través de la abogacía, comunicación y movilización, del Plan Estratégico de País - Perú (2017- 2021)

Informe de Evaluación

DE/PECO/2020/014
Oficina País (OP) Perú

Febrero 18 de 2022

Personal clave para la evaluación

OFICINA PAÍS (OP) PERÚ

Gerente de la Evaluación: **Maria Pía Cebrián**, Asociada Senior de Programas en Monitoreo y Evaluación, WFP Perú

PREPARADO POR

María Cecilia Cuartas, Líder del equipo, Magíster en Salud Pública, experta en políticas públicas

Elohim Monard, Experto políticas públicas, desarrollo internacional y comunicación política

María Carolina Latorre, Analista y experta en evaluación de proyectos y programas sociales

Hanna Ramírez, Asistente de investigación

Luis Bohórquez, Coordinador recolección remota de información

Carolina Murgueitio, Asesora en revisión de la calidad

Agradecimientos

Econometría S.A. y su equipo evaluador agradece a la Oficina de País del Programa Mundial de Alimentos (WFP), a las áreas de Programas en Monitoreo y Evaluación y de Comunicaciones de la Oficina País y al área de Evaluación de la Oficina Regional por toda su colaboración en el desarrollo de la presente evaluación. Adicionalmente, extendemos nuestro agradecimiento a todas las personas de diferentes entidades, de empresas privadas y a las mujeres y hombres beneficiarios indirectos del Efecto Estratégico 1 (EE1) del Plan Estratégico de País (PEP) del WFP por compartir con el equipo evaluador sus percepciones, aprendizajes y experiencias.

Descargo de responsabilidades

Las opiniones expresadas en este informe son exclusivas del equipo de evaluación y no representan necesariamente la opinión del Programa Mundial de Alimentos (WFP). La responsabilidad por las opiniones expresadas en este informe es únicamente sobre sus autores. La publicación del presente documento no implica la aprobación por parte del WFP de las opiniones expresadas.

La denominación empleada y la presentación de los materiales en mapas no implican la expresión de ningún tipo de opinión por parte del WFP en lo que respecta a la situación legal o constitucional de ningún país, territorio o zona marítima, ni sobre la delimitación de fronteras.

Índice

| | |
|---|------------|
| Resumen Ejecutivo | i |
| 1. Introducción | 1 |
| 1.1. CARACTERÍSTICAS DE LA EVALUACIÓN | 1 |
| 1.2. CONTEXTO | 2 |
| 1.3. OBJETO DE LA EVALUACIÓN | 6 |
| 1.4. METODOLOGÍA, LIMITACIONES Y CONSIDERACIONES ÉTICAS DE LA EVALUACIÓN | 12 |
| 2. Hallazgos de la evaluación | 19 |
| 2.1. ADAPTACIÓN DEL EFECTO ESTRATÉGICO 1 A DIFERENTES CONTEXTOS | 19 |
| 2.2. SINERGIA DEL EFECTO ESTRATÉGICO 1 CON LOS OTROS EFECTOS ESTRATÉGICOS | 26 |
| 2.3. PRIORIZACIÓN DE ACTIVIDADES DEL EFECTO ESTRATÉGICO 1 | 32 |
| 2.4. RESULTADOS ALCANZADOS POR EL EFECTO ESTRATÉGICO 1 | 39 |
| 2.5. IMPLEMENTACIÓN DEL ENFOQUE DE GÉNERO EN EL EFECTO ESTRATÉGICO 1 | 53 |
| 3. Conclusiones, lecciones aprendidas y recomendaciones | 59 |
| 3.2. LECCIONES APRENDIDAS | 61 |
| 3.3. RECOMENDACIONES | 61 |
| Anexo 1. Resumen de los términos de referencia | 68 |
| Anexo 2. Calendario | 72 |
| Anexo 3. Teoría de Cambio | 73 |
| Anexo 4. Metodología | 75 |
| Anexo 5. Matriz de evaluación | 82 |
| Anexo 6. Herramientas de recopilación de datos | 88 |
| Anexo 7. Estudio de caso “Cocina con Causa” | 107 |
| Anexo 8. Estudio de caso “Alianzas con Sector Privado” | 113 |
| Anexo 9. Sistematización del EE1: Movilización, abogacía y comunicación del WFP Perú | 120 |
| Anexo 10. Análisis de Contenido | 126 |
| Anexo 11. Resultados de la Rúbrica de Valoración | 135 |
| Anexo 12. Lista de personas entrevistadas | 141 |
| Anexo 13. Resultados del sociograma | 147 |
| Anexo 14. Resultados de la escala de valoración de la sensibilidad de género | 156 |
| Anexo 15. Mapeo de los hallazgos, conclusiones y recomendaciones | 160 |
| Anexo 16. Resultados de la escala de valoración de la sensibilidad de género | 171 |
| Anexo 17. Mapeo de los hallazgos, conclusiones y recomendaciones | 175 |

| | |
|-----------------------------|-----|
| Anexo 18. Bibliografía..... | 186 |
| Acrónimos | 189 |

Listado de figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1 - Mapa Político del Perú | 2 |
| Figura 2 - Porcentaje de niños y niñas menores de 5 años con desnutrición crónica por sexo y región | 4 |
| Figura 3 - Porcentaje de niños y niñas de 6 a 35 meses de edad con prevalencia de anemia | 4 |
| Figura 4 - Teoría de Cambio (TdC) Propuesta para el Efecto Estratégico 1 | 8 |
| Figura 5 – Mapa de localización del Programa País..... | 9 |
| Figura 6 - Productos de la ED del EE1 | 13 |
| Figura 7 – Estrategia de triangulación de la información | 14 |
| Figura 8 - Elementos innovadores para la metodología de evaluación..... | 15 |
| Figura 9 – Relación del Efecto Estratégico1 con los Objetivos de Desarrollo Sostenible | 19 |
| Figura 10 - Nivel de Pertenencia del Efecto Estratégico 1 con políticas y prioridades del gobierno de Perú..... | 21 |
| Figura 11 - Nivel de pertinencia del Efecto Estratégico 1 del WFP Perú frente al contexto y las brechas persistentes en el país en la situación nutricional de la población | 22 |
| Figura 12 – Nivel de adaptación y flexibilidad de las subactividades del Efecto Estratégico 1 del WFP ante cambios en contexto político en el Perú | 23 |
| Figura 13 – Nivel de adaptación y flexibilidad de las actividades del Efecto Estratégico 1 del WFP Perú ante la emergencia generada por el COVID-19 | 24 |
| Figura 14 – Nivel de Coherencia, coordinación y correspondencia del Efecto Estratégico 1 con la planeación | 27 |
| Figura 15 – Interrelación de los Efectos Estratégicos | 28 |
| Figura 16 - Nivel de coherencia, coordinación, correspondencia de los procesos de ejecución del Efecto Estratégico 1 con los otros Efectos Estratégicos de la Oficina País | 30 |
| Figura 17 - Nivel de Valoración de la contribución del Efecto Estratégico 1 a la consecución de las metas de los otros Efectos Estratégicos de la Oficina País..... | 31 |
| Figura 18 – Total recursos asignados, gasto y balance del Efecto Estratégico 1 del WFP (datos acumulativos)..... | 34 |
| Figura 19 – Nivel de suficiencia de recursos movilizados y apalancados para la implementación del Efecto Estratégico 1 | 35 |
| Figura 20 – Presupuesto total del Efecto Estratégico 1 según el tipo del donante | 35 |
| Figura 21 – Costos intangibles de la implementación del Efecto Estratégico 1 identificados por los actores encuestados | 37 |
| Figura 22 – Porcentaje del presupuesto ejecutado del Efecto Estratégico 1 por tipo de donante periodo 2018 - junio 2021 | 38 |
| Figura 23 - Percepción sobre la correspondencia entre la priorización de subactividades del Efecto Estratégico 1 y su costo-beneficio | 39 |

| | |
|---|----|
| Figura 24 - Compromiso de los aliados movilizados para la implementación del Efecto Estratégico 1 | 42 |
| Figura 25 - Principales resultados del Efecto Estratégico 1 separados por subactividades y factores..... | 45 |
| Figura 26 – Contribución de la estructura organizacional de la oficina de país a la consecución de los objetivos programáticos del Efecto Estratégico 1 | 47 |
| Figura 27 – Nivel de contribución de los socios estratégicos y las asociaciones a la consecución de los objetivos programáticos previstos del Efecto Estratégicos 1 | 48 |
| Figura 28 - Plataforma transmedia de Cocina con Causa 2019 | 50 |
| Figura 29 - Audiencia de Anuncios en Redes sociales por edad y sexo en el Perú | 51 |
| Figura 30 – Valoración del nivel de pertinencia del Efecto Estratégico 1 con la igualdad de género | 54 |
| Figura 31 – Valoración de la inclusión del enfoque de género en las actividades planeadas de Efecto Estratégico 1 del Plan Estratégico de País WFP | 54 |
| Figura 32 – Valoración sobre la sensibilidad a la igualdad de género en las actividades planeadas del Efecto Estratégico 1 del PEP WFP..... | 56 |
| Figura 33 - Percepción de actores encuestados de la sensibilidad e igualdad de género en las actividades planeadas del Efecto Estratégico 1 | 57 |
| Figura 34 – Nivel de valoración sobre la inclusión del enfoque de género en el programa Cocina con Causa | 58 |

Listado de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 - Indicadores del Efecto Estratégico 1: Meta y Seguimiento 2018-2020 | 10 |
| Tabla 2 – Actividades programadas para el Efecto Estratégico 1 | 11 |
| Tabla 3 - Preguntas de Evaluación, Criterios e Hipótesis..... | 12 |
| Tabla 4 - Número y Porcentaje de Actores Entrevistados por tipo de actor y sexo..... | 16 |
| Tabla 5 - Número y Porcentaje de encuestas en línea diligenciadas por tipo de actor y sexo | 17 |
| Tabla 6 - Factores como potenciales limitantes o riesgos para la evaluación | 17 |
| Tabla 7 - Temas de articulación del Efecto Estratégico 1 con Planes y Estrategias de Gobierno Nacional..... | 20 |
| Tabla 8 – Factores que intervinieron en la formulación e implementación del Efecto Estratégico 1 | 25 |
| Tabla 9 – Relación por Proyecto donde convergen en la Ejecución el Efecto Estratégico 1 con los otros Efectos Estratégicos | 29 |
| Tabla 10 – Necesidades presupuestarias anuales indicativas para la implementación de los EE del PEP de WFP Perú (USD) | 33 |
| Tabla 11 - Lista de eventos empresariales donde participó el WFP en el marco de su estrategia | 40 |

| | |
|---|----|
| Tabla 12 - Principales aliados del Efecto Estratégico 1 por sector de la sociedad | 41 |
| Tabla 13 - Factores que intervinieron en el logro de metas del Efecto Estratégico 1 | 48 |
| Tabla 14 - Recomendaciones organizadas por pregunta de evaluación | 62 |

Resumen Ejecutivo

Tipo de evaluación

1. La presente es una **Evaluación Descentralizada** que se realizó **sobre el Efecto Estratégico 1 (EE1)** del Plan Estratégico de País 2018 – 2022 (PEP) del WFP en el Perú, es una **evaluación temática y formativa**.

Propósito y Objetivo

2. La Evaluación **responde a las necesidades de la Oficina de País (OP)** de contar con insumos para realizar ajustes a sus estrategias y así, modificar e incluir componentes en el nuevo Plan Estratégico de País que iniciara en el año 2023. Fue encargada por la OP con el doble objetivo de rendición de cuentas y aprendizaje y se ha desarrollado entre junio 2021 y febrero 2022 y el periodo cubierto es del 2017 a junio de 2021.

Contexto

3. En el 2020 en Perú la pobreza aumentó diez puntos porcentuales como consecuencia de la pandemia,¹ la desnutrición crónica infantil fue de 12,1% y la anemia fue de 40% en niños y niñas de 6 a 35 meses.² En ese mismo año más de 2,2 millones de mujeres perdieron su empleo y el Índice de Desigualdad de Género se ubicó en 0,386.³

Objeto de la evaluación

4. El objeto evaluado es el EE1 que buscaba que el Gobierno, el sector privado, el sector académico y la sociedad civil del Perú se movilicen para contribuir de forma conjunta a erradicar el hambre y la malnutrición para 2030.⁴ El EE1 comprende subactividades de movilización, abogacía y de comunicación que se realizan en un ámbito nacional y local, a donde ha llegado el Plan Estratégico de País. En términos de los recursos financieros para la implementación del EE1, entre el 2018 y junio de 2021, las necesidades presupuestarias fueron de \$ 6.425.460 dólares estadounidenses. Los recursos provienen el 64,8 % del Gobierno de China y el 35,2 % del Gobierno del Perú. El EE1 también ha recibido recursos para desarrollar estrategias de comunicación de otros Efectos Estratégicos (EE).
5. **Su alcance geográfico fue nacional** por las estrategias de comunicación, alianzas y de abogacía masiva como el programa de Cocina con Causa **y local** donde se ha apoyado con intervenciones y estrategias de comunicaciones a los proyectos de gestión territorial de nutrición, de transferencias basadas en efectivo y logística.
6. Los **usuarios internos** de la evaluación del WFP son la Oficina País, la Oficina Regional, la Oficina de Evaluación y la Sede Principal. Los **usuarios externos** son el Gobierno de Perú, el sector privado, donantes, otras organizaciones del Sistema de Naciones Unidas, otros organismos internacionales, los medios de comunicación y la academia.

Metodología

7. **Se utilizaron métodos mixtos de investigación cuantitativos y cualitativos, concurrente y combinados** para llegar a interpretaciones y se partió de cinco preguntas de evaluación con los criterios de pertinencia, coherencia, eficiencia, eficacia y género. Las preguntas de evaluación fueron:
 - **PE1:** ¿Las actividades implementadas por el Efecto Estratégico 1 han podido adaptarse a los diferentes contextos que han ido surgiendo durante el período de ejecución del Plan Estratégico de País?
 - **PE2:** ¿En qué medida las acciones implementadas por el Efecto Estratégico 1 están en sinergia e interrelacionadas con los otros efectos estratégicos de la oficina país?

¹ INEI. 2020. *Evolución de la Pobreza Monetaria 2009 – 2020*. Lima.

² INEI. 2020. *Encuesta Demográfica y de Salud Familiar*. Lima.

³ INEI. 2021. *Brechas de Género 2020 Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres*. Lima.

⁴ "Peru Country Strategic Plan (2018-2022)" (WFP/EB.2/2017/7-A/3/Rev.1).

- **PE3:** ¿Los resultados de las actividades implementadas por el Efecto Estratégico 1 han priorizado aquellas que implicaron menores costos y mayores beneficios?
 - **PE4:** ¿En qué medida los principales resultados esperados del Efecto Estratégico 1 han sido alcanzados?
 - **PE5:** ¿En qué medida el enfoque de género ha sido incluido como una actividad transversal durante la implementación de las actividades del Efecto Estratégico 1?
8. **Los datos se obtuvieron a través de una encuesta en línea, entrevistas virtuales semiestructuradas y de fuentes secundarias.** Se utilizó el muestreo no probabilístico por decisión razonada. **Se triangularon fuentes de información y métodos**, y la información alimentó un esquema de hallazgos. También se incluyeron elementos innovadores como sociograma, análisis de rúbricas, análisis de contenido. Se realizaron dos estudios de caso (Cocina con Causa y Alianzas con Privados), sistematización sobre el EE1, seguimiento de procesos, análisis a partir del *clipping* y análisis comparativo cualitativo. Las consideraciones de género se abordaron en forma transversal.

Principales hallazgos

9. **PE1: El EE1 supo adaptarse a la contingencia de las crisis políticas del país en los últimos cinco años, así como la emergencia por el COVID-19.** Adaptó las estrategias de comunicación internas y externas, así como el relacionamiento con los aliados, especialmente con el sector privado. Además, encontró en los efectos del COVID-19 una oportunidad para contribuir a posicionar al WFP como agencia líder y ubicar en la agenda pública la situación de la inseguridad alimentaria y el hambre. El EE1 es pertinente a las necesidades y dificultades de los grupos de población más vulnerables, a los cuales llega a través de los proyectos de los otros efectos estratégicos.
10. **PE2: Existen sinergias y coherencia del Efecto Estratégico 1 con los otros efectos estratégicos.** La transversalidad del EE1 se dio de manera más efectiva a partir del año 2020, que coincide con la pandemia, debido a la llegada de nuevo recurso humano al área de comunicaciones y a la activación de otros efectos estratégicos por la emergencia. Del mismo modo, en los proyectos del WFP en Perú se incluyen líneas de trabajo de comunicaciones y movilización que han contribuido al logro de las metas, incluyendo la planificación de actividades de manera independiente y coordinaciones específicas cuando es necesario. **El EE1 llega a la población vulnerable a través de los otros Efectos Estratégicos, movilizand recursos del sector privado.**
11. **PE3: Se movilizaron y apalancaron recursos para ampliar el alcance de los resultados.** Estos recursos son suficientes para cubrir los gastos de las actividades realizadas. En caso de querer ampliar la cobertura de beneficiarios se requeriría el apalancamiento de recursos adicionales. Asimismo, existe involucramiento del sector privado en la asignación de recursos para proyectos implementados por otros efectos estratégicos, que incluyen subactividades de comunicaciones que se asignan al EE1. El presupuesto inicial fue estimado en \$3,5 millones de dólares para el periodo 2018-2022 y estas necesidades aumentaron a **\$6.425.460 dólares** entre el 2018 y junio del 2021. Los costos intangibles muestran el trabajo colaborativo realizado entre diferentes actores. Como ya mencionado, las principales fuentes de recursos provienen de recursos del Gobierno de Perú y del Gobierno de China.
12. **PE4: Los procesos en la implementación del EE1 han logrado los resultados esperados, movilizand aliados del sector privado y medios de comunicación, así como del sector público y la sociedad civil junto con otros efectos estratégicos y unidades de soporte de la Oficina País.** Esto ha permitido a WFP incidir con mensajes y propuestas a nivel nacional y regional. Aunque los indicadores corporativos del EE1 se cumplieron, el EE1 no logró generar un movimiento de toda la sociedad como se menciona en el Plan Estratégico de País. Los indicadores y resultados son poco conocidos por aliados y actores externos, aunque estos perciben cambios en el nivel informativo y cognitivo de los beneficiarios, lo que es respaldado por evaluaciones. Los cambios en la estructura interna del EE1, la organización funcional, el número y perfiles del recurso humano, los planes de comunicación, entre otros, facilitaron la consecución de objetivos del EE1. En particular, Cocina con Causa ha permitido la penetración en medios masivos, con alguna presencia en redes sociales.
13. **PE5: No es visible el enfoque de género en el EE1.** No hay un plan de trabajo que permita la inclusión de este enfoque basado en la Política de Género del WFP en su planeación/ejecución. En consecuencia, no

se ha medido la disminución en las brechas de la igualdad de género. Tampoco se ha trabajado en esa línea con un plan específico de inclusión de la perspectiva de género en la comunicación e incidencia.

Conclusiones

14. **La aplicación de las metodologías de rúbricas permitió valorar en el EE1 los criterios de pertinencia, coherencia, eficiencia y eficacia en una escala "Alto" (Excelente) y para el criterio de género en una escala de "Medio" (Adecuado).** A continuación, se presentan las conclusiones que se desprenden de los hallazgos.
15. **C1:** El EE1 es un efecto muy particular e innovador dentro del WFP. Si bien llega a la población más vulnerable a la inseguridad alimentaria a través de los proyectos implementados debajo de los otros efectos estratégicos, el EE1 se enfrenta a desafíos en la integración de la perspectiva de género.
16. **C2:** El WFP, a través del EE1 con las subactividades de comunicación, movilización y abogacía y las estrategias de comunicación diseñadas e implementadas, mantiene su foco en el movimiento Hambre Cero y contribuye a su sostenibilidad, a pesar de los cambios políticos en el país.
17. **C3:** El EE1 se adaptó a la contingencia del COVID-19 y mostró gran flexibilidad en la respuesta desde la comunicación, convirtiendo la situación en una oportunidad para ajustar y mejorar.
18. **C4:** El EE1 encontró en las áreas programáticas, especialmente en el EE2 y EE4, una oportunidad para la ejecución de actividades de comunicación, movilización y abogacía, así como formas de llegar a la comunidad y al gobierno local. En esta forma se da la transversalidad entre los objetivos estratégicos del PEP para lograr un mismo objetivo, particularmente contribuir al logro del ODS2.
19. **C5:** Los recursos con los que ha contado el EE1 han sido suficientes para implementar las actividades planeadas y el balance de ingresos y gastos ha sido positivo. No obstante, un aumento de la cobertura de la población a atender requeriría de un apalancamiento de mayores recursos para poder llegar a un mayor número de personas.
20. **C6:** Si bien los costos tangibles (cuantificados) del programa se relacionan con las subactividades propias del EE1 y con el apoyo que este les brinda a otros efectos estratégicos del PEP, los costos intangibles que han sido esenciales para el desarrollo de las subactividades y que no están cuantificados, se relacionan con el tiempo no pago dedicado por diferentes actores y los diferentes medios de difusión de información.
21. **C7:** La ejecución presupuestal del EE1 es una muestra del éxito de involucrar las actividades de este objetivo en sinergia con otras áreas programáticas.
22. **C8:** Existe una confusión semántica en el concepto de "movilización" que genera diferentes interpretaciones y expectativas. La movilización es una subactividad que abarca la participación en eventos de alto perfil, esta subactividad se cumplió según lo esperado. Sin embargo, el PEP también menciona como aspiración la generación de un movimiento con varios actores de la sociedad. Este movimiento no se alcanzó completamente.
23. **C9:** Las subactividades del EE1, trabajando de la mano con otras áreas de la oficina país, han cumplido con convocar, involucrar y comprometer a aliados del sector público, los medios de comunicación y, especialmente, el sector privado, posicionando al WFP e incidiendo en la agenda nacional. El trabajo fue exitoso en un campo de Lima y algunos lugares a nivel nacional, aunque han sido, más precisamente, estrategias de alianzas e incidencia. Faltó una convocatoria más amplia y diversa de la sociedad civil y la academia para alcanzar el movimiento social nacional. El EE1, presenta para WFP Perú una oportunidad para movilizar al sector privado con el objeto de ampliar el compromiso.
24. **C10:** Cocina con Causa es, a la vez, un programa de televisión y una plataforma de alianzas al servicio de los objetivos de WFP, aunque los diferentes cambios en la organización, formato del programa y altos costos institucionales, sumado a la discontinuidad durante la pandemia por decisión de la oficina país, dificultaron su alcance y un impacto mayor en las audiencias.
25. **C11:** Los logros del EE1 en materia de generación de alianzas y estrategias de comunicaciones han sido posibles gracias al liderazgo que recae desde la dirección de la oficina y del área de comunicaciones, y por el equipo de profesionales con gran compromiso con el WFP y con el tema de Hambre Cero, lo que ha logrado transmitirse hacia otros actores internos y, especialmente, externos.

26. **C12:** El EE1 tuvo una ingeniosa y excepcional capacidad de producir contenidos y materiales, desarrollar actividades innovadoras y hablar el lenguaje de otros actores, lo que ha facilitado la creación de alianzas, la movilización de recursos y el posicionamiento técnico del WFP en materia de Hambre Cero.
27. **C13:** La estrategia de Comunicación con la comunidad ha permitido fortalecer las alianzas y convocar liderazgos locales que, a su vez, facilitaron mejores resultados para el cambio de comportamiento y de hábitos alimentarios en el territorio, siendo la radionovela La Sangre Llama un producto comunicacional que ha transmitido mensaje de manera efectiva a partir de su adaptación a la realidad local.
28. **C14:** El sistema de monitoreo y de evaluación no ha sido suficiente para generar evidencias robustas sobre los efectos de las actividades de comunicación. Además, el Índice de Asociaciones (*Partnerships Index*) no permite medir la amplitud y complejidad del EE1. Esto se debe, principalmente, a que el Marco de Resultados Corporativo no incluye indicadores que correspondan con la naturaleza de las actividades y resultados esperados por el EE1.
29. **C15:** WFP Perú, a través del EE1, desde su concepción a la fecha de este informe, realizó un proceso de expansión de actividades de comunicación, abogacía y movilización, que corresponden a un trabajo de alianzas e incidencia, acompañado de la creación y adaptación de piezas comunicacionales. Este proceso es reconocido como exitoso por socios privados y públicos para la contribución del logro del ODS2 Hambre Cero.
30. **C16:** La ausencia de resultados definidos en igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en el EE1, en el marco de la Política de género de WFP, dificulta la identificación de indicadores de género y la realización de un monitoreo responsivo al género, que demuestre avances en el cierre de las desigualdades de género identificadas en el análisis de contexto.
31. **C17:** En los últimos años **el EE1 ha implementado acciones de mejora desde el enfoque de género**, incluyendo el acompañamiento al equipo de Cocina con Causa para un buen uso del lenguaje, la integración de personal con experiencia en comunicaciones y empresa privada y una consultoría sobre SAN enfocada en género, **sin embargo, son acciones puntuales sin una estrategia de comunicaciones con enfoque de género.**
32. **C18.** Las acciones del EE1 tienen un amplio potencial de mejora desde su formulación, implementación y monitoreo para incluir de manera pertinente el enfoque de género y empoderamiento de las mujeres, específicamente en productos como Cocina con Causa donde el lenguaje hacia una audiencia amplia tiene repercusiones en el refuerzo o eliminación de estereotipos.

Lecciones aprendidas

33. **Generar evidencia sobre seguridad alimentaria y nutricional y saberla comunicar** usando lenguaje adaptado con el sector privado facilita la conformación de alianzas estratégicas y la movilización de recursos.
34. **La elaboración de proyectos conjuntos** entre el Efecto Estratégico con las subactividades de comunicación, movilización y abogacía y los efectos estratégicos programáticos **es una estrategia clave para garantizar incluir líneas de comunicación y presupuesto y así movilizar recursos para las actividades de comunicación.**
35. **La articulación entre diferentes Efectos Estratégicos es fundamental para ampliar el alcance** de la estrategia de comunicación, por lo cual es importante procurar realizar los procesos de planeación, implementación y ejecución de manera articulada.

El reclutamiento de perfiles profesionales diversos con experiencia en sector privado y público, y algunos más orientados a la imagen corporativa y otros más orientados al cambio de comportamiento, es una estrategia útil para movilizar de recursos y establecer alianzas con una causa común como es el Hambre Cero.

Recomendaciones

36. **Recomendación 1:** Desarrollar una estrategia de comunicación, alianzas e incidencia con un rumbo claro y previamente establecido que contribuya a buscar soluciones para mejorar la seguridad alimentaria y nutricional y alcanzar el Hambre Cero.

37. **Recomendación 2:** Mantener un EE1 en el futuro con características similares a las que funcionan actualmente, con una doble mirada: una transversal que apoye a los otros efectos estratégicos en sus metas y otra programática para lograr alianzas e incidencia que impulsen políticas y proyectos para el cambio de comportamiento en la población en general.
38. **Recomendación 3:** Mantener el apalancamiento de recursos para llevar a cabo las actividades de comunicación, abogacía y movilización del EE1 para lograr atender las nuevas necesidades de la población generadas por el COVID-19 y ampliar la cobertura y el alcance de las actividades que se realizan, continuando con el trabajo conjunto con los efectos estratégicos programáticos e identificando costos e ingresos intangibles.
39. **Recomendación 4:** Aprovechar las capacidades y los aprendizajes del EE1 para que WFP asuma un rol articulador entre el Estado, sector privado y la sociedad civil, brindando asistencia técnica e incidiendo a nivel nacional para mantener el Hambre Cero en la agenda nacional.
40. **Recomendación 5:** Definir y crear el tipo de enfoque de género del EE1 en el próximo PEP basándose en la Política de Género del WFP, que permita identificar resultados de avance de género y empoderamiento de la mujer.

1. Introducción

1.1. CARACTERÍSTICAS DE LA EVALUACIÓN

1. El presente Informe Final corresponde a la “Evaluación Descentralizada del Efecto Estratégico 1 hacia los objetivos Hambre Cero a través de la abogacía, comunicación y movilización, del Plan Estratégico de País del Perú 2017 – 2021”.⁵ Esta evaluación se realizó en paralelo con la Evaluación del Plan Estratégico de País (PEP) y en este sentido, la evaluación descentralizada (ED) fue una evaluación temática y formativa centrada en el Efecto Estratégico 1 (EE1) y analizó su interrelación con las actividades de soporte que brinda a los demás efectos estratégicos del PEP. En la evaluación y en el presente informe final, se incluyó triangulación de información de revisión documental, encuesta en línea y entrevistas a colaboradores del Programa Mundial de Alimentos (WFP por su sigla en inglés), en la Oficina País (OP) del Perú, y a socios del WFP Perú para el EE1. Durante el trabajo de campo de la evaluación se tuvo acceso y se revisó la información de la oficina de país, general y específica del EE1, y de algunas grabaciones de entrevistas de informantes clave relacionados con la evaluación del PEP facilitada por WFP, con previo consentimiento de cada entrevistado. El presente informe contiene el contexto, la descripción del objeto de evaluación, los hallazgos, las lecciones aprendidas, las conclusiones y las recomendaciones. Acompañan al reporte anexos que complementan la información dentro de los que se destacan la sistematización de los procesos del EE1 y los dos estudios de caso: i) Cocina con Causa y ii) Alianzas con el Sector Privado.
2. **Esta evaluación temática y formativa tuvo un doble propósito:** i) de **asunción de la responsabilidad**, para valorar y reportar sobre el desempeño y los resultados del EE1 y ii) de **aprendizaje**. Se dio mayor énfasis en el segundo propósito, para determinar las razones por las cuales ciertos resultados ocurrieron o no ocurrieron, **que fueron la base para generar conclusiones, derivar en buenas prácticas y sugerencias para el aprendizaje** (Ver Anexo 1).
3. La evaluación se realizó entre **junio de 2021 y febrero de 2022** (Ver Anexo 2) y se enmarcó en un contexto cambiante para el WFP Perú tanto en lo político como por los efectos de la pandemia por COVID-19. Con esta evaluación se buscó obtener información relevante para la gestión y generación de conocimientos del WFP, identificar estrategias para abordar la coyuntura actual, adecuar y reformular las subactividades considerando siempre la innovación como elemento clave para la formulación de un nuevo PEP.
4. **Los usuarios primarios de la evaluación son en su mayoría internos, específicamente** la Oficina País de Perú, la Oficina Regional (OR), la Oficina de Evaluación (OEV) y la Sede Principal (SP). Entre los usuarios externos se encontraron varias categorías, siendo el principal socio del WFP en el país, el Gobierno de Perú (GdeP) a nivel nacional y subnacional, el sector privado, donantes, otras organizaciones del Sistema de Naciones Unidas (NNUU), otros organismos internacionales, los medios de comunicación y la academia.
5. **El equipo evaluador de Econometría** fue liderado por María Cecilia Cuartas, con la participación de Elohim Monard, Experto políticas públicas, desarrollo internacional y comunicación política, María Carolina Latorre, Analista y experta en evaluación de proyectos y programas sociales y Carolina Murgueitio, Asesora en revisión de la calidad. Como apoyos se contó con Hanna Ramírez como analista y Luis Bohórquez en la parte logística del trabajo de campo. Durante los meses de junio y agosto de 2021 se desarrolló el Informe de Inicio, aprobado el 9 de septiembre de 2021. La misión remota de recolección de datos con los socios internos y externos donde se incluyó gobierno nacional y territorial, sector privado, Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), Organizaciones de Naciones Unidas, chefs y beneficiarios indirectos se llevó a cabo entre el 6 de septiembre y 22 de octubre de 2021. Se implementó una metodología mixta cualitativa y cuantitativa, con triangulación de fuentes primarias y secundarias. Tras el análisis y triangulación de hallazgos se construyeron las conclusiones y las recomendaciones que se socializaron y validaron en un taller de aprendizaje realizado en enero de 2022.

⁵ Mientras que la evaluación se realiza para el periodo 2017 a junio de 2021, el Plan Estratégico País cubre los años 2018-2022.

1.2. CONTEXTO

- Perú tiene una **extensión de 1.285.215 Km²** divididos en tres regiones (Costa, Sierra y Selva o Amazonia) y veinticinco departamentos (Figura 1). En el **2019 tenía 32,5 millones de habitantes**, un crecimiento de la población de 1,06%⁶ y se estima que para el 2021 su población llegue a 33,5 millones.⁷ La **densidad de población es de 24,8 hab./Km²** y la **esperanza de vida en el 2018 era de 75,22 años** (72,60 años para hombres y 77,89 años para mujeres).⁸

Figura 1 - Mapa Político del Perú



Fuente: <https://imagenesnoticias.com/mapa-del-peru/>

- El país alcanzó un 93% de escolaridad hasta el año 2019, previo a la pandemia. En el año 2020, la tasa neta de asistencia escolar a educación inicial disminuyó de 11,9 puntos porcentuales, a educación primaria en 2,7 puntos porcentuales y a educación secundaria, en 3,7 puntos porcentuales. Con respecto a la calidad de la educación, para el 2019 la tasa de conclusión de estudios en los niveles primario fue de 89.5% y secundario de 76.5%, con desafíos en los logros de aprendizajes ya que, en ese mismo año, solo el 14.5% de estudiantes logró competencias “satisfactorias” en Comprensión Lectora (16% para niñas y 13.1% para niños).⁹
- En Perú **se evidencia una reducción de la razón de mortalidad materna en las últimas dos décadas**: de 198 muertes por 100.000 nacidas o nacidos vivos en 1990 se redujo a 66 muertes por cada 100,000 en 2018, aunque la pandemia del COVID-19 ha impactado negativamente este indicador y se estima la pérdida de cinco años de avances.¹⁰ En el primer trimestre del año 2020 la población **afiliada a algún**

⁶ Ministerio de Relaciones Exteriores Perú. 2020. *Ficha País*. Lima.

⁷ INEI. 2021. *Estimaciones y Proyecciones de la Población Nacional, 1950-2070- Boletín de Análisis Demográfico N°38*. Lima.

⁸ Ministerio de Relaciones Exteriores Perú. 2020. *Ficha País*. Lima.

⁹ Naciones Unidas Perú. 2021. *El Sector Empresarial Y Los Objetivos De Desarrollo Sostenible*. Lima.

¹⁰ Naciones Unidas Perú. 2021. *El Sector Empresarial Y Los Objetivos De Desarrollo Sostenible*. Lima.

tipo de seguro de salud alcanzó el 78,3%, con un incremento de 1,6 puntos porcentuales respecto al mismo trimestre del año anterior.¹¹

9. Según datos del Banco Mundial, desde mediados de la década del 2000 hasta mediados de la década del 2010, el país gozó de un periodo de crecimiento económico sin precedentes, alcanzando, en promedio, un incremento del Producto Interno Bruto (PIB) de 6% en la segunda mitad de la década del 2000. Así, la pobreza monetaria disminuyó hasta 20,2% de la población en el 2019.¹² Como consecuencia de la pandemia, en 2020, la pobreza se incrementó de 9,9 puntos porcentuales y alcanzó al 30,1% de la población peruana, lo que afectó al 45,7% de las personas que viven en áreas rurales y al 26% de las personas que viven en áreas urbanas, esto significa un retroceso de 10 años en el alcance de la pobreza a nivel nacional.¹³
10. Para ilustrar las desigualdades, los grupos poblacionales con mayor recurrencia de pobreza monetaria son aquellos cuya lengua materna es distinta del castellano (30,5%) y cuya autopercepción étnica es quechua (24,7%), aimara (31,3%), amazónica (39,2%) o afroperuana (29,9%).¹⁴ Algunos estudios han dado cuenta que **el confinamiento derivado de la pandemia habría tenido un impacto mayor en los ingresos de las mujeres vulnerables** en comparación de los hombres.¹⁵ **Según el INEI,¹⁶ el índice de Gini disminuyó en 18,3% entre los años 2005 y 2019,¹⁷ pero retrocedió diez puntos porcentuales como consecuencia de la pandemia del COVID-19.** El 72,5% de los peruanos trabajaban en el sector informal, aunque, entre grupos migrantes como los venezolanos, esta cifra llegaba a 88,5% y reciben ingresos 35% menores que la población peruana.¹⁸ La tasa de informalidad en las mujeres es de 77,2% mayor que la del hombre que se ubicó en 73,9% en el 2020.¹⁹ Durante la pandemia, mientras en las zonas rurales la pobreza se habría incrementado de 14%, en el ámbito urbano el aumento sería de 11,3%.²⁰ **Según el Índice de Desigualdad de Género en el país es 0,395, esto ubica el Perú en la casilla 87 de 162 del ranking de países.**
11. Se dio una reducción sostenida de la desnutrición crónica infantil en niños y niñas menores de 5 años pasando de 27,8% en el 2007 a 12,1% en el 2020. Esta condición es más frecuente en los niños que en las niñas, con una diferencia de 1,6 punto porcentual. Por regiones existe una brecha significativa frente al promedio nacional entre la región Sierra y la región Costa, ya que entre ellas hay unos 15 puntos porcentuales de diferencia en este indicador, tal como lo muestra la Figura 2. Por área de residencia la prevalencia es mayor que el promedio nacional en el área rural llegando a 24,8% frente a 7,2%²¹ en zonas urbanas.

¹¹ INEI. 2020. *Condiciones de vida en el Perú*, Informe Técnico No. 02. Lima

¹² INEI. 2020. *Evolución de la Pobreza Monetaria 2009 – 2020*. Lima.

¹³ Naciones Unidas Perú. 2021. *El Sector Empresarial Y Los Objetivos De Desarrollo Sostenible*. Lima.

¹⁴ Naciones Unidas Perú. 2021. *El Sector Empresarial Y Los Objetivos De Desarrollo Sostenible*. Lima.

¹⁵ Jaramillo, M; Ñopo, H. 2020. *Impactos de la epidemia del coronavirus en el trabajo de las mujeres en el Perú*. Lima, GRADE.

¹⁶ INEI. 2021. *Perú: Estado de la Población en el año del Bicentenario, 2021*. Lima

¹⁷ Lo que indica que disminuyó la desigualdad de ingresos.

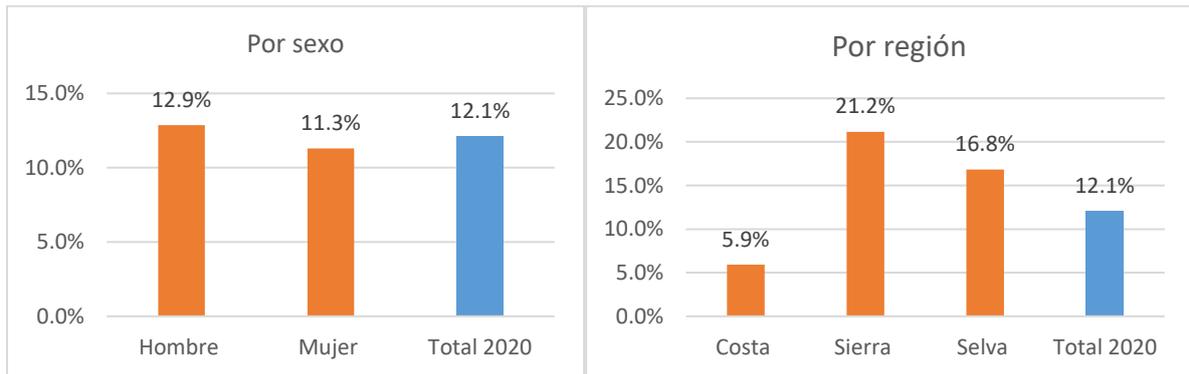
¹⁸ Herrera, Gioconda. 2021. Migraciones en pandemia: nuevas y viejas formas de desigualdad. *Revista Nueva Sociedad* 293. Quito, FLACSO.

¹⁹ INEI. 2021. *Estado de la población en el año del Bicentenario, 2021*. Lima.

²⁰ UNICEF. 2021. COVID-19: Impacto en la pobreza y desigualdad en niñas, niños y adolescentes en el Perú. *Estimaciones 2020-2021*. Lima.

²¹ INEI 2020. *Encuesta Demográfica y de Salud Familiar*. Lima

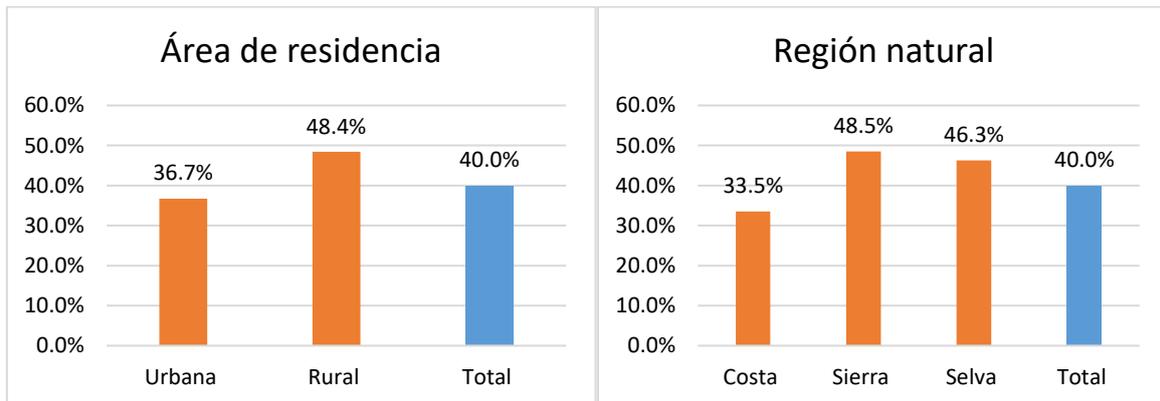
Figura 2 - Porcentaje de niños y niñas menores de 5 años con desnutrición crónica por sexo y región



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2020 - Encuesta Demográfica y de Salud Familiar

12. El porcentaje de las niñas y niños de 6 a 35 meses de edad con anemia fue de 40% en el año 2020; es mayor en los que residen en el área rural (48,4%) que en el área urbana (36,7%). La proporción de niñas y niños con anemia es más alta en los que se ubican en la Sierra (48,5%), con madres en el quintil inferior de riqueza (50,5%).²² El 20,9% de las mujeres de 15 a 49 años padeció de anemia en el año 2020, proporción cercana al valor del año 2015 (20,7%). Las más afectadas fueron las mujeres embarazadas (25,3%) y las mujeres que tuvieron de 4-5 hijas/hijos nacidos vivos (24,5%). Por área de residencia, la anemia afectó más a las mujeres del área urbana (21,1%) y a las residentes en la Región natural de la Costa (21,0%).²³

Figura 3 - Porcentaje de niños y niñas de 6 a 35 meses de edad con prevalencia de anemia



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2020 - Encuesta Demográfica y de Salud Familiar

13. El sobrepeso y la obesidad tienen una prevalencia de 37 % en niños y niñas entre 5 a 9 años, cifra que se incrementó de 12,8% entre el 2007 y el 2017²⁴ sin reporte de diferencia por sexo. Según la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (ENDES) 2020 en el nivel nacional, en mujeres en edad fértil la prevalencia de exceso de peso aumentó 15,4 puntos porcentuales, y la prevalencia de obesidad presentó una tendencia marcada hacia el aumento con incremento de 12,0 puntos porcentuales en el periodo 2007-2020, la prevalencia de sobrepeso en las gestantes aumentando 13,2 puntos porcentuales

²² INEI 2020. Encuesta Demográfica y de Salud Familiar. Lima

²³ INEI 2020. Encuesta Demográfica y de Salud Familiar. Lima

²⁴ MINSACENAN/INS – Instituto Nacional de Salud (INS) – Ministerio de Salud (MINS) en la Sala Situacional: “Situación del sobrepeso y obesidad en la población peruana” [https://observateperu.ins.gob.pe/images/archivos/situacion-nutricional/4.1Tendencia del sobrepeso y obesidad en niñas y niños de 5 a 9 años.pdf](https://observateperu.ins.gob.pe/images/archivos/situacion-nutricional/4.1Tendencia%20del%20sobrepeso%20y%20obesidad%20en%20ni%C3%B1as%20y%20ni%C3%B1os%20de%205%20a%209%20a%C3%B1os.pdf)

(de 30,4% a 44%)²⁵ y la prevalencia del déficit de peso presentó una tendencia hacia el descenso de 4 puntos porcentuales (27%).²⁶

14. En el **Índice Global del Hambre de 2021**, el Perú ocupó el puesto 36 de los 116 países con un puntaje de 8,0, que es un nivel de hambre bajo.²⁷ Sin embargo, el 47% de las **mujeres rurales no tiene una fuente de ingresos propia**, lo cual las hace vulnerables a la inseguridad alimentaria.²⁸ El **ingreso promedio de las mujeres** representa el 71,6% del ingreso de los hombres, lo que evidencia que existe una brecha en los ingresos de 524,4 soles a favor de los hombres.²⁹ En 2019 se encontró que en 27 de cada 100 hogares con jefe hombre y en 20 con jefe mujer existe al menos un miembro con déficit calórico³⁰ En este mismo año, el analfabetismo afectó al 8,1% de las mujeres de 15 y más años de edad.³¹ En el período 2018-2019, **la tasa de actividad femenina** y masculina aumentó en 0,5 y 0,4 punto porcentual respectivamente, (femenina de 64,0% a 64,5% y la masculina de 80,7% a 81,1%).³² Para el año 2019, del total de la población económicamente activa cerca del 45% eran mujeres.³³ Según Naciones Unidas, en Perú más de 56.000 adolescentes viven en uniones y matrimonios tempranos y el 70% de las niñas y las adolescentes que se unieron entre los 10 y 15 años habitan en áreas rurales, lo que limita sus oportunidades y afecta su futuro.³⁴
15. La **emergencia sanitaria por el COVID-19 cambió las prioridades** del país. Desde que inició la pandemia han fallecido más 190 mil personas de COVID-19,³⁵ siendo una de las peores cifras del mundo por millón de habitantes. A junio del 2021 ya se tenían un poco más de 2 millones de casos de COVID-19. Según cifras oficiales, **más de 2,2 millones de peruanos perdieron su empleo en el año 2020, especialmente el 72 % que forma parte del sector informal en el país.**³⁶ A enero 2021, se estima que el **54,9% de la población se encuentra en inseguridad alimentaria moderada o severa,**³⁸ mientras que el **63% de migrantes venezolanos se encuentran en esta situación,**³⁹ En particular, un estudio conjunto de Naciones Unidas en el Perú identificó que, debido a la reducción del empleo y los ingresos que provocó la pandemia, la población refugiada y migrante en el Perú disminuyó significativamente la cantidad de alimentos consumidos y el valor nutricional de estos.⁴⁰
16. Perú es el segundo país de destino para los refugiados y migrantes venezolanos, con 1,05 millones personas (unos 396 mil hogares) a finales de 2020,⁴¹ que representa cerca del 3,16% de la población peruana⁴² y la proyección para enero 2022 es de 1.286.464 de personas.⁴³ En respuesta a esta situación,

²⁵ MINSVA/INS. 2020. *Informe Gerencial 'Estado nutricional de niños y gestantes que acceden a establecimientos de salud'*. Lima.

²⁶ MINSVA/INS Sistema de Información del Estado Nutricional de niños < 5 años y gestantes que acceden a establecimientos de Salud 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019.

²⁷ Ayuda en Acción. 2021. *GLOBAL HUNGER INDEX. El hambre y los sistemas alimentarios en situaciones de conflicto*. Madrid. Disponible en https://ayudaenaccion.org/uploads/2021/10/GHI_2021_ES-small.pdf

²⁸ "Peru Country Strategic Plan (2018-2022)" (WFP/EB.2/2017/7-A/3/Rev.1).

²⁹ INEI. 2020. *Estadísticas con Enfoque de Género*. Informe Técnico No. 1. Lima.

³⁰ INEI. 2020. *Estadísticas con Enfoque de Género*. Informe Técnico No. 1. Lima.

³¹ INEI. 2021. *Brechas de Género 2020. Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres*. Lima.

³² INEI. 2021. *Brechas de Género 2020. Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres*. Lima.

³³ INEI. 2021. *Brechas de Género 2020. Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres*. Lima.

³⁴ Naciones Unidas Perú. 2021. *El Sector Empresarial Y Los Objetivos De Desarrollo Sostenible*. Lima.

³⁵ Ministerio de Salud del Perú, 2021.

³⁶ La República. 2021. Perú: 2,2 millones de peruanos perdieron su empleo en el 2020. Obtenido de La República: <https://larepublica.pe/economia/2021/03/15/inei-22-millones-de-peruanos-perdieron-el-empleo-en-el-2020/>

³⁷ INEI. 2019. *Producción y Empleo Informal en el Perú, Cuenta Satélite de la Economía Informal 2007-2018*. Lima..

³⁸ WFP. 2021. *Evaluación Remota COVID-19 Migrantes Perú*. Lima..

³⁹ WFP. 2021. *Evaluación Remota COVID-19 Migrantes Perú*. Lima..

⁴⁰ Naciones Unidas Perú. 2021. *Efectos socioeconómicos del Covid-19 en la población refugiada y migrante de Venezuela en el Perú*. Lima.

⁴¹ UNHCR. 2021. *Factsheet N°2*, Lima.

⁴² IPC-IG, UNICEF LACRO y WFP. 2021. *Protección social y la migración venezolana en América Latina y el Caribe en el contexto de COVID-19*. Research Report N° 58. Brasilia y Ciudad de Panamá: Centro Internacional de Políticas para el Crecimiento Inclusivo, Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia — Oficina Regional para América Latina y el Caribe y Programa Mundial de Alimentos.

⁴³ R4V Plataforma de Coordinación Interagencial para Refugiados y Migrantes Venezolanos. Consultado en enero 2022 en <https://www.r4v.info/es/refugiadosymigrantes>

durante el año 2020 el WFP brindó apoyo logístico al gobierno peruano mediante la entrega de cerca de 240.000 kits de alimentos a hogares vulnerables en Lima y Callao, de canastas de alimentos a 20.000 familias que cumplen cuarentena domiciliar en 23 regiones del país y transferencias en efectivo a 98.000 personas vulnerables, entre ellas migrantes, que no fueron beneficiadas por los programas nacionales de protección social.^{44, 45}

17. Las prioridades de Perú se establecieron en el Plan Bicentenario, que finalizaba en 2021, y contenía metas para reducir la prevalencia de la malnutrición crónica (al 6,4%) y de la anemia (al 19%).⁴⁶ Las políticas nacionales en materia de nutrición y alimentación son abordadas en el Acuerdo Nacional 2002, la Estrategia “Incluir para Crecer” DS N°008-2013-Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS) y los Lineamientos “Primero la Infancia” DS N°010-2016-MIDIS. El Ministerio de Salud (MINS) aprobó mediante Resolución Ministerial No. 249-2017 el Documento Técnico Plan Nacional para La Reducción y Control de la Anemia Materno Infantil y la Desnutrición Crónica Infantil 2017-2021 con el objetivo de “contribuir, a nivel nacional, con la reducción de la prevalencia de anemia materno infantil y desnutrición crónica infantil, a través del fortalecimiento de intervenciones efectivas en el ámbito intersectorial”. Finalmente, el “Plan multisectorial de lucha contra la anemia 2018-2021” busca prevenir y reducir la prevalencia de anemia en niñas y niños con énfasis en menores de 35 meses de edad, gestantes y adolescentes a nivel nacional, a través de la articulación intersectorial e intergubernamental de intervenciones efectivas.⁴⁷

1.3. OBJETO DE LA EVALUACIÓN

18. El objeto evaluado es el **EfEE1 del Plan Estratégico del WFP para Perú 2018-2022**. Este EE1 se define como: El Gobierno, el sector privado, el sector académico y la sociedad civil del Perú se movilizan para contribuir de forma conjunta a la erradicación del hambre y la malnutrición para 2030.⁴⁸
19. Las prioridades estatales del Perú establecidas en el Plan Bicentenario, que finalizaba en 2021, incluyen metas para reducir la prevalencia de la malnutrición crónica hasta el 6,4% y de la anemia hasta el 19%. No obstante, según el PEP, se han identificado carencias y desafíos que podrían obstaculizar el logro de estos objetivos, entre las que se incluye un discurso público en el que no siempre se ponen de relieve las disparidades, la inseguridad alimentaria y el hambre.
20. El PEP 2018-2022 tomó insumos del contexto descrito anteriormente para ser aprobado en noviembre de 2017 y se estructuró inicialmente de la siguiente manera:
 - **Efecto Estratégico 1 (EE1)**. Gobierno, el sector privado, el sector académico y la sociedad civil del Perú se movilizan para contribuir de forma conjunta a la erradicación del hambre y la malnutrición para 2030.
 - **Efecto Estratégico 2 (EE2)**. Los grupos vulnerables con mayor riesgo de verse afectados por las formas de malnutrición prevalentes en el Perú (desnutrición, anemia, sobrepeso y obesidad) han mejorado su situación nutricional para 2022.
 - **Efecto Estratégico 3 (EE3)**. Para 2022, las instituciones nacionales y subnacionales cuentan con capacidades fortalecidas para gestionar las políticas y los programas de seguridad alimentaria, preparación para la pronta intervención en casos de desastre y protección social.
21. En 2020, ante el contexto de emergencia humanitaria de refugiados y migrantes de Venezuela, y la emergencia sanitaria por el COVID-19, el PEP se complementó con dos Efectos Estratégicos (EE) adicionales. En 2021 el Efecto Estratégico 6 (EE6) se sustituyó con el Efecto Estratégico 5 (EE5). Los efectos estratégicos adicionales se enmarcan en la respuesta a la crisis y se alinean a los Resultados

⁴⁴ WFP. 2020. *Crisis sin precedentes por la COVID-19 afecta gravemente la seguridad alimentaria de migrantes en América del Sur*. En: <https://es.wfp.org/noticias/crisis-sin-precedentes-covid-19-golpea-alimentacion-migrantes-America-del-Sur>

⁴⁵ Andina (2021) Programa Mundial de Alimentos brinda ayuda a venezolanos que viven en seis regiones <https://andina.pe/agencia/noticia-programa-mundial-alimentos-brinda-ayuda-a-venezolanos-viven-seis-regiones-856324.aspx>

⁴⁶ CEPLAN. 2011. *Plan Bicentenario: el Perú hacia el 2021*. Recuperado de https://www.ceplan.gob.pe/documentos/_plan-bicentenario-el-peru-hacia-el-2021/

⁴⁷ Gobierno del Perú, Observatorio de Anemia. http://sdv.midis.gob.pe/Sis_Anemia/Quehacemos/PlanesSectoriales

⁴⁸ “Peru Country Strategic Plan (2018-2022)” (WFP/EB.2/2017/7-A/3/Rev.1).

Estratégicos 1 (Acceso de todas las personas a alimentos) y 8 (Intensificación de las asociaciones mundiales).⁴⁹

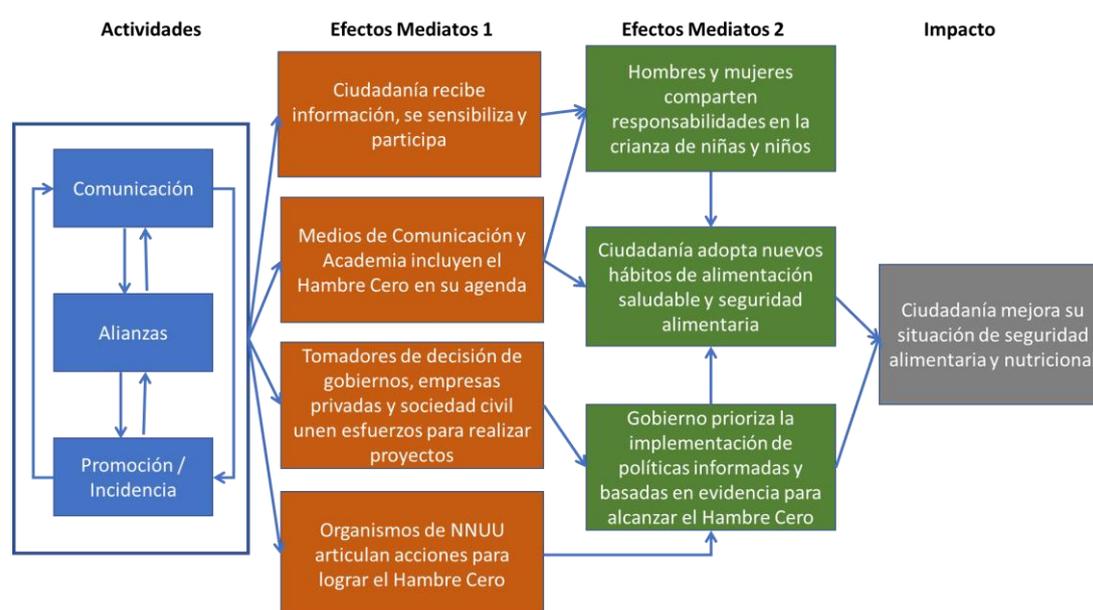
- **Efecto Estratégico 4 (E4).** Los refugiados, desplazados y personas vulnerables en Perú pueden cumplir con sus requisitos básicos de alimentación y nutrición cuando surge la crisis. Se esperaba alcanzar 421.643 personas con Transferencias Basadas en Efectivo (CBT), en un enfoque de beneficiarios directos.
 - **Efecto Estratégico 5/6 (EE5/EE6).** El Gobierno, los agentes humanitarios y de desarrollo cuentan con un apoyo fiable de la cadena de suministro eficiente y eficaz y otros servicios y conocimientos especializados a lo largo de la crisis.
22. En términos de los recursos financieros para la implementación del EE1, entre el 2018 y junio de 2021, las necesidades presupuestarias fueron de \$ 6.425.460 dólares estadounidenses. Según se presenta en la sección 2 de este documento, el 64,8% de los recursos proviene del Gobierno de China y el 35,2% del Gobierno del Perú. El EE1 también ha recibido recursos para desarrollar estrategias de comunicación de otros efectos estratégicos.
 23. De acuerdo con lo anterior, **el PEP adopta un enfoque orientado a toda la sociedad para lograr los objetivos de la Agenda 2030.** Se incluye el EE1 que tiene como objetivo la erradicación del hambre para 2030 mediante la creación de una alianza nacional de múltiples partes interesadas en la que participen el Gobierno, el sector privado, el sector académico y la sociedad civil, y que se conocerá como “Hambre Cero Perú”.
 24. **El EE1 se centra en erradicar las causas profundas del hambre mediante la movilización de la sociedad en su conjunto,** y busca ser logrado mediante un movimiento coordinado y coherente de múltiples partes interesadas que concientiza sobre la agenda nacional del movimiento Hambre Cero Perú para coordinar mejor las iniciativas a favor del logro del ODS2, así como de la promoción de la buena salud y el bienestar (ODS3).
 25. La actividad correspondiente a la implementación del EE1 es: Prestar asistencia al Gobierno, la sociedad civil, el sector privado y el sector académico para crear una alianza con el fin de alcanzar el ODS 2 mediante el establecimiento de metas y la asignación de recursos y compromisos para lograr los objetivos del Hambre Cero.
 26. En la misma línea, las subactividades en las que se centró el WFP son:
 - ✓ **Abogacía:** establecer alianzas con entidades gubernamentales, empresas del sector privado y líderes de la sociedad civil para contribuir a la formulación de políticas públicas.
 - ✓ **Comunicación:** incluir las cuestiones del hambre y la nutrición en la agenda pública, y
 - ✓ **Movilización:** generar un movimiento a través de actividades y eventos nacionales y locales de alto perfil durante todo el año.
 27. **El EE1 tiene un carácter *sui generis* en el marco de los planes estratégicos del WFP en el mundo,** condición que le brinda un carácter experimental y formativo en constante aprendizaje. Este EE1 ha sido susceptible a revisiones y ajustes desde su concepción con el objetivo de adaptarse a los frecuentes cambios que se presentaron en el contexto político y social peruano.
 28. El EE1 **no cuenta con beneficiarios directos,** ya que sus dos subactividades están centradas en abogacía, comunicación y movilización para crear una alianza con el fin de alcanzar el ODS2. A la población llega a través de los beneficiarios de los proyectos de los otros efectos estratégicos.
 29. **La Teoría de Cambio (TdC) original del EE1 (Ver Anexo 10), parte de las tres subactividades: movilización, abogacía y comunicación.** De la implementación de estas subactividades se busca obtener efectos inmediatos y efectos mediatos en tres etapas. Los efectos inmediatos corresponden a un movimiento para concientizar sobre el Hambre Cero en Perú y coordinar iniciativas a favor de los ODS 2 y 3, y que la población acceda a información para promover cambios en su comportamiento en nutrición. Respecto a los efectos mediatos, primero se busca que los actores se comprometan a erradicar el hambre y la malnutrición, segundo que implementen políticas e inversiones para este fin y que la población esté informada sobre hábitos de alimentación adecuados, y tercero que los grupos vulnerables adopten

⁴⁹ WFP. 2021. *Evaluación del Plan Estratégico de País de PMA Perú 2018-2022.* Versión borrador.

nuevos hábitos de alimentación y nutrición. El impacto final esperado es que los grupos vulnerables con mayor riesgo mejoren su situación nutricional al 2022.

30. Presentamos en la Figura 4 una TdC ajustada que ha sido elaborada por el equipo evaluador de Econometría. Esta TdC ha sido trabajada de forma participativa con el equipo del EE1. Para empezar, incluye tres actividades (comunicación, abogacía y promoción/incidencia) que no coinciden del todo con la versión original. Aparte de comunicaciones, se incluyen las alianzas y la promoción/incidencia, en lugar de abogacía y movilización, respectivamente. Si bien “promoción” es el término utilizado por la institución a nivel global, es intención del equipo evidenciar que desarrollarán incidencia para poder influir en actores clave. Estas tres actividades están en constante retroalimentación y no están aisladas la una de la otra.

Figura 4 - Teoría de Cambio (TdC) Propuesta para el Efecto Estratégico 1

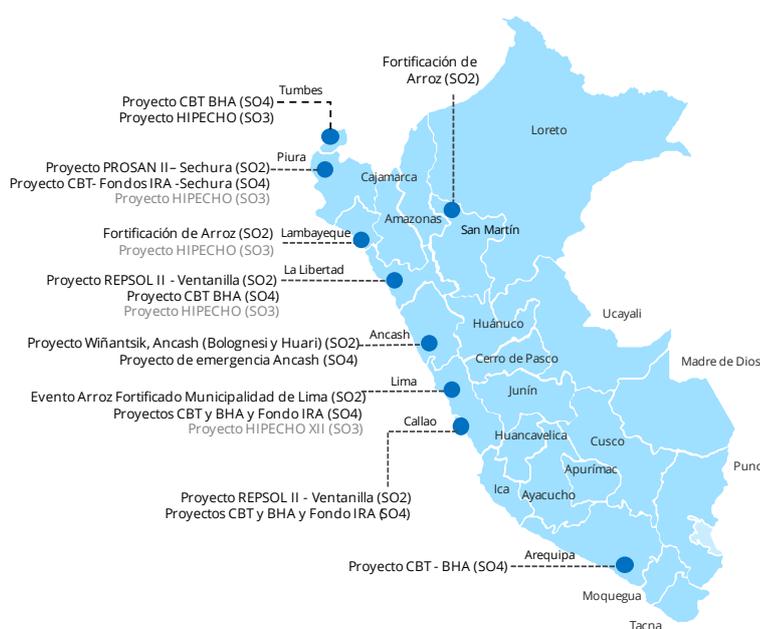


Fuente: Elaboración propia

31. Por otro lado, **se identificaron cuatro efectos mediatos de la TdC**. El primero parte del supuesto que la ciudadanía se informa y sensibiliza mejor si participa. El segundo asume la importancia del interés de los medios de comunicación masivos, de la mano de la academia, para instalar temas en la agenda pública. El tercero supone que son los tomadores de decisión de las organizaciones gubernamentales, empresariales y sociales sobre quienes debe incidirse para generar cambios, como ha aprendido el EE1 durante los últimos años, de manera que puedan desarrollarse proyectos conjuntos, sean estos de corto o largo plazo. Los tomadores de decisión pueden tener diferentes orígenes y niveles socioeconómicos, pero tienen en común que lideran y movilizan las comunidades de su entorno. Por último, se admite el supuesto que los organismos de las Naciones Unidas podrán trabajar de la mano y de forma complementaria para alcanzar los ODS, en general, y el ODS2, en particular. Otro supuesto es que la ciudadanía adoptará nuevos hábitos si la información a la que acceden y su involucramiento generan, inicialmente, un cambio de roles entre hombres y mujeres en el cuidado de la familia.
32. Finalmente, en la TdC revisada, la influencia sobre tomadores de decisión para que articulen con sus pares de diferentes sectores de la sociedad para reducir el Hambre Cero a través de proyectos, sumado al trabajo articulado de las diferentes agencias de las Naciones Unidas en el Perú, debería llevar que las políticas públicas en materia de alimentación y nutrición sean impulsadas por el gobierno en base a información y evidencia otorgada por el WFP y sus aliados. **De este modo, el EE1 podría contribuir con una ciudadanía que mejora su seguridad alimentaria y nutricional.** Evidentemente, esta versión revisada debería dialogar con la cadena de valor de los otros Efectos Estratégicos (EEs) si es tomada en cuenta para la elaboración del próximo PEP.

33. Dentro de los principales **retos encontrados** para la implementación del EE1, y de los demás EEs del PEP están las tensiones políticas entre el ejecutivo y el Congreso del Perú, la alta rotación de funcionarios públicos⁵⁰ y más recientemente el choque social y económico generado por el COVID-19.
34. El **componente de género** que promueve igualdad, equidad e inclusión del EE1 se evidencia en las acciones que se plantean llevar a cabo para su implementación, que incluyen: situar la seguridad alimentaria y nutricional y el hambre en la agenda nacional mediante la movilización de agentes locales, especialmente mujeres y jóvenes, para generar movimientos en pro del Hambre Cero a nivel regional y local y promover la igualdad de género, la equidad e inclusión, contribuir a la transformación de los estereotipos culturales en materia de género y promover las responsabilidades familiares compartidas entre hombres y mujeres respecto de los alimentos y la nutrición.⁵¹
35. **El análisis de la cobertura geográfica del EE1** debe tener en cuenta que este objetivo tiene dos alcances: **uno nacional** con estrategias de comunicación, alianzas y de abogacía masiva como el programa de Cocina con Causa y **local** donde se ha apoyado con intervenciones y estrategias de comunicaciones a los proyectos de los EE2, EE3, EE4, EE5 y EE6 como se muestra en la Figura 5. En este sentido, la cobertura geográfica del EE1 es toda el área de Perú a donde han llegado las subactividades implementadas dentro del EE1 y los demás EE del programa país, incluido el programa Cocina con Causa y otras estrategias de comunicación de los proyectos de gestión territorial de nutrición ubicados en Ancash, Sechura y Ventanilla, proyectos de transferencias basadas en efectivo (CBT por sus siglas en inglés) y Logística.

Figura 5 – Mapa de localización del Programa País



Fuente: WFP Términos de Referencia 2021 ED del EE1

36. Los principales socios del WFP Perú para la implementación del PEP 2018-2022 son el Ministerio de Relaciones Exteriores y la Agencia Peruana de Cooperación Internacional, Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS), Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI), Ministerio de Salud (MINSAL), Ministerio de Educación (MINEDU), Instituto Nacional de Defensa Civil (INDECI), Acuerdo Nacional, Mesa de Concertación de Lucha contra la pobreza. En lo relativo al EE1 se busca fortalecer las alianzas con el sector privado, el sector académico y los grupos de la sociedad civil, incluyendo: empresas de sondeo, grupos de expertos, universidades, donantes tradicionales y emergentes, líderes de opinión, celebridades, personalidades políticas y expertos, grupos de la sociedad civil, organismos de las Naciones Unidas y los ministerios de desarrollo e inclusión social, salud, la mujer, cultura, comercio y turismo.

⁵⁰ WFP. 2020. Peru Annual Country Report 2019.

⁵¹ "Peru Country Strategic Plan (2018-2022)" (WFP/EB.2/2017/7-A/3/Rev.1).

37. La Tabla 1 presenta los **indicadores para 2018-2020 que reportan únicamente el alcance del EE1**. Estos indicadores **incluyen un indicador de efecto y cuatro de producto**, donde uno de ellos no es corporativo (Número de actividades de abogacía realizadas). Durante este periodo **se cumplieron o superaron las metas de cada uno de los indicadores**, a excepción del indicador de número de personas alcanzadas a través de medios de Social and Behavior Change Communication (SBCC) Strategy⁵² en donde para el 2020, año de inicio de la pandemia, se cumplió con el 10% de lo propuesto dado que se decidió postponer la implementación del programa Cocina con Causa para desarrollar un nuevo producto post-pandemia.

Tabla 1 - Indicadores del Efecto Estratégico 1: Meta y Seguimiento 2018-2020

| Indicador | Indicador Corporativo | Fuente | Objetivo | | | Seguimiento | | | | | |
|---|-----------------------|---|-----------|------------|-----------|-------------|-----------|------------|------|---------|-------|
| | | | 2018 | 2019 | 2020 | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
| | | | Alcanzado | Porcentaje | Alcanzado | Porcentaje | Alcanzado | Porcentaje | | | |
| Indicador de efecto | | | | | | | | | | | |
| Índice de Asociaciones | Si | Primaria (Reporte de las áreas programáticas) | - | ≥13 | ≥14 | - | - | 13 | 100% | 14,6 | 104% |
| Indicador de producto | | | | | | | | | | | |
| Número de actividades conjuntas con socios | Si | Entrevistas (primaria) y revisión documentaria (secundaria) | ND | 2 | 2 | 2 | - | 2 | 100% | 4 | 200% |
| Número de socios apoyados | Si | Entrevistas (primaria) y revisión documentaria (secundaria) | 10 | 12 | 12 | 13 | 130 % | 20 | 167% | 20 | 166% |
| Número de actividades de abogacía realizadas | No | Entrevistas (primaria) y revisión documentaria (secundaria) | ND | 19 | 19 | 53 | - | 41 | 216% | 890 | 4684% |
| Número de personas alcanzadas a través de medios SBCC | Si | Entrevistas (primaria) y revisión documentaria (secundaria) | 2.250.000 | 2.500.000 | 2.550.000 | 2.333.805 | 104 % | 3.114.480 | 124% | 267.667 | 10% |

Fuente: WFP Annual Country Report 2018-2020; Set de indicadores-tablero de control; WFP. 2021. Evaluación del Plan Estratégico de País de PMA Perú 2018-2022, Reporte de Inicio

38. La Tabla 2 muestra las actividades programadas para el EE1 dentro de las que se incluyen las realizadas en conjunto con otros efectos estratégicos. Algunas de estas actividades se han adaptado y modificado ante la contingencia de la pandemia, la crisis política nacional y local y la necesidad de atender a otros

⁵² Social and Behavior Change Communication Strategy. En este caso, se incluyen estrategias como los programas nacionales de televisión (Cocina con Causa) ver Annual Country Report 2020.

grupos de población como los migrantes venezolanos, eventos que coincidieron con la estructuración y fortalecimiento del área de comunicaciones tanto en el número de personas como en el perfil de los profesionales. Se hicieron ajustes y adaptación en la forma de trabajo, la planificación se modificó, las metas se retrasaron, las prioridades cambiaron, la forma de comunicarse y de transmitir los mensajes se adaptaron a la tecnología y uso de redes. Como ejemplos específicos se mencionan: i) la unión de esfuerzos con los municipios distritales, con el municipio provincial y gobierno regional como es el caso de Piura y Ancash para dar más fuerza a medios de difusión y llegar a más personas, ii) en el año 2021 la producción de una segunda temporada de la radionovela La Sangre Llama donde se incorpora, dentro de las líneas temáticas, el componente de políticas públicas, iii) el registro de los resultados de los proyectos se empezó a realizar a través de videos con testimonios de beneficiarios en campo, iv) trabajo con las familias en prevención de la pandemia y la importancia de la alimentación en tiempos de COVID-19 dentro de los nuevos proyectos de emergencia y en los que ya venían para lo cual debieron elaborar materiales como fue el caso de Piura.

Tabla 2 – Actividades programadas para el Efecto Estratégico 1 ⁵³

| Actividad | Ámbito |
|--|------------------------|
| Causa (en casa) – Campaña por redes sociales | Nacional |
| Fase 1: diseño, planificación, desarrollo y ejecución | Nacional |
| Fase 2: diseño, planificación, desarrollo y ejecución | Nacional |
| Sector privado | |
| Desarrollo e implementación de la estrategia de movilización de recursos y alianzas con sector privado | Nacional |
| Generación de alianzas con sector privado | Focalizado |
| Participación en eventos y reuniones de alto perfil | Nacional |
| Identificación y acercamiento con sector privado para la generación de alianzas / acuerdos / convenios | Nacional |
| Reuniones del Consejo Consultivo WFP Perú | Nacional |
| Desarrollo e implementación del Mapeo de actores y acciones de nutrición - SUN (Scaling Up Nutrition) | Nacional |
| Implementación y desarrollo de perfiles de sector privado, según necesidades. Comunicaciones e incidencia | Nacional |
| Desarrollo e implementación del plan de comunicación institucional | Nacional |
| Desarrollo e implementación del plan de comunicación de intervenciones en territorio | Focalizado |
| Desarrollo de estrategia de comunicación para el cambio social y de comportamiento | Focalizado |
| Planificación y/o desarrollo de productos que responden a estrategias locales para cambios y mejoras de comportamientos | Focalizado |
| Nueva arquitectura de marcas de proyectos territoriales | Focalizado |
| Establecimiento de canales de difusión de comunicación interna de WFP Perú | Oficina de País Perú |
| Implementación de servicios de monitoreo de noticias y de medios digitales como táctica de prevención de crisis (medios generalistas, medios | Nacional y focalizados |
| Gestión de red social institucional de WFP Perú en Twitter | Nacional |

Fuente: Términos de Referencia de la Evaluación

39. **El EE1 se articula con el EE2:** Los grupos vulnerables con mayor riesgo a las formas de malnutrición prevalentes en el Perú (desnutrición, anemia, sobrepeso y obesidad) han mejorado su situación nutricional para 2022 y el EE3: Las instituciones nacionales y subnacionales han fortalecido sus capacidades para gestionar políticas y programas de seguridad alimentaria, preparación y respuesta ante desastres y de protección social para 2022, dado que una de las principales acciones planteadas para el EE1 es diseñar una estrategia de abogacía y comunicación a nivel nacional para difundir evidencia

⁵³ Estas actividades comprenden a toda la población vulnerable en el país. No se identifican actividades específicas para grupos de mujeres con mayor riesgo nutricional.

generada en el marco del EE2 y EE3 con miras a fortalecer su capacidad para contribuir a la política en los niveles más altos, con mensajes que se alinean a las prioridades gubernamentales.

40. El WFP Perú en el 2017 contrató la realización de un estudio sobre “Análisis con Perspectiva de Género Sobre la Situación de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en el Perú”, en el cual se identificaron brechas de género, se dan recomendaciones a la oficina país para la articulación del PEP y se concluye que para el 2017, no existían suficientes ni adecuados indicadores de género para monitorear el enfoque dentro del WFP.
41. Igualmente, la oficina de Perú contrató: i) la realización del Estudio Línea de Base del PEP 2018-2022 donde se dan conclusiones y recomendaciones frente al desafío que enfrenta el WFP Perú en el contexto del país y el nuevo rol que se debe asumir para el reto de brindar asistencia técnica⁵⁴ y ii) la revisión de medio término del PEP 2018-2022 donde se encontró, entre otros hallazgos, que la integración de género en el EE1 no se realiza sistemáticamente⁵⁵. Visto que el informe de la revisión de medio término solo fue terminado en el mes de mayo 2021, esta evaluación no mirara la implementación de sus recomendaciones visto su alcance temporal que no permite observar cambios significativos. No se han identificado otras evaluaciones o estudios precedentes relacionados con la temática abordada por lo que no se apreciará la implementación de sus recomendaciones en la sección de los hallazgos.

1.4. METODOLOGÍA, LIMITACIONES Y CONSIDERACIONES ÉTICAS DE LA EVALUACIÓN

42. La evaluación combinó métodos mixtos de investigación cuantitativos y cualitativos, que se utilizaron de manera concurrente y luego se combinaron para llegar a análisis e interpretaciones (Ver Anexo 3).
43. El enfoque metodológico y el análisis **partió de las cinco preguntas principales de evaluación** y de los criterios generales de evaluación definidos por el WFP que son pertinencia, coherencia, eficiencia, eficacia y género (Ver Tabla 3 y Anexo 4). El criterio de impacto no se incluyó dado que la presente evaluación es una evaluación temática con orientación formativa y de aprendizajes. Con el fin de explicar los hechos ocurridos en la implementación del EE1, el análisis de cada una de las preguntas se hizo corroborando las hipótesis planteadas para cada pregunta, que se presentan en la Tabla 3.

Tabla 3 - Preguntas de Evaluación, Criterios e Hipótesis

| Preguntas de la evaluación | Criterios | Hipótesis |
|--|-------------|---|
| ¿Las actividades implementadas por el EE1 han podido adaptarse a los diferentes contextos que han ido surgiendo durante el período de ejecución del PEP? | Pertinencia | 1. El WFP en el EE1 hizo esfuerzos importantes por adaptarse a los cambios en el contexto político y social. |
| ¿En qué medida las acciones implementadas por el EE1 están en sinergia e interrelacionadas con los otros objetivos estratégicos de la oficina país? | Coherencia | 2. El nivel de sinergia con los otros EE es alto y por lo tanto contribuye a resultados del PEP. |
| ¿Los resultados de las actividades implementadas por el EE1 han priorizado aquellas que implicaron menores costos y mayores beneficios? | Eficiencia | 3. Se apalancaron y utilizaron recursos tangibles e intangibles que permitieron lograr los objetivos alcanzados |
| ¿En qué medida los principales resultados esperados del EE1 han sido alcanzados? | Eficacia | 4. Los procesos llevados a cabo en su implementación han logrado los resultados esperados. 5. El COVID-19 llevo a cambios en |

⁵⁴ WFP. 2019. *Estudio de Línea de Base del Plan Estratégico de País del Programa Mundial de Alimentos en Perú (2018-2022)*. Lima. Macro Consult.

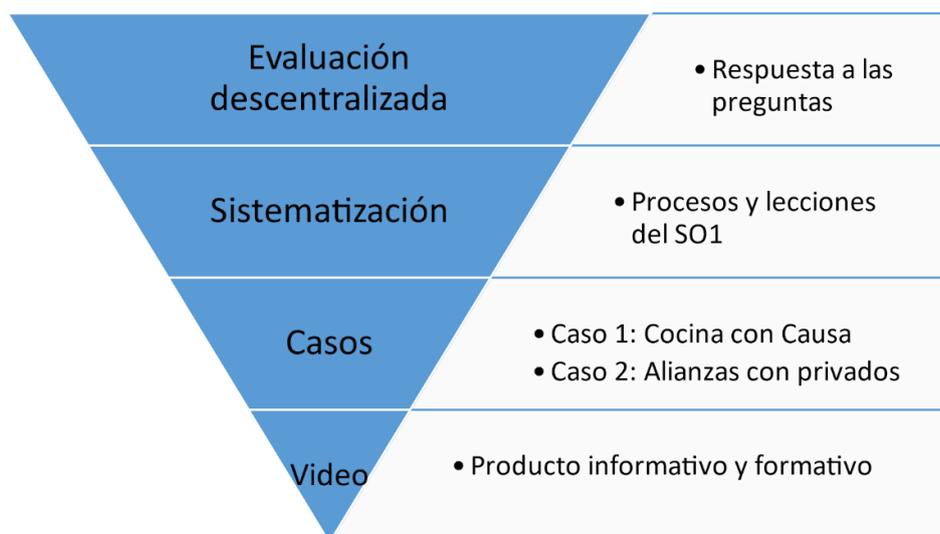
⁵⁵ WFP. 2021. *Revisión de Medio Término del Plan Estratégico de País del Programa Mundial de Alimentos en Perú. (2018-2022)*. Lima. Macro Consult.

| Preguntas de la evaluación | Criterios | Hipótesis |
|--|-----------|--|
| | | los procesos |
| ¿En qué medida el enfoque de género ha sido incluido como una actividad transversal durante la implementación de las subactividades del EE1? | Género | 6. El enfoque de género está implícito en la formulación e implementación. |

Fuente: Elaboración propia

44. Esta evaluación hizo énfasis en la documentación del proceso de implementación del EE1, la identificación de prácticas, lecciones y metodologías que puedan ser replicables, el análisis de los resultados mediatos e intermedios, tanto para la movilización de actores y recursos como para la introducción de temas específicos en la agenda pública, y, finalmente, en los aprendizajes que fueron posibles extraer para orientar planificaciones futuras de la OP y de otras oficinas de WFP interesadas en desarrollar una práctica similar.
45. Se elaboró una matriz de evaluación orientada a responder las cinco preguntas de la evaluación que contiene subpreguntas con sus indicadores, métodos de recopilación de datos, fuentes de información, y métodos de análisis y triangulación que otorgó confiabilidad y validez a la evaluación por la cantidad y calidad de la información obtenida durante el trabajo de campo (Ver Anexo 4).
46. La Figura 6 presenta con más detalle los diferentes productos que se obtuvieron: informe de evaluación, sistematización, dos estudios de caso y un video.

Figura 6 - Productos de la ED del EE1

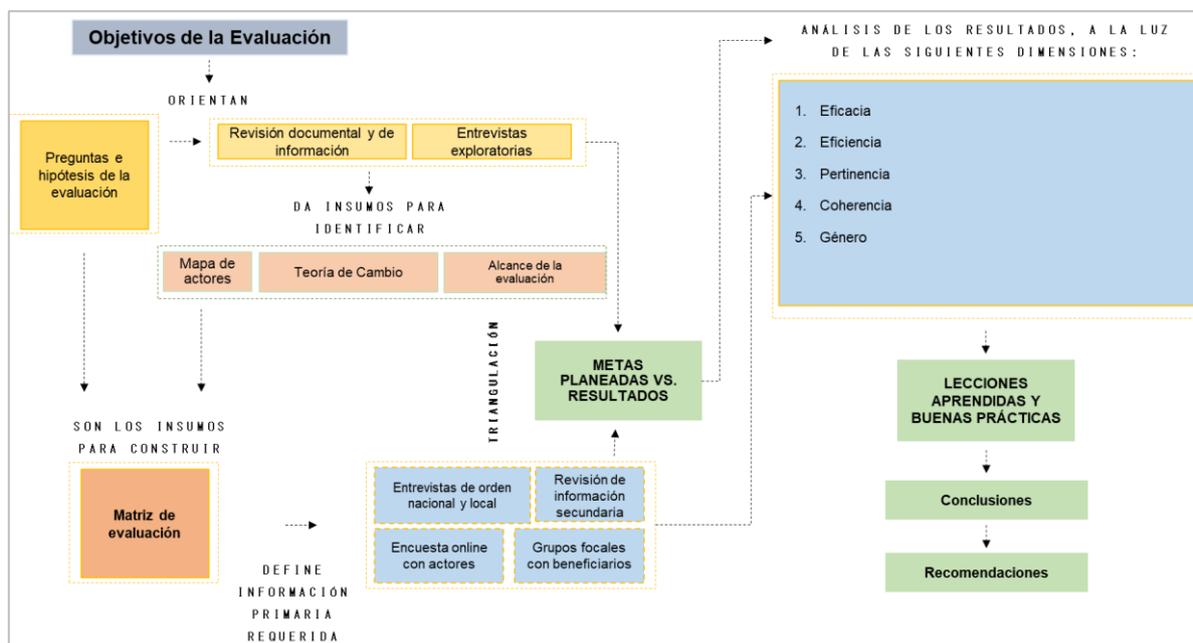


Fuente: Elaboración propia

47. **Evaluabilidad:** Respecto de la evaluabilidad del EE1, la información documental aportada por el WFP, complementada con la recolección primaria fue suficiente y adecuada para responder a todas las preguntas de evaluación e informar el ejercicio de rúbricas. Igualmente fue suficiente y de calidad para hacer el análisis de contenido, sistematizar el EE1 y hacer los dos estudios de caso.
48. Para la **recopilación de datos**, se utilizó: 1) revisión de información secundaria facilitada por WFP Perú que fue completa, suficiente y pertinente para el análisis y triangulación de información, ii) una encuesta en línea para aliados internos y externos que fue diligenciada por un número suficiente de personas para alimentar los indicadores y iii) entrevistas semiestructuradas a un número suficiente de actores específicos internos y externos identificados conjuntamente con la oficina país que proporcionaron información completa. Con los beneficiarios indirectos del EE1 se realizaron entrevistas individuales y no se realizaron grupos focales como estaba programado por dificultad de lograr reunirlos en forma presencial o virtual por restricciones de movilidad por la pandemia y por dificultades de conexión, se adaptó el instrumento de entrevista a este fin (Ver Anexo 5).

49. Se aplicó una **combinación de métodos** como son: i) **dos estudio de caso** (Cocina con Causa y Alianzas con Privados) Ver Anexos 11 y 12, ii) la **sistematización del el EE1** (Ver Anexo 13) incluyendo el periodo de ideación y conceptualización ocurrido antes del año 2018, cuando se da inicio el PEP, iii) el seguimiento de procesos, iv) el mapeo de resultados, v) un **análisis a partir del clipping** o archivo de participación en medios de comunicación que evaluó la presencia del WFP y de sus mensajes en medios de comunicación, (Ver Anexo 14) y vi) el **análisis comparativo cualitativo**, que permitió entregar un panorama sobre el desenvolvimiento del EE1, sus resultados, lecciones aprendidas, conclusiones y recomendaciones.
50. La **triangulación** para validar y analizar los hallazgos se hizo desde el inicio del diseño de la evaluación y a través de cada una de las fases de su desarrollo. Se partió de la matriz de evaluación y se realizó de la siguiente manera: a) Triangulación de fuentes, comparando información de diferentes fuentes primarias y secundarias, también se incluyó *rating* televisivo del programa Cocina con Causa, información de redes sociales en la transmisión online de Cocina con Causa e información relevante de los proyectos de gestión territorial de nutrición; b) Triangulación de métodos: comparando la información recopilada mediante diferentes métodos (entrevistas, encuesta en línea, revisión de documentos, datos cuantitativos, etc.); y c) Triangulación de investigadores: dentro del equipo se analizaron los mismos problemas con diferentes perspectivas.
51. **Para la triangulación se clasificó la información secundaria y primaria**, los resultados obtenidos alimentaron un esquema de hallazgos que se organizó de tal forma que facilitó su triangulación. En todos los niveles de análisis, cuando las evidencias para responder las preguntas venían de más de una fuente y/o método de análisis, se contrastaron y ponderaron las evidencias para llegar a una única respuesta. De esta manera, siguiendo la matriz de evaluación, las respuestas a las preguntas específicas se triangularon nuevamente hasta responder a las preguntas de evaluación. Finalmente, el resultado de la triangulación permitió concluir sobre las preguntas de la evaluación y los criterios de eficacia, eficiencia, pertinencia, coherencia y género (Figura 7).

Figura 7 – Estrategia de triangulación de la información



Fuente: Elaboración propia

52. Durante la evaluación las **consideraciones de igualdad de género, equidad e inclusión se abordaron con la revisión de la información primaria y secundaria** respecto a los temas de género y el alcance del EE1 en diferentes grupos de población. Para ello se incluyeron preguntas específicas en los instrumentos de recolección de datos y se analizó la información secundaria disponible desagregada por grupos de población (Ver Anexo 5).
53. La metodología de la evaluación **incluyó elementos innovadores** como: i) metodología de sociograma, ii) metodología de mapa de calor, iii) **metodología de escala de valoración**, iv) análisis de contenido y v) cuantificación de intangibles que se presentan en la Figura 8 y se explica cada uno en el Anexo 3.

54. Es importante anotar que la cuantificación de intangibles se realizó únicamente de manera descriptiva a partir de la identificación de los costos intangibles por parte de los encuestados. Sin embargo, no se obtuvo información del valor de estos costos para poder cuantificarlos.

Figura 8 - Elementos innovadores para la metodología de evaluación



Fuente: Elaboración propia

55. La **metodología de sociograma** se aplicó a 16 de los 21 profesionales de la oficina país entrevistados y permitió identificar los actores relevantes para el EE1 y representarlos a partir de vértices de un color específico. La información salió de las entrevistas virtuales y encuesta online, donde se les pidió a los informantes identificar a los actores con los que trabajan de manera coordinada, y calificar esa coordinación.
56. La **metodología de mapa de calor** permitiría identificar las áreas de mayor y menor cobertura de los programas. Para implementar este análisis, se esperaba utilizar la información del *rating* para identificar las zonas donde el programa Cocina con Causa tuvo una mayor audiencia y las áreas para las cuales se logró movilizar el mayor número de recursos para la implementación de programas de asistencia humanitaria. No obstante, esta información del *rating* no está disponible a nivel regional, por lo que no fue posible elaborar el mapa. Se presenta el análisis a nivel general en el Anexo 14 de este documento.
57. El análisis de género consistió en clasificar, con base en percepción de actores y revisión documental, los niveles de resultados de programa en materia de género, y comparar clasificaciones de diferentes criterios y actores. Para construir esta escala de valor se tuvo en cuenta el **Gender Assessment Tool (GAT)**,⁵⁶ de la Organización Mundial de la Salud con la cual se identificó en cuál de las siguientes categorías se encuentra el programa: promueve la inequidad de género (**Gender-unequal**), ignora la equidad de género (**Gender-blind**), es sensible a la equidad de género (**Gender-sensitive**), considera la equidad de género (**Gender-specific**), contribuye a reducir la inequidad de género (**Gender-transformative**).
58. La **metodología de escala de valoración** se aplicó para responder otras preguntas de la evaluación. Para esto se definieron **rúbricas de evaluación** en la escala alto (Excelente), Medio (Adecuado) y Bajo (Pobre) y se establecieron calificaciones y ponderaciones para cada una de las preguntas y criterios.⁵⁷ Con la evidencia recogida, analizada y triangulada se generó la tabla de valoración que se presenta en el Anexo 16.
59. El **análisis de contenido** fue posible de realizarse porque el área del EE1 facilitó una información muy completa, suficiente, clasificada y organizada. Este análisis de contenido se hizo a: i) presencia y narrativa en medios de comunicación, se hizo una muestra aleatoria de ocho notas para los años 2020 y 2021, y 5 notas del año 2019 porque había mucho menos artículos, ii) Cocina con Causa, se seleccionaron de forma aleatoria dos programas de la primera temporada de Cocina con Causa: (Capítulo 1-3 (Manchay) y Capítulo 1-10 (Andahuaylas)) y seis episodios de la segunda temporada. Como la segunda temporada

⁵⁶ WHO Gender Assessment Tool, 2019. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK559709/table/ch2.t1/?report=objectonly>. Esta metodología se sugiere, dado que está siendo utilizada en la evaluación del PEP Perú, y permitirá garantizar la coherencia y comparabilidad entre las dos evaluaciones.

⁵⁷ Key Aid Consulting. 2020. Évaluation formative du mécanisme de réponse rapide (RRM) en RCA - Phases 6 à 8, Février 2017. <https://evaluationreports.unicef.org/GetDocument?fileID=16321>

tuvo dos conductoras distintas, esta selección se dividió en tres episodios con la primera conductora y tres episodios con la segunda. El análisis de contenido para cada uno de estos programas incluyó formato, narrativa, segmentos, personajes y temas. Otras fuentes de información fue el *rating* televisivo del programa Cocina con Causa de la primera y de la segunda temporada, y iii) materiales gráficos para lo cual se contó con 719 piezas y se tomaron al azar cinco piezas del año 2020 y cinco piezas del año 2021. Los resultados de este análisis se presentan en el Anexo 14.

60. Después de una organización y limpieza de los datos el **análisis cuantitativo consistió en analizar lo planificado frente a ejecutado y las tendencias** en los diferentes indicadores del programa entre 2018 y junio 2021. El análisis de datos cualitativos consistió en la categorización de la información de fuentes secundarias y primarias según las categorías de análisis establecidas por las preguntas y sub-preguntas de la evaluación y los indicadores de la matriz de evaluación. El análisis de la encuesta en línea se hizo con base en frecuencias de respuestas.
61. Para el **análisis de información cualitativa de encuestas y la revisión documental** se utilizó el **software NVivo**. El análisis de sociogramas se hizo con el **software Ucinet** y el mapa de calor con el **software ArcGis**. Finalmente, la información de encuesta online se analizó utilizando el **programa Excel**.
62. **La incorporación del análisis de género, equidad e inclusión fue transversal**. Los datos cuantitativos siempre que fue posible se analizaron desagregados por sexo y edad. En la interpretación de información y formulación de hallazgos y conclusiones, se resaltaron explícitamente evidencias que muestran cierre de brechas, cambios en las relaciones de poder, efectos positivos en el posicionamiento y reconocimiento del rol de las mujeres en todo el ciclo del programa.
63. Se realizó un **video** de carácter **informativo y formativo** que consigna el proceso de formulación e implementación del EE1. Este video se presenta en **dos versiones de diferente duración**: una edición **corta** de cerca de 4 minutos de **carácter informativo** y otra más **larga** de 7 minutos de **carácter formativo**. En ellos se muestra la estrategia utilizada, los resultados, lecciones aprendidas y recomendaciones que se obtuvieron de la presente evaluación.
64. **El método de muestreo fue no probabilístico por decisión razonada**, es decir un muestreo donde el equipo evaluador y Comité de Evaluación identificaron a los actores a entrevistar según los criterios definidos. Este se dividió en dos partes. La primera corresponde a los actores internos y externos involucrados en el diseño e implementación del EE1, con recolección de información a través de la entrevista aplicando la guía semiestructurada (Anexo 5), un segundo grupo lo constituyeron actores internos y externos entrevistados en la evaluación del PEP de Perú para los cuales únicamente se hizo la revisión de las grabaciones previo consentimiento gestionado por WFP Perú (Anexo 5). Los beneficiarios indirectos entrevistados fueron identificados por WFP Perú de los proyectos de emergencia Ancash (Wiñantsik), Sechura (PROSAN II), Piura Sechura (Fondos IRA y PROSAN II), Tumbes (BHA) y Callao (Fondos IRA), (Ver Anexo 8).
65. Las **entrevistas se realizaron entre el 6 de septiembre y el 22 de octubre**. Se programaron 82 entrevistas: 49 socios externos, 11 beneficiarios indirectos y 22 profesionales de OP y se realizó el 83% de entrevistas del total planeado. En la Tabla 4 se presenta el número de personas entrevistadas. En el Anexo 8 se encuentra lista de personas entrevistadas.

Tabla 4 - Número y Porcentaje de Actores Entrevistados por tipo de actor y sexo

| Actores | Hombre | Mujer | Total | Porcentaje |
|--------------------------------|--------|-------|-------|------------|
| WFP | 7 | 16 | 23 | 34% |
| SECTOR PRIVADO | 6 | 5 | 11 | 16% |
| BENEFICIARIOS(AS) PROGRAMAS | 3 | 5 | 8 | 12% |
| Chefs | 2 | 4 | 6 | 9% |
| CONSEJO CONSULTIVO | 2 | 4 | 6 | 9% |
| ONG | 3 | 1 | 4 | 6% |
| ACADEMIA | 2 | | 2 | 3% |
| NNUU | 2 | 1 | 3 | 4% |
| DONANTE | 2 | | 2 | 3% |
| MEDIOS DE COMUNICACIÓN | 1 | | 1 | 1 % |
| GOBIERNO LOCAL | 1 | 1 | 2 | 3 % |

| | | | | |
|--------------------------------------|------------|------------|-----------|--|
| Total | 31 | 37 | 68 | |
| Porcentaje del Total por Sexo | 46% | 54% | | |

Fuente: Elaboración propia

66. La encuesta en línea se realizó en la plataforma SurveyMonkey, se envió entre el 24 de septiembre y el 12 de octubre de 2021 a un total 129 personas: 86 profesionales de la oficina país y 43 externos. Se recibieron 38 encuestas diligenciadas, número suficiente para procesar información. En la Tabla 5 se presenta por tipo de actor y por sexo el número y porcentaje de respuestas recibidas de la encuesta en línea.

Tabla 5 - Número y Porcentaje de encuestas en línea diligenciadas por tipo de actor y sexo

| Actores | Hombre | Mujer | Total | Porcentaje |
|--------------------------------------|-------------|-------------|-----------|------------|
| WFP | 8 | 18 | 26 | 68 % |
| PRIVADO | 2 | 3 | 5 | 13 % |
| PERSONA NATURAL | 2 | 1 | 3 | 8 % |
| Porcentaje ACADEMIA | 2 | | 2 | 5 % |
| CONSEJO CONSULTIVO | | 1 | 1 | 3 % |
| ONG | 1 | | 1 | 3 % |
| Total | 15 | 23 | 38 | |
| Porcentaje del Total por Sexo | 39 % | 61 % | | |

Fuente: Elaboración propia

67. **Limitaciones:** La primera limitación está dada por la naturaleza propia del EE1 que incorpora subactividades de comunicación, abogacía y movilización. Esta limitación no es exclusiva del EE1 del WFP, sino que evoca la discusión sobre los proyectos de "comunicación para el desarrollo", que existe al menos desde hace cuatro décadas y se ha mantenido en el tintero conforme se han incorporado nuevos enfoques y técnicas (llámese, por ejemplo, "marketing social", "información, educación y comunicación" o "comunicación para el cambio de comportamiento"). En primer lugar, hay una dificultad que se presenta en la medición de estrategias de comunicación a través de medios masivos (por ejemplo, radio y televisión). En estos casos, no suelen realizarse estudios experimentales o cuasi experimentales ya que encuentran dificultades para definir su público de intervención y de control por la masividad de los mensajes, siendo complicado "aislar" estos mensajes, como variable independiente, de otros mensajes que reciben mediante las personas al mismo tiempo a través de otros medios y canales. Por otra parte, desde la perspectiva de incidencia o *advocacy*, es difícil cuantificar la medida en la cual el trabajo de una institución, como es el caso del WFP, contribuye a las decisiones de política pública en el marco de un entramado institucional más complejo. Estas dificultades se agudizan más cuando no se cuenta con una línea de base en materia de comunicación, abogacía y movilización. Es muy difícil medir: 1) quiénes reciben un mensaje y de qué forma, 2) cuánta importancia, atención y comprensión se le da a un mensaje, y 3) cuál es la influencia de este mensaje en las ideas o decisiones de las personas. Si bien expresamos las dificultades, no indica que un análisis y evaluación sobre estas actividades no sean posibles de realizar.
68. Además, se identificaron los siguientes factores como potenciales limitantes o riesgos para la evaluación y se presentan sus medidas de mitigación en la Tabla 6.

Tabla 6 - Factores como potenciales limitantes o riesgos para la evaluación

| Limitantes o riesgos de la evaluación | Medida de Mitigación |
|--|--|
| En paralelo se estaba realizando la evaluación del PEP que dificultó entrevistar nuevamente algunos actores externos, | Se utilizó la información de las entrevistas del PEP de las grabaciones facilitadas y con consentimiento del entrevistado, |
| Usar información grabada de actores por la evaluación del PEP, tanto de WFP como externos, que no contiene toda la información necesaria según la matriz de la presente. | Se buscó completar con información obtenida de algunas entrevistas que se pudieron realizar antes del trabajo de campo de la evaluación del EE1, de información de entrevistas que se pudieron repetir y con información secundaria. |
| Restricciones de movilidad generada por el COVID-19 e imposibilidad de realizar entrevistas de forma presencial. | Todas las actividades de recolección de datos se realizaron de manera virtual y no se presentaron mayores dificultades de conectividad. |

| | |
|--|--|
| Los grupos focales no se realizaron como estaba programado por restricción de movilidad y la dificultad de acceso a conectividad. | Se realizaron llamadas telefónicas individuales por el integrante del equipo de evaluación que reside en Perú. |
| Recurso humano del área de comunicaciones vinculado al WFP Perú en 2020 y con poca o ninguna información de antecedentes sobre lo realizado en años anteriores a la fecha de su vinculación. | Especialmente para la aplicación de la encuesta en línea se amplió el número y perfil de personas a quienes se les envió la encuesta involucrando personal de otras áreas. |

Fuente: Elaboración propia

69. **Oportunidades:** La realización de las dos evaluaciones en forma paralela y las dos realizadas por Econometría ha sido una oportunidad para que los dos equipos tuvieran momentos de intercambio de experiencia e información que se han armonizado en lo posible y según los hallazgos de cada una de las evaluaciones.
70. **Consideraciones éticas:** Se respondió al siguiente lineamiento: “Las evaluaciones descentralizadas del WFP deben respetar las normas y estándares éticos del WFP y del Grupo de Evaluación de las Naciones Unidas (UNEG)”. La evaluación siguió las directrices del UNEG y del enfoque de Acción Sin Daño (ASD) que proporcionan estándares profesionales, principios éticos y morales. El equipo de Econometría siguió los lineamientos éticos para este tipo de evaluaciones y particularmente: integridad, rendición de cuentas, respeto y beneficencia⁵⁸. Durante el trabajo de campo, en el análisis de datos y en el proceso de elaboración del informe se tuvieron en cuenta consideraciones éticas y se evitaron los riesgos para garantizar salvaguardias de la información proveniente de diferentes fuentes.
- No se corrió riesgo por efectos de pandemia por COVID-19 porque todas las reuniones y entrevistas se realizaron en forma virtual.
 - Se recibió buena respuesta al llamado del equipo evaluador por parte de los socios externos y algunos casos excepcionales se solucionó con apoyo de WFP Perú.
 - A cada actor entrevistado se le explicó sobre la evaluación que se estaba realizando y él porque era importante su participación.
 - En cada entrevista se advirtió al actor entrevistado sobre el uso de la información y la protección y confidencialidad de esta.
 - Se solicitó consentimiento para grabación de la entrevista.
 - Los entrevistadores siempre tuvieron una actitud respetuosa, un trato amable y usaron un lenguaje adecuado y neutral.
 - Tanto grabaciones como sus transcripciones textuales están almacenadas en la plataforma de Econometría.
 - El personal del WFP no participó en el momento de la entrevista y por lo tanto no se limitó el entrevistado.
 - Se respetó la confidencialidad y el anonimato durante el procesamiento, clasificación y uso de la información.
 - Se dio protección de la información con regulación de acceso exclusivo a los archivos para el equipo evaluador.
 - En el informe no se incluyen nombres o referencias personales frente a temas, información específica o testimonios.
 - En la elaboración del informe también se usó un lenguaje incluyente, con sensibilidad política y con consideración de los derechos humanos y género.
 - Ausencia de conflicto de interés del equipo de evaluación.
71. **Aseguramiento de calidad:** Econometría ha asegurado la calidad del informe y el cumplimiento de los estándares diferenciales para las evaluaciones del WFP, aplicando sistemáticamente el Sistema para el Aseguramiento de la Calidad de las Evaluaciones Descentralizadas (DEQAS por sus siglas en inglés) del WFP.

⁵⁸ UNEG. 2020. *Ethical Guidelines for Evaluation*

2. Hallazgos de la evaluación

72. A continuación, se presentan los **hallazgos de la evaluación** y la evidencia que los soporta. Los hallazgos están estructurados para responder a cada una de las preguntas de evaluación (PE) asimismo como las subpreguntas.

2.1. ADAPTACIÓN DEL EFECTO ESTRATÉGICO 1 A DIFERENTES CONTEXTOS

PE1: *¿Las actividades implementadas por el EE1 han podido adaptarse a los diferentes contextos que han ido surgiendo durante el período de ejecución del PEP?*

Subpregunta 1.1 *¿En qué medida los procesos implementados en la formulación y ejecución del EE1 son pertinentes a las necesidades y dificultades de los grupos de escasos recursos económicos o mayor vulnerabilidad, y tienen relación con el ODS2?*

Hallazgo 1: El EE1 como parte del PEP en su formulación y ejecución a través de los otros EEs ha sido pertinente a las necesidades de nutrición, alimentación y salud de la población vulnerable. Igualmente, ha respondido a las necesidades de comunicación y movilización de los otros EE del PEP para atender las necesidades generadas por efecto de la pandemia y en grupos de población de migrantes. El EE1 es pertinente en la medida que se enmarca en las políticas, planes y programas del gobierno nacional y las prioridades locales. Al llegar el EE1 a las autoridades locales y a los beneficiarios a través de los otros EE contribuye en el logro de los objetivos programáticos del PEP. El EE1 conjuntamente con los otros EEs ha establecido alianzas con entidades gubernamentales locales, el sector privado y líderes de la sociedad civil, ha propiciado que las cuestiones del hambre y la nutrición estén incluidas en la agenda pública y del sector privado y ha generado un movimiento a través de actividades y eventos nacionales y locales de alto perfil para avanzar en la meta del ODS2 Hambre Cero. El EE1 ha sido flexible y con gran capacidad para adaptarse a situaciones de emergencia o cambios políticos. Hay muchos factores internos y externos que han propiciado la formulación e implementación del EE1.

73. **El EE1 responde a la meta del ODS 17 (alianza mundial para el desarrollo sostenible) y al ODS 2 (hambre cero) como se establece en el PEP.** El EE1 como fue concebido y formulado en el PEP contribuye directamente con dos de las diecinueve⁵⁹ metas del ODS 17 y con dos de las cinco metas del ODS2 y con los ODS5 (igualdad de género) y ODS3 (salud y bienestar) (Figura 9). Desde la conceptualización del PEP, la contribución del EE1 al logro de los ODS2, 3 y 5 se logra en forma operativa a través de las líneas de comunicación y difusión que se incluyen en los proyectos de los otros EEs del PEP.

Figura 9 – Relación del Efecto Estratégico1 con los Objetivos de Desarrollo Sostenible



Fuente: Elaboración propia

⁵⁹ Meta 17.16 Alianza para el desarrollo sostenible y Meta 17.17 Alianzas público-privadas

74. **El EE1 está articulado con las políticas de gobierno.** El EE1 al intervenir con sus subactividades sobre la población vulnerable a través de los otros efectos estratégicos también contribuye y se articula con lo establecido en el Plan Bicentenario, el Plan Nacional de SAN 2015-2021, el Plan Concertado Nacional de Salud 2007-2020 y la Estrategia Nacional de Desarrollo e Inclusión Social “Incluir para Crecer” que son herramientas estratégicas del país y que marcan la pauta para lograr el desarrollo país, y hacen énfasis en el tema de la seguridad alimentaria, así como en la necesidad de articulación entre sectores y niveles de gobierno.⁶⁰ En la siguiente tabla 6 se presentan los puntos de encuentro entre estos planes y estrategias con el EE1. Especialmente para el EE1, es propicio lo que se establece en el Plan Bicentenario del Perú donde se “abre un espacio para concertar las decisiones públicas con las del sector privado, que posibilita una mejor respuesta del Estado a las demandas de la sociedad, así como la coordinación pública y privada para emprender un camino definido hacia el logro de los objetivos nacionales”.⁶¹ Esto se corrobora cuando el 85% de las personas que respondieron la encuesta en línea valoran como alta (40,7%) o media (44,4%) la pertinencia del EE1 con las políticas y prioridades del Gobierno Nacional (Figura 10).

Tabla 7 - Temas de articulación del Efecto Estratégico 1 con Planes y Estrategias de Gobierno Nacional

| Planes y Estrategias de Gobierno | Temas de articulación con el EE1 |
|---|--|
| Plan Bicentenario “El Perú hacia el 2021” ⁶² | Propone involucrar la participación privada en la inversión y en la formulación de políticas de desarrollo. En el EJE ESTRATÉGICO 2: OPORTUNIDADES Y ACCEEE A LOS SERVICIOS se plantea como uno de los desafíos “vencer el flagelo de la desnutrición” y promover las dietas regionales y fomentar la cultura gastronómica nacional. También se menciona en este Plan que esto implica una mayor articulación entre agentes públicos y privados, y los propios actores sociales. |
| Plan Nacional De Seguridad Alimentaria Y Nutricional (SAN) 2015-2021 ⁶³ | Este Plan contiene las estrategias y líneas de acción que guiarán la intervención del Estado para garantizar la seguridad alimentaria y nutricional de la población peruana hacia el año 2021, con la implementación de acciones en el marco de las cinco dimensiones de la SAN: disponibilidad, acceso, utilización, estabilidad e institucionalidad. |
| Plan Concertado Nacional de Salud 2007-2020 ⁶⁴ | Fija los objetivos y metas de salud en el mediano y largo plazo para el 2007 – 2020. La Promoción de la salud busca con intervenciones y estrategias que todos los actores se comprometan con la promoción de hábitos y estilos de vida saludables. Como uno de sus objetivos está “Reducir la Desnutrición Infantil. Reducir la prevalencia de Desnutrición Crónica y Anemia en niñas y niños menores de 5 años especialmente de las regiones con mayor pobreza”. |
| la Estrategia Nacional de Desarrollo e Inclusión Social “Incluir para Crecer” ⁶⁵ | Fija como prioridad “generar oportunidades para la siguiente generación, con énfasis en la reducción de la desnutrición crónica infantil (DCI), la promoción del desarrollo infantil temprano (DIT) y el desarrollo integral de la niñez y la adolescencia. Todas estas intervenciones están enfocadas principalmente en la población en proceso de desarrollo e inclusión social”. |

Fuente: Elaboración propia

⁶⁰ Arlette Beltrán B., Juan Francisco Castro C. y Enrique Vásquez H. 2017. *Hambre Cero al año 2030 en el Perú ¿Cómo lograr el Segundo Objetivo de Desarrollo Sostenible? Una revisión estratégica de la seguridad alimentaria y nutricional.* Pag 40. Lima.

⁶¹ CEPLAN. 2011. *Plan Bicentenario. El Perú hacia el 2021.* Recuperado de https://www.ceplan.gob.pe/wp-content/uploads/files/Documentos/plan_bicentenario_ceplan.pdf

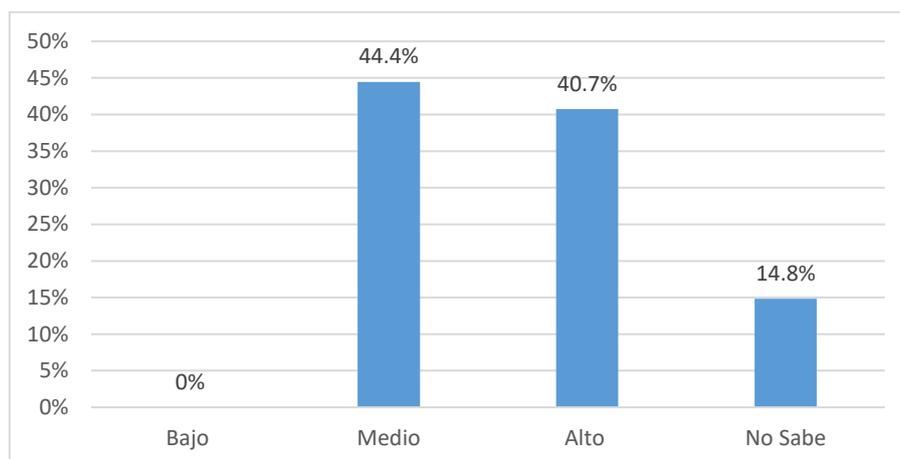
⁶² CEPLAN. 2011. *Plan Bicentenario: el Perú hacia el 2021.* Recuperado de https://www.ceplan.gob.pe/wp-content/uploads/files/Documentos/plan_bicentenario_ceplan.pdf

⁶³ Ministerio de Agricultura y Riego del Perú. 2015. *Plan Nacional De Seguridad Alimentaria Y Nutricional 2015-2021.* Recuperado de <https://www.midagri.gob.pe/portal/download/pdf/seguridad-alimentaria/plan-acional-seguridad-2015-2021.pdf>

⁶⁴ Ministerio de Salud. 2007. *Plan Nacional Concertado de Salud.* Recuperado de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/440948/plan-nacional-concertado-de-salud.pdf>

⁶⁵ MIDIS. 2018. *Estrategia Nacional De Desarrollo E Inclusión Social Incluir Para Crecer.* Recuperado de https://siteal.iep.unesco.org/sites/default/files/sit_accion_files/pe_1157.pdf.

Figura 10 - Nivel de Pertinencia del Efecto Estratégico 1 con políticas y prioridades del gobierno de Perú



Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas de la encuesta en línea

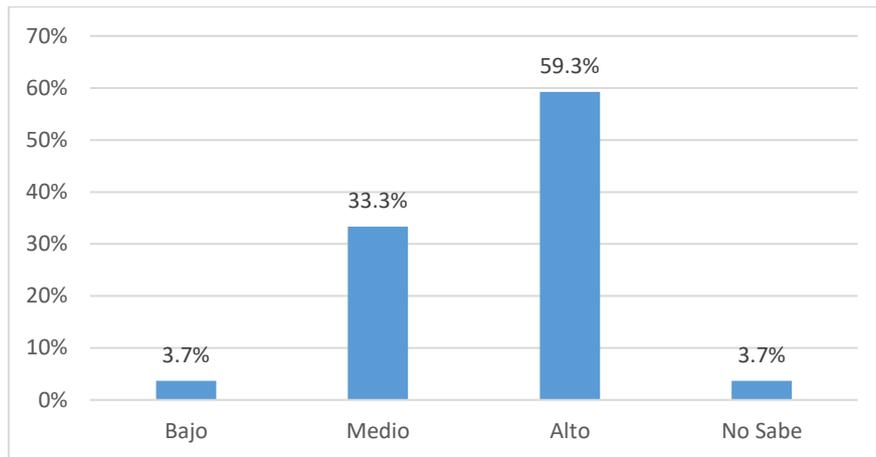
75. **El EE1 llegó a los grupos de población más vulnerables a la inseguridad alimentaria y nutricional**, con la inclusión de líneas específicas de comunicación y dando soporte en los proyectos de los otros SO. Los procesos implementados en la formulación y ejecución del EE1, a través de las líneas de comunicación, han sido pertinentes a las necesidades y dificultades de los grupos de población de escasos recursos económicos y más vulnerables a la malnutrición e inseguridad alimentaria que son atendidos a través de los otros efectos estratégicos. El EE1 por tener un ámbito de ejecución nacional puede llegar a toda la población, especialmente la de clase media y urbana, con estrategias masivas de comunicación como el programa Cocina con Causa y la Radionovela La Sangre Llama, que buscan generar hábitos alimentarios saludables (Anexos 11 y 14). A nivel local, el EE1 llega a la población vulnerable a través de EE2, EE3 y EE4 y EE5/EE6), en donde se han propuesto, dentro de los proyectos, líneas estratégicas de acción en difusión y comunicación acordes a las necesidades de la población, a los objetivos del proyecto y a las diferentes audiencias⁶⁶ (Anexo 13). Los proyectos identificados a través de los cuales llega el EE1 a la población vulnerable son en el de Piura (proyecto PROSAN II y acciones con fondo IRA), Ancash (Proyecto Wiñantsik- Ancash y proyecto de emergencia Ancash), Callao (Proyecto REPSOL II, Fondos IRA y Proyecto BHA), Tumbes y Arequipa (Proyecto BHA), y Lima (Proyecto BHA y Fondo IRA).⁶⁷ Esto se corrobora cuando entre quienes respondieron la encuesta en línea, cerca del 93% valoran como alto (59,3%) o medio (33,3%) el nivel de pertinencia del EE1 con la situación nutricional de la población (Figura 11). Este hallazgo es igualmente identificado en la evaluación del PEP y registrado en las entrevistas con diferentes actores.

“Por ejemplo, un objetivo del plan es la creación de mensajes hacia los beneficiarios que contribuyan a la compra de alimentos saludables con las transferencias monetarias, entonces dichos mensajes lleguen a los beneficiarios por medio de distintos materiales como audiovisuales, charlas, talleres con los facilitadores en campo y cartillas nutricionales. Cada proyecto, como se dirige a diferentes audiencias, tiene un plan de comunicaciones”. Testimonio de entrevistado.

⁶⁶ Entrevistas con actores internos y externos del EE1.

⁶⁷ Entrevistas con actores internos y externos del EE1 y revisión de planes de comunicación por proyecto.

Figura 11 - Nivel de pertinencia del Efecto Estratégico 1 del WFP Perú frente al contexto y las brechas persistentes en el país en la situación nutricional de la población



Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas de la encuesta en línea

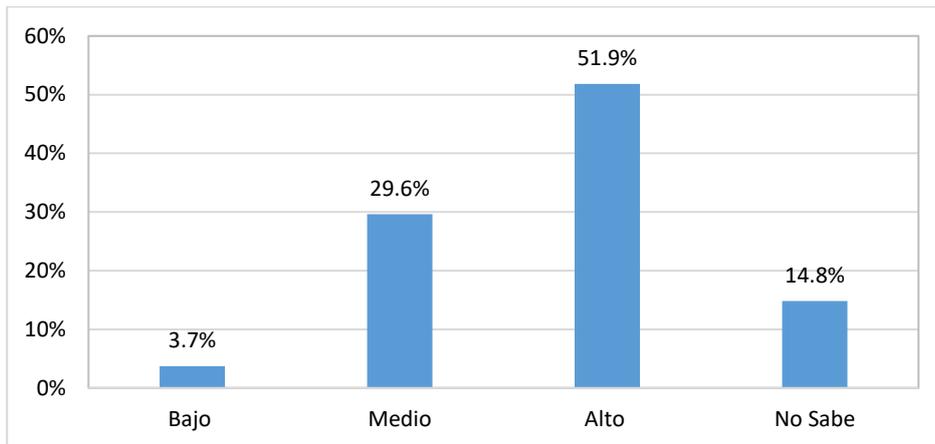
Subpregunta 1.2: ¿De qué manera la respuesta del EE1 se ha adaptado ante los cambios en el contexto político y del COVID-19 en el Perú?

Hallazgo 2: El EE1 se ha adaptado y modificado ante la contingencia de la pandemia por COVID-19, la crisis política nacional y local y la necesidad de atender a otros grupos de población, lo que refuerza su pertinencia. **La ejecución de subactividades y estrategias del EE1 se mantuvieron según lo planeado a pesar de la crisis política y sus consecuentes cambios de mandatarios.** La operación del EE1, al igual de los otros efectos estratégicos y en general de la oficina fue afectada por la pandemia que los llevó a modificar los procesos y las metas por cambio en las prioridades. La dinámica del trabajo se transformó, las estrategias de comunicación se vieron afectadas y en la interacción con los beneficiarios indirectos se debieron usar otros medios de comunicación. El EE1 también se adaptó a la situación de las empresas relacionada con la crisis económica generada por la pandemia e identificó la necesidad de buscar nuevas formas de alianzas con sector privado. Estos eventos coincidieron con la estructuración y fortalecimiento del área de comunicaciones tanto en el número de personas como en el perfil de los profesionales que vieron una oportunidad de ser flexibles, crear e innovar en medio de la emergencia y en el surgimiento de nuevos efectos estratégicos en el PEP de WFP Perú a los cuales el EE1 también debía contribuir.

76. **Las subactividades del EE1 se mantuvieron pertinentes a los planes y estrategias de gobierno a pesar de los cambios dados en el contexto político nacional.** Ante las situaciones presentadas el EE1 hizo cambios y ajustes en la ejecución de sus subactividades manteniendo su foco en el movimiento de Hambre Cero y en la generación de alianzas. Las estrategias de comunicación y movilización del sector privado demostraron creatividad y flexibilidad frente al contexto político nacional, así como dentro de las prioridades de WFP. A través de la comunicación se dio un buen manejo en el contexto electoral y durante el cambio de gobierno nacional y se mantuvo muchas veces un bajo perfil⁶⁸. En la encuesta en línea (Figura 12) el 82% afirma que el nivel de adaptación y flexibilidad del EE1 ante el cambio en el contexto político es alto (51,9%) o medio (29,6%).

⁶⁸ Entrevistas con informantes clave.

Figura 12 – Nivel de adaptación y flexibilidad de las subactividades del Efecto Estratégico 1 del WFP ante cambios en contexto político en el Perú



Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas de la encuesta en línea

77. **El momento político del país fue una oportunidad aprovechada por el WFP a través de EE1**, para llamar la atención en la agenda pública a la situación de la seguridad alimentaria, la anemia y la desnutrición por efectos de la pandemia. Esto se realizó en un espacio generado con candidatos a la Vicepresidencia de la República de cerca de ocho partidos políticos,⁶⁹ con miras a que el tema de hambre cero se mantenga en la agenda pública y se refleje en las próximas políticas de gobierno.
78. **En época de pandemia el EE1 cambió su forma de trabajo, las prioridades se modificaron y se aprovecharon oportunidades.** El EE1 contribuyó al esfuerzo de la oficina en dar visibilidad cuando se le otorgó al WFP el Premio Nobel de Paz "por sus esfuerzos para combatir el hambre, por su contribución a mejorar las condiciones de paz en las zonas afectadas por conflictos y por actuar como motor de los esfuerzos para prevenir el uso del hambre como arma de guerra". El EE1 también aprovechó la oportunidad para tener una cuenta en Twitter muy activa y alertar e informar por diferentes medios sobre la situación de inseguridad alimentaria y hambre en el país por efectos de la pandemia. Igualmente se transmitieron mensajes y se dieron apariciones en medios por temas nacionales o locales durante el 2020 y la primera mitad del año 2021, con menciones sobre asuntos institucionales relacionados con alianzas o implementación de proyectos conjuntos, especialmente en la región Ancash⁷⁰ (Anexo 14).

"Cuando tuvimos ese momento de cambio por la pandemia nosotros también cambiamos, toda la oficina cambió, el equipo cambió, las formas de hacer las cosas cambiaron, nuestros procesos cambiaron, metas se amoldaron, al igual que nuestro equipo creció". Testimonio de entrevistada.

79. **La ejecución de subactividades del EE1 se ha modificado, adaptado e innovado por la contingencia del COVID-19 y las metas se ajustaron.** Por los efectos de COVID-19 y las restricciones de movilidad el EE1 tuvo gran capacidad de adaptación y flexibilidad para realizar los ajustes requeridos y necesarios. En este sentido toda la oficina país hizo cambios en la dinámica del trabajo al pasar de la presencialidad a la virtualidad. Las metas del EE1 se ajustaron en lo planeado por cambio en las prioridades y por no poder llegar en forma presencial y directamente con los temas de comunicación a los beneficiarios indirectos.⁷¹ Para ese ajuste en lo planeado se negoció con el socio privado el plazo de ejecución de los recursos y la misma meta y contribuyó la llegada de recurso humano al área de comunicaciones que tuvieron, gracias a su perfil y experiencia, un proceso de adaptación rápida y lograron entender tanto el sentido del EE1 y la necesidad de una pronta actuación.⁷²
80. **La forma de comunicarse y de transmitir los mensajes de comunicación se adaptaron a la tecnología y uso de redes** como consecuencia de restricciones de movilidad por la pandemia. La comunicación con los beneficiarios indirectos se dio vía WhatsApp o teléfono, lo que antes se hacía presencial se volvió

⁶⁹ Entrevista con WFP y miembros del Consejo Consultivo.

⁷⁰ Entrevistas con OP del WFP y resultado del análisis de contenido.

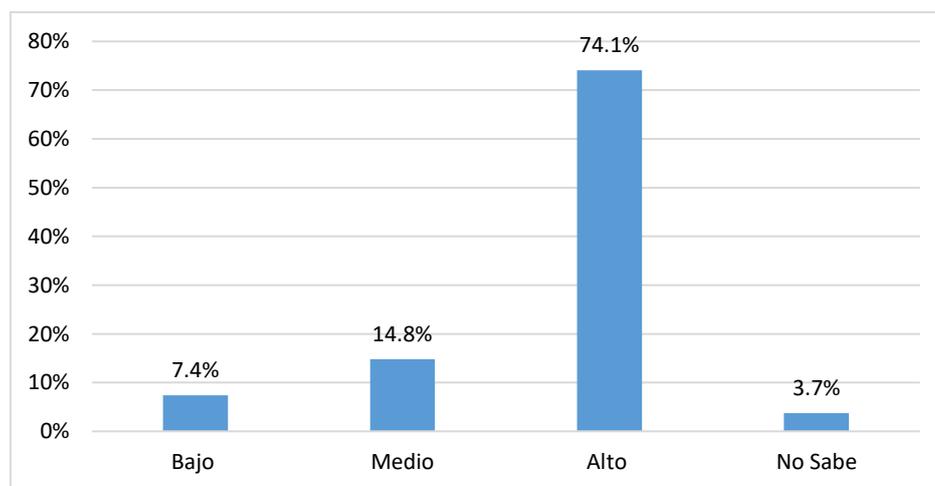
⁷¹ Entrevistas con WFP de la OP y con socios privados.

⁷² Entrevistas OP del WFP y socios implementadores y sector privado.

virtual, por restricciones de movilidad no había contacto directo con la comunidad ni con los socios implementadores de los proyectos de los otros SO.⁷³ La transmisión de mensajes educativos y de comunicación eran realizados por la misma comunidad usando megáfonos y se dio más fuerza a medios de difusión presentes en las regiones para llegar a más personas.⁷⁴ El registro de los resultados de los proyectos, que se hace desde el EE1, se empezó a realizar a través de videos con testimonios de beneficiarios en campo. Los contenidos de los mensajes de comunicación también se adaptaron y se incluyeron temas de prevención de la pandemia y la importancia de la alimentación en tiempos de COVID-19 dentro de los nuevos proyectos de emergencia y en los que ya venían para lo cual se desarrollaron materiales nuevos como fue el caso del proyecto PROSAN.⁷⁵

81. Las estrategias y piezas de comunicación también debieron transformarse en el proceso de adaptación y ajuste al nuevo contexto generado por la pandemia. El EE1 debió hacer ajustes en algunas piezas comunicacionales que se tenían listas antes de la pandemia para no estar en contacto directo con la población, sino a través de las redes sociales,⁷⁶ ajustes que fueron posibles a la capacidad de reacción rápida y perfil del recurso humano del EE1 y a la voluntad del socio implementador. Otro cambio que se realizó fue del programa de televisión de Cocina con Causa que migró a una plataforma transmedia y se realizó la producción editorial "HAMBRE CERO: Recetas y consejos para un Perú más fuerte". Este utiliza recetas como un vehículo para difundir la acción del WFP en el país y visibilizar la importancia de los temas del hambre en el desarrollo del capital humano, producción editorial muy admirada y aceptada por los socios privados del WFP y los chefs.⁷⁷ La adaptación y flexibilidad de las actividades de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía ante la emergencia generada por el COVID-19 se corrobora con los resultados de la encuesta en línea donde el 89% de los respondientes coinciden en valorar como alta (74,1%) o media (14,8%) como se aprecia en la Figura 13.

Figura 13 – Nivel de adaptación y flexibilidad de las actividades del Efecto Estratégico 1 del WFP Perú ante la emergencia generada por el COVID-19



Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas de la encuesta en línea

82. **El EE1 también se adaptó a la situación económica de las empresas generada por la pandemia.** Para el EE1 también cambió la dinámica de actuación con socios del sector privado porque las prioridades de este sector se orientaron a atender temas de recuperación económica y vacunación.⁷⁸ Esto llevó a que el EE1 negociara con el socio privado las metas y lograron modificar en forma concertada los tiempos y plazos necesarios para cumplir con ellas.⁷⁹ El EE1 orientó las alianzas con el sector privado para que no fueran solo donantes de recursos económicos e incluyó con más fuerza el concepto de "valor

⁷³ Entrevista con beneficiarios indirectos, socios privados y OP del WFP.

⁷⁴ Entrevista con beneficiarios indirectos, socios implementadores. y OP del WFP.

⁷⁵ Entrevista con autoridades locales, socios implementadores OP del WFP.

⁷⁶ Entrevista con OP del WFP.

⁷⁷ Entrevista con chefs, socios privados y Consejo Consultivo.

⁷⁸ Entrevista con socios privados y OP del WFP.

⁷⁹ Entrevista con socios privados y OP del WFP.

compartido⁸⁰ basado en la necesidad de que las empresas socias y el WFP piensen el desarrollo de los proyectos siendo consecuentes con la sostenibilidad social.

“Lo que fue fundamental eran esos lazos de confianza previos que permitían, aun con la distancia, con todo ese proceso de frustración de silencio, de pausa, avanzar”. Testimonio de entrevistado.

83. **Existen muchos factores que han sido identificados como oportunidades o desafíos en la formulación e implementación del EE1** (Tabla 8). El WFP tiene el conocimiento con base en evidencia generada por las áreas programáticas sobre la situación de seguridad alimentaria y nutricional de la población peruana. El EE1 en coordinación con las áreas programáticas, aprovechó la oportunidad para abrir espacios con el sector privado y propiciar la socialización de esta situación en diferentes espacios de interés nacional. Esto contribuyó para que el WFP a través del EE1 fuera reconocido como un actor válido en el tema de nutrición especialmente con el sector privado. Este conocimiento le permitió a la OP tener una narrativa clara y con sustento técnico basada en el principal problema nutricional y de salud pública como es la anemia, la inseguridad alimentaria y el hambre. Sin embargo, se han dado desafíos para la implementación del EE1 como son la crisis política, los efectos del COVID-19 y la falta de donantes para un objetivo de este tipo.⁸¹

Tabla 8 – Factores que intervinieron en la formulación e implementación del Efecto Estratégico 1

| Oportunidades | Desafíos |
|---|--|
| Conocimiento del WFP de la problemática de seguridad alimentaria y nutricional del país y una gran capacidad para visibilizarla con diferentes actores y en espacios de interés nacional. Directores de país consecuentes con las políticas anteriores. | Crisis Política en el país. |
| Contar con una narrativa bien definida y centrada en el principal problema como es el hambre y la anemia. | Vinculación de personal nuevo en los cargos del área del EE1 de la OP. |
| Capacidad de la OP de tener influencia dentro del WFP y con Gobierno Nacional. | Cambios de recurso humano en los gobiernos nacional y local que retrasa procesos y se pierden las acciones de fortalecimiento institucional. |
| WFP como una marca vendible, en quien creen como actor valido y con quien están dispuestos a hacer alianzas. | No contar con donantes tradicionales que se interesen en incidencia, abogacía y comunicaciones. |
| La existencia del Consejo consultivo y su conformación tanto por hombres como por mujeres comprometidos con el tema del hambre y que han abierto espacios para abogacía y movilización de actores. | Las restricciones de movilidad por efectos de la pandemia. |
| Apoyo y acompañamiento de la Oficina Regional y la Sede que le apostaron a un objetivo novedoso. | |
| Contar inicialmente con recursos del Fondo de China y recursos de gobierno para iniciar Cocina con Causa. | |
| Vinculación de recurso humano de alto perfil con experiencia en sector público y privado. | |
| El involucramiento y compromiso de diversidad de actores: sector público nacional y local, sector privado, la academia, medios de comunicación y comunidad en general. | |
| Constante comunicación directa con el sector privado, gobierno local y sistema de NNUU y gran capacidad rápida de respuesta del WFP | |

Fuente: Elaboración propia con base en información de entrevistas

⁸⁰ Entrevista con socios privados y OP del WFP.

⁸¹ Entrevistas con actores internos y externos.

Resultado de rúbricas: Pertinencia

84. Finalmente, **los resultados del análisis de rúbricas ratifican la pertinencia del EE1** porque arrojan un puntaje de 2,63 sobre un máximo de 3 para el criterio de pertinencia lo que corresponde a una calificación Alta (Excelente) (Anexo 16). Esta calificación resulta del promedio de la valoración de los actores encuestados del nivel de pertinencia del EE1 respecto del contexto del país (Medio-Alto), la identificación de factores que posibilitaron la formulación y ejecución del EE1 (Alto), el nivel de relación entre las subactividades del EE1 con el contexto país (Alto) y la percepción de la flexibilidad y adaptabilidad del EE1 de la OP (Medio).

2.2. SINERGIA DEL EFECTO ESTRATÉGICO 1 CON LOS OTROS EFECTOS ESTRATÉGICOS

PE2: ¿En qué medida las acciones implementadas por el EE1 están en sinergia e interrelacionadas con los otros efectos estratégicos de la oficina país?

Subpregunta 2.1: ¿Cuál es el nivel de relación de procesos de planeación del EE1 con los otros EE del PEP país?

Hallazgo 3: Hay sinergia y coherencia en los procesos de planeación del EE1 con los otros EE, por ser transversal y que participa en los procesos de planeación de los proyectos específicos de los efectos estratégicos fijándose objetivos comunicacionales y elaborando planes de comunicación por proyecto. Esta transversalidad y coordinación en procesos de planeación ha sido más efectiva y se ha fortalecido a partir del año 2020. El EE1 tiene un elevado nivel de relación con los otros EE en el trabajo preparativo en términos de identificación de potenciales donantes de la empresa privada, entre otros, preparar el *due diligence*⁸² para aprobación a nivel de la sede/AED y a través de la participación en la elaboración de la propuesta al posible aliado privado, en el diseño de los proyectos y la planeación de sus actividades lo que garantiza la inclusión de una línea de comunicaciones y presupuesto para su ejecución. La planeación se hace con base en los objetivos de cada EE y de cada proyecto.

85. **La transversalidad y comunicación efectiva entre los EE es posible con una acertada organización interna del área de comunicaciones.** Desde el EE1 existe una organización interna para facilitar la transversalidad y comunicación entre EE. Esto se concreta entre el 2020 y 2021 con la estrategia del área de comunicaciones de asignar un profesional como interlocutor con cada área programática y propiciar espacios de coordinación que son regulares tanto para los procesos de planeación como para la implementación y seguimiento al desarrollo de las actividades de comunicación. Se hacen reuniones previas entre las personas encargadas de cada proyecto para hacer mapeo de actividades, estimar costos y posteriormente se transfieren los fondos para ejecución. Este hallazgo, además de ser coincidente con lo manifestado en las entrevistas y la encuesta en línea, se pudo verificar en los planes de comunicación de cada proyecto y coincide con los resultados del análisis de presupuesto que se presenta en los hallazgos de la tercera pregunta de evaluación.
86. **Las actividades de comunicación que el EE1 planifica dentro de los proyectos del área programática responden al objetivo de cada proyecto de los EE y a las necesidades previamente identificadas de la población a la cual se dirige el proyecto.** Las líneas de comunicación para cada proyecto y por EE se planean desde la elaboración del proyecto y al inicio del año. Existen planes comunicacionales para los proyectos Piura (proyecto PROSAN II y acciones con fondo IRA), Ancash (Proyecto Wiñantsik- Ancash y proyecto de emergencia Ancash), Callao (Proyecto REPSOL II, Fondos IRA y Proyecto BHA), Tumbes y Arequipa (Proyecto BHA), y Lima (Proyecto BHA y Fondo IRA).⁸³ Con este proceso de planeación conjunto del EE1 con los EE programáticos se busca dejar herramientas educativas y de cambio de comportamiento que respondan a las necesidades de la población en el territorio y que sean sostenibles cuando el WFP y el sector privado ya no esté presente.⁸⁴ Esta afirmación coincide con la revisión

⁸² El proceso de due diligence se aplica para la aceptación de contribuciones de 50 mil dólares o más o cualquier alianza que involucre un acuerdo. En éste, frente al posible aliado o donante, se consideran si participa en cualquier actividad no compatible con las sanciones del Consejo de Seguridad de Naciones Unidas o si incumple los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas o los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos. (C-17514E WFP) WFP. 2019. Private Sector Partnerships and Fundraising Strategy (2020-2025). Annexes.

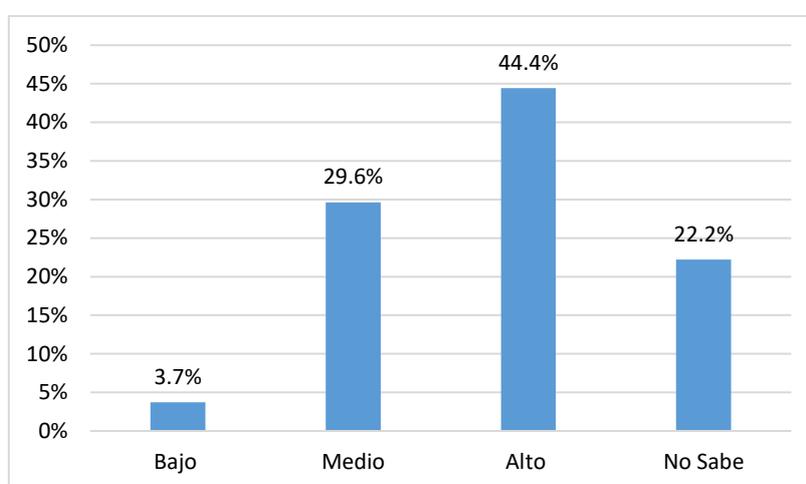
⁸³ Entrevista con OP del WFP, donantes del sector privado y revisión documental entregada por WFP.

⁸⁴ Entrevista OP del WFP, sector privado y gobierno local.

documental entregada por el área de comunicaciones y fue mencionado en las entrevistas con los actores internos, del sector privado y del gobierno local.

87. **La articulación, coherencia y sinergia en los procesos de planeación entre el EE1 con los otros EE se da con estrategias de comunicación, capacitación, promoción nutricional y movilización de recursos con el sector privado con el fin de reducir la anemia infantil, tener hogares saludables, mejorar los hábitos alimentarios, enseñar a usar las transferencias de efectivo y mejorar las habilidades para el desarrollo infantil temprano, entre otros.**⁸⁵ Este hallazgo coincide en información de las entrevistas, en documentos entregados por socios de proyectos y en el análisis de contenido (Anexo 14) donde se identificaron varios ejemplos que dan cuenta de la relación e interacción que hay entre EE1 con los otros EE.
88. Lo anterior es corroborado con los resultados de la encuesta en línea donde 74% de respondientes consideran que hay un nivel alto (44,4%) o medio (29,6%) de coherencia, coordinación y correspondencia en la planeación del EE1 (Figura 14).

Figura 14 – Nivel de Coherencia, coordinación y correspondencia del Efecto Estratégico 1 con la planeación



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta en línea

89. **La sinergia y coherencia entre los EE en el ámbito nacional y local se da de doble vía.** Cada uno de los EE desde su concepción y ejecución de actividades aporta en general al logro del PEP y en particular al logro de los productos esperados en cada EE. Es así como el EE1 aporta su experiencia y conocimiento en **movilización** para generar espacios de visibilidad y socialización de información generada por el WFP, **abogacía/promoción** para generar alianzas e involucrar donantes no tradicionales y **comunicación** para mantener la agenda del movimiento Hambre Cero y avanzar en el cambio de comportamiento en alimentación, nutrición y salud.⁸⁶ El EE1 participa en la identificación del posible donante no tradicional, elaboración y presentación de la propuesta para el donante del sector privado, definiendo las líneas de comunicación y el presupuesto necesario para ejecutarlas y en la elaboración de las piezas comunicacionales y la difusión de estas. El EE1 también ha coordinado y supervisado toda la implementación del Programa CCC. Cabe destacar que para la segunda temporada el WFP fue responsable de la producción sin la participación de TV Perú. El EE1 hace monitoreo y seguimiento de medios y en coordinación con los otros EEs elabora material para difusión en medios de comunicación⁸⁷. Los otros EEs aportan su conocimiento técnico en los contenidos de nutrición y alimentación, de salud, de ayuda humanitaria, de logística y generan evidencia y la socializan en diferentes ámbitos y espacios de interés nacional⁸⁸ (Ver anexos 11, 12, 13 y 14). En la Figura 15, el área de comunicaciones representa la transversalidad e interacción de los EEs para buscar el mismo fin del PEP del WFP Perú.⁸⁹ El origen de la visualización es un documento borrador de Estrategia con el sector privado.

⁸⁵ Entrevistas con donaes, socios implementadores y OP de WFP.

⁸⁶ WFP. 2021. *Evaluación del Plan Estratégico de País de PMA Perú 2018-2022*. Versión borrador.

⁸⁷ WFP. 2019. *Reportes de Monitoreo y Seguimiento de Medios* (15 de setiembre de 2019 al 13 de diciembre de 2019)

⁸⁸ Entrevistas con OP del WFP. Lima.

⁸⁹ WFP. 2020. *Estrategia de Alianzas y Movilización de Recursos con el Sector Privado en el Perú (2020-2022)*. Versión borrador. Lima.

Figura 15 – Interrelación de los Efectos Estratégicos



Fuente: Estrategia de Alianzas y Movilización de Recursos con el Sector Privado en el Perú (2020-2022). Versión borrador.

“Los objetivos de comunicación son transversales a los objetivos de cada EE, por lo que ambos se complementan”. Testimonio de entrevistado.

90. En la ejecución de las acciones del EE1 hay una interacción o relación al interior de la OP que facilita la coherencia y sinergia entre EE. Existe un buen nivel de relación entre el personal del área de comunicaciones y de estos con las otras áreas de la OP con las cuales deben relacionarse para el desarrollo de actividades.⁹⁰ Hay mayor número de personas que se relacionan con los responsables del EE2 y EE3 y EE4 y dentro de estos EEs con los profesionales responsables de los proyectos. Esta afirmación se sustenta tanto en lo manifestado en las entrevistas con los diferentes actores como por los resultados del sociograma aplicado a los funcionarios de WFP Perú entrevistados (Ver Anexo 15).

Subpregunta 2.2: ¿Cuál es el nivel de interacción entre el EE1 y los demás Efectos Estratégicos del PEP para la ejecución de sus actividades?

Hallazgo 4: Las metas del EE1 dentro de cada proyecto se han ejecutado según lo planeado a través de los proyectos del área programática y su valoración es alta. La ejecución del EE1 se da en el ámbito local con la interacción que se da con los beneficiarios de los proyectos y su valoración es media. El nivel de coordinación entre el EE1 y los otros EE en el ámbito local para la ejecución de actividades se ha mantenido y fortalecido a pesar de los efectos de la pandemia.

91. En la ejecución de las actividades de las líneas de comunicaciones se da la interacción de los EE con el EE1 en el ámbito local donde se ejecutan los proyectos de CBT Venezolanos, Logística, PROSAN-Modo COVID-19, CBT PROSAN II y CBT USAID BHA⁹¹ y donde se está promoviendo el cambio social y de comportamiento en temas de alimentación, nutrición y salud.⁹² Esta ejecución de las líneas de comunicaciones es posible gracias al presupuesto que se incluye en cada proyecto⁹³ (Ver Tabla 9).

⁹⁰ Entrevistas OP del WFP.

⁹¹ Entrevistas, donantes del sector privado y revisión documental entregada por WFP.

⁹² Entrevistas OP del WFP.

⁹³ Entrevistas con OP del WFP.

Tabla 9 – Relación por Proyecto donde convergen en la Ejecución el Efecto Estratégico 1 con los otros Efectos Estratégicos

| EE | Proyecto | Descripción | Región | Aliados |
|-----------|--|---|----------------------------------|---|
| EE1 y EE2 | Plan Estratégico de Fortificación de Arroz | Potencia la oferta y demanda de arroz fortificado. | Lambayeque, Lima, San Martín | Municipalidad Metropolitana de Lima, Gobiernos Regionales de Lambayeque y San Martín, Asociación de Molineros del Perú, PNAEQW |
| EE1 y EE2 | Proyecto PROSAN II | | Piura-Sechura | Municipalidad provincial de Sechura, Fondo Social del Proyecto Integral Bayóvar (Donante) |
| EE1 y EE2 | Proyecto REPSOL II | Fortalecimiento de actores locales para la gestión territorial en la lucha contra la anemia, el acompañamiento familiar y la movilización de la comunidad a través de los agentes comunitarios y organizaciones sociales, el mejorar la disponibilidad y acceso a alimentos ricos en hierro (crianzas, biohuertos, ferias). | Callao - Ventanilla | Gobierno Regional del Callao, Municipalidad de Ventanilla, Fundación Repsol (Donante) |
| EE1 y EE2 | Proyecto Wiñantsik | | Ancash - (Bolognesi y Huari) | Gobierno Regional de Ancash, Municipalidades Distritales de Antonio Raymondi, Cajacay, Chavín de Huántar, San Marcos y San Pedro de Chaná, Antamina (Donante) |
| EE1 y EE4 | Proyecto Bureau for Humanitarian Assistance (BHA) | Proyecto de transferencias para población migrante y refugiada venezolana vulnerable. | Arequipa, Callao, Lima, Tumbes | ADRA, Ayuda en Acción, HIAS, ONU SIDA, World Vision, |
| EE1 y EE4 | Proyecto de emergencia Ancash | Contención de contagio del COVID-19 y aumento de la seguridad alimentaria: CBT para población con diagnóstico positivo y fortalecimiento de las capacidades del gobierno regional. | Ancash | OPS, Gobierno Regional de Ancash, Gobierno local |
| EE1 y EE4 | Proyecto de transferencias para población migrante y | Proyecto de transferencias para población migrante y refugiada venezolana vulnerable. | Callao, La Libertad, Lima, Piura | OIM y (ACNUR) |

| EE | Proyecto | Descripción | Región | Aliados |
|-----------|----------------------------------|---|--------|---|
| | refugiada venezolana vulnerable | | | |
| EE1 y EE5 | Proyecto de asistencia logística | Asistencia para el branding de transporte | Lima | Financiado por BHA. Banco de Alimentos, INDECI, Caritas, entre otros. |

Fuente: Elaboración propia con base en: Evaluación del Plan Estratégico de País de PMA Perú 2018-2022. 2021. Versión borrador; y EE1 Planificación, seguimiento y control de presupuesto

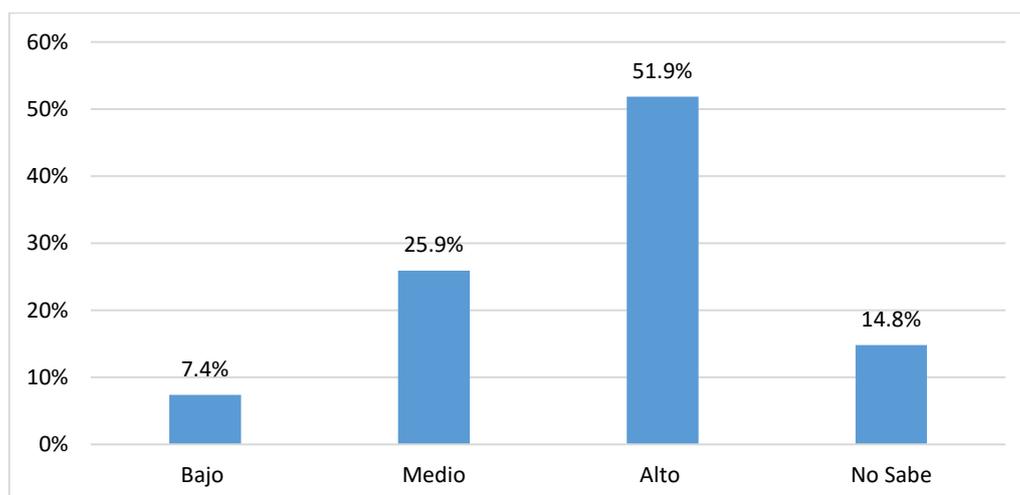
92. El EE1 en ejecución de acciones de comunicación hace una fuerte difusión de la información sobre impacto de la anemia, desnutrición crónica y hambruna. Como parte del proceso con el Sector Privado, se establece una **coordinación adecuada con los diferentes EEs desde la planificación hasta la ejecución de los diferentes proyectos/actividades**, a fin de que todos estén en la misma línea persiguiendo un objetivo en común.⁹⁴ El nivel de coherencia, coordinación y correspondencia de los procesos de ejecución del EE1 con los otros EEz es valorado como alto (51,9%) o medio (25,9%) por el 77% de quienes respondieron la encuesta en línea; cerca del 15% no saben valorar este nivel de coherencia (Figura 16).

Un ejemplo de interacción es el proyecto del Gobierno Regional de Áncash, con la asistencia técnica del WFP, OPS/OMS y con el financiamiento de Antamina, se implementó un proyecto para mejorar los mecanismos de respuesta frente a la pandemia del coronavirus y se centró en el primer nivel de atención en salud y en la seguridad alimentaria de personas en cuarentena. En el proyecto se **incluyó un componente comunicacional para poder llegar a la ciudadanía y fortalecer las medidas de prevención.⁹⁵**

“El trabajo en equipo es clave para lograr una planificación adecuada y una ejecución que cumpla con las metas establecidas”. Testimonio de entrevistada.

“Demostramos que cuando uno trabaja en equipo se puede adaptar y podemos ser flexibles porque todos perseguimos un objetivo común”. Testimonio de entrevistada.

Figura 16 - Nivel de coherencia, coordinación, correspondencia de los procesos de ejecución del Efecto Estratégico 1 con los otros Efectos Estratégicos de la Oficina País



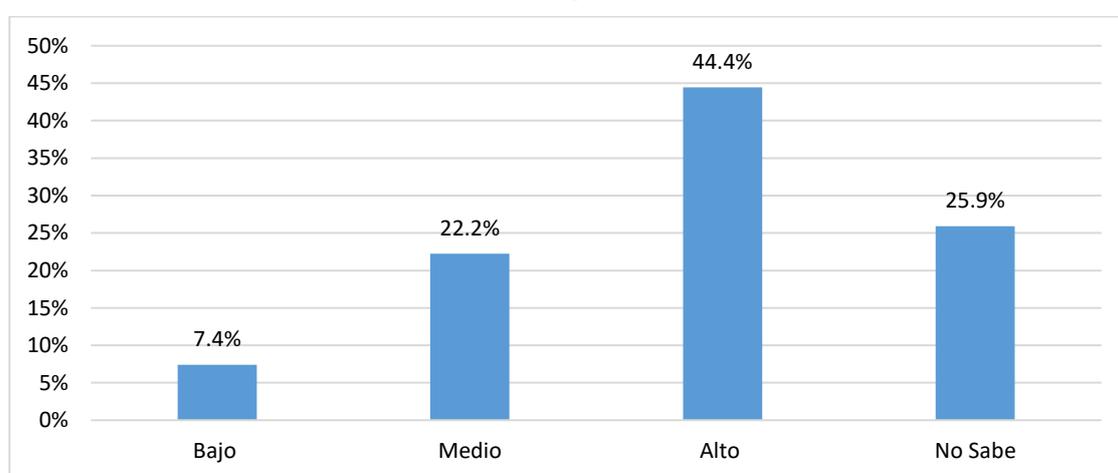
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta en línea

⁹⁴ Entrevistas con donantes, socios privados y OP del WFP.

⁹⁵ Compañía Minera Antamina, Oficina de Comunicación Corporativa. 2021. Extraído de <https://www.antamina.com/noticias/antamina-naciones-unidas-juntas-contra-anemia/>

93. **Con este mecanismo de ejecución de subactividades del EE1 en lo local y a través de los proyectos de los otros EE se garantiza su contribución al logro de objetivos y metas del PEP y de cada uno de los EE.** Esta interacción local de todos los EE del PEP para la ejecución es reconocida y bien valorada por los socios,⁹⁶ y ha logrado que los gobiernos locales y la comunidad se comprometan en la ejecución de actividades y en la participación con valor compartido. La comunidad participa en la difusión de mensajes de comunicación que les envían desde el EE1 y para ello utilizan megáfonos u otros medios de comunicación y los gobiernos locales contribuyen con tiempo de recurso humano, medios de comunicación propios.⁹⁷ Sin embargo, esta interacción de los EE en la ejecución de los proyectos no es muy reconocida por todos los actores, quienes sienten que la ejecución es de los otros EEs y en consecuencia son ellos los que logran sus metas y que además falta coordinación.⁹⁸ Hallazgo este que se sustenta en las respuestas de la encuesta en línea donde cerca del 26% no saben valorar el nivel de contribución del EE1 al logro de las metas de los otros EEs, y el 66% lo valoran como alto (44,4%) o medio (22,2%) (Figura 17).

Figura 17 - Nivel de Valoración de la contribución del Efecto Estratégico 1 a la consecución de las metas de los otros Efectos Estratégicos de la Oficina País



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta en línea

94. **El EE1 tiene una gran capacidad de respuesta rápida a las necesidades de la OP y de los EE** para contribuir al logro de la ejecución de los proyectos y la consecuente consecución de las metas.⁹⁹ Lo anterior se refleja en acciones puntuales que se han ejecutado como es la elaboración del libro de recetas de Cocina con Causa, la ejecución de líneas de comunicación en los proyectos territoriales, el Convenio con Banco de Alimentos para apoyo logístico en transporte de alimentos, el apoyo al proyecto de atención a migrantes.¹⁰⁰

“EE1 en esta etapa (pandemia) realiza y ejecuta acciones de apoyo en comunicaciones para las demás unidades”. Testimonio de entrevistado.

Resultado de rúbricas: Coherencia

95. Finalmente, los resultados del análisis de rúbricas arrojan un puntaje de 2,7 sobre un máximo de 3 para el criterio de coherencia lo que corresponde a una calificación alta (Anexo 16). Esta calificación resulta del promedio de la valoración de los actores encuestados del nivel de sinergia de los procesos de planeación del EE1 con los otros EE (Alto), del nivel de sinergia de los procesos de ejecución del EE1 con los otros EEs (Medio) y de la valoración por parte de los actores de la contribución del EE1 a las metas de los otros EEs (Alto).

⁹⁶ Entrevistas con gobierno local, sector privado y socios implementadores.

⁹⁷ Entrevista con beneficiarios indirectos, gobierno local, sector privado..

⁹⁸ Entrevista OP del WFP.

⁹⁹ Entrevista con el sector privado, Consejo Consultivo y OP del WFP.

¹⁰⁰ Entrevista con sector privado y OP del WFP..

Subpregunta 2.3: ¿Cómo contribuyó el EE1 a alcanzar las metas de los otros EEs del PEP?

Hallazgo 5: La relación del EE1 con los otros EE se da desde la planeación y ejecución de los proyectos y es un Efecto Estratégico de soporte para alcanzar las metas de los efectos estratégicos programáticos. El EE1 llega a la comunidad a través de los beneficiarios de los otros EE. El EE1 encontró un espacio propicio de transversalidad y para realizar sus actividades a través de líneas de comunicación con asignación presupuestal dentro de los proyectos de las áreas programáticas y los otros EE se benefician de la ejecución de esas líneas de comunicación para lograr sus propios objetivos y metas.

96. **El nivel de sinergia del EE1 con los otros EE es elevado** y por lo tanto **contribuye a resultados de las metas del PEP**. El EE1 se relaciona con el EE2, EE3, EE4 y EE5/EE6 a través de las líneas de comunicación que están incluidas en los proyectos y que se ejecutan con parte de los presupuestos de esos proyectos, relación que en la mayoría de los casos se da de doble vía. La transversalidad de la ejecución de las actividades de comunicación, movilización y promoción en los proyectos ha contribuido para avanzar en la disminución de la anemia y el hambre, esto se ha logrado a través de las actividades que se realizan con los beneficiarios de los proyectos en terreno de los otros EEs del PEP, **aunque no existe evidencia que permitiera cuantificar la contribución del EE1 en la disminución de la anemia**. Sin embargo, los datos recopilados durante esta evaluación demuestran que los beneficiarios indirectos, representantes del sector privado y de las autoridades locales perciben que el **transmitir conocimiento y buenos mensajes de comunicación reduce la anemia y cambia hábitos de alimentación y nutrición**.¹⁰¹

El cambio de hábitos se ha logrado con el envío de piezas de comunicación para que sean los gobiernos locales quienes se encarguen de transmitirlos por sus propios medios de comunicación y con apoyo de la comunidad, como es el caso en el proyecto de Piura. Testimonio de entrevistado.

97. Como ya se mencionó en la precedente subpregunta el 66% de quienes respondieron la encuesta opinan que el EE1 contribuyó con sus líneas de acción en un nivel alto (44,4%) o medio (22,2%) a la consecución de las metas de los otros efectos estratégicos. Quienes lo valoran en un nivel alto (44,4%) lo atribuye a la transversalidad del EE1 y a que los EEs se complementan.

“El EE1 brindó soporte al EE5 para generar el acuerdo de prestación de servicios con el Banco de Alimentos Perú. Este incluyó la elaboración del perfil de la organización, y se involucró en el diseño e implementación de las acciones de comunicaciones, en coordinación con el área programática”. Testimonio de entrevistado.

“La movilización de conciencia, en un contexto de economía de renta media, nuestro rol es generar evidencia de donde están los problemas y llevar a la mesa diferentes actores, desde este punto de vista el EE1, ayuda a los otros efectos estratégicos”. Testimonio de entrevistado.

2.3. PRIORIZACIÓN DE ACTIVIDADES DEL EFECTO ESTRATÉGICO 1

PE3: ¿Los resultados de las actividades implementadas por el EE1 han priorizado aquellas que implican menores costos y mayores beneficios?

Subpregunta 3.1: ¿En qué medida se movilizaron y apalancaron recursos que permitieron ampliar el alcance de los resultados?

Hallazgo 6: Se apalancaron y utilizaron recursos tangibles e intangibles que permitieron lograr los objetivos alcanzados y las actividades planeadas. Un aumento de las necesidades de los grupos vulnerables aumentaría los requerimientos de recursos económicos. El involucramiento del sector privado en la asignación de recursos es un logro de la implementación del EE1 y tuvo la capacidad de movilizar y apalancar suficientes recursos para ampliar el alcance de sus resultados y el de otros efectos estratégicos.

98. Según el Plan Estratégico de País del WFP para el Perú (2018-2022), **las necesidades presupuestarias totales para la implementación del EE1 eran de US\$ 3.560.152** (Tabla 10). Según se especifica en este plan, el porcentaje del presupuesto correspondiente al EE1 sobre el total del presupuesto del Plan Estratégico de País del WFP en el Perú 2018 – 2022 es más elevado en el primero y cuarto año, debido a que se esperaba tener la necesidad de mayores inversiones para consolidar el movimiento Hambre Cero Perú en 2018, y al igual que se pronosticaba que ese movimiento alcanzara su momento de mayor auge

¹⁰¹ Entrevistas con gobierno local, sector privado y OP del WFP.

en 2021 durante las celebraciones del bicentenario del Perú. Las necesidades presupuestarias del EE1, equivalen al 30% del total del presupuesto para la implementación de los objetivos estratégicos del WFP Perú.

Tabla 10 – Necesidades presupuestarias anuales indicativas para la implementación de los EEs del PEP de WFP Perú (USD)

| | Primer año | Segundo año | Tercer año | Cuarto año | Quinto año | Total |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| Efecto Estratégico 1 | 815.988 | 731.261 | 683.978 | 727.861 | 601.065 | 3.560.152 |
| Efecto Estratégico 2 | 1.136.323 | 1.173.574 | 1.177.231 | 890.351 | 726.517 | 5.103.997 |
| Efecto Estratégico 3 | 509.523 | 668.925 | 751.909 | 822.293 | 616.639 | 3.369.289 |
| Total | 2.461.834 | 2.573.759 | 2.613.118 | 2.440.505 | 1.944.222 | 12.033.437 |
| % del presupuesto para el EE1 sobre el total | 33 % | 28 % | 26 % | 30 % | 31 % | 30 % |

Fuente: Plan estratégico para el Perú (2018-2022)

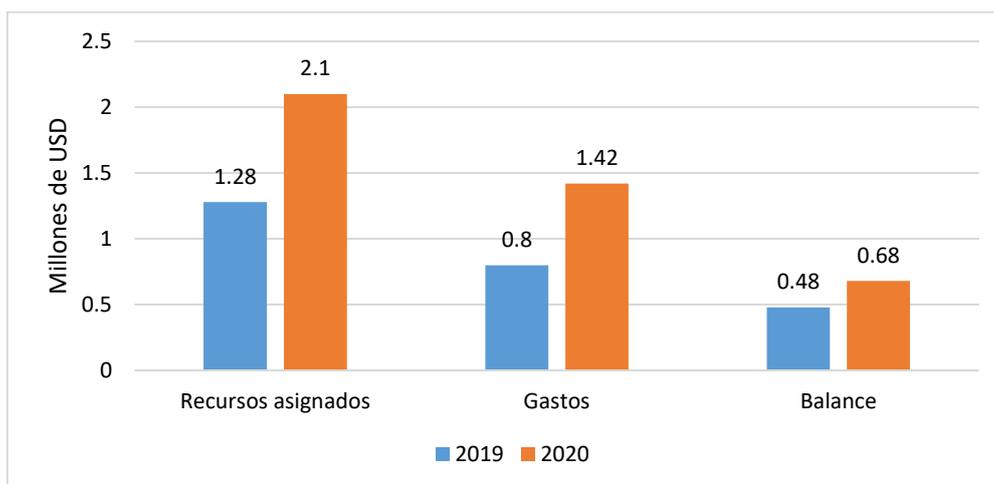
99. Estas **necesidades presupuestarias se han actualizado** entre el año 2018 y el año 2021. De acuerdo con las revisiones presupuestales del plan estratégico de WFP Perú, las necesidades presupuestales anuales para el EE1 aumentaron a US\$ 6.171.629.¹⁰² Ahora bien, del total de las necesidades presupuestarias para la implementación de los efectos estratégicos del PEP Perú, a septiembre de 2021 se ha financiado el 49%, y en el caso particular de las necesidades presupuestarias para la implementación del EE1, se ha financiado el 42%.¹⁰³
100. **La información de los recursos asignados para la implementación del EE1 muestra que estos han sido suficientes para cubrir los gastos de las actividades realizadas.** Según se muestra en la Figura 18, en el año 2019 se habían asignado 1,28 millones de dólares estadounidenses para la implementación del EE1 y se habían gastado 0,8 millones de dólares, obteniendo un balance positivo de 0,48 millones de dólares. En el año 2020, estas cifras ascendieron a un total de 2,1 millones de dólares asignados, 1,42 millones de dólares gastados y un balance positivo de 0,68 millones de dólares. Esta diferencia entre los recursos asignados y el gasto se debe a la suspensión del formato en televisión de Cocina con Causa en 2020.¹⁰⁴

¹⁰² WFP. 2021. *Evaluación del Plan Estratégico de País de PMA Perú 2018-2022*. Versión borrador.

¹⁰³ WFP. 2021. *Evaluación del Plan Estratégico de País de PMA Perú 2018-2022*. Versión borrador.

¹⁰⁴ WFP. 2021. *Evaluación del Plan Estratégico de País de PMA Perú 2018-2022*. Versión borrador.

Figura 18 – Total recursos asignados, gasto y balance del Efecto Estratégico 1 del WFP (datos acumulativos)



Fuente: Elaboración propia con base en WFP Perú Annual Country Report 2019 y 2020

101. Este balance positivo entre los ingresos y gastos muestra que se han dado cambios en las actividades planeadas que han impedido ejecutar el total de recursos asignados. Así mismo, si se quiere ampliar la cobertura de las actividades, será necesario apalancar más recursos.

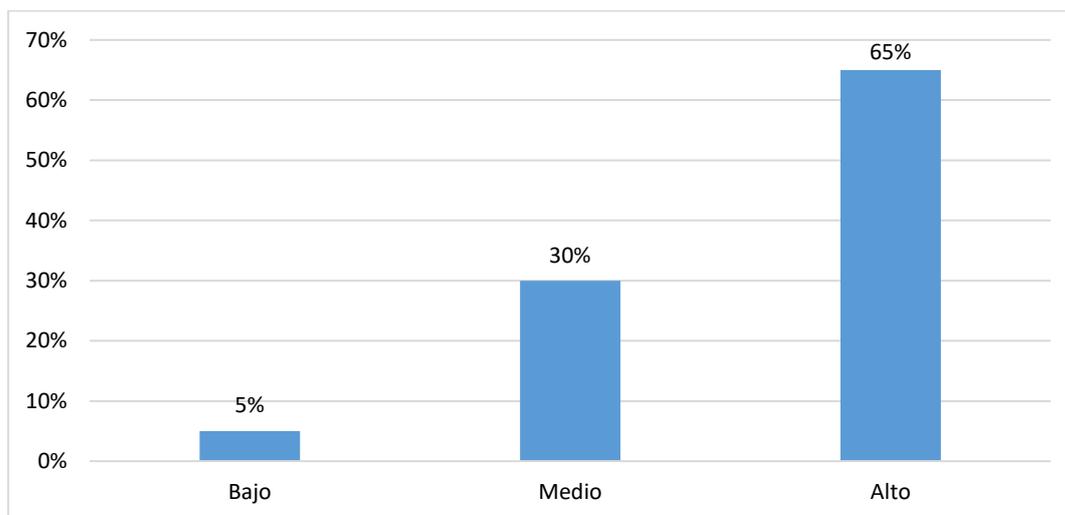
“Siempre se puede hacer más. Los recursos son suficientes para implementar lo que ya está programado, pero siempre se puede hacer más” Testimonio de entrevistado.

102. Los actores entrevistados también coinciden en afirmar que el proceso de ejecución de las subactividades del EE1 es muy cambiante y hace que sea necesario cubrir imprevistos que no fueron considerados durante el proceso de planeación. La posibilidad de obtener recursos de otros EE del WFP ha contribuido para poder suplir esas necesidades adicionales de presupuesto.

“No, definitivamente no, por eso para poder cumplir con todas las actividades, que muchas veces van surgiendo en el camino, porque uno inicia con una planificación y muchas veces esa planificación es variante. Se van sumando actividades y a veces se requiere mayor presupuesto. Por eso, desde el año pasado hemos adquirido presupuesto de los otros efectos estratégicos, nos transfieren presupuesto a través de un *Fund Reservation*, específicamente, para temas comunicacionales.” Testimonio de entrevistado.

103. La suficiencia de recursos para implementar el EE1 también es percibida por los actores encuestados. De acuerdo con la información presentada en la Figura 19, el 65% de los actores percibe que la suficiencia de los recursos movilizados y apalancados para la implementación del EE1 del WFP Perú es alta, el 30% percibe que es media y solo el 5% percibe que es baja.

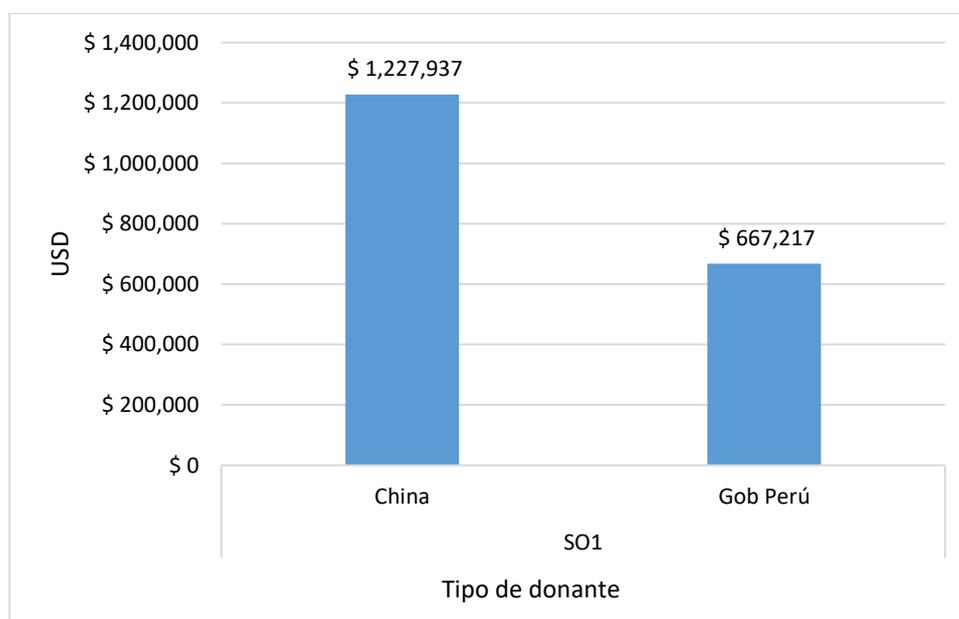
Figura 19 – Nivel de suficiencia de recursos movilizados y apalancados para la implementación del Efecto Estratégico 1



Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas de la encuesta en línea

104. Respecto al tipo de donante, la Figura 20 muestra la distribución del presupuesto total del EE1 según la fuente de recursos en el periodo de la evaluación. **El mayor monto se ha obtenido del Gobierno del China (64,7%), seguido de las donaciones del Gobierno de Perú (35,2%).** Se destaca también que otros efectos estratégicos han asignado presupuesto para actividades de comunicación desarrolladas por el EE1, principalmente recursos donados por el sector privado para el desarrollo del Proyecto Wiñantsik y PROSAN, proyecto de emergencia Ancash y los recursos donados por USAID y otras agencias para el componente de comunicación de los proyectos del EE4 y EE5/6.

Figura 20 – Presupuesto total del Efecto Estratégico 1 según el tipo del donante periodo 2018- junio 2021



Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por OP del WFP Perú

105. **Los actores involucrados en la implementación del EE1 resaltan el involucramiento del sector privado en la asignación de recursos y lo identifican como un logro de la implementación de las actividades del EE1.** No obstante, esas contribuciones no siempre se realizan específicamente para el EE1, sino que hacen parte de un proyecto que tiene un componente de comunicaciones.

“Al momento de los donantes es un poco complicado ver el financiamiento en sí, porque vendes el tema de hambre cero pero gestionas y estas movilizando los recursos pero no para EE1, sino que EE1, que es el rol desde alianzas del sector privado para proyectos, ha movilizado recurso de Repsol, Antamina,

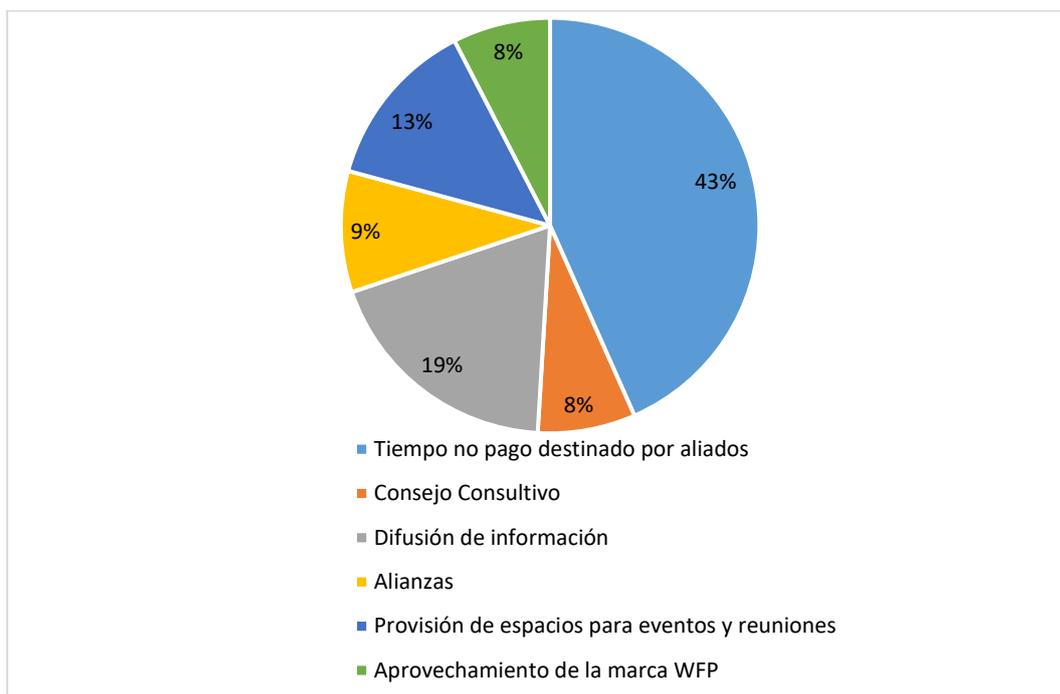
FOSPIBAY, pero no los moviliza para EE1, sino para la oficina, y claro cuando tú movilizas el recurso para el proyecto, siempre tienes el componente de comunicación, que va a EE1” Testimonio de entrevistado

Subpregunta 3.2: ¿En cuánto se estiman los costos (tangibles y no tangibles) en los que se ha incurrido para alcanzar los objetivos del EE1?

Hallazgo 7: Existen costos tangibles y no tangibles en los que se ha incurrido para alcanzar los objetivos del EE1. Los costos intangibles evidenciados en la implementación del EE1 muestran el trabajo colaborativo realizado entre diferentes actores y su compromiso dentro del desarrollo de las actividades propuestas.

106. **Los costos tangibles para la implementación del EE1 se estimaron en 3,5 millones de dólares** en el PEP del WFP para el Perú para el periodo 2018-2022. Si bien ese total ha sido ajustado en las diferentes revisiones presupuestales, a manera indicativa con base en los costos presupuestados al inicio del programa se puede observar que se distribuyen en actividades de transferencias, entre las que se incluyen el fortalecimiento de capacidades (48% del costo total), la implementación de actividades (23% del costo total), y los apoyos directos e indirectos (22% y 7% del costo total respectivamente).
107. Según información de planeación y seguimiento del EE1 disponible para el periodo 2020-2021, en estos dos años los costos tangibles de la ejecución del EE1 y las actividades transversales con otros efectos estratégicos sumaron \$529.698 dólares. El 37,3% de los costos se relacionan con las actividades propias del EE1, el 43% con el proyecto de emergencia Ancash, el 2,5% con los proyectos Wiñantsik y PROSAN, el 9,4% con el EE4 en la asistencia a migrantes venezolanos, el 0,9% con el EE4 en el proyecto PROSAN y el 6,7% con el EE5/6 de las intervenciones de logística.
108. Los costos del proyecto de emergencia Ancash incluyen elaboración de material de comunicaciones como producción audiovisual en campo, herramientas de comunicación y registro fotográfico (79,9%), servicios de asesoría en gestión de crisis (16,1%) y servicios de monitoreo de redes sociales y de noticias (4%). En el caso de los costos de los proyectos I y II Wiñantsik y PROSAN, el 100% de los costos corresponden a la elaboración de material de comunicaciones.
109. Los costos del componente de comunicación del EE5/6, particularmente la actividad de asistencia a migrantes venezolanos incluye la producción de material audiovisual en campo (38,3%), la contratación de pautas digitales, agencia de contenido y central de medios (53,7%) y la gestión de prensa de alto volumen (8,1%). En el caso del componente de comunicación del EE4 para PROSAN, el costo corresponde a la provisión de fotografías, videos y notas informativas (85%) y la visibilidad *trade marketing* (15%).
110. Finalmente, los costos del componente de comunicación del EE5/6, particularmente del proyecto logística incluyen el apoyo en transporte donde se realizó un *branding* de los camiones (57%), el apoyo en comunicación a la actividad de asesoría a la Presidencia que desarrolla ese EE (10%), servicios de fotografía, video, pauta digital y diseño gráfico (15%), servicio de monitoreo de medios y monitoreo digital (6,6%) y eventos de presentaciones (6,7%).
111. **Adicional a estos costos tangibles**, los actores encuestados y entrevistados **identificaron costos intangibles en la implementación del EE1**. Para efectos de la evaluación, los costos intangibles se entendieron como los recursos empleados para llevar a cabo actividades y para contribuir a la implementación del EE1, que no son cuantificados porque fueron donados por actores que participaron en dicha implementación, o corresponden a espacios generados previamente sobre los cuales se apoyó el programa para realizar las actividades.
112. Dentro de los costos intangibles se encuentran el tiempo no pago destinado por aliados, la difusión de información en diferentes medios, la provisión de espacios para llevar a cabo eventos y reuniones, las alianzas que se promovieron, el contar con un Consejo Consultivo y el aprovechamiento de la marca WFP. La Figura 21 muestra los costos intangibles de la implementación del EE1 del WFP identificados por los actores encuestados, según el total de actores que los identifica.

Figura 21 – Costos intangibles de la implementación del Efecto Estratégico 1 identificados por los actores encuestados



Fuente: Elaboración propia con base en información de entrevistas virtuales

113. Es así como se da colaboración como los insumos que los chefs llevaban al programa Cocina con Causa para elaborar las recetas, el tiempo de los miembros del equipo consultivo y las labores de los actores comunitarios, por los cuales el WFP no realiza ningún pago a quienes los ofrecen.¹⁰⁵

“Nosotros no le hemos pagado a los miembros de consejo consultivo, ellos participan de forma independiente en el consejo porque persiguen un propósito, ellos no nos piden ninguna contribución a cambio de su participación en el libro. Tampoco los chefs, ellos tampoco nos han pedido retribución económica, son alianzas, enganchamos su participación sin tenerles que pagar” Testimonio de entrevistado

114. De igual forma, se aporta el uso del servicio de datos de telefonía celular de socios implementadores, gobierno local y de beneficiarios que recibían información del WFP a través de las redes sociales y no en formatos físicos, debido a los ajustes que tuvieron lugar a causa de la emergencia generada por el COVID-19.¹⁰⁶

“Un costo intangible son los datos que usaron los beneficiarios para poder abrir en su Whatsapp la información que les llegaba del WFP porque ya no les entregábamos nada en físico” Testimonio de entrevistado

Subpregunta 3.3: ¿La priorización de actividades es consecuente con los costos y beneficios del EE1?

Hallazgo 8: La priorización de actividades depende en cierta medida de la disponibilidad de recursos externos, los cuales durante el periodo de evaluación estuvieron focalizados principalmente en atender las emergencias generadas por efectos de la pandemia por COVID-19 y por la migración de población venezolana. También es importante tener en cuenta la identificación de ingresos y costos intangibles para determinar de manera más integral la consecuencia de la priorización de actividades con los costos y beneficios del EE1.

115. La información de la ejecución presupuestal del EE1 muestra que **existen diferencias en el porcentaje de ejecución de las actividades**. Según la información presentada en la Figura 22, mientras que el 98%

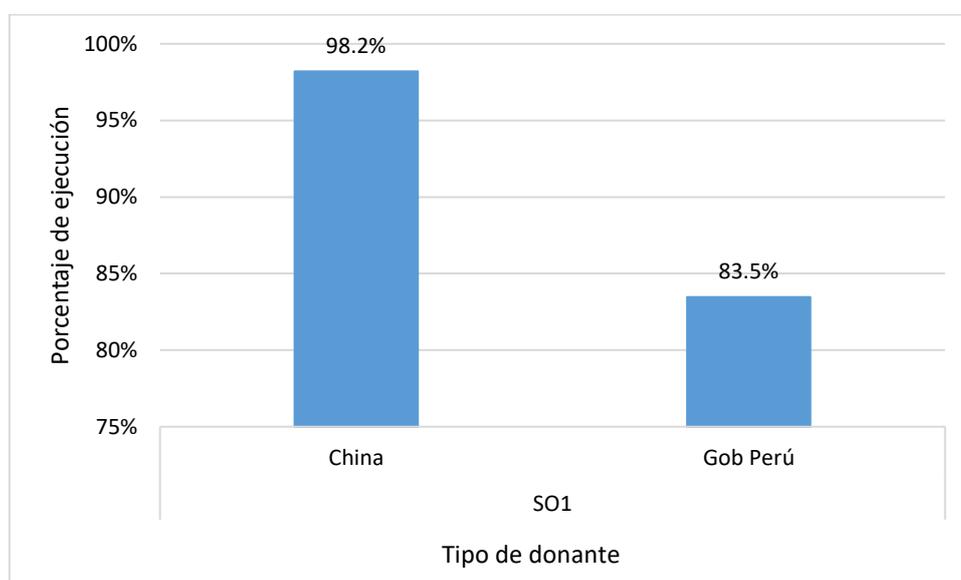
¹⁰⁵ Entrevistas con beneficiarios indirectos, chefs, gobierno local, Consejo Consultivo y socios implementadores.

¹⁰⁶ Entrevistas con beneficiarios indirectos, gobierno local, socios implementadores y OP del WFP.

de los recursos provenientes del Gobierno de China se han ejecutado, en el caso de los recursos provenientes del gobierno de Perú, la cifra corresponde al 83,5%. Es importante anotar que en estos porcentajes se ven reflejadas las decisiones de implementación tomadas a causa de la emergencia generada por el COVID-19, dado que se acordó pausar algunas actividades para retomarlas después de la emergencia (como en el caso de Cocina con Causa).

116. La información de la ejecución de recursos asignados por otros EE al EE1 muestra que en el proyecto de emergencia Ancash se han ejecutado el 92,6% de los recursos y en el apoyo al EE4 de asistencia a migrantes venezolanos y a PROSAN se han ejecutado el 86,1% de los recursos. El porcentaje de ejecución para las actividades de apoyo al EE4 es del 69,4%, de los proyectos Wiñantsik y PROSAN es del 53,2%.¹⁰⁷ **Las diferencias entre ejecuciones se relacionan con el objetivo de los proyectos y su duración**, dado que en proyectos de emergencia de corto plazo la ejecución es más rápida que en proyectos de apoyo logístico y/o de comunicación.

Figura 22 – Porcentaje del presupuesto ejecutado del Efecto Estratégico 1 por tipo de donante periodo 2018 - junio 2021



Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada OP del WFP

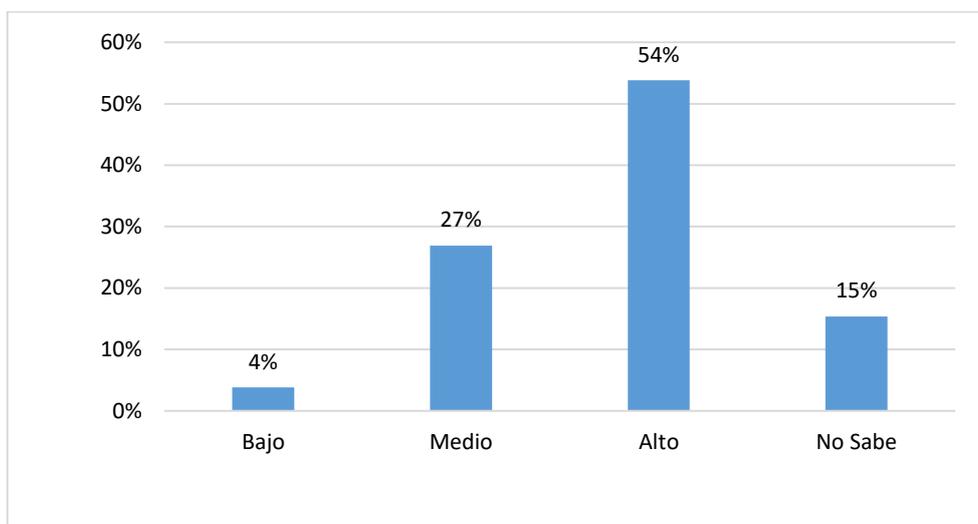
117. **Las diferencias en la ejecución** muestran que, para las actividades relacionadas con la atención de emergencias, ya sea generadas por el COVID-19 o por el flujo de migrantes provenientes de Venezuela, la ejecución es mayor dada la naturaleza de los proyectos. Esto se comprueba a través de las entrevistas con actores internos y externos.

“Allí priorizan de acuerdo con la urgencia y necesidad que tiene cada proyecto, la idea es, si tenemos varios proyectos de emergencia o de campo, ver que poblaciones no han sido atendidas en esta comunicación para el cambio de comportamiento...Entonces, se priorizan las acciones de acuerdo con la urgencia y ahí vamos poniendo el tema de SBCC en cartera de los proyectos”. Testimonio de entrevistado.

118. De acuerdo con la Figura 23, para algo más de la mitad de los actores (54%) la **correspondencia entre la priorización de subactividades del EE1 y su costo beneficio es alta**. El 27% percibe que es media y el 4% percibe que es baja, lo cual se relaciona con el hallazgo de la priorización basada en la atención de emergencias.

¹⁰⁷ WFP. 2021. *EE1 Planificación, seguimiento y control de presupuesto*. Documento interno

Figura 23 - Percepción sobre la correspondencia entre la priorización de subactividades del Efecto Estratégico 1 y su costo-beneficio



Fuente: Elaboración propia con base en información de encuestas en línea

119. Los actores entrevistados también afirman que dentro de los criterios de priorización no solo se busca el costo-beneficio de las actividades, sino también **priorizar las actividades que se relacionan con el trabajo comunitario y el posible beneficio que estas puedan tener**, lo que se debe tener en cuenta al analizar la correspondencia entre la priorización de actividades y los costos y beneficios del EE1.

Tratamos siempre de priorizar aquellas actividades que están relacionadas al trabajo más comunitario, con familias o comunidad, esa es nuestra prioridad, porque en todos los proyectos estamos convencidos que la movilización o cambio parte de la persona y la familia, y a su vez mueve a la comunidad, son esas las actividades prioritarias. Testimonio de entrevistado.

120. Es importante anotar que la presente evaluación tiene limitaciones para identificar si se ha priorizado las intervenciones de menores costos para mayores beneficios, dada la dificultad para medir el número de beneficiarios del programa, el nivel de beneficio recibido y los costos intangibles.

Resultado de rubricas: Eficiencia

121. Finalmente, la eficiencia del programa es alta, hallazgo que se corrobora con los resultados del análisis de rúbricas que arrojan un puntaje de 2,75 sobre un máximo de 3 para el criterio de eficiencia lo que corresponde a una calificación alta (Anexo 17). Esta calificación resulta del promedio de la valoración de los actores encuestados de la suficiencia de los recursos movilizados (Alto), del nivel de movilización y apalancamiento de recursos frente a los recursos propios (Alto), del porcentaje de ejecución de los costos del programa (Medio) y de la valoración de la correspondencia entre los criterios de priorización y los costos y beneficios del programa (Alto). Cabe resaltar que la ejecución de los costos del EE1 se vio afectada por la redistribución de recursos, según se explica en párrafos precedentes de este capítulo.

2.4. RESULTADOS ALCANZADOS POR EL EFECTO ESTRATÉGICO 1

PE4: ¿En qué medida los principales resultados esperados del EE1 han sido alcanzados?

Subpregunta 4.1: ¿En qué medida se logró movilizar a los diferentes aliados para alcanzar los objetivos del EE1?

Hallazgo 9: Los procesos llevados a cabo en la implementación del EE1 han logrado los resultados esperados. El EE1 ha movilizado una amplia y variada lista de aliados del sector privado y los medios de comunicación, así como del sector público y la sociedad civil de manera conjunta con otros efectos estratégicos y unidades de soporte de la OP, lo que ha permitido a WFP incidir con mensajes y propuestas a nivel nacional y regional. Del mismo modo, se han concretado alianzas con el sector privado que trascienden los aportes económicos. Sin embargo, el EE1 aún no ha logrado un “movimiento” de toda la sociedad,

inicialmente previsto en el PEP, aunque sí se ha logrado lo propuesto en la actividad “movilización”, también mencionada en el PEP.

122. Como cuestión previa, es importante una distinción conceptual: **la palabra “movilización” genera comprensiones y expectativas diferentes sobre el trabajo del EE1.** Esta confusión ocurre porque según el PEP la actividad “movilización” se describe como “la generación de un movimiento a través de actividades y eventos nacionales y locales de alto perfil durante todo el año”. Sin embargo, este término fue admitiendo diversos sentidos a lo largo del tiempo, entre actores internos y externos del WFP: 1) movilización de aliados (como es el caso de la respuesta a esta pregunta de evaluación), 2) movilización de recursos, 4) movilización para alcanzar el “movimiento” de la sociedad para reducir el hambre y la malnutrición. Esta distinción es importante para el presente informe, como también para definiciones conceptuales y operacionales en futuros planes. En este documento, cuando nos referimos a los resultados de la actividad “movilización”, en el marco del PEP, este término se restringe a la participación en eventos como medio para generar un movimiento. Lo mismo ocurre con las definiciones del PEP de abogacía (establecer alianzas con entidades gubernamentales, empresas del sector privado) y líderes de la sociedad civil para contribuir a la formulación de políticas públicas) y comunicación (incluir las cuestiones del hambre y la nutrición en la agenda pública).
123. **Se aprovechó el Consejo Consultivo para movilizar el sector empresarial** y, además, se participó en foros y eventos empresariales, como el CADE Ejecutivos y Perú Sostenible, según lo previsto en el Plan Estratégico País. El Consejo Consultivo, cuenta con diecisiete representantes individuales, mitad hombres y mitad mujeres, conformación dada al azar, provenientes todos de importantes firmas privadas y de sectores diversos como industrias extractivas, medios de comunicación, derecho, educación, entre otros.¹⁰⁸ **En total, se ha identificado que el WFP tiene relación directa con, al menos, 19 empresas a través de su Consejo Consultivo y proyectos conjuntos.** Asimismo, la participación de WFP en CADE Ejecutivos, el evento empresarial más importante del Perú permitió llegar con mensajes a cientos de empresarios y ejecutivos de las más importantes compañías del país para sensibilizarlos.¹⁰⁹ Del mismo modo, la presencia del WFP en la Mesa de Hambre Cero de Perú Sostenible lo vincula con más de 70 compañías interesadas en el tema de Hambre.¹¹⁰ En el Tabla 11 se puede observar que WFP participó en, al menos, un evento empresarial importante cada año, según lo previsto en su estrategia. No obstante, un desafío a futuro sería mantener la participación en un foro por varios años.

Tabla 11 - Lista de eventos empresariales donde participó el WFP en el marco de su estrategia

| Evento | Año | Descripción | Objetivo |
|---|------|---|--|
| CADE Ejecutivos | 2018 | Evento empresarial más importante del año. | Posicionamiento de anemia en la agenda pública. |
| Perú Sostenible | 2019 | Evento más importante de empresas comprometidas con la sostenibilidad y responsabilidad social. | Presentación del Mapeo de Actores y Acciones de Nutrición. |
| Primero Foro DIT | 2019 | Primera edición del Foro de Desarrollo de la Primera Infancia | Presentación en el panel “La base de la primera infancia.” |
| Sesión de la Cámara de Comercio de Canadá (dos veces) | 2020 | Espacio para la promoción de lazos comerciales y culturales entre Perú y Canadá. | Presentación de WFP Perú y avances en la fortificación del arroz. Presentación de la situación por COVID-19 en SAN y hambre en el país, y las actividades del WFP al respecto. |
| CADEX | 2020 | Espacio digital de discusión de temas de relevancia nacional. | Presentación en el evento: “Enfrentemos el riesgo creciente de la anemia.” |

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por la OP del WFP

¹⁰⁸ Entrevistas con Consejo Consultivo y OP del WFP..

¹⁰⁹ Entrevistas con sector privado, Consejo ConsultivoOP del WFP.

¹¹⁰ WFP. 2020. *Estrategia de Alianzas y Movilización de Recursos con el Sector Privado en el Perú (2020-2022)*. Versión borrador. Lima.

“Ha sido un honor para la compañía haber sido aceptado como aliado por el WFP. Habitualmente, los organismos internacionales tienen mucho cuidado a la hora de establecer alianzas con la empresa privada. La apuesta del WFP por esto dice mucho de ellos.” Testimonio de entrevistado externo.

124. **El EE1 también ha contribuido con el fortalecimiento de las alianzas del WFP con el sector público nacional y regional trabajando en equipo con otras áreas y sus proyectos de la OP.** Por ejemplo, la participación del WFP en el foro multipartidario más importante del Perú, como es el Acuerdo Nacional, fue una responsabilidad que, en su última edición, lideró el EE1. A diferencia de otros vínculos con el gobierno nacional y regional, que se realizan a través de otros EE, el EE1 tiene relacionamiento directo con algunos ministerios y otras entidades del nivel nacional y con gobiernos regionales y locales, como es el caso del equipo de comunicaciones que trabaja estrechamente con las direcciones de comunicación de los Ministerios de Desarrollo Agrícola y Riego, Producción, Educación, Salud, y Desarrollo e Inclusión Social. Este último caso se hace más evidente cuando los ministerios comparten en sus redes sociales campañas del WFP para ampliar el alcance institucional¹¹¹.

125. **Los medios de comunicación se vieron involucrados en distintos momentos de la implementación del EE1, mientras la sociedad civil y la academia tuvieron un involucramiento menor en comparación con la empresa y el gobierno.** Gracias a Cocina con Causa se realizaron alianzas con valor compartido, como es el caso TV Perú que cedió el espacio televisivo para Cocina con Causa, mientras la compañía radial Radio Programas del Perú (RPP), la más importante del Perú, desarrolló campañas conjuntas y cedió espacios radiales.¹¹² En el caso de la sociedad civil, encontramos la participación del WFP en foros como “La mesa de concertación para la lucha contra la pobreza”, “PERUSAN - Iniciativa por la Seguridad Alimentaria y Nutricional” y el “Foro de desarrollo infantil temprano” que ocurre al final de cada año, en algunos casos bajo el liderazgo del EE2. También se sumó la Universidad de Lima, que se vinculó aportando su estudio de grabación. Sin embargo, tanto la sociedad civil como la academia tienen una menor participación en la estrategia de alianzas en comparación los gobiernos y las empresas, lo que se refleja en el número y la composición de los aliados¹¹³(Tabla 12). En el caso particular de la academia, aparte de la Universidad de Lima, las menciones a centros de investigación como GRADE o el IEP se debe a una relación contractual, en lugar de una de aliados.¹¹⁴

“En el sector privado, un aliado natural es RPP. Con ellos hemos tenido la oportunidad de ejecutar campañas de comunicación en conjunto, siendo nosotros aliados técnicos a nivel de contenido y, a través de sus plataformas, hemos podido llegar a mucha gente para dar conocer temas que son de nuestra agenda prioritaria y también alineados con sus objetivos de difusión”. Testimonio de entrevistada

Tabla 12 - Principales aliados del Efecto Estratégico 1 por sector de la sociedad

| Sector | Entidad |
|-------------------------------------|---|
| GOBIERNO (NIVEL NACIONAL) | Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social-MIDIS |
| | Ministerio de Salud-MINSA |
| | Acuerdo Nacional |
| GOBIERNO (NIVEL SUBNACIONAL) | Municipalidad Distrital de Chavín de Huántar |
| | Municipalidad Provincial de Sechura |
| | Dirección Regional de Educación de Piura |
| | Dirección Regional de Salud de Áncash |
| | Gobierno Regional de Ancash |
| | Gobierno Regional de Callao |
| | Gobierno Regional de Piura |
| SECTOR PRIVADO | Compañía Minera Antamina |
| | Instituto Peruano de Acción Empresarial |
| | Fundación Repsol |

¹¹¹ Entrevista con WFP de la OP.

¹¹² Entrevistas con WFP de la OP e Informes Anuales del WFP de la OP.

¹¹³ WFP, Perú 2018-2020. Informes anuales y Entrevistas WFP de la OP.

¹¹⁴ Entrevistas WFP de la OP.

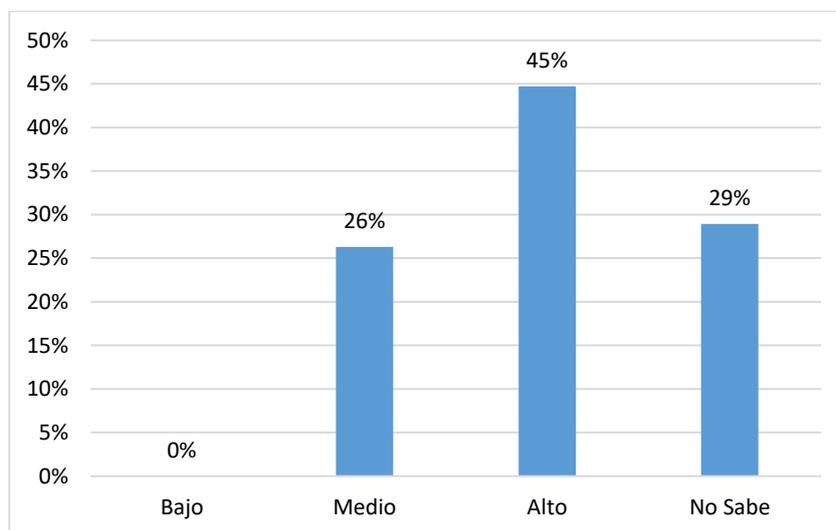
| Sector | Entidad |
|--------------|---|
| | Fondo Social del Proyecto Integral Bayóvar-FOSPIBAY |
| ACADEMIA | Universidad de Lima |
| | IRTP Instituto de Radio y Televisión de Perú |
| | Diario La República |
| | Radio Programas del Perú RPP |
| CELEBRIDADES | Chefs / Deportistas / Actores |
| DONANTES | Gobierno de Perú |
| | Gobierno de China |

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por la OP del WFP.

126. **No es posible hablar de un movimiento de toda la sociedad como producto del EE1.** Esto es así porque no son incorporados otros actores a través de estrategias propias para grupos más diversos dentro de la sociedad civil. Un primer grupo para tener en cuenta son los y las jóvenes, quienes tienen perfiles y subculturas muy variadas, además de una presencia especial en redes sociales, organizaciones de voluntariado e instituciones educativas como colegios, institutos o universidades.¹¹⁵ El segundo grupo son las organizaciones sociales. Si bien algunas fueron protagonistas de algunos capítulos de Cocina con Causa, brindándoles visibilidad e incorporándolas a la red de aliados, no se identificó una propuesta de movilización con organizaciones de base.¹¹⁶ Sobre este último, un grupo en particular que merece mayor atención son las mujeres organizadas quienes, al igual que los jóvenes, son mencionadas explícitamente en el PEP como grupos que debieron formar parte del “movimiento” que se está generando. Como sugieren varios actores entrevistados, trabajar con mujeres organizadas o tener programas específicos para fortalecer a las mujeres puede tener un impacto importante en la reducción del Hambre Cero, al mismo tiempo que en la igualdad de género.¹¹⁷

127. Lo anterior se ratifica, como se muestra en la Figura 24, con las respuestas de la encuesta en línea. El 71% de los encuestados valoran alto (45%) o medio (26%) el compromiso de los aliados movilizados. Sin embargo, el 29% asegura que no sabe cuál es su nivel de compromiso.

Figura 24 - Compromiso de los aliados movilizados para la implementación del Efecto Estratégico 1



Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas de la encuesta en línea

¹¹⁵ Entrevistas con gobierno local, socios implementadores y OP del WFP..

¹¹⁶ Entrevistas con varios actores internos y externos y en los programas de Cocina con Causa revisados.

¹¹⁷ Entrevistas con OP del WFP.

Subpregunta 4.2: ¿Cuáles son los logros alcanzados en términos de los indicadores corporativos del WFP y el alcance de las metas planificadas?

Hallazgo 10: Los indicadores corporativos del EE1 se cumplieron. Estos indicadores son el índice de Asociaciones (*Partnerships Index*), el número de actividades conjuntas con socios, el número de socios apoyados, y el número personas alcanzadas a través de medios SBCC. Sin embargo, estos indicadores y resultados son poco conocidos por los aliados y actores externos.

128. **Se ha cumplido con las metas del indicador de efecto del EE1 que es el Índice de Asociaciones (*Partnerships Index*).** Este índice es el resultado de la sumatoria de seis categorías de alianzas que son valoradas del 1 al 3: 1) Gobierno nacional y autoridades subnacionales, 2) Organizaciones de NNUU, 3) Organizaciones de la sociedad civil, 4) Academia, 5) ONG, donantes y actores locales, instituciones financieras, y 6) Sector privado, fundaciones e individuos. Estos subindicadores que componen el índice pueden dar una mayor interpretación del índice si se presentan siempre de manera desagregada en los informes. Aunque es una importante innovación institucional, este indicador no parece abarcar el real alcance del EE1, que incluye no solo las alianzas, sino la influencia que deriva de estas relaciones a través de la abogacía y de las estrategias de comunicación masiva y para el cambio de comportamiento con diferentes actores externos.¹¹⁸ No obstante, los indicadores de producto (actividades conjuntas con socios, socios apoyados, y personas alcanzadas a través de estrategias de SBCC) dan una idea más amplia y complementaria de los alcances del EE1. Estos indicadores superaron las expectativas desde el 2018 con excepción de las personas alcanzadas en el año 2020 como consecuencia de la pandemia.¹¹⁹ **Por otra parte, debe considerarse también que no todas las alianzas se pueden atribuir al EE1 solamente, pues, en las alianzas con el sector público y la sociedad civil tuvieron una participación importante, sino el liderazgo, otras áreas de la oficina país del WFP.**
129. **En su teoría de cambio, el PEP incluye un efecto inmediato casi imposible de alcanzar en el corto plazo y de medir a través de relaciones causales (sea como variable independiente o como variable dependiente): este es el “movimiento coordinado y coherente que concientiza sobre el Hambre Cero para coordinar mejor las iniciativas a favor del ODS 2 y ODS 3.”** Lo mismo ocurre con la medición de “población accede a campaña comunicacional para promover cambios de comportamiento en nutrición” pues demanda una línea de base, así como grupos de intervención y control si se busca medir sus resultados de forma experimental o cuasi experimental. Esto dificulta una medición más rigurosa de resultados corporativos.¹²⁰ En el Anexo 10 se puede observar una propuesta alternativa de Teoría de Cambio trabajada con el equipo del EE1.
130. **El EE1 desarrolló una estrategia de llegada a la sociedad que le permitió hacer movilización, abogacía/promoción y comunicación.** Cocina con Causa merece una mención especial, porque más que un programa de televisión, durante los primeros años del EE1, ha servido como instrumento para desarrollar alianzas nacionales con actores muy diversos y comprometerlos por la causa del Hambre Cero.¹²¹ Por un lado, su misma concepción supuso el involucramiento de varios ministerios, liderados por el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social y el Ministerio de Salud, que aportaban ideas y recursos económicos para la producción. A esto se suma la alianza con el canal de televisión público, TV Perú, para la transmisión gratuita, la convocatoria cocineros jóvenes y emprendedores comprometidos con la alimentación saludable, la presencia de organizaciones sociales y líderes comunitarios en el programa, celebridades y líderes de opinión, entre otros. Al mismo tiempo, Cocina con Causa sirvió de carta de presentación del WFP, otorgando reconocimiento y credibilidad.¹²² Según el análisis de contenido realizado (Anexo 14), Cocina con Causa, además de resaltar la diversidad de la cocina peruana, revaloriza los productos locales y comparte historias inspiradoras de personas y comunidades. También está alineado a los objetivos del Gobierno Peruano para reducir la anemia y la desnutrición crónica infantil y

¹¹⁸ "Corporate Results Framework (2017-2021)" (WFP/EB.2/2018/5-B/Rev.1).

¹¹⁹ WFP. Annual Country Reports 2018-2021.

¹²⁰ WFP. 2019. *Estudio de Línea de Base del Plan Estratégico de País del Programa Mundial de Alimentos en Perú (2018-2022)*. Lima: Macro Consult.

¹²¹ Entrevistas con Consejo Consultivo, Medios de Comunicación y OP del WFP.

¹²² Entrevistas con Chefs, Consejo Consultivo, Medios de Comunicación y OP del WFP.

es un ejemplo de alianza y articulación con el apoyo de instituciones públicas, el sector privado, organismos no gubernamentales y agencias de las NNUU.¹²³

“[Gracias a Cocina con Causa] se ha logrado movilizar nuevas personas, no solo donantes. Han ayudado a mantener la estabilidad de recursos para los proyectos y es también un aporte fundamental de abogacía y comunicaciones”. Testimonio de entrevistada

131. **A través del EE1, el WFP ha tenido una gran presencia en medios de comunicación, visibilizando lo que hace, sensibilizando sobre la situación de hambre y, especialmente, de anemia, llevando mensajes educativos para el cambio de comportamiento.** Se ha elaborado y ejecutado una estrategia de comunicación por diferentes medios que le ha permitido concretar y avanzar en los esfuerzos de movilización y promoción tendiente a buscar más aliados frente a una causa común como es el hambre cero.¹²⁴ Esta estrategia se confirma con en el análisis del *clipping* de medios y su contenido, pues se han publicado 1154 artículos en medios, de los cuales 997 son del año 2020, 135 del año 2021 y 22 del año 2019. Las notas periodísticas de los años 2021 y 2020 incluyen artículos de Internet (Anexo 14).
132. **El EE1 apoya el trabajo de incidencia de los otros EE a través de la producción de materiales de comunicación que sirven para llegar de manera más efectiva a los tomadores de decisión.** Existe una amplia diversidad de materiales y piezas que superan los 700 documentos en un archivo muy bien organizado del equipo de comunicaciones. Solo en una pequeña muestra analizada de forma aleatoria se encontraron banners, contenidos para redes sociales, ilustraciones, papeles membretados, videos, GIFs y stickers. Esto refleja la versatilidad y rapidez de los procesos para elaborar materiales, de manera conjunta con los programas liderados por otros EE. En términos gráficos, se observa versatilidad en los materiales sin perder el tono informativo y formal que prima en una agencia internacional de esta naturaleza. En términos de mensajes, se observan coherencia con el Plan Estratégico Institucional, el EE1 y la narrativa definida para el PEP (Anexo 14).
133. En relación con lo anterior, **los materiales y las piezas de comunicación que produce el EE1 tienen contenidos diversos según los diferentes objetivos internos.** En muchos casos, estos contenidos son insumos que proveen los equipos programáticos de otros SO. Se observa, en este sentido, que el equipo de comunicaciones no solo debe atender una gran variedad de piezas, sino también contextos, temas y actividades diferentes pues deben responder a las necesidades de todas las áreas y proyectos de la oficina. La elaboración de materiales corresponde a un plan de comunicaciones dentro de cada proyecto. Algunos solo buscan posicionamiento o presencia de marca (como es el caso de las bolsas de yute de Wiñantsik o el papel membretado de PROSAN). En otros casos, sí hay contenidos explícitamente informativos como es, en términos audiovisuales, el video que explica cómo se elabora el arroz fortificado, o, en términos visuales, el GIF que explica “cómo mantener la inocuidad de los alimentos” o la infografía sobre la extracción manual de la leche materna. En otros casos, se comparten opiniones de la Representante del WFP en el Perú para que sean compartidos en redes sociales. Aclaran los entrevistados de WFP Perú que muchas de las noticias se trabajan con los aliados particularmente del gobierno y que tanto Cocina con Causa como los materiales educativos y promocionales son productos de las alianzas y muchas de valor compartido (Anexo 14).
134. **El EE1 se ha acercado directamente a la comunidad a través de sus líneas de acción en los proyectos, especialmente a través de la radionovela La Sangre Llama.** Además del relacionamiento con gobiernos regionales y locales, el acercamiento a líderes y lideresas locales, bajo la estrategia de agentes comunitarios, es uno de los instrumentos más efectivos de movilización para alcanzar los objetivos y metas del WFP. Estas acciones son parte del apoyo que brinda el EE1 a través de SBCC en el marco programático del EE2. Entre ellos está el programa radial elaborado con la participación de la comunidad “La Sangre Llama”. Esta radionovela es una herramienta que cuenta con dos temporadas a la fecha y es muy valorada por personas e instituciones, pues logró adaptarse al contexto regional, incluyendo sus mitos y leyendas locales para crear una historia de “eduentretenimiento” en donde los actores son los mismos vecinos. La participación de los vecinos en la grabación de las voces que protagonizan el programa y el involucramiento de diferentes instituciones el gobierno y la comunidad en su producción y difusión dan cuenta de una herramienta potente de comunicación que es digno de ser más visibilizada en la escena nacional y mundial, así como de ser replicado en otros proyectos del WFP en Perú.¹²⁵ En

¹²³ Entrevistas con chefs, Consejo Consultivo, Medios de Comunicación, Organizaciones de NNUU y OP del WFP.

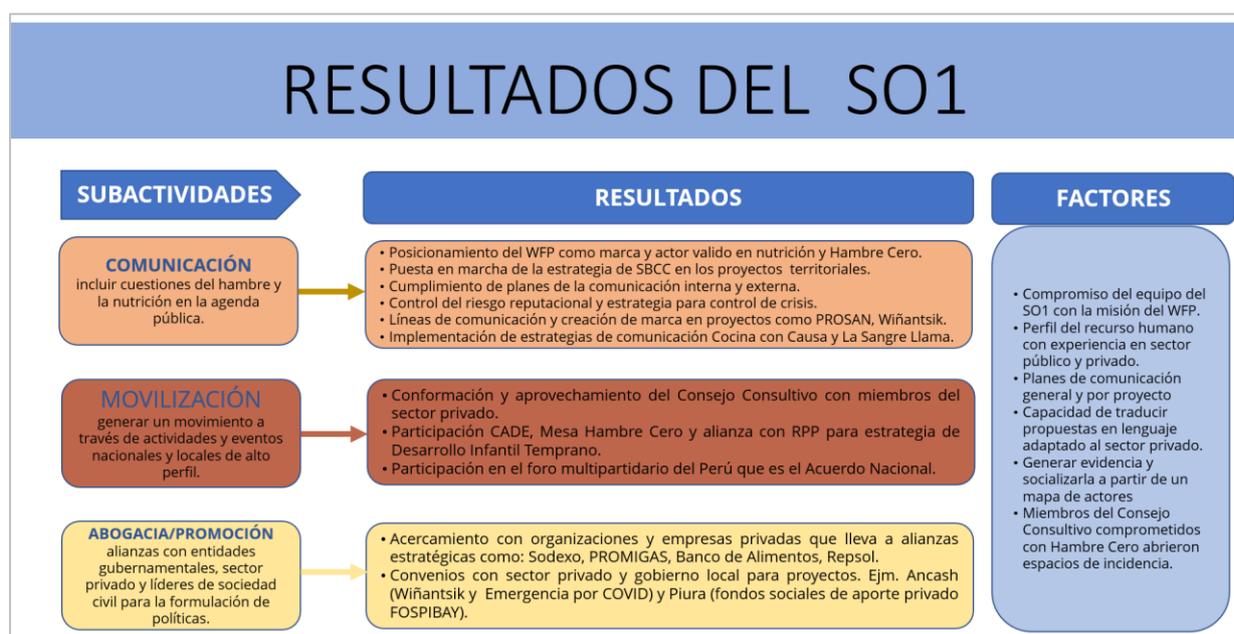
¹²⁴ Entrevistas con OP del WFP y revisión de material suministrado por WFP

¹²⁵ Entrevistas con gobierno local, socios implementadores y OP del WFP.

términos comunicacionales y de cambio de comportamiento, La Sangre Llama tiene un potencial muy similar, sino superior, además de complementario, al que presenta Cocina con Causa que cuenta con un presupuesto mucho mayor.

135. **No hay mediciones y evaluaciones de impacto específicas sobre las actividades de comunicación y, además, los resultados de las mediciones y evaluaciones existentes no han sido suficientemente socializadas con los diferentes stakeholders internos y externos.** Los entrevistados de la OP resaltan que las acciones vinculadas con el SBCC, orientadas al cambio de comportamiento en el territorio y la vinculación de la comunidad, a través de la participación directa de líderes comunitarios para el cambio de los hábitos en la familia que mejoren su salud y, en especial la salud de los niños y las niñas, son una contribución importante del EE1 a los proyectos. Los entrevistados tanto internos como externos reconocen que es difícil medir con precisión el trabajo de abogacía o incidencia, así como los efectos que puede tener en la sociedad la movilización de diversas voluntades, sin embargo, opinan que sí es posible mantener seguimiento a nivel de conocimientos y percepciones, así como rastrear trayectorias de acciones que pueden desencadenar en políticas públicas y, por último, hacer mediciones experimentales o cuasi experimentales con experiencias de comunicación, aunque sea pequeñas, de manera que ese complementa a los estudios cualitativos. A continuación, en la Figura 25 se presentan los principales resultados¹²⁶ del EE1.

Figura 25 - Principales resultados del Efecto Estratégico 1 separados por subactividades y factores



Fuente: Elaboración propia

Subpregunta 4.3: ¿El EE1 ha contribuido en la generación de cambios de comportamiento deseados en los ciudadanos (beneficiarios indirectos)?

Hallazgo 11: Se perciben cambios en el nivel informativo y cognitivo de los beneficiarios, lo que es respaldado por evaluaciones. Los cambios de comportamiento y hábitos alimentarios requieren evaluaciones o estudios específicos para dar cuenta de la contribución del EE1 en esos cambios.

136. **Los mensajes producidos por el EE1 sí han llegado a la sociedad.** A los beneficiarios indirectos les llegan de forma complementaria a los proyectos que se implementan y, en algunos casos, son retransmitidos en la comunidad, especialmente por los agentes comunitarios. Incluso, hay ideas claves que ya se han instalado en el lenguaje de la sociedad, como son la lucha contra la anemia y la importancia del hierro y de la sangrecita para combatirla. Sin embargo, al haber varias iniciativas gubernamentales y privadas que trabajan, en paralelo, transmitiendo estos mismos mensajes, no es posible saber si algún cambio de comportamiento se debe, significativamente, al trabajo del WFP a través del EE1¹²⁷.

¹²⁶ Entrevistas con los diferentes actores.

¹²⁷ Entrevistas con socios implementadores, gobierno local y beneficiarios indirectos.

137. **Se han realizado encuestas anuales a nivel nacional sobre Cocina con Causa y los hábitos alimenticios en las personas, pero estas tienen varias limitaciones.** En primer lugar, no se tiene una línea de base que permita comparar la evolución desde antes del EE1. En segundo lugar, las encuestadoras han variado a lo largo del tiempo y, con ellas, algunas preguntas, de manera que las encuestas no son del todo comparables. En tercer lugar, es muy difícil sacar conclusiones sobre las respuestas dado que los factores que han podido impulsar estas respuestas son infinitos y ajenos a la intervención del EE1 en la sociedad. Y, en el caso de las preguntas sobre Cocina con Causa, podría haber una sobrevaloración de las respuestas en las que los encuestados afirman la adopción de hábitos pues no se puede comprobar que, efectivamente, esté sucediendo. Dicho esto, sí es importante la medición sobre el nivel de recordación y las percepciones sobre algunos temas abordados durante los programas, aunque valdría complementarlo con métodos cualitativos, como algunos existentes con grupos focales o entrevistas con personas expuestas a los programas de forma total o parcial.¹²⁸
138. Partiendo de estas salvedades, una encuesta de la empresa GFK del 2017 sobre la primera temporada de Cocina con Causa indica que para el 71% de encuestados el programa era bueno o muy bueno, apreciando en él especialmente las recetas y las historias de vida que presentaba. Sin embargo, tres cuartas partes de ellos no vieron un episodio completo. Quienes vieron el programa mencionan mayor intención de cambio de su alimentación en comparación con quienes no lo vieron, especialmente para aumentar el consumo de verduras y frutas y reducir el de carbohidratos. De forma complementaria, una encuesta del 2018 confirma la buena recepción, pero solamente tres de cada diez personas de los niveles socioeconómicos C, D y E, es decir, las clases medias y las poblaciones en pobreza, han preparado alguna receta del programa.¹²⁹
139. **Entre los aliados de WFP, existe la percepción que la prevalencia de la anemia ha disminuido.** Si bien existe evidencia que muestra el cambio en la prevalencia de anemia en niños y niñas, falta una mejor difusión de estos resultados entre los aliados. Los entrevistados muestran optimismo por los resultados de los proyectos conjuntos donde participan tanto el EE1 como los otros EE. Primero, frente a la expectativa de haber logrado reducir la anemia. Segundo, al haber potencializado la motivación de las madres de familia y logrado conformar redes de madres que son mujeres cabezas de hogar, volviendo sus recetas más nutritivas y mejorando los hábitos de los niños. Tercero, al visibilizar lo que están haciendo a diferentes escalas, tanto al interior del WFP como también actores externos. Finalmente, esto se ha podido replicar en otras empresas y escalas.¹³⁰ No obstante, los datos que respaldan este optimismo pueden ser más y mejor difundidos entre los aliados.
140. Los beneficiarios indirectos han mejorado su alimentación y hábitos alimentarios gracias a la **intervención recibida y que las actividades que se realizaron por el WFP.**¹³¹ Sin embargo, no se encontró evidencia de evaluaciones o estudios realizados con esos grupos de población para medir que los cambios de comportamiento en la alimentación están relacionados significativamente con las estrategias de SBCC. En otras palabras, si bien se reconoce que es con los diferentes componentes combinados de los proyectos, incluyendo la comunicación, los que logran cambios en los beneficiarios, con una estrategia de monitoreo y evaluación más refinada podría lograrse identificar si el componente de comunicación tiene un peso específico a destacar. Actualmente, con la información disponible, esto no es posible.
141. **Por otro lado, los beneficiarios entrevistados y quienes recibieron asistencia humanitaria no siempre reconocen a WFP** o le cambian de nombre, su relación fue muy puntual para recibir la ayuda y solamente una persona afirmó que recibió información para mejorar su alimentación y ha puesto en práctica estos consejos. En el caso del primer grupo, cuando las personas vivían en territorios rurales indicaban que se informaban por sus vecinos o por medios masivos como la radio, mientras que, en el caso de los beneficiarios de ayuda humanitaria, se informaron a través de convocatorias en grupos de WhatsApp. En ambos casos, mencionaron que recibir información nutricional a través de sus grupos de WhatsApp es algo que valorarían. **Los datos de la encuesta en línea respaldan la percepción de que ha habido algún nivel de influencia de la estrategia del EE1 del WFP en el cambio de comportamiento en respecto a**

¹²⁸ WFP, *Encuestas omnibus 2017, 2018 y 2019 (I y II)*. Lima. GFK e IEP.

¹²⁹ TV Perú. *Estudio de Audiencia de Cocina con Causa, Temporadas I y II*. Lima.

¹³⁰ Entrevistas sector privado y gobierno local.

¹³¹ Entrevistas con beneficiarios indirectos.

alimentación y nutrición de la población del Perú, ya que el 42,1% de respondientes afirman que esta influencia ha sido alta y el 36,8% dicen que ha sido media.

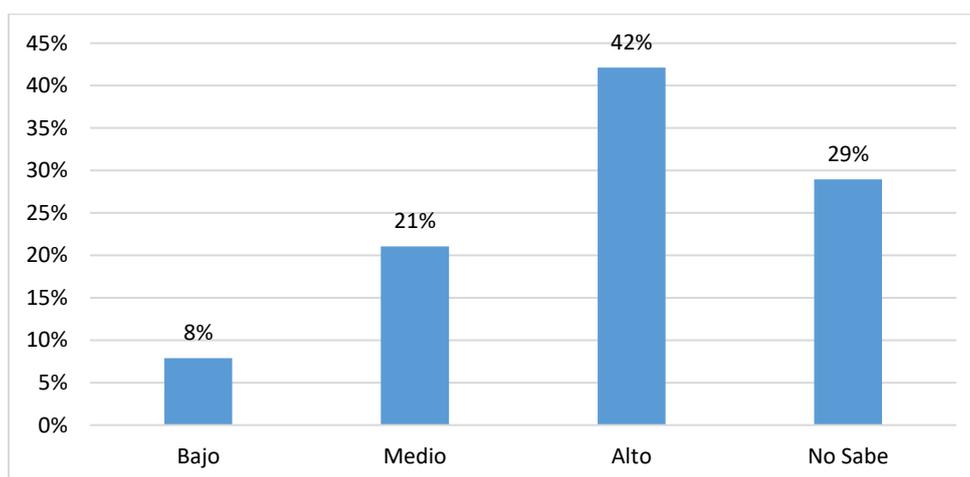
“Yo creo que se están alcanzando [resultados] y hay que seguir trabajando, porque es algo de muy largo aliento y es muy positivo lo que está alcanzando, sobre todo en los temas de anemia y la desnutrición.”
Testimonio de entrevistado.

Subpregunta 4.4: ¿Cuáles son los factores (internos y externos al WFP, incluyendo estructura organizacional de la oficina de país, los socios estratégicos y las asociaciones), que han contribuido u obstaculizado la consecución de los objetivos programáticos previstos de EE1?

Hallazgo 12: Los cambios en la estructura interna del área, la organización funcional, el número y perfiles del recurso humano, los planes de comunicación general y particular para los proyectos sí facilitaron la consecución de objetivos del EE1.

142. Como se muestra en la Figura 26 la contribución de la estructura organizacional de la oficina de país para la consecución de los objetivos programáticos previstos del EE1 es altamente valorada por el 42,1% de respondientes de la encuesta en línea y el 21,1%, la valoran como media. Algunos de ellos lo sustentan por la flexibilidad y nivel de adaptación al cambio de la estructura tanto en la oficina país como dentro del EE1.

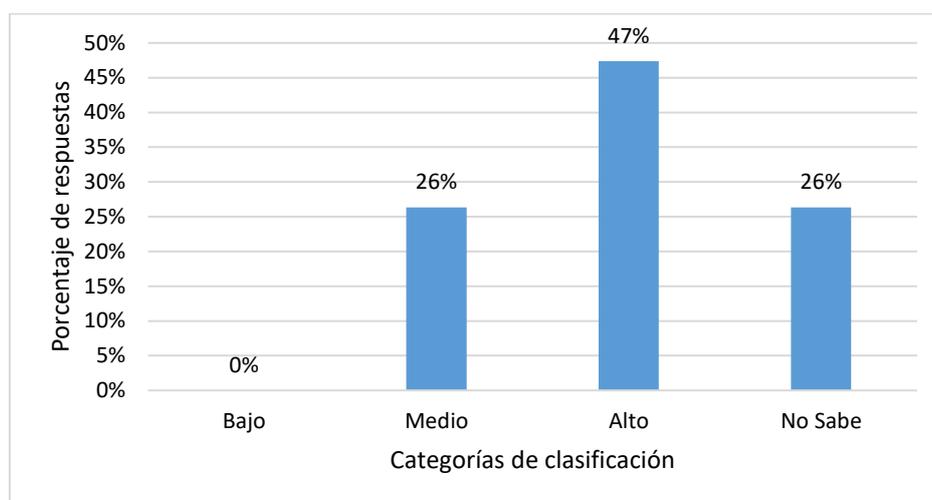
Figura 26 – Contribución de la estructura organizacional de la oficina de país a la consecución de los objetivos programáticos del Efecto Estratégico 1



Fuente: Elaboración propia con base en la información de las encuestas en línea

143. **Los socios estratégicos y las asociaciones han contribuido en la consecución de los objetivos programáticos.** El 47% de respondientes de la encuesta en línea valoraron como alto el nivel de contribución de los socios estratégicos y las asociaciones en la consecución de los objetivos programáticos previstos por el EE1 y el 26% lo valoraron como medio y, en este caso, nadie lo valoro bajo (Figura 27). Agregan quienes contestaron la encuesta que esto se debe al acompañamiento de socios y aliados, al perfil de los aliados y a la vinculación de universidades.

Figura 27 – Nivel de contribución de los socios estratégicos y las asociaciones a la consecución de los objetivos programáticos previstos del Efecto Estratégico 1



Fuente: Elaboración propia con base en la información de las encuestas en línea

144. En línea con lo anterior, la **incorporación de perfiles profesionales que se ajustan más a las necesidades del EE1, la diversidad de estos perfiles** según las distintas formas de comunicación y el relacionamiento, y el compromiso de estas profesionales (en femenino, pues todas son mujeres en el EE1 al momento de la evaluación) son, sin ninguna duda, un **activo para la organización**. El fortalecimiento del equipo del EE1 propició que, desde el inicio, se establecieran estrategias y acciones de comunicación, a nivel interno y externo, que hicieron más ágiles las relaciones con sus “clientes internos” y *stakeholders* externos, como lo llaman en el EE1. El equipo de comunicación actualizó la relación con proveedores de comunicaciones para obtener la mayor calidad posible. Organizaron el equipo de tal forma que, desde su llegada, el EE1 está al servicio de los otros efectos estratégicos para la elaboración de propuestas y materiales de comunicación. También implementó un piloto para un sistema de prevención y atención de crisis reputacional en la Región Ancash, instalándose un Comité de Crisis dentro de la OP. A su vez, establecieron un flujo de comunicación constante con sus socios en medios de comunicación, lo que ha sido mencionado por los aliados como un factor que agrega dinamismo en la relación con el WFP.¹³²

145. Hay factores que contribuyen al logro de los objetivos y las metas del EE1 y que se resumen en la Tabla 13. Entre los factores positivos, es importante destacar las capacidades del equipo que permitió contar con productos, evidencias y relaciones muy fructíferos para los objetivos de comunicación, abogacía y movilización. Entre los negativos, se encuentran los constantes cambios políticos a nivel nacional y local, sumados a la pandemia de COVID-19, lo que requirió adaptación constante que podía dificultar dar continuidad a los procesos ya iniciados.

Tabla 13 - Factores que intervinieron en el logro de metas del Efecto Estratégico 1

| Oportunidades | Desafíos |
|--|---|
| Generar evidencia de la situación de seguridad alimentaria y nutricional y tener un mapa de actores que se socializó en diferentes espacios con actores de varios sectores | Crisis Política en el país y la pandemia que limitó y retrasó la ejecución de las metas |
| Capacidad de traducir las propuestas técnicas en lenguaje adaptado a los intereses del sector privado | Cambios de recurso humano en los gobiernos locales que retrasa procesos y se pierden las acciones de fortalecimiento institucional |
| Compromiso que tiene el equipo del EE1 con la misión del WFP | La implementación de productos comunicacionales de gran escala como Cocina con Causa, demanda mucho tiempo y esfuerzo de la dirección y los equipos técnicos de la OP |

¹³² Entrevistas con OP del WFP.

| Oportunidades | Desafíos |
|--|--|
| Establecer alianzas con sector privado con aportes económicos, experiencia y conocimiento y valor compartido | Trabajo virtual y la imposibilidad de llegar a la comunidad por restricciones de la pandemia |
| La existencia del Consejo consultivo y su conformación tanto por hombres como por mujeres comprometidos con el tema del hambre y que ha abierto espacios para abogacía y movilización de actores | |
| Apoyo y acompañamiento de la Oficina Regional y la Sede de WFP que apostaron a la condición novedosa del EE1 | |
| Contar inicialmente con recursos del Fondo de China y recursos de gobierno para iniciar Cocina con Causa. | |
| Poder llegar a comunidad a través de los beneficiarios de las otras áreas programáticas | |
| La inclusión de líneas de comunicación y presupuesto con destinación específica para realizar esas líneas de acción | |
| La estructura estratégica del área de comunicaciones con dependencia directa hacia la Directora de País que facilita los procesos y agiliza las decisiones. | |
| Tener un plan estratégico de comunicaciones y un constante monitoreo. | |
| Fortalecimiento del equipo del EE1, aumentando el número de personas e incorporando perfiles profesionales altos y específicos para abordar la abogacía, la comunicación y la movilización con experiencia tanto en el sector público como en el privado, con asignación de funciones y roles. | |
| Buen nivel de relacionamiento dentro del área y con los otros EE y congruencia en el pensamiento y narrativa por parte del recurso humano EE1. | |
| El involucramiento y compromiso de diversidad de actores: sector público nacional y local, sector privado, la academia, medios de comunicación y comunidad en general. | |
| Alianzas con gobierno local de valor compartido para proyectos de las otras áreas programáticas | |
| Constante comunicación directa con el sector privado, gobierno local y sistema de NNUU y gran capacidad rápida de respuesta del WFP | |
| Capacidad Técnica en los otros EE que facilitaban información e insumos para los productos de comunicación. | |

Fuente: Elaboración propia con base en entrevistas

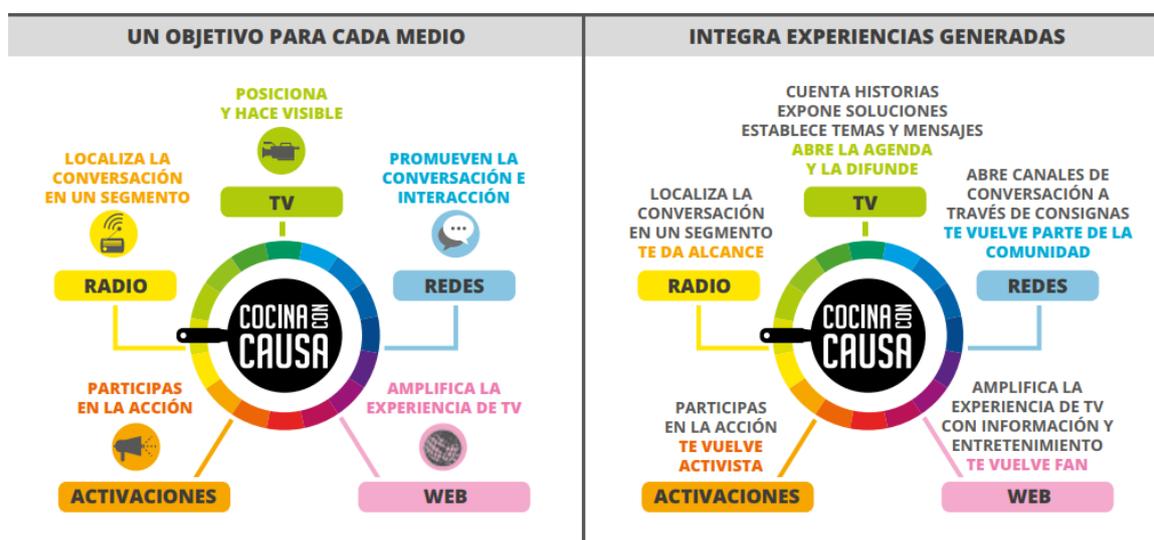
“Tenemos la suerte que nuestra representante es muy comprometida con la mejora de comunicación en nuestra oficina y, también, con el alineamiento que tenemos que lograr en nuestra organización. Tener ese espaldarazo (...) nos ha abierto puertas para poder mejorar el ritmo de coordinación que tenemos con todas las áreas y tener a disposición presupuesto para poder realizar planes de comunicación en los proyectos que antes hubieran sido inimaginables”. Testimonio de actor entrevistado.

Subpregunta 4.5: ¿Qué otras estrategias alternativas para la implementación de las acciones del EE1 se podrían utilizar para llegar a los mismos resultados?

Hallazgo 13: Cocina con Causa como estrategia ha permitido la penetración en medios masivos, con alguna presencia en redes sociales, sin embargo, existe la necesidad de un mayor componente “transmedia”. No se han utilizado en su totalidad las plataformas de redes sociales de los aliados del WFP.

146. El EE1 debe impulsar aún más su propuesta de plataforma transmedia y, consecuentemente, aprovechar plataformas de sus aliados en redes sociales para llegar a un mayor número de organizaciones sociales y beneficiarios que se sensibilicen o actúen por el Hambre Cero, más aún si la pandemia ha incrementado el uso de tecnología y productos digitales. Esta es una de las recomendaciones más recurrentes de representantes del sector privado, de medios de comunicación y de la academia: el fortalecimiento del trabajo en redes sociales para llegar a los grupos más vulnerables. En la Figura 28 se presenta la plataforma transmedia de Cocina con Causa 2019.

Figura 28 - Plataforma transmedia de Cocina con Causa 2019



Fuente: Cocina con Causa. Factsheet 2019

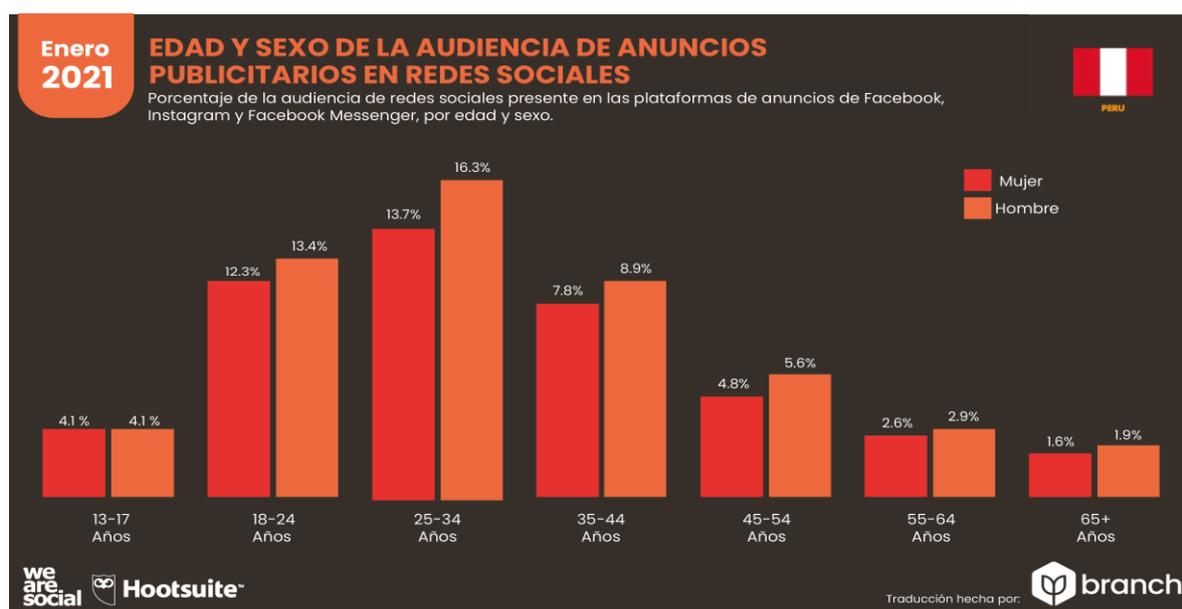
147. A pesar de los evidentes esfuerzos por iniciar una estrategia de plataforma transmedia con Cocina con Causa, esta no ha sido reconocida por la mayoría de los socios del EE1,¹³³ La mayoría de los entrevistados, o no la conocían o, sabían de los esfuerzos, pero los recordaban vagamente. Una respuesta arquetípica podría ser: “Creo que algo están haciendo en redes sociales”. Las redes sociales no solo deberían complementar la estrategia, sino deben estar en el centro de esta en el futuro.¹³⁴ En primer lugar, porque, a pesar de la permanencia de brechas digitales, hay una tendencia creciente de uso de celular en niveles socioeconómicos bajos y en población vulnerable que se ha acelerado con la pandemia (84% de la población tiene hoy internet móvil¹³⁵). En segundo lugar, porque muchas madres y muchos padres son jóvenes que viven y conviven con las redes sociales (Figura 29). En tercer lugar, porque a tendencia del consumo en redes es “a demanda”, es decir, porque no son espectadores pasivos se lo que tocará ver en televisión, sino que buscan contenidos de acuerdo a sus necesidades y expectativas.

¹³³ Entrevistas con sector privado, socios implementadores y gobierno local.

¹³⁴ Entrevista con comunicadores.

¹³⁵ DM Consultores. 2021. *Situación del uso y acceso a internet en Perú*. Lima

Figura 29 - Audiencia de Anuncios en Redes sociales por edad y sexo en el Perú



Fuente: Branch.com.co

148. Según datos de TV Perú, **Cocina con Causa alcanzó aproximadamente 21 mil hogares durante la segunda temporada en el 2018**, dentro del margen de 1 punto de rating. En comparación con la temporada anterior, del 2017, según información de TV Perú, “es difícil indicar cuál de los dos formatos tuvo mejor performance en términos de audiencia” porque los diferentes formatos, horarios y días de emisión suponen universos y composiciones también diferentes. En cuanto a niveles socioeconómicos (NSE), la audiencia de la segunda temporada fue de 35 % en los NSE AB (es decir entre los que tienen mayores ingresos en el país), 35 % en el NSE C (mayoritariamente la clase media) y 30 % en los NSE DE (en los grupos de menores ingresos en el país). En cuanto al sexo, en la segunda temporada se convierte en un programa con audiencia mayoritariamente femenina (60%). Finalmente, en cuanto a grupos etarios, en la segunda temporada, la población de 50 años a más fue el grupo mayoritario con 43%, mientras el grupo de 26 a 49 años representó 32%.
149. **Se identificó que hay espacio para experimentar de manera más arriesgada con todas las redes sociales disponibles, además de reducir los formatos televisivos a pastillas que puedan ser replicadas y vistas de manera más amigable a través de estas redes.** La principal estrategia alternativa propuesta, orientada a hacer un uso estratégico de las redes sociales para futuras ediciones de Cocina con Causa, coincide con la estrategia ya planteada por el WFP en su etapa germinal. Como se explicó en el párrafo anterior, la propuesta va más allá del uso de las redes sociales como un acompañamiento al programa de televisión, pues plantea que son las redes sociales el lugar en donde debe residir Cocina con Causa en el futuro, sin que esto suponga que se pierda un espacio televisivo complementario. Cocina con Causa podría ya no ser un programa de televisión, sino una campaña permanente, como posiblemente fue la intención durante la versión “en casa”. Habiendo dicho esto, tampoco puede dependerse demasiado de las redes sociales en algunas zonas rurales en donde todavía el acceso a señal de Internet o a datos suficientes para utilizar redes sociales es limitado, como se explicitó en las entrevistas con los beneficiarios indirectos.¹³⁶

“Pensaría en programas más chiquitos, más pequeños, pensaría en un mayor uso de redes sociales”, Testimonio de entrevistada.

Subpregunta 4.6: ¿Qué otros efectos inesperados (incluyendo los efectos del COVID), positivos y negativos se han generado durante la implementación de las acciones de la intervención?

Hallazgo 14: El COVID-19 llevó a cambios en los procesos del EE1. Ante las restricciones de movilidad, la combinación del trabajo remoto y las nuevas estrategias de comunicación del EE1 que se centraban en su

¹³⁶ Entrevistas con medios de comunicación, empresa privada y OP del WFP.

“cliente interno” se fortaleció el trabajo interno, pero dificultó llegar de manera más efectiva a algunos territorios y se fortaleció el relacionamiento entre los EE.

150. **La COVID-19 ha sido el evento más inesperado y, a la vez, impactante del planeta de los últimos dos años, así que WFP Perú y su EE1 no han escapado a las dificultades que esta tragedia presentó.** Para empezar, la agenda mediática se ocupó principalmente de la pandemia y sus efectos, dejando relegado el problema de la anemia y la malnutrición, aunque, poco a poco, el efecto negativo en el acceso a alimentos, desde una mirada de emergencia, fue cobrando interés. En este sentido, el proyecto de la tercera temporada de Cocina con Causa se vio frustrado durante el año 2020, así como una segunda temporada de La Sangre Llama. **A esto se sumó la incertidumbre e inestabilidad política del Perú en los últimos años que produjo el cambio de cuatro presidentes, incluyendo movilizaciones contra el gobierno al nivel nacional en noviembre de 2020 y elecciones generales de primera y segunda vuelta en el 2021. Este contexto desvió la atención hacia asuntos distintos a la anemia y la malnutrición, dificultando la continuidad de los proyectos de comunicación.**
151. **Del mismo modo, la comunicación con los aliados locales, especialmente gobiernos, encontró muchas limitaciones por las dificultades del acceso a Internet y porque estos actores estaban cubriendo las urgencias de la pandemia.** De manera contraintuitiva e inesperada, durante la pandemia de COVID-19 la comunicación interna se fortaleció en el WFP. Como se confirmó en las entrevistas internas, en las semanas que inició el confinamiento coincidió con el fortalecimiento del equipo de comunicaciones del WFP, con dos nuevas incorporaciones que habían sido contratadas en las semanas previas. Desde entonces, los líderes y colaboradores de los EE que son responsables de implementar entregas y programas con la ciudadanía sintieron progresivamente el EE1 como un órgano de la institución más cercano. La falta de presencialidad dificultó al EE1 el relacionamiento en el campo, especialmente con los equipos con quienes se tenía que coordinar, los aliados que esperan noticias para seguir actuando juntos y las personas a las cuales se quería atender.

“Con los aliados y equipos en territorios fuera de Lima “es muy difícil coordinar reuniones, siempre están afuera, nunca tienen tiempo, en eso si me apoyo mucho de la gente de territorio porque ellos van y llevan la computadora y podemos hacer las reuniones online”. Testimonio de entrevistada

152. Un 68,4% considera que el nivel de afectación de la implementación de las acciones de la intervención por el COVID-19 es alto, 13,2% lo considera medio (todas dentro del WFP) y 18.4 % dice no saber. En este contexto, los entrevistados de WFP reconocen que la flexibilidad del equipo de comunicación fue importante y, dado que el EE1 trabaja con base en planes anuales, otros efectos inesperados pudieron atenuarse y tomar medidas correctivas cuando fue necesario.
153. **La Oficina País analizó las condiciones bajo las que se daba el programa de televisión y esto llevó a cancelar la posibilidad de una tercera temporada de Cocina con Causa.** En primer lugar, los más de 100 episodios televisivos de la segunda temporada del programa fueron producidos íntegramente por WFP, a diferencia de la primera que era responsabilidad del canal estatal. En segundo lugar, esta labor demandaba demasiado tiempo de los funcionarios de WFP, en especial de la Representante y de la líder del EE1, restando tiempo para otros asuntos tan o más importantes y considerando que la misión del WFP no es hacer programas de televisión. En tercer lugar, la marca Cocina con Causa pertenece al canal de televisión público, TV Perú, quien no tenía interés de continuar con el programa, pero tampoco de ceder la marca. En cuarto lugar, las encuestas mostraban las limitaciones de audiencia y “rating” en un canal público, lo que se sumaba a desafíos de horario, formato y financiamiento. Finalmente, el programa de Cocina con Causa representa altos costos, tanto tangibles como intangibles, lo que incidió en las decisiones estratégicas que tomó el EE1, respecto a la priorización de actividades. En estas condiciones, lo más adecuado era replantear la idea.
154. **En términos de igualdad de género y empoderamiento de las mujeres, en Cocina con Causa se presentan casos de mujeres emprendedoras y líderes, cocineras y representantes de la cocina, sin ninguna distinción con sus pares hombres.** Hay episodios en donde todos los personajes son mujeres y hay otros en donde todos son hombres, aunque la mayoría presenta alguna variedad. Sin embargo, hay ocasiones en las que el programa ha estado reforzando estereotipos de género al hablar, por ejemplo, del rol de la madre en el cuidado de los niños y niñas, un efecto inesperado e indeseado.

Resultado de rúbricas: Eficacia

155. Finalmente, **los resultados del análisis de rúbricas arrojan un puntaje de 2,7 sobre un máximo de 3 para el criterio de eficacia lo que corresponde a una calificación alta** (Anexo 16). Esta calificación resulta del

promedio de la valoración por parte de los actores encuestados del nivel de participación de los actores movilizados (Alto), la valoración del nivel de compromiso de los actores movilizados (Alto), la valoración de la marca WFP por parte de los aliados (Alto), el nivel de avance de indicadores corporativos (Alto), la valoración de la contribución del EE1 a cambios de comportamiento en los ciudadanos por parte de los aliados (Medio), valoración de la contribución de la estructura organizacional de la oficina de país, los socios estratégicos y las asociaciones la EE1 (Medio) y del porcentaje de factores de la oficina país y de los socios estratégicos que contribuyen al alcance de los objetivos del EE1 sobre el total de factores identificados (Alto).

2.5. IMPLEMENTACIÓN DEL ENFOQUE DE GÉNERO EN EL EFECTO ESTRATÉGICO 1

PE5: ¿En qué medida el enfoque de género ha sido incluido como una actividad transversal durante la implementación de las subactividades del EE1?

Subpregunta 5.1: ¿En dónde se ha incluido el enfoque de género dentro de las actividades planteadas en el EE1?

Hallazgo 15: El EE1 no cuenta con un plan enfocado en género para la guía de productos de comunicaciones dentro del WFP Perú, a pesar de la variedad de intenciones de añadir la inclusión de género en las diversas actividades.

156. **En el EE1 se han realizado actividades aisladas con perspectiva de género.** En el 2017, WFP Perú¹³⁷ partió del análisis de la situación de la seguridad alimentaria y nutricional en el Perú con perspectiva de género, realizado dentro de *National Zero Hunger Strategic Review*, donde además de identificar brechas de género se dan recomendaciones para su articulación en el PEP.¹³⁸ No obstante, no se aborda cómo manejar el tema desde la perspectiva de comunicaciones por lo que queda fuera del alcance de esta evaluación valorar la implementación de estas recomendaciones. En el 2018, la oficina participa en un Taller sobre Comunicación centrado en el Cambio Social y de Comportamiento donde se discute como se integra género en los programas de comunicación especialmente ligados a la nutrición.¹³⁹ Aunque el PEP del WFP Perú (2018-2022) manifiesta la voluntad de centrarse en el cambio de hábitos de alimentación de las mujeres, las niñas, los hombres y los niños mediante campañas e iniciativas innovadoras de comunicación destinadas a promover cambios de comportamiento y la transformación de las relaciones de género, es notorio que el EE1 adolece de un plan de género que guíe las acciones desde la planeación, programación y la operación.¹⁴⁰ El área responsable del EE1 ha sido cuidadosa en mostrar el empoderamiento de la mujer para garantizar la seguridad alimentaria y nutricional de la familia e involucrar la imagen del hombre en las piezas de comunicación para comprometerlos en el cuidado y crianza de los niños y las niñas.¹⁴¹ Estos temas los trabajan dentro de los proyectos de los otros EE con los agentes comunitarios y facilitadores o facilitadoras para que sean multiplicadores del mensaje.¹⁴² La integración de género en el EE1 no se realiza sistemáticamente¹⁴³ como resultado de no tener un plan y no contar con un experto en transmitir mensajes de comunicación con perspectiva de género. La encuesta en línea muestra que aproximadamente el 78% valoraron como alto (40,7%) o medio (37%) el nivel de pertinencia del EE1 con la igualdad de género y cerca del 19% no saben valorar esta pertinencia (Figura 30).

¹³⁷ WFP (2017) Gender Transformative Program Assessment.

¹³⁸ Garcés Peralta, Carolina. 2017. *Análisis Con Perspectiva De Género Sobre La Situación De La Seguridad Alimentaria Y Nutricional En El Perú*.

¹³⁹ Entrevista con OP del WFP.

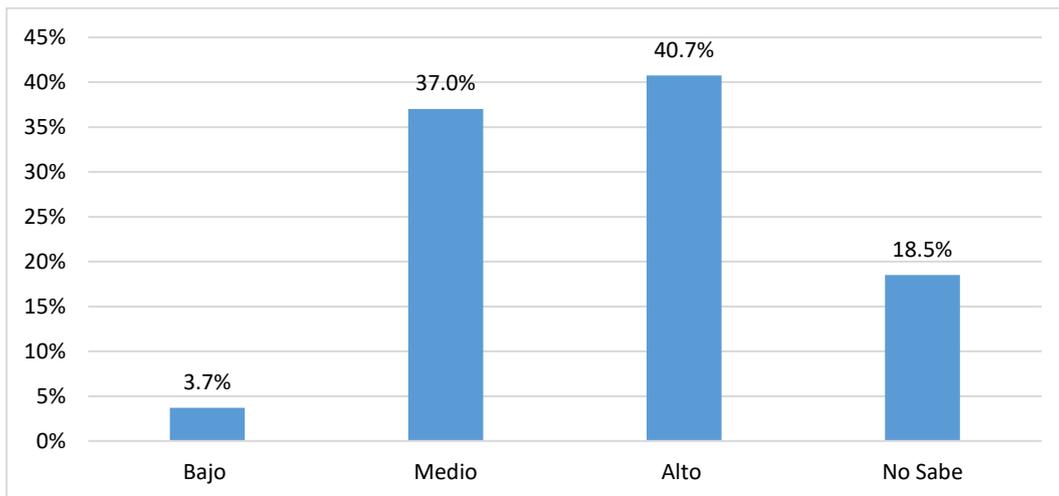
¹⁴⁰ WFP. 2021. *Evaluación del Plan Estratégico de País de PMA Perú 2018-2022*. Versión borrador.

¹⁴¹ Entrevistas con OP del WFP, Consejo Consultivo, sector privado, gobierno local y socios implementadores.

¹⁴² Entrevistas con OP del WFP, sector privado, gobierno local y socios implementadores.

¹⁴³ WFP. 2021. *Revisión de Medio Término del Plan Estratégico de País del Programa Mundial de Alimentos en Perú. (2018-2022)*. Lima. Macro Consult.

Figura 30 – Valoración del nivel de pertinencia del Efecto Estratégico 1 con la igualdad de género



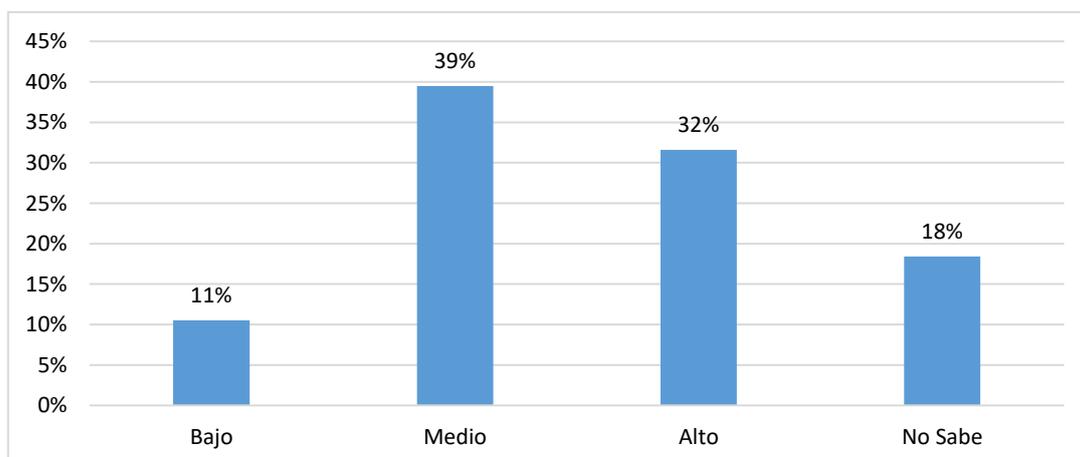
Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas de la encuesta en línea

157. Distinta es la percepción de los actores externos entrevistados, quienes consideran que el WFP a través del EE1 sí tiene un enfoque de género justificado en la presencia del hombre en los productos de la radionovela “La Sangre Llama” y Cocina con Causa, en los cuales se introducen casos donde están a cargo de la cocina del hogar, buscando desafiar los estereotipos. En el Anexo 14 se encuentra un análisis de contenido con mayor énfasis en la presencia del enfoque de género en Cocina con Causa.

“Creo que hay que pensar un poco de cómo sería el EE1 con enfoque de género. Hay oportunidades de mejora de lejos y hemos pedido apoyo a una consultora para eso, que nos ha hecho un análisis de la oficina y la idea es ver si la podemos implementar, está en proceso” Testimonio entrevistado

158. Lo anterior se ratifica en dos fuentes: a partir de la calificación de 3 sobre 4 en el Marcador de Género y Edad¹⁴⁴ en el Reporte Anual del 2020 que refleja que aún se debe trabajar en el tema y la información recolectada en las encuestas en línea, donde el 50% de los actores califican como media o baja la inclusión de este enfoque en las actividades planeadas de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía y el 32% la califica como alta. El 18% de los encuestados no tenía conocimiento sobre la inclusión del enfoque de género. (Figura 31).

Figura 31 – Valoración de la inclusión del enfoque de género en las actividades planeadas de Efecto Estratégico 1 del Plan Estratégico de País WFP



Fuente: Elaboración propia con base en información de la encuesta en línea

¹⁴⁴ WFP. 2020. *Annual Country Report*. Peru.

Subpregunta 5.2: ¿En qué medida subactividades del EE1 fueron sensibles a la igualdad de género?

Hallazgo 16: La sensibilidad de género del EE1 se clasifica entre ciego y sensible. El EE1 realiza actividades puntuales que son sensibles a la igualdad de género en su interacción con otros EE y en los materiales y estrategias de comunicación donde se usa un lenguaje inclusivo, aunque el equipo del área del EE1 no cuenta con profesional especializado en la comunicación con perspectiva de género.

159. **Las actividades tanto del EE1 como las que se realizan en conjunto con otros EE fueron sensibles a la igualdad de género en su lenguaje, capacitación y productos de comunicación.** La inclusión del enfoque de género se identifica en acciones puntuales del EE1 con los otros EE y sus actividades fueron sensibles a la igualdad de género¹⁴⁵ entre ellas se destacan: i) Hay estrategias de ámbito local como la Sangre Llama elaborada en una provincia del país y con tema central la anemia. Esta radionovela es un espacio donde se exponen temas de deberes de hombres y mujeres y responsabilidad compartida de manera equitativa en la crianza, la alimentación, la nutrición y el desarrollo integral de niños y niñas, desafiando los estereotipos de los quehaceres del hogar y mostrando otra forma de percibir la separación de tareas para la población peruana,¹⁴⁶ (Anexo 14), ii) Cocina con Causa, el cual involucra a ambos sexos al presentar tanto cocineros como cocineras impulsando la reducción de estereotipos; además, logra visibilizar diversas historias de mujeres peruanas en su sección de "Mujeres de Hierro" fomentando el empoderamiento femenino,¹⁴⁷ (Anexos 11 y 14), iii) Uso del lenguaje inclusivo dentro de los documentos o materiales que se producen dentro del EE1 como el recetario, y aquellos productos, resultado de un trabajo conjunto con otros EE, aunque dentro del equipo del EE1 no hay una especialista en el manejo de las comunicaciones y de contenidos técnicos con enfoque de género.¹⁴⁸

"No solo hablamos de jefas de hogar sino también de jefes de hogar, solamente de agentes comunitarios como mujeres sino también hombres en nuestros proyectos de agentes comunitarios. Todo eso lo volcamos al texto del libro del recetario. En los documentos que realizamos también incorporamos la inclusión de género, ya sea en los informes que nos piden los donantes, o cuando ayudamos a las áreas de programas siempre estamos alertas a eso". Testimonio de entrevistado

160. **En general en todos los actores relacionados con el EE1 se encontró una gran sensibilidad frente a la perspectiva de género y hay consciencia por parte del personal del EE1 de la necesidad de incorporar este enfoque en el desarrollo de sus funciones y en todas las actividades de comunicación que se realizan.**¹⁴⁹ En la encuesta en línea, entre quienes califican la sensibilidad a la igualdad de género en las actividades planeadas en el EE1 hay un mayor porcentaje que le da una valoración media (42%), le sigue quienes la valoran como alta (29%), y quienes responden que no saben (24%), (Figura 32). En las entrevistas realizadas en la oficina país, los actores mencionan que dentro del EE1 existe un plan de comunicaciones que responde a la igualdad de género, del cual se tiene constancia en los documentos de Plan de Actividades elaborados por el WFP, para los años 2020 (Actividad "Plan de género WFP Perú") y 2021 (Actividad "Plan de género Comunicaciones"), sin embargo, importante aclarar que el equipo evaluador no tuvo acceso a los planes de género en detalle durante el trabajo de campo. La oficina país al tener un profesional como punto focal encargado de protección y género posibilita un mejor manejo del tema que garantiza la igualdad, inclusión y equidad de género desde la planeación hasta la operación del EE1 y se logre reforzar las líneas y estrategias de comunicación que lleven a las subactividades del EE1 a tener una mayor sensibilidad a la igualdad de género.¹⁵⁰

"En las subactividades del EE1 siempre se han incorporado de manera sistemática los análisis de sexo, edad, de los diferentes participantes, yo creo que desde su planificación siempre han tenido en cuenta esa temática para poder ser implementada. La información que se ha podido proveer ha sido dirigida a hombres, mujeres, niños, niñas para poder trabajar ese tema". Testimonio de entrevistado.

Es la parte más débil que tenemos, no solo con el EE1, sino en general en la oficina, hemos tenido colegas a cargo de ver el tema de género y lo hemos rotado y era como siempre el adicional (...). Creo que es la

¹⁴⁵ Entrevistas con OP del WFP y socios implementadores

¹⁴⁶ Entrevistas con OP del WFP, socios implementadores, sector privado y gobierno local.

¹⁴⁷ Entrevistas con OP del WFP, socios implementadores, sector privado y gobierno local.

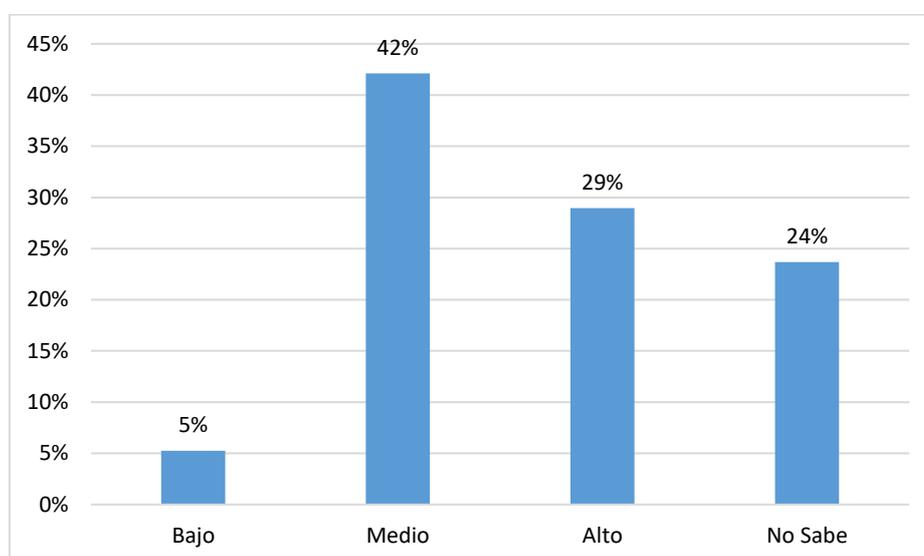
¹⁴⁸ Entrevistas con OP del WFP.

¹⁴⁹ Entrevistas con todos los actores.

¹⁵⁰ Entrevistas con OP del WFP.

primera vez, ahora que tenemos a (Nombre) viendo protección social y género (...). Testimonio de entrevistado.

Figura 32 – Valoración sobre la sensibilidad a la igualdad de género en las actividades planeadas del Efecto Estratégico 1 del PEP WFP



Fuente: Elaboración propia con base en información de encuestas en línea

161. **La sensibilidad al género de EE1 se clasifica entre ciego y sensible cuando se aplica la metodología de *OMS Gender Responsive Assessment Scale* y *OMS Gender Assessment Tool*.** En una escala de 1 a 5 donde el menor valor corresponde a un programa desigual (gender-unequal), seguido de ciego (gender-blind), sensible (gender-sensitive), específico (gender-specific), y transformador (gender-transformative), el EE1 obtuvo un valor de 2,8, es decir entre ciego y sensible, hallazgo que es congruente con lo ya mencionado en los párrafos anteriores. Los mejores resultados se obtuvieron para los temas de entender las diferencias entre sexo y género y en el poder de decisión de mujeres y hombres. No obstante, en temas como la inclusión del enfoque de género en las actividades planeadas y basar los resultados y evidencias en un análisis basado en género se obtuvieron puntajes bajos (Anexo 17).

Subpregunta 5.3: ¿Qué oportunidades de mejora se identifican en la inclusión del enfoque de género en las acciones del EE1 y especialmente en Cocina con Causa?

Hallazgo 17: Existe en el EE1 un potencial de mejora en la inclusión del enfoque de género, especialmente en algunas piezas de comunicación que se usan en el ámbito nacional y local a través de los proyectos. En el EE1 se reconoce que el tema de género es débil dentro de la planeación de sus actividades, pero hay una gran capacidad y sensibilidad del equipo humano del EE1 hacia la perspectiva de género.

162. **Las acciones del EE1 tienen un amplio potencial de mejora desde su formulación, implementación y monitoreo responsivo al género, específicamente en productos como Cocina con Causa donde el lenguaje hacia una audiencia amplia tiene repercusiones en el refuerzo o eliminación de estereotipos.** Frente a los criterios de la *Gender Assessment Tool* (GAT) de la Organización Mundial de la Salud¹⁵¹ (Figura 33), se evidencia en la encuesta en línea que el mayor nivel de desacuerdo se presenta en la presentación de resultados y evidencias del EE1 en un análisis de género (21% de los encuestados está en desacuerdo). **Hay poca información y documentación respecto a la presentación de evidencia desagregada por sexo o género y este criterio no estaba definido y no se ve como una oportunidad de mejora.**¹⁵²

¹⁵¹ WHO. 2019. *Gender Assessment Tool*,

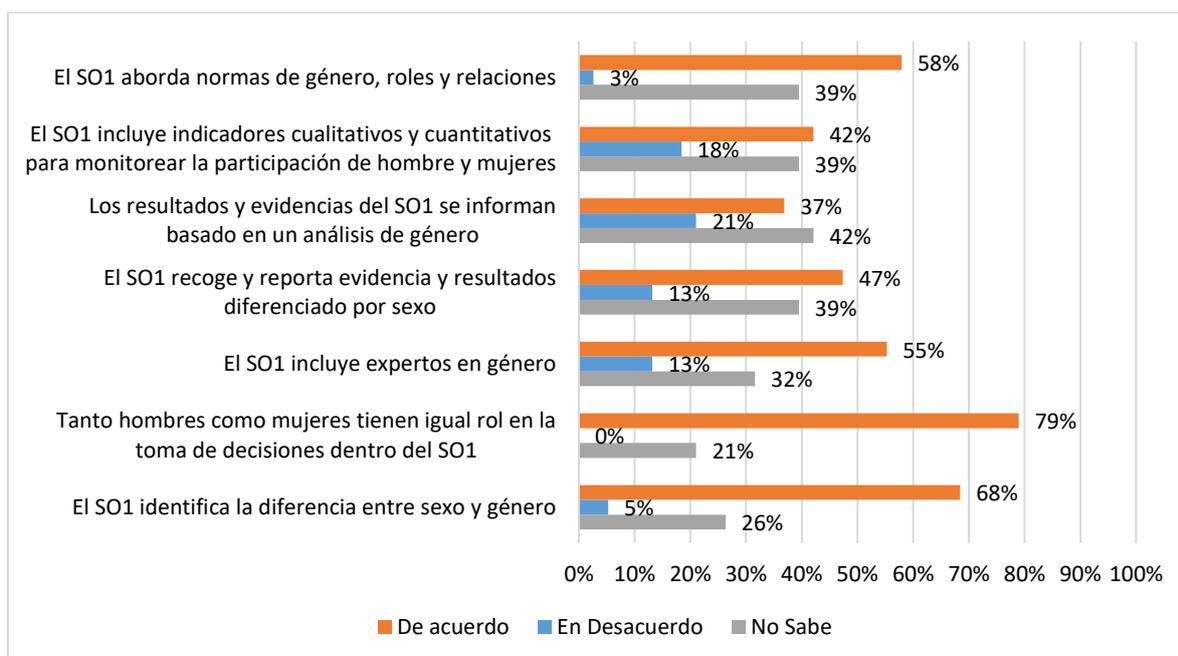
https://www.who.int/gender/mainstreaming/GMH_Participant_GenderAssessmentTool.pdf. Esta metodología se sugiere, dado que está siendo utilizada en la evaluación del PEP Perú, y permitirá garantizar la coherencia y comparabilidad entre las dos evaluaciones.

¹⁵² Entrevistas con WFP de la OP y socios implementadores.

163. Los resultados de la encuesta en línea (Figuras 33 y 34), de las entrevistas y de documentos revisados como la consultoría enfocada en género¹⁵³ nos muestra, entre otros, que **hay un desconocimiento sobre el tema de género y concuerdan en afirmar que aún hay un vacío en la definición de metas e indicadores respectivos al enfoque de género**. Para el caso de la pregunta de la encuesta en línea donde se indagaba sobre si el WFP a través del EE1 incluye indicadores cualitativos y cuantitativos para monitorear la participación de hombres y mujeres, el 42% de los encuestados están de acuerdo. En la misma línea, el 47% de los encuestados considera que el EE1 si recoge y reporta evidencia y resultados diferenciados por sexo, el 55% considera que el EE1 incluye expertos en género, el 68 % considera que el EE1 identifica la diferencia entre sexo y género y el 58 % considera que el EE1 aborda normas de género, roles y relaciones (Figura 33). En general se percibe que hay entrevistados que no saben responder si están o no de acuerdo con varias de las afirmaciones incluidas en la encuesta, un ejemplo de ello se encuentra en la Figura 34 que nos muestra que el 42% no sabe si “Los resultados y evidencias del EE1 se informan basados en un análisis de género”.

“Los materiales de comunicación son inclusivos, estas son más porque tenemos el chip que no nos podemos olvidar del género, pero no hay un diagnóstico de género, metas, indicadores. En términos de género debería haber lo mismo para luego tener acciones de género, ver cuál es la situación final”
Testimonio de entrevistado.

Figura 33 - Percepción de actores encuestados de la sensibilidad e igualdad de género en las actividades planeadas del Efecto Estratégico 1



Fuente: Elaboración propia con base en información de encuestas virtuales

164. En términos de género **se identifica que en Cocina con Causa se presentan casos de mujeres emprendedoras y líderes, cocineras y representantes de la cocina, sin ninguna distinción con sus pares hombres**, como se refleja en el análisis de contenido presentado en el Anexo 14 y en el estudio de caso de Cocina con Causa (Anexo 11). Hay episodios en donde todos los personajes son mujeres y hay otros en donde todos son hombres, aunque la mayoría presenta alguna variedad. Sin embargo, hay ocasiones en las que sí refuerza algunos estereotipos de género al hablar, por ejemplo, del rol de la madre en el cuidado de los niños.¹⁵⁴ El 61% de los actores encuestados consideran que la inclusión del enfoque de género en el programa Cocina con Causa es alta (31%) o media (29%), solo el 5% considera que es baja.

¹⁵³ Garcés C. & Gonzáles M. 2017. *Análisis con perspectiva de género sobre la situación de la inseguridad alimentaria y nutricional en el Perú*. Identificación de brechas de género y recomendaciones a la oficina del Programa Mundial de Alimentos PMA-Perú para la articulación del Programa Estratégico de País. La consultoría concluye que para el 2017, no existían suficientes ni adecuados indicadores de género para monitorear el enfoque dentro del WFP.

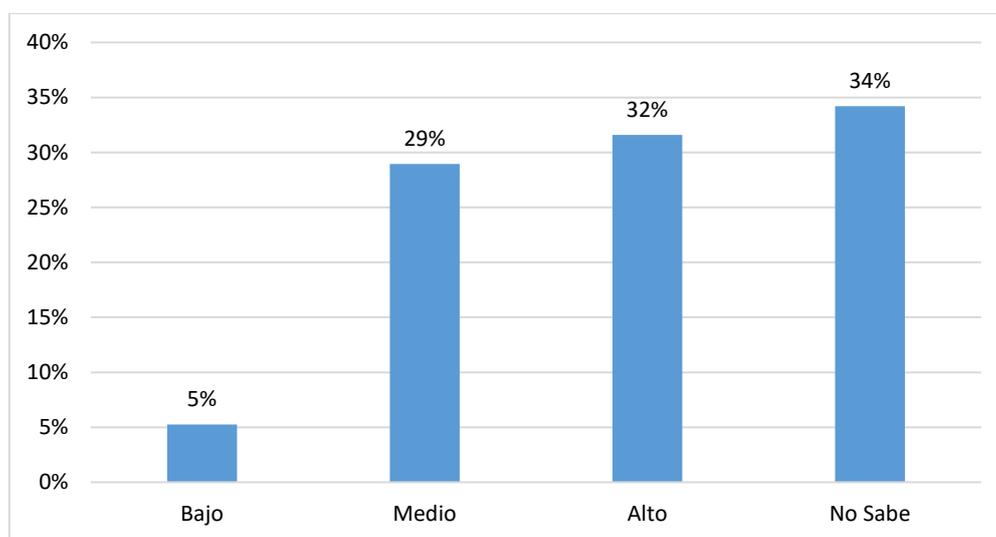
¹⁵⁴ Entrevista con OP del WFP y Chefs.

Esto se refleja en las impresiones que deja el programa en los actores entrevistados, al describirlo como un espacio sensible a la igualdad de género (Figura 34).

“En Cocina con Causa se resaltó mucho la equidad en el contenido del programa, el empoderamiento de la mujer, definitivamente, el tener una mesa compartida de chefs que son hombres y mujeres. Bajo esa mirada si hacemos otro producto comunicacional relacionado al sector privado también lo vamos a tener mapeado” Testimonio de entrevistado.

165. Este resultado de inclusión del tema de género en Cocina con Causa fue abordado por UNICEF, quien por solicitud del WFP, dirigió un taller sobre género en el año 2017 durante la primera temporada de CCC para asegurarse de que los equipos de producción, dirección y rodaje no refuerzan de forma involuntaria los estereotipos de género asociados con los alimentos, la nutrición y los cuidados de los niños y las niñas.¹⁵⁵ Este hallazgo además de identificarse en las entrevistas también se reportó en la evaluación del PEP del WFP.¹⁵⁶

Figura 34 – Nivel de valoración sobre la inclusión del enfoque de género en el programa Cocina con Causa



Fuente: Elaboración propia en base a información de entrevistas virtuales

“El equipo ha trabajado mucho para no utilizar la palabra chefs, hablar más de cocineros, cocineras, porque la idea no es solamente mostrar estrellas, sino asegurar que existe un equilibrio, mujeres que también participan en el programa, (...) por eso siempre hemos tenido mucho cuidado con la comunicación, el lenguaje, las imágenes que mostramos, (...), también cuando han invitado influencer, Instagram, etc. Siempre tener un equilibrio y evitar los estereotipos.” Testimonio de entrevistado.

Resultado de rúbricas: Género

166. Finalmente, los resultados del análisis de rúbricas arrojan un puntaje de 2 sobre un máximo de 3 para el criterio de género lo que corresponde a una calificación media (Anexo 16). Esta calificación resulta del promedio de la valoración por parte de los actores encuestados del nivel de inclusión del enfoque de género en las actividades planeadas en el EE1 (Medio), nivel de sensibilidad de las subactividades del EE1 a la igualdad de género (Medio), nivel de inclusión del enfoque de género en Cocina con Causa (Medio).

¹⁵⁵ Entrevista con OP del WFP., UNICEF.

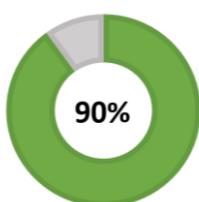
¹⁵⁶ WFP. 2021. *Evaluación del Plan Estratégico de País de PMA Perú 2018-2022*. Versión borrador.

3. Conclusiones, lecciones aprendidas y recomendaciones

167. A continuación, se presentan las conclusiones organizadas por criterio de evaluación y se sustentan en el resultado del análisis de rúbricas (Anexo 16).

168. La aplicación de las metodologías de rúbricas permitió valorar¹⁵⁷ los criterios de pertinencia, coherencia, eficiencia y eficacia en una escala “Alto” (Excelente) y para el criterio de género en una escala de “Medio” (Adecuado).

PERTINENCIA

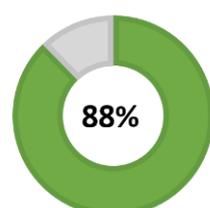


169. **Conclusión 1: El EE1 es un efecto muy particular e innovador dentro del WFP.** Con el EE1 es la primera vez dentro de la organización que se visibiliza y centraliza, bajo un mismo Efecto Estratégico, acciones de comunicación, movilización y abogacía que se venían realizando en forma aislada y con el fin de incidir en el ODS2. Si bien llega a la población más vulnerable a la inseguridad alimentaria a través de los proyectos implementados debajo de los otros efectos estratégicos, el EE1 se enfrenta a desafíos en la integración de la perspectiva de género.

170. **Conclusión 2: El WFP, a través del EE1 con las subactividades de comunicación, movilización y abogacía y las estrategias de comunicación diseñadas e implementadas, mantiene su foco en el movimiento Hambre Cero y contribuye a su sostenibilidad, a pesar de los cambios políticos en el país.** Globalmente la evaluación demostró un nivel alto de pertinencia del EE1.

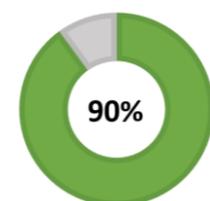
171. **Conclusión 3: El EE1 se adaptó a la contingencia del COVID-19 y mostró gran flexibilidad en la respuesta** desde la comunicación, convirtiendo la situación en una oportunidad para ajustar metas, prioridades, procesos y formas de interrelacionarse con otras áreas, con la comunidad y los privados, pero igualmente los condujo a la reprogramación de actividades y metas durante la implementación.

COHERENCIA



172. **Conclusión 4: El EE1 encontró en las áreas programáticas, especialmente en el EE2 y EE4, una oportunidad para la ejecución de actividades de comunicación, movilización y abogacía, así como formas de llegar a la comunidad y al gobierno local.** En esta forma se da la transversalidad entre los objetivos estratégicos del PEP para lograr un mismo objetivo, particularmente contribuir al logro del ODS2. El EE1 tiene el potencial para lograr cambios sociales y de comportamiento en alimentación y nutrición en la población peruana con estrategias de comunicación implementadas a nivel nacional, como es el caso de Cocina con Causa, y junto con otros objetivos estratégicos a nivel local, como en el caso de La Sangre Llama. La evaluación demostró un nivel alto de coherencia del EE1.

EFICIENCIA



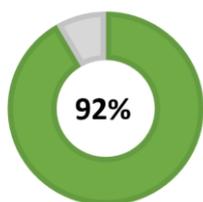
173. **Conclusión 5: Los recursos con los que ha contado el EE1 han sido suficientes para implementar las actividades planeadas y el balance de ingresos y gastos ha sido positivo.** No obstante, un aumento de la cobertura de la población a atender requerirá de un apalancamiento de mayores recursos para poder llegar a un mayor número de personas.

174. **Conclusión 6: Si bien los costos tangibles (cuantificados) del programa se relacionan con las subactividades propias del EE1 y con el apoyo que este les brinda a otros efectos estratégicos del PEP, los costos intangibles que han sido esenciales para el desarrollo de las subactividades y que no están cuantificados, se relacionan con el tiempo no pago dedicado por diferentes actores y los diferentes medios de difusión de información.**

¹⁵⁷ Para mejor visualizar la valoración de cada criterio, el puntaje obtenido fue convertido en porcentaje.

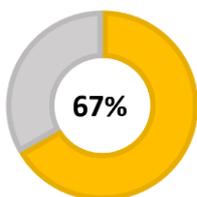
175. **Conclusión 7: La ejecución presupuestal del EE1 es una muestra del éxito de involucrar las actividades de este objetivo en sinergia con otras áreas programáticas.** Este éxito además del resultado de análisis de rubricas comprueban un nivel alto en la eficiencia de la implementación de EE1.

EFICACIA



176. **Conclusión 8: Existe una confusión semántica en el concepto de “movilización” que genera diferentes interpretaciones y expectativas.** Para empezar, la movilización es una subactividad que, según lo definido por el PEP, abarca la participación en eventos de alto perfil, especialmente con el sector privado. Esta subactividad se cumplió según lo esperado. Sin embargo, el PEP también menciona como aspiración la generación de un movimiento con varios actores de la sociedad. Este movimiento no se alcanzó completamente debido a que se logró involucrar al gobierno, sector privado y medios de comunicación, pero no en la misma medida a la sociedad civil y la academia.
177. **Conclusión 9: Las subactividades del EE1, trabajando de la mano con otras áreas de la oficina país, han cumplido con convocar, involucrar y comprometer a aliados del sector público, los medios de comunicación y, especialmente, el sector privado, posicionando al WFP e incidiendo en la agenda nacional para la reducción del hambre, la malnutrición y la anemia.** El trabajo de comunicación, abogacía y movilización fue exitoso en un campo de Lima y algunos lugares a nivel nacional, aunque han sido, más precisamente, estrategias de alianzas e incidencia. Faltó una convocatoria más amplia y diversa de la sociedad civil y la academia para alcanzar el movimiento social nacional como estuvo descrito inicialmente en el PEP. El EE1, presenta para WFP Perú una oportunidad para movilizar al sector privado con el objeto de ampliar el compromiso, las contribuciones y la cobertura de las acciones destinadas a alcanzar el ODS2, más allá de una posible alianza directa con WFP.
178. **Conclusión 10: Cocina con Causa es, a la vez, un programa de televisión y una plataforma de alianzas al servicio de los objetivos de WFP,** aunque los diferentes cambios en la organización, formato del programa y altos costos institucionales, sumado a la discontinuidad en televisión durante la pandemia por decisión de la oficina país, dificultaron su alcance y un impacto mayor en las audiencias.
179. **Conclusión 11: Los logros del EE1 en materia de generación de alianzas y estrategias de comunicaciones han sido posibles gracias al liderazgo que recae desde la dirección de la oficina y del área de comunicaciones,** y por el equipo de profesionales con gran compromiso con el WFP y con el tema de Hambre Cero, lo que ha logrado transmitirse hacia otros actores internos y, especialmente, externos.
180. **Conclusión 12: El EE1 tuvo una ingeniosa y excepcional capacidad de producir contenidos y materiales, desarrollar actividades innovadoras y hablar el lenguaje de otros actores,** lo que ha facilitado la creación de alianzas, la movilización de recursos y el posicionamiento técnico del WFP en materia de Hambre Cero.
181. **Conclusión 13: La estrategia de SBCC (Comunicación con la comunidad) ha permitido fortalecer las alianzas y convocar liderazgos locales** que, a su vez, facilitaron mejores resultados para el cambio de comportamiento y de hábitos alimentarios en el territorio, siendo la radionovela La Sangre Llama un producto comunicacional que ha transmitido mensaje de manera efectiva a partir de su adaptación a la realidad local.
182. **Conclusión 14: El sistema de monitoreo y de evaluación no ha sido suficiente para generar evidencias robustas sobre los efectos de las actividades de comunicación.** Además, el Índice de Asociaciones (*Partnerships Index*) no permite medir la amplitud y complejidad del EE1 ya que este trasciende a las alianzas al trabajar también en incidencia y comunicación. Esto se debe, principalmente, a que el Marco de Resultados Corporativo no incluye indicadores que correspondan con la naturaleza de las actividades y resultados esperados por el EE1.
183. **Conclusión 15: La OP del WFP, a través del EE1, desde su concepción a la fecha de este informe, realizó un proceso de expansión de actividades de comunicación, abogacía y movilización,** que corresponden a un trabajo de alianzas e incidencia, acompañado de la creación y adaptación de piezas comunicacionales. Este proceso es reconocido como exitoso por socios privados y públicos para la contribución del logro del ODS2 Hambre Cero y esta evaluación demostró que hay un nivel alto en la eficacia del EE1.

GÉNERO



184. **Conclusión 16: La ausencia de resultados definidos en igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en el EE1, en el marco de la Política de género de WFP, dificulta la identificación de indicadores de género y la realización de un monitoreo responsivo al género, que demuestre avances en el cierre de las desigualdades de género identificadas en el análisis de contexto.**

185. **Conclusión 17: En los últimos años el EE1 ha implementado acciones de mejora desde el enfoque de género, incluyendo el acompañamiento al equipo de Cocina con Causa para un buen uso del lenguaje, la integración de personal con experiencia en comunicaciones y empresa privada y una consultoría sobre SAN enfocada en género, sin embargo, son acciones puntuales sin una estrategia de comunicaciones con enfoque de género diseñada y basada en la Política de Género del WFP.**

186. **Conclusión 18. Las acciones del EE1 tienen un amplio potencial de mejora desde su formulación, implementación y monitoreo para incluir de manera pertinente el enfoque de género y empoderamiento de las mujeres, específicamente en productos como Cocina con Causa, donde el lenguaje hacia una audiencia amplia tiene repercusiones en el refuerzo o eliminación de estereotipos.**

3.2. LECCIONES APRENDIDAS

187. **Generar evidencia sobre seguridad alimentaria y nutricional y saberla comunicar** usando lenguaje adaptado con el sector privado facilita la conformación de alianzas estratégicas y la movilización de recursos.

188. La **elaboración de proyectos conjuntos** entre el EE1 con las subactividades de comunicación, movilización y abogacía y los demás Efectos Estratégicos programáticos **es una estrategia clave para garantizar incluir líneas de comunicación y presupuesto y así movilizar recursos** para las actividades de comunicación.

189. **La articulación entre diferentes objetivos estratégicos es fundamental para ampliar el alcance de la estrategia de comunicación**, por lo cual es importante procurar realizar los procesos de planeación, implementación y ejecución de manera articulada.

190. **El reclutamiento de perfiles profesionales diversos con experiencia en sector privado y público, y algunos más orientados a la imagen corporativa y otros más orientados al cambio de comportamiento, es una estrategia útil para movilizar de recursos y establecer alianzas** con una causa común como es el Hambre Cero.

3.3. RECOMENDACIONES

191. En la siguiente Tabla 14 se presentan las 5 recomendaciones cada una con subrecomendaciones con ámbitos estratégicos y programáticos, la mayoría de ellas deben ser tomadas en cuenta en el diseño e implementación del próximo PEP. Estas recomendaciones se formulan con base en los hallazgos y las conclusiones a las cuales llega el equipo evaluador (ver Anexo 15). Igualmente, estas recomendaciones fueron consultadas con los miembros del grupo de referencia y partes interesadas internas en el Taller de Aprendizaje que se realizó el 18 de enero de 2022.

Tabla 14 - Recomendaciones organizadas por pregunta de evaluación

| Núm. | Recomendación | Agrupación de las recomendaciones (3 opciones): Por tipo Por tema Corto/medio/largo plazo | Responsabilidad (una oficina o entidad responsable) | Otras entidades que contribuyan (si procede) | Prioridad: Alta/media | Para cuándo |
|--|---|--|---|--|-----------------------|-------------|
| Recomendación 1: Desarrollar una estrategia de comunicación, alianzas e incidencia con un rumbo claro y previamente establecido que contribuya a buscar soluciones para mejorar la seguridad alimentaria y nutricional y alcanzar el Hambre Cero. | | | | | | |
| | Subrecomendación 1.1 Continuar vinculando al sector público, privado, academia, medios de comunicación y sociedad civil al movimiento de Hambre Cero. | Mediano y largo plazo | WFP OP Gerencia EE1 y EE2 | | Alta | Enero 2023 |
| Justificación Recomendación 1: Congruente con los logros y el posicionamiento estratégico y programático del EE1, así como en sus fortalezas en comunicación, advocacy y movilización del sector privado del EE1 y en las iniciativas de transformación el WFP tiene una oportunidad en el próximo PEP para incidir en el mejoramiento de la seguridad alimentaria y avanzar en el logro del Hambre Cero. | | | | | | |
| Recomendación 2: Mantener un EE1 en el futuro con características similares a las que funciona actualmente, con una doble mirada: una transversal que apoye a los otros objetivos estratégicos en sus metas y otra programática para lograr alianzas e incidencia que impulsen políticas y proyectos para el cambio de comportamiento en la población en general. | | | | | | |
| | Subrecomendación 2.1 En el PEP o en otro documento estratégico, aclarar el rol que el EE1 cumplirá desde su naturaleza transversal y desde su naturaleza estratégica. | Mediano plazo | WFP OP Gerencia EE1 | | Alta | Enero 2023 |
| Justificación Recomendación 2: Teniendo en cuenta el logro del EE1 en la incidencia en el cumplimiento de resultados de los otros objetivos estratégicos y su contribución para el cambio de comportamientos alimentarios y nutricionales en la población, la OP a través de un EE1 tiene una oportunidad para incidir en políticas públicas sobre SAN y fortalecer alianzas público - privadas en el periodo de ejecución del próximo CSP. | | | | | | |
| Recomendación 3: Mantener el apalancamiento de recursos para llevar a cabo las actividades de comunicación, abogacía y movilización del EE1 para lograr atender las nuevas necesidades de la población generadas por el COVID-19 y ampliar la cobertura y el alcance de las actividades que se realizan, continuando con el trabajo conjunto con los efectos estratégicos programáticos e identificando costos e ingresos intangibles. | | | | | | |

| Núm. | Recomendación | Agrupación de las recomendaciones (3 opciones): Por tipo Por tema Corto/medio/largo plazo | Responsabilidad (una oficina o entidad responsable) | Otras entidades que contribuyan (si procede) | Prioridad: Alta/media | Para cuándo |
|--|--|--|---|--|-----------------------|-------------|
| | Subrecomendación 3.1 Mantener la programación de recursos económicos para las acciones de comunicaciones dentro de los presupuestos de los proyectos de los otros Efectos Estratégicos programáticos. | Mediano plazo | WFP OP Gerencia EE1 y de otros Efectos Estratégicos | Con Donantes | Alta | Junio 2023 |
| | Subrecomendación 3.2 Continuar con la labor de abogacía para apalancar recursos que permitan cubrir las nuevas necesidades de la población objetivo que surgieron a partir de la emergencia generada por el COVID-19. | Mediano Plazo | WFP OP Gerencia EE1 y de otros Efectos Estratégicos | | Alta | Junio 2023 |
| | Subrecomendación 3.3 Desarrollar una estrategia para contabilizar los costos e ingresos intangibles generados por el EE1, así como también su valor compartido. De esta manera se podrá realizar un análisis integral del apalancamiento de recursos y resultados del programa. | Mediano Plazo | WFP Gerencia EE1 | | Alta | Junio 2023 |
| | Subrecomendación 3.4 Diseñar el plan de apalancamiento de recursos con sector privado para el próximo PEP. | Mediano Plazo | WFP Gerencia EE1 y de otros Efectos Estratégicos | | Alta | Junio 2023 |
| Justificación Recomendación 3: Potencializar los resultados alcanzados a partir del trabajo conjunto con los otros Efectos Estratégicos y, de esta manera, lograr aumentar la cobertura de población que se beneficia con las actividades desarrolladas por el PMA. | | | | | | |

| Núm. | Recomendación | Agrupación de las recomendaciones (3 opciones): Por tipo Por tema Corto/medio/largo plazo | Responsabilidad (una oficina o entidad responsable) | Otras entidades que contribuyan (si procede) | Prioridad: Alta/media | Para cuándo |
|---|---|--|---|--|-----------------------|-------------|
| Recomendación 4: Aprovechar las capacidades y los aprendizajes del EE1 para que WFP asuma un rol articulador entre el Estado, sector privado y la sociedad civil, brindando asistencia técnica e incidiendo a nivel nacional para mantener el Hambre Cero en la agenda nacional. | | | | | | |
| | Subrecomendación 4.1 Mantener la especialización del equipo de comunicaciones del EE1 con diferentes enfoques, así como la confianza y el respaldo institucional en su trabajo. Incorporar un asesor senior de comunicaciones (no permanente) para asuntos específicos, como ocurre con la incidencia. | Mediano plazo | WFP OP Gerencia EE1 | | Alta | Enero 2023 |
| | Subrecomendación 4.2 Incorporar el componente de alianzas dentro del EE1, como se ve en la teoría de cambio propuesta, permitirá desarrollar una estrategia integral y centralizada del WFP con todos los actores de la sociedad. | Largo plazo | WFP Gerencia de EE1 | | Media | Junio 2023 |
| | Subrecomendación 4.3 Mantener a las comunicaciones dentro en un lugar estratégico del WFP de manera que pueda ampliar su impacto en actores internos y externos, y transversalizar acciones en los otros Efectos Estratégicos programáticos. | Mediano Plazo | WFP Director de País | | Alta | Enero 2023 |
| | Subrecomendación 4.4 | Mediano Plazo | WFP, Gerente EE1 | | Alta | Junio 2023 |

| Núm. | Recomendación | Agrupación de las recomendaciones (3 opciones): Por tipo Por tema Corto/medio/largo plazo | Responsabilidad (una oficina o entidad responsable) | Otras entidades que contribuyan (si procede) | Prioridad: Alta/media | Para cuándo |
|------|--|--|---|--|-----------------------|-------------|
| | Alinear las estrategias de comunicación masiva de carácter nacional y local bajo un mismo marco general de comunicaciones para que puedan implementarse de forma complementaria y, así, amplíen su impacto (como, por ejemplo, estrategias futuras similares a Cocina con Causa y La Sangre llama). | | | | | |
| | Subrecomendación 4.5 Incorporar desde el inicio de las actividades de comunicación una planificación del monitoreo y la evaluación rigurosa, que permita retroalimentar, ajustar y medir el efecto de los productos de comunicación antes de difundirlas masivamente. Esto se puede lograr a través de generar espacios de discusión para la incorporación de nuevos indicadores que sirvan para medir resultados en materia de comunicaciones e incidencia y que sean sensibles al género. | Mediano Plazo | WFP Gerente EE1 Unidad de M&E de la OP | | Alta | Junio 2023 |

| Núm. | Recomendación | Agrupación de las recomendaciones (3 opciones): Por tipo Por tema Corto/medio/largo plazo | Responsabilidad (una oficina o entidad responsable) | Otras entidades que contribuyan (si procede) | Prioridad: Alta/media | Para cuándo |
|---|---|--|---|--|-----------------------|----------------|
| <p>Justificación Recomendación 4: La implementación del EE1 ha dejado capacidades y aprendizajes diversos que WFP debe capitalizar para el futuro. Sin embargo, tiene que quedar claro su rol como articulador o facilitador de procesos conjuntos, en lugar de un implementador. Estos esfuerzos deben orientarse a una mayor capacidad de incidencia a través de la asistencia técnica, como consecuencia del trabajo de comunicación y alianzas. Existen muchos avances para poder realizar estudios más rigurosos de evaluación de comunicaciones y existe conocimiento acumulado que puede ser aprovechado para futuros proyectos, como es el caso de los materiales compilados en "<i>The Communication Initiative Network</i>"¹⁵⁸.</p> | | | | | | |
| <p>Recomendación 5: Definir y crear el tipo de enfoque de género del EE1 basándose en la Política de Género del WFP, que permita identificar resultados de avance de género y empoderamiento de la mujer.</p> | | | | | | |
| | <p>Subrecomendación 5.1 Incluir en los documentos de planificación resultados definidos en igualdad de género y empoderamiento de las mujeres, de modo que las acciones de género no sean aisladas sino parte de una integración sistemática del enfoque de género que debe ser transformador según las necesidades y el contexto.</p> | Mediano Plazo | WFP OP y OR, Gerencia de EE1 y Punto Focal Género. | | Alta | Junio 2023 |
| | <p>Subrecomendación 5.2 Aumentar las capacidades del equipo del EE1 en temas de comunicación sensible al género.</p> | Corto Plazo | WFP OP y OR Gerente EE1 y Punto Focal Género | | Alta | Diciembre 2022 |
| | <p>Subrecomendación 5.3 El próximo PEP debe continuar con acciones dentro de las líneas y estrategias de</p> | Mediano Plazo | WFP OP y OR, Gerencia de EE1 y Punto Focal Género. | | Alta | Junio 2023 |

¹⁵⁸ En este sitio pueden encontrarse algunos informes relacionados estrictamente con el monitoreo y evaluación de proyectos de comunicación: https://www.comminit.com/global/search/apachesolr_search/?filters=tid%3A36%20tid%3A30%20tid%3A259%20tid%3A11%20tid%3A129%20tid%3A432

| Núm. | Recomendación | Agrupación de las recomendaciones (3 opciones): Por tipo Por tema Corto/medio/largo plazo | Responsabilidad (una oficina o entidad responsable) | Otras entidades que contribuyan (si procede) | Prioridad: Alta/media | Para cuándo |
|---|--|--|---|--|-----------------------|-------------|
| | comunicaciones ligado a los programas de nutrición con enfoque de género transformador y que permita identificar brechas y desigualdades que hay que cerrar. | | | | | |
| Justificación Recomendación 5: Ante la debilidad del EE1 de integrar un enfoque de género y monitoreo responsivo a género de manera sistemática, la OP tiene una oportunidad de incluir en el próximo CSP resultados definidos en igualdad de género y empoderamiento de las mujeres ligados a sus acciones de comunicación. | | | | | | |

Anexo 1. Resumen de los términos de referencia

La presente es una evaluación temática del EE1 y su interrelación con las actividades de soporte que brinda a los demás objetivos estratégicos del Plan Estratégico de País (PEP) y cubrirá el periodo 2018-2020. Su propósito es doble: 1) de asunción de la responsabilidad, para valorar y reportar sobre el desempeño y los resultados del EE1 y 2) de aprendizaje, para determinar las razones por las cuales ciertos resultados ocurrieron o no ocurrieron, para así generar conclusiones y derivar en buenas prácticas y sugerencias para el aprendizaje.

CONTEXTO Y TEMA DE LA EVALUACIÓN

El Plan Estratégico de País (2018-2022) del WFP reforzó el enfoque de lograr resultados como socio fundamental del Gobierno en materia de seguridad alimentaria y nutrición. En un primer planteamiento del PEP, este contribuía principalmente a 3 efectos estratégicos alineados a políticas de desarrollo de capacidades, nutrición, redes de seguridad y protección social.

El objetivo del EE1 del PEP Perú es contribuir a la erradicación del hambre para el 2030 mediante la creación de una alianza nacional de múltiples partes interesadas en la que participen el Gobierno, el sector privado, la academia y la sociedad civil, que se conoce como "Hambre Cero Perú".

De acuerdo con el PEP, el EE1 se centra en 3 subactividades:

- **Abogacía:** a través del establecimiento de alianzas para realizar actividades que promuevan la incidencia de los temas de seguridad alimentaria, hambre y nutrición en la agenda del sector privado y público. El Consejo Consultivo WFP Perú es uno de los principales grupos que promueven la participación de WFP en eventos de alto nivel. Además, se establecen alianzas para obtener fondos del sector privado para realizar intervenciones territoriales que generen evidencias que contribuyan con la formulación de políticas públicas.
- **Comunicación:** soporte clave para colocar temas de seguridad alimentaria, hambre y nutrición en la agenda pública del país, entregando un mensaje coherente con

nuestro propósito de trabajar de forma multisectorial para alcanzar el Hambre Cero.

- **Movilización:** dependiendo del contexto social y político del país, WFP participa en eventos o reuniones de alto perfil a nivel local y nacional, campañas masivas y en espacios especializados donde se difunden los temas de seguridad alimentaria, hambre y nutrición, durante todo el año.

Como parte de sus principales logros este Efecto Estratégico que ha permitido diseñar e implementar acciones diferentes a las que normalmente se abordan en el WFP, prueba de ello es el programa de Televisión "Cocina con Causa" y las alianzas generadas con donantes no tradicionales del sector privado.

Por otro lado, los sucesos acontecidos ante la pandemia por la COVID-19 generaron una crisis humanitaria y económica que superó las capacidades actuales del Gobierno de respuesta ante una emergencia. Por ello, se crearon dos nuevos efectos estratégicos relacionados a respuesta a crisis. El EE1 ha contribuido al cumplimiento de los objetivos de estos efectos estratégicos, mediante el diseño e implementación de estrategias de comunicaciones adaptadas al contexto de cada territorio y a las necesidades de la población.

Es necesario señalar que las acciones del EE1 no cuentan con beneficiarios directos, ya que sus subactividades están centradas en abogacía, comunicación y movilización, para crear una alianza con el fin de alcanzar el ODS 2.

Respecto a los beneficiarios indirectos de las acciones, se encuentra en general la población en su conjunto y en específico la población alcanzada a través del programa de televisión Cocina con Causa y a través del plan de comunicaciones de los proyectos en territorio.

Los recursos destinados en el periodo 2018-2020, han sido de US\$ 2,095,152.

La evaluación se regirá por los criterios del Sistema para el Aseguramiento de la Calidad de las Evaluaciones Descentralizadas del WFP (DEQAS), el cual define los estándares de calidad esperados en sus evaluaciones y establece los

procesos con pasos integrados para el aseguramiento de la calidad. El DEQAS se basa en las normas y estándares Grupo de Evaluación de Naciones Unidas (UNEG) y en las buenas prácticas de la comunidad internacional de evaluación.

OBJETIVOS Y PARTES INTERESADAS DE LA EVALUACIÓN

Las evaluaciones del WFP tienen un doble objetivo de asunción de responsabilidad y aprendizaje.

La evaluación incluirá como informantes clave a los beneficiarios indirectos (ya que las subactividades del EE1 no están centradas en beneficiarios directos) y la información será útil para las partes interesadas internas y externas al WFP. Los beneficiarios indirectos tienen interés en saber cuál ha sido la contribución del WFP en sus vidas y en qué medida ha contribuido a sobrellevar contextos desafiantes y complejos. Por otro lado, el Consejo Consultivo se verá favorecido con esta evaluación para la mejora de su toma de decisiones sobre actividades relacionadas a Hambre Cero.

PREGUNTAS CLAVE DE LA EVALUACIÓN

La evaluación abordará las cinco preguntas clave siguientes:

PREGUNTA 1: ¿En qué medida los principales resultados esperados del EE1 han sido alcanzados?

La evaluación permitirá identificar hasta qué punto los productos entregados mediante las acciones del EE1 han contribuido a la generación de cambios de comportamiento deseados en los ciudadanos. Permitirá reconocer qué factores externos o internos al WFP contribuyeron u obstaculizaron la consecución de los objetivos previstos. Además, se identificarán los principales logros de objetivos y resultados del EE1.

PREGUNTA 2: ¿Los resultados de las actividades implementadas por el EE1 han priorizado aquellas que implicaron menores costos y mayores beneficios?

La evaluación analizará en qué medida las acciones y los resultados fueron costo-eficientes, además de la existencia de estrategias alternativas que se pudieron haber implementado para lograr los resultados.

PREGUNTA 3: ¿Las actividades implementadas por el EE1 han podido adaptarse a los diferentes contextos que han ido surgiendo durante el período de ejecución del PEP?

La evaluación valorará en qué medida las acciones del EE1 han contribuido con la respuesta de WFP a las necesidades y dificultades de los grupos de escasos recursos económicos o mayor vulnerabilidad.

PREGUNTA 4: ¿En qué medida las acciones implementadas por el EE1 están en sinergia e interrelacionadas con los otros objetivos estratégicos de la oficina país?

La evaluación identificará en qué medida las acciones implementadas por el EE1 están en sinergia e interrelacionadas con los otros EE de la Oficina País.

PREGUNTA 5: ¿En qué medida el enfoque de género ha sido incluido como una actividad transversal durante la implementación de las actividades del EE1?

La evaluación analizará en qué medida las acciones del EE1 han desafiado y cambiado los roles de género o han identificado oportunidades de mejora en la inclusión del enfoque de género.

ALCANCE, METODOLOGÍA Y CONSIDERACIONES ÉTICAS

La evaluación se centrará en la totalidad de las acciones implementadas bajo el EE1 (con sus subactividades de abogacía, comunicación y movilización), asimismo cubriendo acciones de comunicación para los demás SOs del WFP Perú. La evaluación tendrá que incluir enfoques transversales asociados con la inclusión del enfoque de género y de derechos humanos. La evaluación cubre el periodo 2017 (formulación del PEP) a diciembre 2020, lo que permitirá considerar la fase de preparación del PEP, cuando se había formulado el EE1, y la implementación del EE1 desde el inicio del PEP actual.

Las poblaciones objetivo / beneficiarios indirectos de las acciones de abogacía, comunicación y movilización se encuentran a nivel nacional; los beneficiarios indirectos de las estrategias de comunicación de los proyectos de gestión territorial de nutrición ubicados en Áncash, Sechura y Ventanilla, proyectos de CBT y Logística.

La evaluación adoptará un enfoque de métodos mixtos, utilizando una combinación de métodos y una variedad de fuentes primarias y secundarias, incluida la revisión documental, entrevistas con informantes clave, encuestas y discusiones de grupos focales. Se llevará a cabo una triangulación sistemática entre diferentes fuentes y métodos para validar los hallazgos y evitar sesgos en el juicio evaluativo.

A la luz de los acontecimientos recientes, relacionados con la pandemia de COVID-19, la evaluación se llevará a cabo de forma remota.

La metodología debería ser sensible a GEWE, para garantizar la inclusión de mujeres y grupos marginados. La metodología garantizará que los datos recopilados estén desglosados por sexo y edad; se debe proporcionar una explicación si esto no es posible. La triangulación de datos y de métodos debe garantizar que se escuchen y tengan en cuenta las diversas perspectivas y voces de hombres y mujeres.

La evaluación se ajusta a las directrices éticas del WFP y del UNEG. Esto incluye, entre otras, garantizar el consentimiento informado; proteger la privacidad, la confidencialidad y el anonimato de los participantes; garantizar la sensibilidad cultural; respetar la autonomía de los participantes; procurar el reclutamiento justo de los participantes (incluidas las mujeres y los grupos socialmente excluidos); y garantizar que la evaluación no sea dañina para los participantes o sus comunidades.

ROLES Y RESPONSABILIDADES

EQUIPO DE EVALUACIÓN: Un equipo conformado por 3 miembros, incluyendo el director del equipo, así como un experto en abogacía; un experto en comunicación y un experto en movilización. En la medida de lo posible, la evaluación será llevada a cabo por un equipo que cuente con balance en el género y que sea geográfica y culturalmente diverso, con las competencias apropiadas para evaluar las dimensiones de género del tema.

Dentro de la Oficina de País, la directora de la Oficina de País, asigna a una Gerente de evaluación, quien deberá manejar el proceso de la evaluación a través de todas sus etapas, así como asegurar el funcionamiento de los mecanismos para el aseguramiento de la calidad y que el Equipo de evaluación tenga acceso a toda la documentación e información necesaria.

COMITÉ DE EVALUACIÓN (CE): presidido por la Directora de la Oficina de País; y con los siguientes miembros: el Oficial Nacional Senior de Políticas Públicas y Alianzas; Oficial de Abogacía, Comunicaciones y Alianzas; la Oficial de Evaluación de la RBP; y la Asociada Senior de Monitoreo y Evaluación, que cumplirá la función de la Gerente de Evaluación. El CE garantizará el debido proceso en la gestión de la evaluación y a evitar riesgos potenciales, al tiempo que apoya y brinda asesoramiento al Equipo Evaluador.

Durante todo el proceso de evaluación, se consultará a un **Grupo de referencia interno**, con los siguientes interesados clave: miembros del CE; Oficiales a cargo del EE2, EE3, EE4 y EE6; punto focal de género de la Oficina de País; Oficial de Comunicaciones de la RBP; Oficial de Parteneriados de la RBP; y miembros del Consejo Consultivo del sector privado.

La gerencia de la **Oficina Regional de Panamá** será responsable de asignar a un enlace de evaluación, quien asesorará y apoyará a la Gerente de Evaluación en el proceso.

La **Unidad Regional de Evaluación** dará asesoría al Gerente de Evaluación y proveerá apoyo al proceso de la evaluación, según corresponda. Es responsable de permitir el acceso a los mecanismos independientes de respaldo de calidad, corrigiendo los borradores de los informes de inicio y de la evaluación desde una perspectiva de evaluador.

COMUNICACIÓN

Con el fin de asegurar la fluidez y eficiencia del proceso y de realzar el aprendizaje que se va a obtener a partir de la presente evaluación, el equipo de la evaluación debe hacer énfasis en la comunicación transparente y abierta con las partes interesadas clave. Esto se podrá obtener al asegurar un acuerdo claro de los canales y de la frecuencia de la comunicación con y entre las partes interesadas.

La gerente de la evaluación será la responsable de hacer circular los productos entregados por el equipo evaluador al Comité de Evaluación, el Grupo de Referencia y el servicio externalizado de asesoramiento a la calidad de las evaluaciones descentralizadas. La gerente de la evaluación

estará a cargo de involucrar a otros departamentos/unidades dentro de la Oficina País, la Oficina Regional de Panamá y la Sede de WFP que sean relevantes para el tema de evaluación.

CALENDARIO Y ETAPAS CLAVE

Fase de inicio: 25 de junio a 3 de septiembre de 2021

Recopilación remota de datos: 6 de septiembre al 22 de octubre de 2021

Elaboración del informe final: 23 de octubre de 2021 a 28 de enero 2022

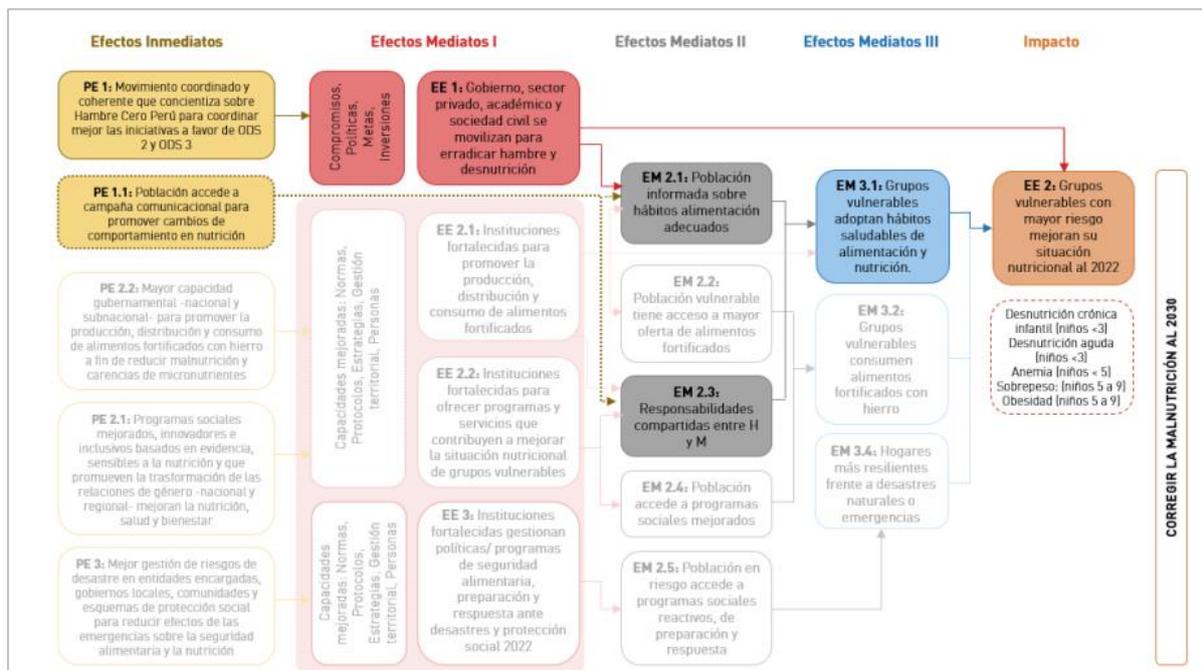
Difusión y seguimiento: Entre el 10 y el 19 de enero del 2022

Anexo 2. Calendario

| Etapas | Persona responsable | Fechas clave concertadas |
|--|-----------------------|---|
| Taller de inicio | Líder y equipo | 25 de junio |
| Revisión de documentación Entrevistas virtuales | Equipo Evaluador | 1 al 24 de junio |
| Elaboración de Borradores | Equipo Evaluador | 25 junio a 2 de julio |
| Borrador 1 del informe inicial | Líder de equipo | 5 de julio |
| Borrador 2 del informe inicial | Líder del Equipo | 27 de julio |
| Revisión y ajuste de los borradores de informe | Equipo Evaluador | 28 de julio al 9 de septiembre |
| Informe Final de inicio | Líder del equipo | 3 de septiembre |
| Briefing | Equipo Evaluador | 23 de agosto y 1 y 2 de septiembre |
| Recolección de información primaria virtual y revisión documental | Equipo Evaluador | 15 de setiembre a 15 de octubre |
| Reunión informativa del trabajo sobre el terreno | Líder del Equipo | 22 de octubre |
| Triangulación y análisis de información | Equipo Evaluador | 15 de octubre al 8 de noviembre |
| Envío del borrador 1 del informe final | Líder del Equipo | 8 de noviembre |
| Aseguramiento de la calidad y retroalimentación | WFP | 29 de noviembre |
| Corrección del informe de evaluación | Equipo Evaluador | 3 al 10 de diciembre |
| Envío del borrador 2 del informe final, incluido informe ejecutivo | Líder del Equipo | 10 de diciembre |
| Distribución del informe de evaluación a Grupo de Referencia y otras partes interesadas | Gerente de Evaluación | 10 de diciembre |
| Revisión de informe | Grupo de Referencia | 10 de diciembre del 2021 al 7 de enero del 2022 |
| Consolidación de los comentarios | Gerente de Evaluación | 7 enero del 2022 |
| Corrección del informe de evaluación | Equipo evaluador | 7 de enero al 17 de enero del 2022 |
| Taller de resultados Interno | Equipo Evaluador | 18 de enero del 2022 |
| Envío informe Final de evaluación incluido informe (final) ejecutivo | Líder del Equipo | 28 de enero de 2022 |
| Distribución del informe de evaluación a Comité de Evaluación y otras partes interesadas CO | Gerente de Evaluación | 28 de enero 2022 |
| Revisión de Informe | Comité de Evaluación | 28 de enero al 2 de febrero 2022 |
| Consolidación de comentarios finales | Gerente de Evaluación | 2 de febrero de 2022 |
| Corrección final del informe de evaluación | Equipo evaluador | 3 al 14 de febrero de 2022 |
| Aprobación del informe de evaluación | Comité de Evaluación | 15 de febrero de 2022 |
| Envío del informe final de la evaluación, incluido informe ejecutivo, a Grupo de Referencia y partes interesadas para su evaluación. | Gerente de Evaluación | 15 de febrero de 2022 |
| Envío del folleto resumen (2 páginas) y video. | Líder del Equipo | 28 de febrero de 2022 |

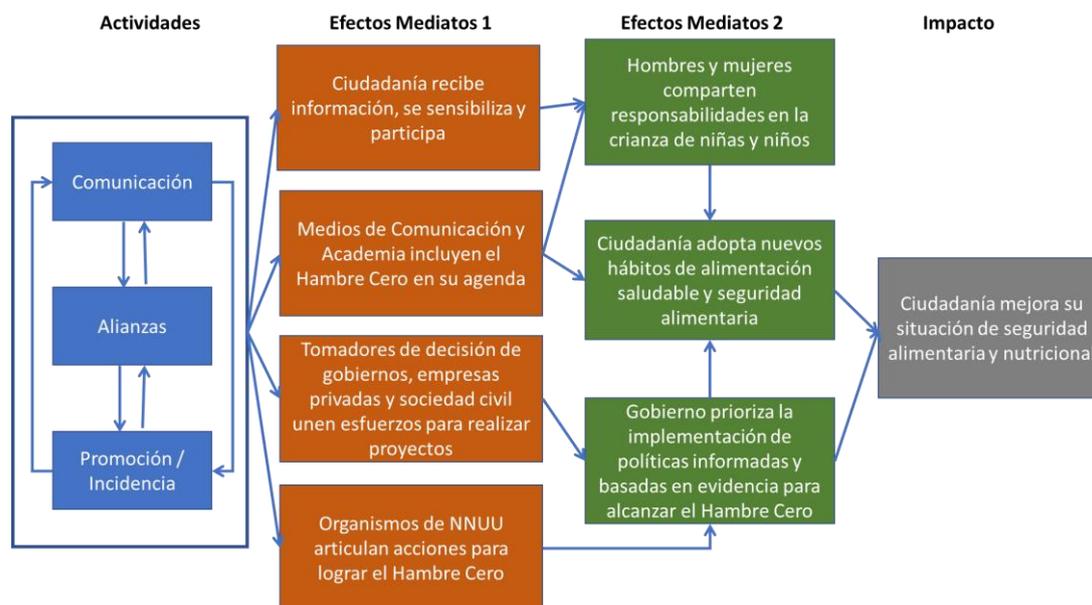
Anexo 3. Teoría de Cambio

A3.1 TEORÍA DE CAMBIO CORRESPONDIENTE AL EE1 EN EL PEP



Fuente: Estudio de Línea de Base del PEP 2018-2021. Elaborado por Macro Consult

A3.2 TEORÍA DE CAMBIO DEL EE1 AJUSTADA



Elaboración: Econometría

192. La Teoría de Cambio ajustada que ha elaborado el equipo evaluador de Econometría ha sido trabajada de forma participativa con el equipo del EE1. Para empezar, incluye tres actividades (comunicación, abogacía y promoción/incidencia) que no coinciden del todo con la versión anterior. Aparte de comunicaciones, se incluyen las alianzas y la promoción/incidencia. Si bien “promoción” es el término utilizado por la institución a nivel global, es intención del equipo evidenciar que desarrollarán incidencia

para poder influir en actores clave. Estas tres actividades están en constante retroalimentación y no están aisladas la una de la otra. Por otro lado, se identificaron cuatro efectos mediatos. El primero parte del supuesto que la ciudadanía se informa y sensibiliza mejor si participa. El segundo asume el interés e importancia de los medios de comunicación masivos de la mano de la academia para instalar temas en la agenda pública. El tercero supone que son los tomadores de decisión de las organizaciones gubernamentales, empresariales y sociales sobre quienes debe influenciarse para generar cambios, como ha aprendido el EE1 durante los últimos años, de manera que puedan desarrollarse proyectos conjunto, sean estos de corto o largo plazo. Los tomadores de decisión pueden tener diferentes orígenes y niveles socioeconómicos, pero tienen en común que lideran y movilizan las comunidades de su entorno. Por último, se admite el supuesto que los organismos de las Naciones Unidas podrán trabajar de la mano y de forma complementaria para alcanzar los ODS, en general, y el ODS 2, en particular. Otro supuesto es que la ciudadanía adoptará nuevos hábitos si la información a la que acceden y su involucramiento generan, inicialmente, a un cambio de roles entre hombres y mujeres en el cuidado de la familia. Finalmente, la influencia sobre tomadores de decisión para que articulen con sus pares de diferentes sectores de la sociedad para reducir el Hambre Cero a través de proyectos, sumado al trabajo articulado de las diferentes agencias de las Naciones Unidas en el Perú, debería llevar que las políticas públicas en materia de alimentación y nutrición sean impulsadas por el gobierno en base a información y evidencia otorgada por el WFP y sus aliados. De este modo, el EE1 podría contribuir con una ciudadanía que mejora su seguridad alimentaria y nutricional. Evidentemente, esta propuesta debería dialogar con la cadena de valor de los otros EE si es tomada en cuenta para la elaboración del próximo PEP.

Anexo 4. Metodología

193. El enfoque metodológico partió del análisis de los TdR, de las 5 preguntas principales de evaluación que se han desarrollado y de los criterios generales de evaluación que son pertinencia, coherencia, eficiencia, eficacia y género y se presentan en la siguiente. El criterio de impacto no se incluye dado que la presente ED es una evaluación temática con orientación formativa y de aprendizajes.

Tabla 1 - Preguntas de Evaluación y Criterios

| Preguntas de la evaluación | Criterios |
|--|-------------|
| ¿En qué medida los principales resultados esperados del EE1 han sido alcanzados? | Eficacia |
| ¿Los resultados de las actividades implementadas por el EE1 han priorizado aquellas que implicaron menores costos y mayores beneficios? | Eficiencia |
| ¿Las actividades implementadas por el EE1 han podido adaptarse a los diferentes contextos que han ido surgiendo durante el período de ejecución del PEP? | Pertinencia |
| ¿En qué medida las acciones implementadas por el EE1 están en sinergia e interrelacionadas con los otros objetivos estratégicos de la oficina país? | Coherencia |
| ¿En qué medida el enfoque de género ha sido incluido como una actividad transversal durante la implementación de las subactividades del EE1? | Género |

Fuente: Elaboración propia con base en revisión documental

194. Esta **evaluación hizo énfasis en la documentación del proceso de implementación del EE1**, la identificación de prácticas, lecciones y metodologías que puedan ser replicables, el análisis de los resultados mediatos e intermedios, tanto para la movilización de actores y recursos como para la introducción de temas específicos en la agenda pública, y, finalmente, en los aprendizajes que orienten planificaciones futuras de la OP y de otras oficinas de WFP interesadas en desarrollar una práctica similar.

195. Se elaboró una **matriz de evaluación** orientada a responder las 5 preguntas de la evaluación con 17 subpreguntas con sus indicadores, métodos de recopilación de datos, fuentes de información, y métodos de análisis y triangulación que otorga confiabilidad y validez a la evaluación.

196. Para la recopilación de datos, se utilizó **revisión de información secundaria**, una **Encuesta en línea** para aliados, **entrevistas** con actores específicos y con beneficiarios indirectos del EE1 que son parte de proyectos implementados por otros SO. Con el fin de explicar los hechos ocurridos en la implementación del EE1, para cada una de las preguntas se elaboró una hipótesis, incluyendo una específica para el efecto del COVID-19 sobre la implementación del programa que están presentadas en la siguiente Tabla.

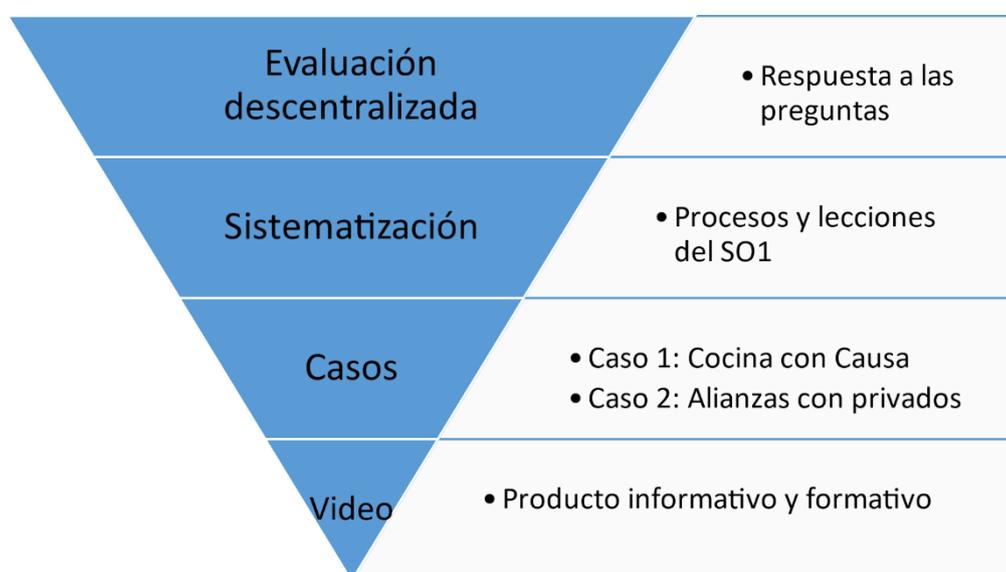
Tabla 2 - Hipótesis por pregunta de evaluación

| Preguntas de la Evaluación | Hipótesis EE1 |
|---|--|
| 1. ¿Las actividades implementadas por el EE1 han podido adaptarse a los diferentes contextos que han ido surgiendo durante el período de ejecución del PEP? | 1. El WFP en el EE1 hizo esfuerzos importantes por adaptarse a los cambios en el contexto político y social. |
| 2. ¿En qué medida las acciones implementadas por el EE1 están en sinergia e interrelacionadas con los otros EE de la oficina país y la estrategia del WFP? | 2. El nivel de sinergia con los otros EE es alto y por lo tanto contribuye a resultados del PEP. |
| 3. ¿Los resultados de las actividades implementadas por el EE1 han priorizado aquellas que implicaron menores costos y mayores beneficios? | 3. Se apalancaron y utilizaron recursos tangibles e intangibles que permitieron lograr los objetivos alcanzados |
| 4. ¿En qué medida los principales resultados esperados del EE1 han sido alcanzados? | 4. Los procesos llevados a cabo en su implementación han logrado los resultados esperados. 5. El COVID-19 llevo a cambios en los procesos |
| 5. ¿En qué medida el enfoque de género ha sido incluido como una actividad transversal durante la implementación de las subactividades del EE1? | 6. El enfoque de género está implícito en la formulación e implementación. |

Fuente: Elaboración propia

197. Esta evaluación combino **métodos específicos** como son el **estudio de caso**, el **seguimiento de procesos**, el **mapeo de resultados** y el **análisis comparativo cualitativo** que permitieron ver un panorama sobre el desenvolvimiento del EE1 y sus resultados.
198. Se realizó una **sistematización** sobre todo el EE1 incluyendo el periodo de ideación y conceptualización ocurrida antes del año 2018, cuando se da inicio el PEP y se elaboraron dos **estudios de caso**. La sistematización permitió reconocer y documentar la organización, los procesos y las prácticas que llevaron a alcanzar los logros. La sistematización incluyó la conceptualización de algunos términos utilizados y un análisis donde se identificaron lecciones aprendidas y recomendaciones.
199. La **sistematización y los casos** utilizaron como referencia un “**Cuadernillo Metodológico**” que utiliza el PNUD para sistematizar los procesos, los aprendizajes y las recomendaciones de una actividad determinada.
200. Como un **subproducto de la sistematización**, se presentan dos estudios de caso: i) **Cocina con Causa** como elemento articulador de los diferentes elementos de la estrategia, y ii) La **estrategia de alianzas con el sector privado** que permitió movilizar recursos tangibles e intangibles para el cumplimiento de los objetivos del WFP.
201. Se realizó un **video** de carácter **informativo y formativo** que consigne el proceso de formulación e implementación del EE1. Este video tendrá **dos versiones de diferente duración**: una edición **corta** de cerca de 4 minutos de **carácter informativo** y otra más **larga** de 7 minutos de **carácter formativo**. En ellos se mostrará la estrategia utilizada, los resultados, lecciones aprendidas y recomendaciones para motivar e inspirar a otras OP del WFP a adoptar un objetivo similar hacia el logro del Hambre Cero. Se recogerá el punto vista y experiencia de diferentes actores (gobierno, sector privado, medios de comunicación, academia, cocineros, entre otros).
202. La siguiente figura muestra los diferentes productos que sirvieron para evaluar y sistematizar lo realizado por el EE1 desde su concepción en el 2017.

Figura 1 - Productos de la ED del EE1



Fuente: Elaboración propia

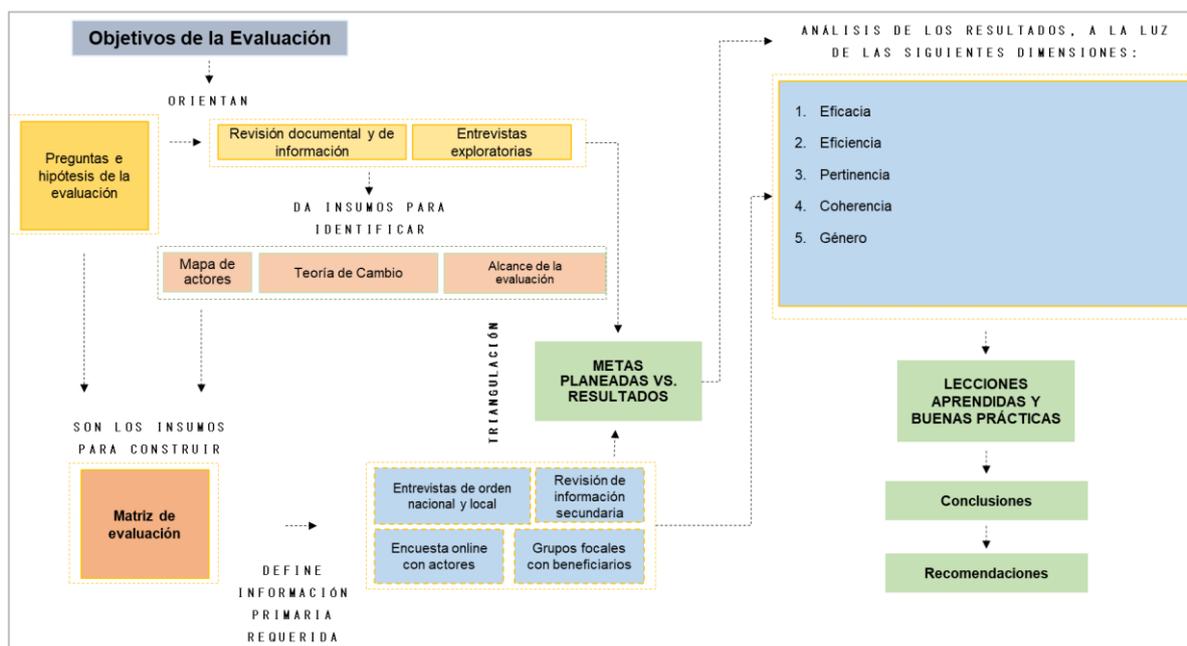
203. Para la realización de estos productos, se diseñaron varias **herramientas** de recolección de información: i) **Encuesta en línea** con aliados seleccionados e “informantes claves”, para encontrar respuesta compartir sus percepciones y valoraciones sobre los mensajes, su participación y relacionamiento con el EE1, así como la marca del WFP, ii) se desarrolló un **análisis a partir del “clipping”** o archivo de participación en medios de comunicación, con lo cual se evaluó la presencia del WFP y de sus mensajes en medios de comunicación, a través de métodos cuantitativos y cualitativos, iii) **entrevistas** con una selección de aliados e informantes claves que profundizo en su participación y compromiso, así como

su valoración sobre el trabajo de comunicación, movilización e incidencia del WFP, iv) **entrevistas** con los beneficiarios de proyectos de coparticipación entre la empresa privada y el WFP como beneficiarios indirectos del EE1, y v) **revisión de información secundaria** del programa y de otras fuentes de datos.

204. La triangulación fue una herramienta clave para validar y analizar los hallazgos de la siguiente manera: a) **Triangulación de fuentes**, comparando información de diferentes fuentes; b) **Triangulación de métodos**: comparando la información recopilada de diferentes métodos (entrevistas, reuniones en grupos, revisión de documentos, datos cuantitativos, etc.); y c) **Triangulación de investigadores**: involucrando a diferentes evaluadores para evaluar los mismos problemas.

205. La triangulación de la información, esquema que se presenta en la siguiente Figura 2, se realizó con base en el marco de análisis que establecieron las preguntas de evaluación y la matriz de evaluación basada en los criterios de evaluación. En la medida que se fue clasificando la información secundaria y primaria, se iban obteniendo los resultados que alimentan un esquema de hallazgos que se organizó de tal forma que facilitó su triangulación. En este y en los demás niveles de análisis, cuando las evidencias para responder las preguntas venían de más de una fuente y/o método de análisis, se contrastaron y ponderaron las evidencias para llegar a una única respuesta. De esta manera, siguiendo la matriz de evaluación, las respuestas a las preguntas específicas se triangularon nuevamente hasta responder a las preguntas de evaluación. Finalmente, el resultado de la triangulación permitió concluir sobre los criterios de eficacia, eficiencia, pertinencia, coherencia y género.

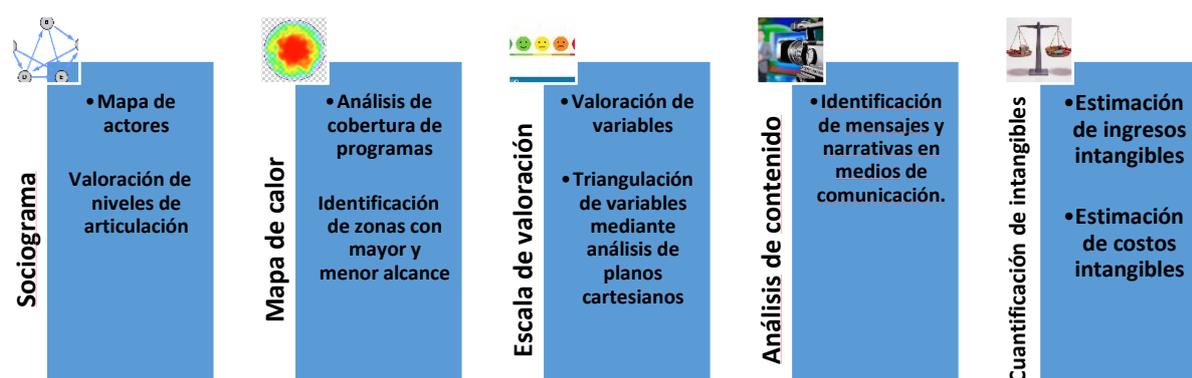
Figura 2 – Estrategia de triangulación de la información



Fuente: Elaboración propia

206. Los elementos innovadores para la metodología de evaluación que se siguieron se presentan en la siguiente figura.

Figura 3 – Elementos innovadores para la metodología de evaluación



Fuente: Elaboración propia

207. La **metodología de sociograma** permitió identificar los actores relevantes para el EE1 y se representaron a partir de vértices de un color específico. La información que sirvió como insumo para el sociograma proviene de las entrevistas virtuales y encuestas online, donde se les pidió a los informantes identificar a los actores con los que trabajan de manera coordinada, y calificar esa coordinación. Luego se trazaron líneas que conectan los vértices, que muestran la existencia de la relación y su consecuente nivel de articulación (rojo indica mala, amarillo regular y verde buena relación). La flecha en estas líneas indica la dirección de la relación, es decir, con quién se está relacionando para la implementación del programa. El tamaño del vértice refleja la importancia dentro de la red, medida como el número de “relaciones entrantes” que tiene, entre más actores refieran el vértice, mayor será su tamaño.¹⁵⁹
208. La **metodología de mapa de calor** permitiría identificar las áreas de mayor y menor cobertura de los programas. Para implementar este análisis, se esperaba utilizar la información del *rating* para identificar las zonas donde el programa Cocina con Causa tuvo una mayor audiencia y las áreas para las cuales se logró movilizar el mayor número de recursos para la implementación de programas de asistencia humanitaria. No obstante, esta información del *rating* no está disponible a nivel regional, por lo que no es posible elaborar el mapa. Se presenta el análisis a nivel general en el Anexo 14 de este documento.
209. La **metodología de escala de valoración** se utilizó para analizar la sensibilidad de género del EE1 construyendo una escala de valor con base en el **Gender Assessment Tool (GAT)¹⁶⁰ de la Organización Mundial de la Salud**, con la cual se identificó en cuál de las siguientes categorías se encuentra el programa: promueve la inequidad de género (*Gender-unequal*), ignora la equidad de género (*Gender-blind*), es sensible a la equidad de género (*Gender-sensitive*), considera la equidad de género (*Gender-specific*), contribuye a reducir la inequidad de género (*Gender-transformative*).
210. Se definieron **rúbricas de evaluación** para cada una de las preguntas de investigación, formulando indicadores, escalas alto (Excelente), Medio (Adecuado) y Bajo (Pobre) y ponderaciones dentro de cada criterio de investigación.¹⁶¹ Esta metodología se validó en diferentes talleres con el PMA.¹⁶²
211. El **análisis de contenido** fue posible realizarlo porque el área del EE1 facilitó una información muy completa, suficiente, clasificada y organizada. Este análisis de contenido se hizo a: i) presencia y narrativa en medios de comunicación, se hizo una muestra aleatoria de ocho notas para los años 2020 y 2021, y 5 notas del año 2019 porque había mucho menos artículos, ii) Cocina con Causa, se seleccionaron de

¹⁵⁹ Econometría. 2020. Informe de evaluación.

¹⁶⁰ WHO. 2019. *Gender Assessment Tool*

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK559709/table/ch2.t1/?report=objectonly>. Esta metodología se sugiere, dado que está siendo utilizada en la evaluación del PEP Perú, y permitirá garantizar la coherencia y comparabilidad entre las dos evaluaciones.

¹⁶¹ Estas rúbricas se definen siguiendo la metodología propuesta por Davison et al (2011). The Rubric Revolution.

<https://www.betterevaluation.org/sites/default/files/AES-2011-Rubric-Revolution-Davidson-Wehipeihana-McKegg-xx.pdf>

¹⁶² Key Aid Consulting. 2020. Évaluation formative du mécanisme de réponse rapide (RRM) en RCA - Phases 6 à 8, <https://evaluationreports.unicef.org/GetDocument?fileID=16321>

forma aleatoria dos programas de la primera temporada de Cocina con Causa: (Capítulo 1-3 (Manchay) y Capítulo 1-10 (Andahuaylas)) y seis episodios de la segunda temporada. Como la segunda temporada tuvo dos conductoras distintas, esta selección se dividió en tres episodios con la primera conductora y tres episodios con la segunda. El análisis de contenido para cada uno de estos programas incluyó formato, narrativa, segmentos, personajes y temas. Otras fuentes de información fue el rating televisivo del programa Cocina con Causa, obtenido por el equipo evaluador, y iii) materiales gráficos para lo cual se contó con 719 piezas y se tomaron al azar cinco piezas del año 2020 y cinco piezas del año 2021. Los resultados de este análisis se presentan en el Anexo 14. También se hizo revisión e interpretación del *rating* de Cocina con Causa obtenido a través de un actor que fue miembro del directorio de TV Perú y el equipo evaluador recibió un conjunto de gráficas sobre la medición de audiencia (*rating*) de la primera y de la segunda temporada de Cocina con Causa.

212. La **cuantificación de intangibles consistió en** indagar con los actores los costos intangibles que identifican en la implementación del EE1, y clasificarlo según el tipo de costo.
213. La **combinación de las diferentes fuentes de información** permitió responder a las preguntas de investigación de manera triangulada.
214. **Existieron limitaciones metodológicas y operacionales que se abordaron para el éxito de esta evaluación.** Desde el punto de vista metodológico, fue difícil identificar con precisión la contribución que tienen en la agenda pública las actividades de incidencia y movilización, debido a la naturaleza compleja de los asuntos políticos. Fue posible rastrear o trazar las actividades de “*advocacy*” o abogacía para reconocer su pertinencia y participación en un contexto determinado, así como las percepciones de los actores relevantes y los tomadores de decisión con respecto al nivel de influencia.
215. Además, para preservar aún más la independencia e imparcialidad en los hallazgos y conclusiones, la evaluación utilizó los mecanismos de apoyo: un Comité de Evaluación; un-Grupo de Referencia de Evaluación y debida consideración a la Nota Técnica sobre independencia e imparcialidad del WFP.

A4.1 METODOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS

216. La **recolección de datos cuantitativos** se realizó a partir de la **revisión** de las bases de datos y documentos proporcionadas por WFP y otras partes interesadas, así como una **encuesta en línea** sobre percepciones y valoraciones. La **recolección de datos cualitativos** se realizó mediante la **revisión documental** y aplicación de **entrevistas semi-estructuradas** de manera virtual.
217. La **encuesta en línea se dirigió a “informantes claves”** seleccionados y considerados por el EE1, incluyendo varias personas de una misma organización, con cargos operativos y directivos, de manera que su alcance fue el más amplio posible. Al enviarse esta encuesta, se tomó en cuenta que muchos podrían no responder. Aun así, la respuesta de ellos sería una muestra suficiente para recoger conclusiones sobre las percepciones y valoraciones que tienen estas personas sobre la labor de movilización, incidencia y comunicación del WFP, tanto como su posicionamiento. La encuesta será enviada por el equipo del WFP y el equipo evaluador se encargará del seguimiento por vías electrónicas y telefónicas para conseguir el número necesario de respuestas.
218. Las **entrevistas virtuales se realizaron utilizando plataforma de internet Teams** en un 98% y el resto en Zoom, y llamadas telefónicas locales a móvil a los beneficiarios indirectos. La revisión documental tuvo especial relevancia para abordar cuestiones relacionadas con la pertinencia y eficiencia. Se priorizaron documentos de diseño y planificación del programa, informes de evaluación, monitoreo, ayudas de memoria del Consejo Consultivo y WFP.
219. **Las entrevistas y reuniones virtuales se realizaron utilizando un cuestionario semi-estructurado** basado en las preguntas que se describen en la matriz de evaluación. Cada cuestionario se adaptó de acuerdo con la experiencia y la relevancia de las partes interesadas entrevistadas. Como parte de la preparación de la recolección de información, se elaboró una lista preliminar de los actores sugeridos a entrevistar para la evaluación y se contrastó con la lista de los entrevistados de la Evaluación del PEP para identificar entrevistas nuevas, las que se iban a repetir o escuchar grabación de entrevista ya realizada previa obtención del consentimiento de cada persona entrevistada, tramite por parte de la OP. Igualmente, **información cualitativa se obtuvo a partir de la aplicación de una Encuesta en línea a partes interesadas** previamente definidas y se elaboró un sociograma con un formato especialmente diseñado.

220. Las entrevistas a beneficiarios indirectos buscaron conocer en profundidad las percepciones y opiniones que tienen algunos grupos que han estado más expuestos a las comunicaciones del WFP, como es el caso de aquellos beneficiarios de los proyectos de emergencia en Ancash, Callao, Piura, Tumbes y Sechura. Se asumió que, además de haber visto algunos de los productos de comunicación, como, por ejemplo, Cocina con Causa, también tendrían opiniones sobre la labor y el posicionamiento del WFP. Se entrevistaron tanto hombres como mujeres.
221. **Otras fuentes de información incluyeron *rating* televisivo del programa Cocina con Causa**, información de redes sociales en la transmisión online de Cocina con Causa e información relevante de los proyectos de gestión territorial de nutrición. Asimismo, se utilizó el archivo de participaciones en medios del WFP desde el 2018, haciendo una muestra en dos etapas de este: en primer lugar, una selección de medios y formatos diversos y, posteriormente, una selección aleatoria de algunos de ellos.
222. Las preguntas que se incluyen en las guías de entrevista e instrumento de encuesta tienen una correspondencia directa con las preguntas y sub-preguntas de la evaluación. Para el caso de los **sociogramas, se incluye una matriz de calificación de la coordinación entre actores**, lo que permite establecer conexiones y nivel de articulación entre ellos.
223. La evaluación **integró una serie de medidas para asegurar la imparcialidad, reducir el riesgo de sesgo y fortalecer las evidencias**. A nivel de los datos, el equipo de evaluación que combina diversas experiencias y habilidades, trabajaron juntos e individualmente para garantizar que se mitigue el posible sesgo del entrevistador.
224. **El método de muestreo se dividió en partes**. La primera corresponde a los actores involucrados en el diseño e implementación del EE1, para los cuales se hizo la recolección de información a través de la encuesta. Un grupo de estos actores pasaron luego a una entrevista semi-estructurada, según su relevancia, y en otro grupo se hizo únicamente la revisión de las grabaciones de las entrevistas realizadas para la evaluación del PEP Perú. Para el caso de los beneficiarios indirectos la lista fue suministrada por la OP, el análisis de cobertura se realizará para beneficiarios proyectos de Ancash (Wiñantsik), Sechura (PROSAN II), Sechura (Fondos IRA y PROSAN II), Tumbes (BHA) y Callao (Fondos IRA).
225. Los **criterios para la selección de los actores** a entrevistar, dentro del universo total de actores fueron: i) su participación en el proceso de diseño e implementación del EE1 específicamente, ii) representatividad de los sectores (se buscó contar con entrevistas de actores que representaran al WFP, al Gobierno del Perú, al sector privado y a otros aliados del WFP y, iii) su participación previa en actividades de recolección de información para otras evaluaciones que se adelantan actualmente para el WFP.
226. El **muestreo** de actores a entrevistar fue un *purposive sampling*, es decir un muestreo no probabilístico donde la OP y el equipo evaluador escogieron a los actores a entrevistar según los criterios mencionados en el párrafo anterior. El muestreo de beneficiarios de proyectos lo realizó la OP.
227. Dada las restricciones de movilidad generada por el COVID-19, todas las actividades de recolección de información se realizaron de manera virtual.
228. La **recolección y análisis de información tuvo en cuenta las consideraciones de género, equidad e inclusión y de derechos humanos**, principalmente en la selección de participantes en los grupos de beneficiarios y en el análisis desagregado de la información secundaria. El alcance de este análisis dependió de la disponibilidad de información desagregada por sexo, identidad de género, estrato socioeconómico, étnico y población con discapacidad.

A4.2 ANÁLISIS DE DATOS

229. En el análisis de datos **se hizo triangulación desde el inicio del diseño de la evaluación y a través de cada una de las fases de su desarrollo**. Se partió de la matriz de evaluación que llevó a la instrumentalización de la recolección de información, la revisión documental, la clasificación, categorización y contraste de la información y métodos que permitieron hacer el análisis de acontecimientos. Se utilizaron fuentes de información que permitieron identificar el alcance de las actividades de comunicación implementadas en el EE1. Estas fuentes, entre otras, incluyeron *rating* televisivo del programa Cocina con Causa, información de redes sociales en la transmisión online de Cocina con Causa e información relevante de los proyectos de gestión territorial de nutrición.

230. Después de una organización y limpieza de los datos el **análisis cuantitativo consistió en analizar lo planificado frente a ejecutado y las tendencias** en los diferentes indicadores del programa entre 2018 y junio 2021. El análisis de datos cualitativos consistió en la categorización de la información de fuentes secundarias y primarias según las categorías de análisis establecidas por las preguntas y sub-preguntas de la evaluación y los indicadores de la matriz de evaluación. El análisis de la Encuesta en línea se hizo con base en frecuencias de respuestas.
231. Para el **análisis de información cualitativa de encuestas y la revisión documental** se utilizó el **software NVivo**. Para el análisis de sociogramas se utilizó el **software Ucinet** y para el mapa de calor el **software ArcGis**. Finalmente, la información de encuestas online se analizó utilizando el **programa Excel**.
232. **La incorporación del análisis de género, equidad e inclusión fue transversal**. Los datos cuantitativos se analizaron de manera desagregada por sexo y edad. En la interpretación de información y formulación de hallazgos y conclusiones, se resaltaron evidencias que mostraron cierre de brechas, cambios en las relaciones de poder, efectos positivos en el posicionamiento y reconocimiento del rol de las mujeres en todo el ciclo del programa.
233. El **análisis de datos comprendió el uso de cinco metodologías innovadoras**: i) **sociogramas** para el mapeo de actores y la valoración de la coordinación entre ellos, ii) los **mapas de calor** para la identificación del alcance del programa y su cobertura, iii) las **escalas de valoración**, iv) el **análisis de medios** y v) la **estimación de ingresos y costos intangibles**.

Anexo 5. Matriz de evaluación

| Preguntas de la evaluación | | | | | | Crterios | |
|---|--|----------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|--|--|--|
| 1 ¿Las actividades implementadas por el EE1 han podido adaptarse a los diferentes contextos que han ido surgiendo durante el período de ejecución del PEP? | | | | | | Pertinencia | |
| Subpreguntas | Indicadores | Métodos de recopilación de datos | | | | Fuentes de datos y de información | Métodos de análisis y triangulación de datos |
| | | Encuesta en línea | Revisión de información secundaria | Entrevistas con diferentes actores | | | |
| 1.1 ¿En qué medida los procesos implementados en la formulación y ejecución del EE1 son pertinentes a las necesidades y dificultades de los grupos de escasos recursos económicos o mayor vulnerabilidad, y tienen relación con el ODS 2? | 1.1.1. Nivel de pertinencia (Alto, medio, bajo) frente a: a. Contexto/ brechas persistentes en el país b. Contexto / brechas que afectan a las y los beneficiarios c. Políticas y prioridades del gobierno d. Políticas y prioridades del WFP. | x | | x | | Información documental: PEP, documentos de planificación vs. Información disponible sobre programas y proyectos por parte del gobierno, políticas y programas por parte de WFP. Entrevistas: WFP, OP y OR, Gobierno. Encuesta a actores. Entrevistas individuales | Revisión documental - clasificación de resultados según categorías de análisis Entrevistas con actores pertinentes - clasificación de resultados según categorías de análisis. Análisis y triangulación. Desarrollo del Informe final. Escala de Valoración |
| | 1.1.2. Número de factores que posibilitaron la formulación y ejecución del EE1 | | x | x | | | |
| | 1.1.3. Nivel de relación entre las subactividades del EE1 con el contexto país | | x | | | | |
| 1.2 ¿De qué manera la respuesta del EE1 se ha adaptado ante los cambios en el contexto político y del COVID-19 en el Perú? | 1.2.1. Valoración por parte de los aliados externos e internos de EE1 WFP sobre la flexibilidad y adaptabilidad del EE1 WFP en Perú | x | | x | | Información documental: PEP, informes de seguimiento y monitoreo, Entrevistas: Gobierno, OP, OR, socios, donantes. | |
| | 1.2.2. Número de actividades ajustadas y/o adaptadas según | | x | x | | | |

| | cambios políticos y generados por el COVID-19 | | | | | Encuesta a actores | |
|---|--|----------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|--|---|---|
| Preguntas de la evaluación | | | | | | | Criterios |
| 2. ¿En qué medida las acciones implementadas por el EE1 están en sinergia e interrelacionadas con los otros EE de la oficina país y la estrategia del WFP? | | | | | | | Coherencia |
| Subpreguntas | Indicadores | Métodos de recopilación de datos | | | | Fuentes de datos y de información | Métodos de análisis y triangulación de datos |
| | | Encuesta en línea | Revisión de información secundaria | Entrevistas con diferentes actores | | | |
| 2.1. ¿Cuál es el nivel de relación de procesos de planeación del EE1 con los otros EE del PEP país? | 2.1.1. Valoración por parte de los aliados del nivel de sinergia (interacción alta, media, baja) de los procesos de planeación del EE1 con los | x | | x | | Revisión de Medio Término del PEP. Entrevistas: Gobierno, OP, OR, socios, donantes. Encuesta a actores. | Entrevistas con actores pertinentes -- clasificación de resultados según categorías de análisis. Análisis y triangulación. Desarrollo del Informe final. Intercambio con el grupo evaluador del PEP de OEI. Escala de Valoración. |
| 2.2. ¿Cuál es el nivel de interacción entre el EE1 y los demás EE del PEP país para la ejecución de sus actividades? | 2.2.1. Valoración del nivel de sinergia (interacción alta, media, baja) de la ejecución del EE1 con los otros EE | x | | x | | Entrevistas con actores clave | |
| 2.3 ¿Cómo contribuyó el EE1 a alcanzar las metas de los otros EE del PEP país? | 2.3.1. Valoración de la contribución del EE1 a las metas de los otros EE | x | | x | | | |
| Preguntas de la evaluación | | | | | | | Criterios |
| 3. ¿Los resultados de las actividades implementadas por el EE1 han priorizado aquellas que implicaron menores costos y mayores beneficios? | | | | | | | Eficiencia |
| Subpreguntas | Indicadores | Métodos de recopilación de datos | | | | Fuentes de datos y de información | |

| | | Encuesta en línea | Revisión de información secundaria | Entrevistas con diferentes actores | | | Métodos de análisis y triangulación de datos |
|---|--|-------------------|------------------------------------|------------------------------------|--|--|--|
| 3.1 ¿En qué medida se movilizaron y apalancaron recursos que permitieron ampliar el alcance de los resultados? | 3.1.1. Valoración de la suficiencia de los recursos movilizados | x | | x | | Revisión documental: informes de diseño, planeación e implementación, información financiera, bases de datos, Documentación de otros modelos de intervención. Entrevistas con OP, OR, otros actores, y Gobierno. Encuesta a actores Entrevista con actores claves | Revisión de información documental y bases de datos; Datos de cuantitativos de costos. Entrevistas - clasificación de resultados según categorías de análisis. Análisis y triangulación. Desarrollo del Informe final. Escala de Valoración. |
| | 3.1.3. Nivel de movilización y apalancamiento de recursos (tangibles e intangibles) frente a los recursos propios. | | x | x | | | |
| 3.2 ¿En cuánto se estiman los costos (tangibles y no tangibles) en los que se ha incurrido para alcanzar los objetivos del EE1? | 3.2.1. Porcentaje de ejecución de costos del programa | x | x | x | | | |
| | 3.2.2. Identificación de costos intangibles del programa | x | x | x | | | |
| 3.3 ¿La priorización de actividades es consecuente con los costos y beneficios del EE1? | 3.3.1 Valoración de la correspondencia entre criterios de priorización y costos y beneficios del programa. | x | x | x | | Revisión documental: informes de diseño, planeación e implementación, información financiera, bases de datos, (clipping). Documentación de otros modelos de intervención. Entrevistas con OP, OR, otros actores, y Gobierno. Encuesta a actores. Entrevistas con actores claves | Revisión de información documental y bases de datos; Datos de cuantitativos de costos. Entrevistas - clasificación de resultados según categorías de análisis. Análisis y triangulación. Desarrollo del Informe final. Escala de Valoración |

| Preguntas de la evaluación | | | | | | Criterios | |
|---|--|----------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|--|--|--|
| 4. ¿En qué medida los principales resultados esperados del EE1 han sido alcanzados? | | | | | | Eficacia | |
| Subpreguntas | Indicadores | Métodos de recopilación de datos | | | | Fuentes de datos y de información | Métodos de análisis y triangulación de datos |
| | | Encuesta en línea | Revisión de información secundaria | Entrevistas con diferentes actores | | | |
| 4.1 ¿En qué medida se logró movilizar a los diferentes aliados para alcanzar los objetivos del EE1? | 4.1.1 Valoración del nivel de participación y compromiso de actores movilizados 4.1.2. Valoración del nivel de coordinación entre actores | x | | x | | Revisión de documentos de resultados (WFP), información de rating del programa Cocina con Causa, información de Redes Sociales. Entrevistas con OP, OR, otros actores y Gobierno. Encuesta a actores | Análisis y triangulación de la información cualitativa y cuantitativa (clasificada por categorías de análisis), identificando los factores que han influenciado en el desempeño. Desarrollo del Informe final. Sociograma Escala de valoración |
| 4.2 ¿Cuáles son los logros alcanzados en términos de los indicadores corporativos del WFP y el alcance de las metas planificadas? | 4.2.1. Valoración de la marca WFP por parte de los aliados 4.2.2. Nivel de avance en indicadores corporativos, alcance de metas y cobertura de beneficiarios indirectos | x | | x | | | |
| 4.3. ¿El EE1 han contribuido en la generación de cambios de comportamiento deseados en los ciudadanos (beneficiarios indirectos)? | 4.3.1. Valoración de la contribución del EE1 a cambios de comportamiento en los ciudadanos por parte de los aliados | x | | x | | | |
| | 4.3.2. Nivel de avance en indicadores corporativos relacionados con cambios de comportamiento en los ciudadanos | | x | | | | |
| 4.4 ¿Cuáles son los factores (internos y externos al WFP, incluyendo | 4.4.1. Valoración de la contribución de la estructura organizacional de la oficina de país, los socios estratégicos y las asociaciones al EE1 | x | | x | | | |

| | | | | | | | |
|---|--|---|---|---|--|--|------------------|
| estructura organizacional de la oficina de país, los socios estratégicos y las asociaciones), que han contribuido u obstaculizado la consecución de los objetivos programáticos previstos de EE1? | 4.4.2. Número de aspectos de la oficina organizacional de la oficina país y de los socios estratégicos que contribuyen al alcance de los objetivos del EE1 | | | x | | | |
| 4.5 ¿Qué otras estrategias alternativas para la implementación de las acciones del EE1 se podrían utilizar para llegar a los mismos resultados? | 4.5.1. Número de estrategias alternativas para la implementación de las acciones del EE1 parte de actores | | | x | | | |
| 4.6 ¿Qué otros efectos inesperados (incluyendo los efectos del COVID), positivos y negativos se han generado durante la implementación de las acciones de la intervención? | 4.6.1. Valoración del nivel de afectación de la implementación de las acciones de la intervención por el COVID-19 | x | | x | | | |
| | 4.6.2. Número de efectos de factores externos sobre la implementación del EE1 | | x | x | | | |
| Preguntas de la evaluación | | | | | | | Criterios |
| 5. ¿En qué medida el enfoque de género ha sido incluido como una actividad transversal durante la implementación de las actividades del EE1? | | | | | | | Género |
| Subpreguntas | Indicadores | Métodos de recopilación de datos | | | Fuentes de datos y de información | | |

| | | Encuesta en línea | Revisión de información secundaria | Entrevistas con diferentes actores | | | Métodos de análisis y triangulación de datos |
|--|--|-------------------|------------------------------------|------------------------------------|--|--|--|
| 5.1 ¿En dónde se ha incluido el enfoque de género dentro de las actividades planeadas en el EE1? | 5.1.1. Valoración del nivel de la igualdad, equidad e inclusión del enfoque de género en las actividades planeadas en el EE1 | x | | x | | Revisión de documentos de resultados (WFP). Entrevistas con OP, OR, otros actores Gobierno. Encuesta a actores | Análisis y triangulación de la información cualitativa y cuantitativa (clasificada por categorías de análisis), identificando los factores que han contribuido en la inclusión de género y empoderamiento de las mujeres. Escala de valoración (incluida la valoración de la sensibilidad de género) |
| | 5.1.2. Número de ejemplos de igualdad, equidad e inclusión del enfoque de género en las actividades planeadas en el EE1 | | x | x | | | |
| 5.2 ¿En qué medida subactividades del EE1 fueron sensibles a la igualdad de género? | 5.2.1. Valoración del nivel de sensibilidad de las subactividades del EE1 a la igualdad, equidad e inclusión de género | x | | x | | | |
| 5.3 ¿Que oportunidades de mejora se identifican en la inclusión del enfoque de género en las acciones del EE1 y especialmente en Cocina con Causa? | 5.3.1. Valoración del nivel igualdad, equidad e inclusión del enfoque de género en Cocina con Causa | x | | x | | | |
| | 5.3.2. Número de ejemplos de la igualdad, equidad e inclusión del enfoque de género en Cocina con Causa | | x | x | | | |

Anexo 6. Herramientas de recopilación de datos

A6.1 INSTRUMENTO DE ENTREVISTA

| Preguntas de la evaluación | Pregunta de entrevista | Fuente de información | | | | | | | |
|---|---|--|---|---|----------|----------------|--------------------|----------------------------------|------|
| | | Funcionarios de WFP (Oficina de País (OP) y Oficina Regional (OR), | Funcionarios del gobierno o en el nivel nacional, regional y Local MINSA y MIDIS | Organización del Sistema de Naciones Unidas | Donantes | Sector Privado | Consejo Consultivo | Medios de Comunicación /Academia | Chef |
| 1 ¿Las actividades implementadas por el EE1 han podido adaptarse a los diferentes contextos que han ido surgiendo durante el período de ejecución del PEP? | | | | | | | Pertinencia | | |
| 1.1 ¿En qué medida los procesos implementados en la formulación y ejecución del EE1 son pertinentes a las necesidades y dificultades de los grupos de escasos recursos económicos o mayor vulnerabilidad, y tienen relación con el ODS 2? | ¿Cuáles fueron los procesos llevados a cabo para la formulación del EE1? | X | X | X | | | X | | |
| | ¿En su opinión, considera que estos procesos de formulación fueron pertinentes para las necesidades de la población vulnerable? ¿Por qué? | X | X | X | | | X | | |
| | ¿Cuáles fueron los procesos llevados a cabo en la implementación y ejecución del EE1? | X | X | X | | x | X | | |
| | ¿En su opinión, considera que estos procesos fueron pertinentes y responden a las necesidades de la población vulnerable? ¿Por qué? | X | X | X | | x | X | | |
| | En su opinión, ¿considera que los procesos para la formulación, implementación y ejecución del EE1 fueron pertinentes para disminuir las brechas de la equidad de género? ¿Por qué? | X | X | X | | x | X | | |
| | ¿Con qué caso o ejemplo podría documentar caso la pertinencia de la formulación, | X | X | X | | x | X | | |

| Preguntas de la evaluación | Pregunta de entrevista | Fuente de información | | | | | | | |
|---|---|--|--|---|----------|----------------|--------------------|----------------------------------|------|
| | | Funcionarios de WFP (Oficina de País (OP) y Oficina Regional (OR), | Funcionarios del gobierno o en el nivel nacional, regional y Local MINSA y MIDIS | Organización del Sistema de Naciones Unidas | Donantes | Sector Privado | Consejo Consultivo | Medios de Comunicación /Academia | Chef |
| | implementación y/o ejecución del EE1 para las necesidades de la población vulnerable? | | | | | | | | |
| | ¿Qué factores posibilitaron la formulación del EE1? | X | X | X | | X | X | | |
| | ¿Qué factores posibilitaron la ejecución del EE1? | X | X | X | | X | X | | |
| 1.2 ¿De qué manera la respuesta del EE1 se ha adaptado ante los cambios en el contexto político y del COVID-19 en el Perú? | ¿De qué manera cambios en el contexto político del Perú han afectado la implementación y ejecución del EE1? | X | X | X | X | X | X | X | X |
| | ¿Cómo fue la respuesta del EE1 a esos cambios? ¿Considera que fue adecuada? ¿Por qué? | X | X | X | X | X | X | X | X |
| | ¿De qué manera la emergencia generada por el COVID-19 afectó la implementación y ejecución del EE1? | X | X | X | X | X | X | X | X |
| | ¿Cómo fue la respuesta del EE1 a esta emergencia? ¿Considera que fue adecuada? ¿Por qué? | X | X | X | X | X | X | X | X |
| 2. ¿En qué medida las acciones implementadas por el EE1 están en sinergia e interrelacionadas con los otros EE de la oficina país y la estrategia del WFP? | | | | | | | Coherencia | | |
| 2.1. ¿Cuál es el nivel de relación de procesos de planeación del EE1 con los otros EE del PEP país? | Según su conocimiento, ¿de qué manera se relacionan los procesos de planeación del EE1 con los otros EE del PEP país? | X | X | X | | | X | | |
| | ¿Considera que esa relación es suficiente? ¿Por qué? ¿Cómo podría mejorar? | X | X | X | | | X | | |

| Preguntas de la evaluación | Pregunta de entrevista | Fuente de información | | | | | | | |
|---|---|--|--|---|----------|----------------|--------------------|----------------------------------|------|
| | | Funcionarios de WFP (Oficina de País (OP) y Oficina Regional (OR), | Funcionarios del gobierno o en el nivel nacional, regional y Local MINSA y MIDIS | Organización del Sistema de Naciones Unidas | Donantes | Sector Privado | Consejo Consultivo | Medios de Comunicación /Academia | Chef |
| | ¿Los procesos de planeación de actividades entre los EE1 y los otros EE han cambiado por contingencias de COVID-19? Explique o documente su valoración con un ejemplo | X | X | X | | | X | | |
| 2.2. ¿Cuál es el nivel de interacción entre el EE1 y los demás EE del PEP país para la ejecución de sus actividades? | Según su conocimiento, ¿de qué manera interactúa el EE1 con los otros EE del PEP país para la ejecución de sus actividades? | X | X | X | | | X | | |
| | ¿Considera que esa interacción es suficiente? ¿Por qué? ¿Cómo podría mejorar? | X | X | X | | | X | | |
| | ¿Los procesos de ejecución de actividades entre los EE1 y los otros EE han cambiado por contingencias de COVID-19? Explique o documente su valoración con un ejemplo | X | X | X | | | X | | |
| 2.3 ¿Cómo contribuyó el EE1 a alcanzar las metas de los otros EE del PEP país? | ¿Cuál ha sido la principal contribución del EE1 para la consecución de las metas de los otros EE del PEP país? | X | | | | | | | |
| | ¿Considera que esa contribución ha sido suficiente? ¿Por qué? ¿Cómo podría lograrse una mayor contribución? | X | | | | | | | |
| 3. ¿Los resultados de las actividades implementadas por el EE1 han priorizado aquellas que implicaron menores costos y mayores beneficios? | | | | | | | Eficiencia | | |
| 3.1 ¿En qué medida se movilizaron y apalancaron recursos del gobierno y del sector privado, que permitieron ampliar el | ¿Cuáles han sido las fuentes de recursos que se han logrado apalancar para la implementación de subactividades del EE1? | X | | | | | | | |
| | ¿Son estos recursos suficientes para la | X | | | | | | | |

| Preguntas de la evaluación | Pregunta de entrevista | Fuente de información | | | | | | | |
|---|---|--|--|---|----------|----------------|--------------------|----------------------------------|------|
| | | Funcionarios de WFP (Oficina de País (OP) y Oficina Regional (OR), | Funcionarios del gobierno o en el nivel nacional, regional y Local MINSA y MIDIS | Organización del Sistema de Naciones Unidas | Donantes | Sector Privado | Consejo Consultivo | Medios de Comunicación /Academia | Chef |
| alcance de los resultados? | implementación de las actividades planeadas del EE1? ¿Por qué? | | | | | | | | |
| 3.2 ¿En cuánto se estiman los costos (tangibles y no tangibles) en los que se ha incurrido para alcanzar los objetivos del EE1? | ¿Qué costos tangibles identifica en la implementación de las actividades planeadas del EE1? | X | X | | | X | | | |
| | ¿Qué costos intangibles identifica en la implementación de las actividades planeadas del EE1? | X | X | | | X | | | |
| 3.3 ¿La priorización de actividades es consecuente con los costos y beneficios del EE1? | ¿Cuáles han sido los criterios de priorización de las subactividades del EE1? | X | | | | | | | |
| | ¿Considera que estos criterios son adecuados? ¿Por qué? ¿Cómo podría mejorar? | X | | | | | | | |
| 4. ¿En qué medida los principales resultados esperados del EE1 han sido alcanzados? | | | | | | | Eficacia | | |
| 4.1 ¿En qué medida se logró movilizar a los diferentes aliados para alcanzar los objetivos del EE1? | ¿Qué tipo de aliados de nivel nacional y regional se han logrado movilizar para implementar las subactividades del EE1? | X | X | X | X | X | X | X | X |
| | ¿Cuál ha sido la principal contribución de estos actores movilizados a la implementación de las subactividades del EE1? | X | X | X | X | X | X | X | X |
| | ¿Qué factores favorecieron la movilización de aliados? | X | X | X | X | X | X | X | X |
| | ¿Qué factores impidieron movilizar más aliados? | X | X | X | X | X | X | X | X |
| 4.2 ¿Cuáles son los logros alcanzados en | ¿En qué medida se evidencian logros en términos de los | X | | | | | | | |

| Preguntas de la evaluación | Pregunta de entrevista | Fuente de información | | | | | | | |
|--|---|--|--|---|----------|----------------|--------------------|----------------------------------|------|
| | | Funcionarios de WFP (Oficina de País (OP) y Oficina Regional (OR), | Funcionarios del gobierno o en el nivel nacional, regional y Local MINSA y MIDIS | Organización del Sistema de Naciones Unidas | Donantes | Sector Privado | Consejo Consultivo | Medios de Comunicación /Academia | Chef |
| términos de los indicadores corporativos del WFP y el alcance de las metas planificadas? | indicadores corporativos del WFP para el EE1? ¿Qué factores positivos o negativos han influido para avanzar en estos indicadores? | | | | | | | | |
| | ¿En qué medida se han alcanzado las metas planificadas para el EE1? ¿Qué factores positivos o negativos han influido para el logro de metas propuestas? | X | X | X | X | X | X | X | X |
| 4.3. ¿El EE1 han contribuido en la generación de cambios de comportamiento deseados en los ciudadanos (beneficiarios indirectos)? | ¿Las actividades y las estrategias del EE1 han contribuido a cambiar comportamientos en alimentación y nutrición en la población vulnerable? Documente con un ejemplo | X | X | X | X | X | X | X | X |
| | ¿Las actividades y las estrategias del EE1 han contribuido a cambiar comportamientos en alimentación y nutrición en las mujeres? Documente con un ejemplo | X | X | X | X | X | X | X | X |
| 4.4 ¿Cuáles son los factores (internos y externos al WFP, incluyendo estructura organizacional de la oficina de país, los socios estratégicos y las asociaciones), que han contribuido u obstaculizado la consecución de los objetivos programáticos previstos de EE1? | ¿Qué factores han contribuido a la consecución de los objetivos programáticos previstos en el EE1? | X | X | X | X | X | X | X | X |
| | ¿Qué factores han obstaculizado la consecución de los objetivos programáticos previstos en el EE1? | X | X | X | X | X | X | X | X |

| Preguntas de la evaluación | Pregunta de entrevista | Fuente de información | | | | | | | |
|--|--|--|--|---|----------|----------------|--------------------|----------------------------------|------|
| | | Funcionarios de WFP (Oficina de País (OP) y Oficina Regional (OR), | Funcionarios del gobierno o en el nivel nacional, regional y Local MINSA y MIDIS | Organización del Sistema de Naciones Unidas | Donantes | Sector Privado | Consejo Consultivo | Medios de Comunicación /Academia | Chef |
| | ¿De qué manera la estructura organizacional de la oficina de país del WFP ha contribuido u obstaculizado la consecución de los objetivos programáticos previstos de EE1? | X | X | X | X | X | X | | |
| | ¿De qué manera los socios estratégicos y las asociaciones han contribuido u obstaculizado la consecución de los objetivos programáticos previstos de EE1? | X | X | X | X | X | X | | |
| 4.5 ¿Qué otras estrategias alternativas para la implementación de las acciones del EE1 se podrían utilizar para llegar a los mismos resultados? | ¿Qué estrategias alternativas para la implementación de las acciones del EE1 se podrían utilizar para llegar a los mismos resultados previstos en EE1? | X | X | X | X | X | X | X | X |
| 4.6 ¿Qué otros efectos inesperados (incluyendo los efectos del COVID), positivos y negativos se han generado durante la implementación de las acciones de la intervención? | ¿En su conocimiento, cuales efectos no esperados se generaron durante la implementación del EE1? ¿Fueron estos efectos positivos o negativos? | X | X | X | X | X | X | X | X |
| 5. ¿En qué medida el enfoque de género ha sido incluido como una actividad transversal durante la implementación de las subactividades del EE1? | | | | | | | Género | | |
| 5.1 ¿En dónde se ha incluido el enfoque de género dentro de las actividades planteadas en el EE1? | ¿En cuáles estrategias o actividades del S=1 se ha tenido en cuenta el enfoque de género? De un ejemplo | X | X | X | X | X | X | X | X |
| 5.2 ¿En qué medida subactividades del EE1 | ¿En qué medida subactividades del EE1 fueron | X | X | X | X | X | X | | |

| Preguntas de la evaluación | Pregunta de entrevista | Fuente de información | | | | | | | Medios de Comunicación / Academia | Chef |
|--|---|--|--|---|----------|----------------|--------------------|---|-----------------------------------|------|
| | | Funcionarios de WFP (Oficina de País (OP) y Oficina Regional (OR), | Funcionarios del gobierno en el nivel nacional, regional y Local MINSa y MIDIS | Organización del Sistema de Naciones Unidas | Donantes | Sector Privado | Consejo Consultivo | | | |
| ¿fueron sensibles a la igualdad de género? | sensibles a igualdad, equidad e inclusión de género? | | | | | | | | X | X |
| 5.3 ¿Que oportunidades de mejora se identifican en la inclusión del enfoque de género en las acciones del EE1 y especialmente en Cocina con Causa? | ¿Qué oportunidades de mejora identifica para la inclusión de la igualdad, equidad e inclusión de género en las acciones del EE1? | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| | ¿Qué oportunidades de mejora identifica para la inclusión de la igualdad, equidad e inclusión de género en el programa Cocina con Causa? | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| | ¿En qué medida el EE1 tenía clara la diferencia entre sexo y género al implementar y reportar las actividades? | X | | | | | | | | |
| | ¿En qué medida era igual la toma de decisiones entre hombres y mujeres dentro EE1? | X | | | | | | | | |
| | ¿En qué medida el EE1 diferenciaba en sus actividades a los hombres de las mujeres? ¿Los datos o informes estaban diferenciados por sexo? | X | | | | | | | | |
| | ¿En qué medida se incluyeron expertos en género dentro de los socios del EE1? | X | | | | | X | | | |

| CONTROL OPERATIVO | | | |
|--|--|---|-----------------------------|
| INFORMACIÓN GENERAL | | | |
| 1. Nombre y Apellido: _____ | | | |
| 2. Correo Electrónico: _____ | | | |
| 3. Género | 1. Masculino | 1. | <input type="checkbox"/> |
| | 2. Femenino | 2. | <input type="checkbox"/> |
| | 3. Otro | 3. | <input type="checkbox"/> |
| 4. Cargo en la organización: _____ | | 5. ¿Cuánto tiempo lleva en la organización? | |
| Indique si son días/meses/años | 1. Días | 1. | <input type="checkbox"/> |
| | 2. Meses | 2. | <input type="checkbox"/> |
| | 3. Años | 3. | <input type="checkbox"/> |
| PERTINENCIA | | | |
| 101. Valore el nivel de pertinencia de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP Perú como Bajo, Medio, Alto frente a | a. Contexto / brechas persistentes en el país en la situación nutricional de la población del Perú. | 1. Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2. Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3. Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4. No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| | b. Contexto / brechas que afectan la igualdad de género. | 1. Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2. Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3. Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4. No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| | c. Políticas y prioridades del gobierno de Perú. | 1. Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2. Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3. Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4. No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| | d. Políticas y prioridades del WFP. | 1. Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2. Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3. Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4. No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| | e. Políticas y prioridades de NACIONES UNIDAS. | 1. Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2. Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3. Alto | 3. <input type="checkbox"/> |

| | | | |
|--|---|-----------------------------|-----------------------------|
| | | 4. No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| 102. Valore el nivel de pertinencia de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP Perú como Bajo, Medio, Alto frente a | a. Adaptación y flexibilidad de las actividades de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP Perú ante cambios en contexto político en el Perú. | 1. Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2. Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3. Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4. No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| | | *Documente el caso _____ | |
| | b. Adaptación y flexibilidad de las actividades de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP Perú ante la emergencia generada por el COVID-19. | 1. Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2. Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3. Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4. No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| | COHERENCIA | | |
| 201. Valore como Bajo, Medio, Alto el nivel de sinergia (coherencia, coordinación, correspondencia) de los procesos de planeación de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP Perú con los otros Objetivos Estratégicos de la Oficina País. | 1. Bajo | 1. <input type="checkbox"/> | |
| | 2. Medio | 2. <input type="checkbox"/> | |
| | 3. Alto | 3. <input type="checkbox"/> | |
| | 4. No sabe | 4. <input type="checkbox"/> | |
| | Documente el ejemplo _____ | | |
| 202. Valore como Bajo, Medio, Alto el nivel de sinergia (coherencia, coordinación, correspondencia) de los procesos de ejecución de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) con los otros Efectos Estratégicos de la Oficina País. Explique o documente su valoración con un ejemplo. | 1. Bajo | 1. <input type="checkbox"/> | |
| | 2. Medio | 2. <input type="checkbox"/> | |
| | 3. Alto | 3. <input type="checkbox"/> | |
| | 4. No sabe | 4. <input type="checkbox"/> | |
| | Documente el ejemplo _____ | | |
| 203. Valore como Baja, Media, Alta la contribución de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP Perú a la consecución de las metas de los otros Efectos Estratégicos de la Oficina País. | 1. Baja | 1. <input type="checkbox"/> | |
| | 2. Media | 2. <input type="checkbox"/> | |
| | 3. Alta | 3. <input type="checkbox"/> | |
| | 4. No sabe | 4. <input type="checkbox"/> | |

| EFICIENCIA | | | |
|--|---|-----------|-----------------------------|
| 301. Valore como Bajo, Medio, Alto el nivel de coordinación de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1- EE1) del WFP Perú con | a. El Efecto Estratégico 2 - EE2: Los grupos vulnerables con mayor riesgo de verse afectados por las formas de malnutrición prevalentes en el Perú (desnutrición, anemia, sobrepeso y obesidad) han mejorado su situación nutricional para 2022. | 1.Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2.Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3.Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4.No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| | b. El Efecto Estratégico 3 - EE3: Para 2022, las instituciones nacionales y subnacionales cuentan con capacidades fortalecidas para gestionar las políticas y los programas de seguridad alimentaria, preparación para la pronta intervención en casos de desastre y protección social. | 1.Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2.Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3.Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4.No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| | c. El Efecto Estratégico 4 - EE4: Los refugiados, desplazados y personas vulnerables en Perú pueden cumplir con sus requisitos básicos de alimentación y nutrición cuando surge la crisis. Se espera alcanzar 186.510 personas con Transferencias Basadas en Efectivo (CBT por su nombre en inglés), en un enfoque de beneficiarios directos. | 1.Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2.Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3.Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4.No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| | d. El Efecto Estratégico 5 - EE5: El Gobierno, los agentes humanitarios y de desarrollo cuentan con un apoyo fiable de la cadena de suministro eficiente y eficaz y otros servicios y conocimientos especializados a lo largo de la crisis. | 1.Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2.Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3.Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4.No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| 302. Valore como Bajo, Medio, Alto el nivel de cumplimiento de metas del Efecto Estratégico 1- EE1 del WFP Perú en sus sub-actividades de | a. Comunicación | 1.Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2.Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3.Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4.No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| | b. Movilización | 1.Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2.Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3.Alto | 3. <input type="checkbox"/> |

| | | | |
|--|---|----------------------|-----------------------------|
| | | 4.No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| | c. Abogacía | 1.Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2.Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3.Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4.No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| 303. Valore como Baja, Media, Alta la suficiencia de los recursos movilizados y apalancados para la implementación de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP. | | 1. Baja | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2. Media | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3. Alta | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4. No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| 304.Mencione tres ejemplos de costos intangibles que identifica en la implementación de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP. (Por costos intangibles se entiende aquellos que no se cuantifican directamente con el costo del programa, como por ejemplo el tiempo no pago que los aliados destinaron a las actividades, etc). | | *Costo Intangible 1: | |
| | | *Costo Intangible 2: | |
| | | *Costo Intangible 3: | |
| 305. Valore en orden de importancia estos costos intangibles identificados por usted anteriormente, siendo 1 el más importante y el 3 el menos importante. (A lado izquierdo de cada opción encuentra el desplegable de calificación) | | 1. _____ | |
| | | 2. _____ | |
| | | 3. _____ | |
| 306.Valore como Baja, Media, Alta la correspondencia entre la priorización de actividades y su costo-beneficio. | | 1. Baja | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2. Media | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3. Alta | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4. No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| EFICACIA | | | |
| 401. Valore como Bajo, Medio, Alto el nivel de | a. Compromiso de los aliados movilizados para la implementación de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP. | 1. Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2. Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3. Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4. No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| | | 1. Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |

| | | | |
|---|--|----------------|-----------------------------|
| | b. Participación de los aliados movilizados en la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP. | 2. Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3. Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4.No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| 402. Valore como Baja, Media, Alta la valoración de la marca WFP por parte de los aliados para la implementación de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP. | | 1. Baja | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2. Media | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3. Alta | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4.No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| 403. Valore como Bajo, Medio, Alto ese nivel de influencia de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP en el cambio de comportamiento de alimentación y nutrición de la población del Perú. | | 1. Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2. Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3. Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4.No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| 404. Valore como Bajo, Medio o Alto la contribución de | La estructura organizacional de la oficina de país a la consecución de los objetivos programáticos previstos de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP. | 1. Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2. Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3. Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4.No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| | Los socios estratégicos y las asociaciones a la consecución de los objetivos programáticos previstos de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP. | 1. Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2. Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3. Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4.No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| 405. ¿Qué otras estrategias alternativas para la implementación de las acciones de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP se podrían utilizar para llegar a los mismos resultados? | | Respuesta_____ | |
| 406. Valore como Bajo, Medio o Alto el nivel de afectación de la implementación de las acciones de la intervención por el COVID-19. | | 1. Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | | 2. Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | | 3. Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | | 4.No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |

| GÉNERO | | |
|---|------------------|-----------------------------|
| 501. Valore como Bajo, Medio o Alto la inclusión del enfoque de género en las actividades planeadas de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP. | 1. Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | 2. Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | 3. Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | 4. No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| 502. Valore como Bajo, Medio o Alto si las actividades de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP fueron sensibles a la igualdad de género. | 1. Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | 2. Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | 3. Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | 4. No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| 503. Valore como Bajo, Medio o Alto la inclusión del enfoque de género en el programa Cocina con Causa. | 1. Bajo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | 2. Medio | 2. <input type="checkbox"/> |
| | 3. Alto | 3. <input type="checkbox"/> |
| | 4. No sabe | 4. <input type="checkbox"/> |
| 504. Está de acuerdo o en desacuerdo con que la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP identifica la diferencia entre sexo y género. | 1. De acuerdo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | 2. En desacuerdo | 2. <input type="checkbox"/> |
| | 3. No sabe | 3. <input type="checkbox"/> |
| 505. Está de acuerdo o en desacuerdo con que tanto hombres como mujeres tienen igual rol en la toma de decisiones dentro de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP. | 1. De acuerdo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | 2. En desacuerdo | 2. <input type="checkbox"/> |
| | 3. No sabe | 3. <input type="checkbox"/> |
| 506. Está de acuerdo o en desacuerdo con que la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP incluye expertos en género como socios, incluyendo organizaciones gubernamentales, internacionales, ONGs, y organizaciones de la sociedad civil. | 1. De acuerdo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | 2. En desacuerdo | 2. <input type="checkbox"/> |
| | 3. No sabe | 3. <input type="checkbox"/> |
| 507. Está de acuerdo o en desacuerdo con que la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP recoge y reporta evidencia y resultados diferenciado por sexo. | 1. De acuerdo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | 2. En desacuerdo | 2. <input type="checkbox"/> |
| | 3. No sabe | 3. <input type="checkbox"/> |

| | | |
|---|------------------|-----------------------------|
| 508. Está de acuerdo o en desacuerdo con que los resultados y evidencias de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP se informan basado en un análisis de género. | 1. De acuerdo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | 2. En desacuerdo | 2. <input type="checkbox"/> |
| | 3. No sabe | 3. <input type="checkbox"/> |
| 509. Está de acuerdo o en desacuerdo con que la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP incluye indicadores cualitativos y cuantitativos para monitorear la participación de hombre y mujeres. | 1. De acuerdo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | 2. En desacuerdo | 2. <input type="checkbox"/> |
| | 3. No sabe | 3. <input type="checkbox"/> |
| 510. Está de acuerdo o en desacuerdo con que la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP aborda normas de género, roles y relaciones. | 1. De acuerdo | 1. <input type="checkbox"/> |
| | 2. En desacuerdo | 2. <input type="checkbox"/> |
| | 3. No sabe | 3. <input type="checkbox"/> |

A6.2 INSTRUMENTO ENCUESTA EN LÍNEA

| | | |
|--|---|--|
|  | <p>Evaluación descentralizada del Efecto Estratégico 1 (SO1) hacia los objetivos del hambre cero a través de la abogacía, comunicación y movilización del Plan Estratégico País - Perú 2018-2021</p> <p>Encuesta en línea WFP</p> |  |
|--|---|--|

Evaluación Descentralizada del Efecto Estratégico 1 (EE1) hacia los objetivos de hambre cero a través de la abogacía, comunicación y movilización del Plan Estratégico País – Perú entre los años 2018-2021

INTRODUCCIÓN

Econometría S.A. ha sido contratada por el Programa Mundial de Alimentos, Oficina de Perú, para realizar la Evaluación Descentralizada del Efecto Estratégico 1 (EE1) del Plan Estratégico de Perú 2018-2021. En el marco de esta evaluación, se recolectará la información con entrevistas virtuales, grupos focales y la presente encuesta dirigida a los colaboradores de la oficina país de Perú del WFP y socios implementadores.

La información suministrada por las personas participantes en la encuesta será utilizada exclusivamente para los propósitos de la evaluación y será tratada con la política de protección de datos de Econometría, garantizando el anonimato y la confidencialidad requerida por el WFP.

De antemano le agradecemos por su tiempo y atención para completar la encuesta.

*¿Acepta participar de esta encuesta?

Si

No

A6.3 INSTRUMENTO SOCIOGRAMA

| SOCIOGRAMA: RELACIÓN CON EL EE1 DEL PEP PERU | | | | | |
|---|--|----------------|----|--------------|------------------------------------|
| Tipo de actor | Cargo/Entidad | Tiene relación | | Calificación | Justifique o Explique su respuesta |
| | | SI | NO | 1 a 5 | |
| WFO OP | Tania Goossens Country Director | | | | |
| | Anibal Velasquez Senior External Partnership and Public Policy National Officer | | | | |
| | Maria Pia Cebrian Senior Programme Associate Monitoring and Evaluation | | | | |
| | Christian Miranda Monitoring and Evaluation Assistant | | | | |
| | Carolina Hernández Activity Manager EE1 | | | | |
| | Annie Camacho Private Sector Consultant EE1 | | | | |
| | Ana Lucía Llerena Senior Communications Associate EE1 | | | | |
| | Maria Elena Melgar Communications Assistant EE1 | | | | |
| | Ana Marcela Sulca Communications Assistant EE1 | | | | |
| | Lourdes Moran Business Support Assistant EE1 | | | | |
| | Lena Arias Activity Manager EE2 | | | | |
| | Rolando Wilson Programme Associate (Public Health) EE2 | | | | |
| | Arturo Pardo Programme Associate (Food Fortification) EE2 | | | | |
| Rut Arteaga Business Support Assistant (Programme) EE2 | | | | | |
| Ivan Bottger Activity Manager EE3 y EE5/6 | | | | | |

| SOCIOGRAMA: RELACIÓN CON EL EE1 DEL PEP PERU | | | | | |
|--|--|----------------|----|--------------|------------------------------------|
| Tipo de actor | Cargo/Entidad | Tiene relación | | Calificación | Justifique o Explique su respuesta |
| | | SI | NO | 1 a 5 | |
| | Gabriel Samudio Senior Programme Associate EE3 | | | | |
| | Lorena Cardenas Consultant South South Cooperation EE3 | | | | |
| | Laura Retamozo Programme Assistant | | | | |
| | Yoann Tuzzolino Activity Manager EE4 | | | | |
| | Henry Flores CBT Senior Associate EE4 | | | | |
| | Giselle Ramírez Budget and Programming | | | | |
| | Tatiana Almeida Alianzas y reportes | | | | |
| | Rolando Wilson Punto focal de género | | | | |
| | Enrico Cristiani Análisis programático y reportes | | | | |
| | Emilia Villanueva Oficial de Protección | | | | |
| | Tania Rodriguez Field Offices | | | | |
| | Stephania Castillo Business Support Assistant (Programme Field Offices) | | | | |
| | Maria Luisa Vallenias Business Support Assistant (MPOs Field Offices) | | | | |
| | Robert Canaza Wiñantsik - Huaraz Coordinator a.i. | | | | |
| | Isela Yasuda REPSOL - Ventanilla Coordinator | | | | |
| Juan Aguilar Sechura - PROSAN Coordinator | | | | | |
| | Coordinator Ancash COVID-19 | | | | |
| Gobierno Nacional | MIDIS | | | | |
| | MINSA | | | | |
| | ¿Otro Cual? | | | | |
| | ¿Otro Cual? | | | | |
| | ¿Otro Cual? | | | | |
| | ¿Otro Cual? | | | | |
| Actores Locales | ¿Municipalidad Provincial? ¿Cuál o cuáles? | | | | |
| | ¿Gobierno Regional? ¿Cuál o cuáles? | | | | |
| | ¿Municipalidad Distrital? ¿Cuál o cuáles? | | | | |
| Academia | Universidad del Pacífico | | | | |

| SOCIOGRAMA: RELACIÓN CON EL EE1 DEL PEP PERU | | | | | |
|--|---|----------------|----|--------------|------------------------------------|
| Tipo de actor | Cargo/Entidad | Tiene relación | | Calificación | Justifique o Explique su respuesta |
| | | SI | NO | 1 a 5 | |
| | Universidad de Lima | | | | |
| | GRADE Grupo de Análisis para el Desarrollo Social | | | | |
| | IEP Instituto de Estudios Peruanos | | | | |
| Sistema Naciones Unidas | OCR | | | | |
| | FAO | | | | |
| | UNICEF | | | | |
| | UNFPA | | | | |
| | PNUD | | | | |
| | FIDA | | | | |
| | OPS/WHO | | | | |
| | ACNUR | | | | |
| | OIM | | | | |
| | OCHA | | | | |
| | ONUSIDA | | | | |
| | ¿Grupo Interagencial? ¿Cuál? | | | | |
| Donantes | Fundación LIMA | | | | |
| | USAID | | | | |
| | Fundación Repsol | | | | |
| | Fondo Social del Proyecto Integral Bayóvar-FOSPIBAY | | | | |
| | ¿Otro Cual? | | | | |
| Privados | Compañía Minera Antamina | | | | |
| | Estudio De la Puente, Mejía & Asociados | | | | |
| | Sociedad Nacional de Pesquería | | | | |
| | SODEXO Perú | | | | |
| | Perú 2021 | | | | |
| | APOYO comunicación | | | | |
| | IPAE | | | | |
| | Alimenta | | | | |
| | HIAS | | | | |

| SOCIOGRAMA: RELACIÓN CON EL EE1 DEL PEP PERU | | | | | |
|--|---|----------------|----|--------------|------------------------------------|
| Tipo de actor | Cargo/Entidad | Tiene relación | | Calificación | Justifique o Explique su respuesta |
| | | SI | NO | 1 a 5 | |
| Socio Implementador | Ayuda en Acción | | | | |
| | World Vision | | | | |
| | ADRA | | | | |
| | ¿Otro Cual? | | | | |
| Medios de Comunicación | IRTP | | | | |
| | Diario La República | | | | |
| | Radio Programas del Perú | | | | |
| Cocina con Causa | Chef Conductor Cocina con Causa | | | | |
| | Director | | | | |
| | Productor | | | | |
| Oros Aliados | Mesa de Concertación de Lucha Contra la Pobreza-MCLCP | | | | |
| | ¿Otros Cual? | | | | |
| | ¿Otros Cual? | | | | |

A6.4 INSTRUMENTO ENTREVISTA BENEFICIARIOS INDIRECTOS

Instrumentos de entrevistas biográficas con beneficiarios Indirectos EE1 Perú

Objetivo general: A partir de una guía de entrevista semi-estructurada, el entrevistador entabla una conversación con el interlocutor con duración máxima de una hora. La entrevista está estructurada en 4 secciones (contextualización, pasado, presente, futuro) cada una con una serie de preguntas relacionadas las unas con las otras y que aportan información para cumplir el objetivo de ésta.

Este instrumento corresponde a una guía para orientar la discusión con el interlocutor y garantizar que se está obteniendo información sobre los criterios establecidos a partir del diseño metodológico de la evaluación.

Sección 1: Preguntas de Contextualización del WFP Perú del EE1

Para iniciar por favor cuénteme ¿conoce al Programa Mundial de Alimentos – WFP en Perú?

- ¿Qué conoce de la labor del WFP en donde usted vive?
- ¿Hace cuánto sabe del WFP?
- ¿De qué manera se ha relacionado usted con la labor del WFP?
 - ¿Por qué lo Conoce?
 - ¿Participa en algún programa del WFP?
 - ¿En cuál?
 - ¿Qué recibe?
 - ¿Cuánto tiempo lleva en ese programa?
 - ¿De qué otra entidad o empresa recibe algo además del WFP?

Sección 2: El Pasado – Experiencias anteriores a la relación con WFP Perú EE1

Teniendo clara cuál ha sido la relación con el WFP:

- ¿Cómo era su vida y la de su familia antes de la llegada del WFP?
- ¿Cuál era su situación de alimentación y nutrición antes de ese momento?
- ¿Cuál era su situación de alimentación y nutrición de su familia antes de ese momento?

Sección 3: El Presente – Experiencias durante la relación con WFP Perú con EE1

Específicamente a los momentos en los que hizo parte de las acciones del WFP en Perú:

- Para usted cuales fueron los 3 mayores logros de los programas del WFP en los que participó.
- ¿Qué expectativas tenía de su participación en las actividades del WFP? O ¿qué esperaba que fuera a suceder en las actividades del WFP en las que participó?
 - ¿Conoce algún programa del WFP de radio o televisión donde le hablen de alimentación y nutrición? ¿O de COVID-19?
 - Si los conoce: ¿Qué es lo que más recuerda? ¿Qué aprendió? ¿Cómo le parecen esos programas? ¿Qué le han enseñado?
 - Después del 2018 y hasta junio de 2021 ¿Ha cambiado su situación de alimentación y nutrición suya y de su familia gracias los mensajes que ve en los programas?
 - ¿Ha recibido del WFP materiales impresos como cartillas? ¿Sobre qué temas? ¿Qué le enseñan con esos materiales?
 - Si ha recibido: ¿Qué es lo que más recuerda? ¿Qué aprendió? ¿Le han ayudado a mejorar las condiciones de alimentación y nutrición suyas y de su familia?

Si tenemos en cuenta esos tres logros importantes que me ayudó a identificar quisieran preguntarle:

- ¿Cuáles cree que pudieron haber sido las razones para alcanzar esos logros?
- Desde su experiencia y opinión ¿qué limitó alcanzar esos logros? O ¿qué dificultó alcanzar los logros que me mencionó? ¿cómo se podrían haber alcanzado logros adicionales?

Si recordamos esas expectativas que me mencionó al inicio, es decir lo que usted esperaba de su participación en las actividades del WFP

- ¿hubo algo que sucedió y que usted no esperaba? O en otras palabras ¿alguno de esos logros o resultados (positivos o negativos) fue inesperado? ¿Por qué fue inesperado?

Teniendo en cuenta la situación que estamos viviendo por la pandemia de COVID-19:

- ¿De qué manera el WFP ha actuado para responder a esta compleja situación?
- Desde su opinión ¿La respuesta del WFP ha sido adecuada?, ¿Por qué?, Deme ejemplos

Sección 4: El Futuro Recomendaciones para WFP Perú EE1

Si tuviera la oportunidad de mejorar o cambiar algo de la labor del WFP en Perú donde usted vive ¿qué recomendaría en temas de comunicación hacia las comunidades o de vincular a más entidades, empresas u organizaciones comunitarias?

Anexo 7. Estudio de caso “Cocina con Causa”

A7.1 INTRODUCCIÓN

234. Durante más de una década, la gastronomía peruana se viene posicionando como parte de la transformación social y económica en el país. Cocineros y restaurantes peruanos se encuentran entre los diez mejores de América Latina y son reconocidos mundialmente. Esta corriente ha generado el aumento de las escuelas de cocineros y cada año miles jóvenes se gradúan como cocineros, cocineras o, en un lenguaje más sofisticado, como “chefs”. En los últimos 20 años, la comida se ha convertido en el Perú en una fuente importante de unidad, identidad y orgullo nacional.
235. Este hecho contrasta con los altos índices de anemia, sobrepeso y obesidad que persisten en la población peruana. A pesar de que en el Perú se ha dado una reducción sostenida de la desnutrición crónica infantil en menores de 5 años, aún persisten niveles altos de anemia. Si bien los niveles de anemia a nivel nacional se han reducido de 60.9 % a 43.6 % entre el año 2000 y el 2016, hay un estancamiento de 43,6 % en el 2016, lo que hace que la anemia constituya un problema de salud pública grave, especialmente entre los niños y niñas de 6 a 35 meses donde 6 de cada 10, entre los 6 y 12 meses se encuentran con anemia (59.3 %).
236. Este evidente contraste gatilló que el WFP en el Perú a desarrolle una estrategia de movilización, abogacía y comunicación para promover el consumo de alimentación nutritiva y saludable. Una pieza fundamental de esta estrategia fue un programa de televisión promovido inicialmente por el gobierno peruano, recibió el apoyo técnico del WFP y, gradualmente, WFP asumió el liderazgo estratégico y operativo. Este programa de televisión tiene como nombre Cocina con Causa.

A7.2 OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

237. El objetivo de este documento es contar con una síntesis de la experiencia de Cocina con Causa que permita a los públicos internos y externos del WFP identificar el proceso de implementación, los principales elementos replicables y las recomendaciones para su intervención. De este modo, Cocina con Causa se convierte en un modelo de intervención con características específicas. Al ser este documento parte de la Evaluación Descentralizada del Efecto Estratégico 1 del Plan 2018-2022 de la Oficina País del Perú, la metodología para su elaboración incluyó revisión de documentos de archivo, entrevistas en profundidad y encuestas con funcionarios del WFP y con aliados, y análisis de contenido de una muestra aleatoria de los programas de Cocina con Causa emitidos por televisión. El proceso del análisis incluye la triangulación de las fuentes, identificando elementos comunes entre las distintas herramientas.

A7.3 COCINA CON CAUSA

238. Cocina con Causa es un programa de televisión. Sin embargo, además de ser un programa de televisión, es una gran estrategia de articulación de aliados alrededor de una causa común que es alcanzar el hambre cero. El programa tiene por objetivo promover la nutrición saludable en las familias peruanas, entrando a sus hogares a través de los medios de comunicación masivos y, más recientemente, a través de estrategias transmedia que incluyen las redes sociales.
239. En 2017, WFP junto con el Ministerio de Salud (MINSA), el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS) y TV Perú (la televisión pública peruana) lanzaron un nuevo programa de televisión llamado Cocina con Causa con el propósito de entretener, orientar y mejorar los hábitos de alimentación y nutrición de toda la población. Durante su segunda temporada (2018-2019), esta iniciativa evoluciona a una plataforma transmedia agregando una página web, redes sociales, campañas, activaciones y programas radiales.

240. Cocina con Causa resalta la diversidad de la cocina peruana, revalora los productos locales y comparte historias inspiradoras de personas y comunidades. Asimismo, el programa está alineado a los objetivos del Gobierno Peruano para reducir la anemia y la desnutrición crónica infantil. Cocina con Causa es un ejemplo de alianza y articulación con el apoyo de instituciones públicas, el sector privado, organismos no gubernamentales y agencias de las Naciones Unidas.

A7.4 PRIMERA TEMPORADA

241. En agosto del año 2017 se inicia la primera temporada de Cocina con Causa. En el evento de lanzamiento, el presidente Pedro Pablo Kuczynski usa estas frases para describirlo: “Tenemos aquí, en la gastronomía peruana, un tremendo activo. Ahora debemos trasladar ese activo hacia la nutrición de los chicos y a la educación de las madres, para que les den a sus hijos una dieta variada con el fin de evitar los estragos de la anemia y la desnutrición”.

242. Durante la primera temporada, el formato de Cocina con Causa fue de reportaje documental. El arco de la historia consistía en la solución a un problema nutricional de una comunidad a través de una receta innovadora, de la mano de una organización social o líderes locales que les abrían las puertas. Estas comunidades estaban en diferentes partes del Perú y los cocineros viajaban hasta allí para conocer su situación de primera mano, lo que permitía registrar historias, personajes e imágenes que reflejaban la diversidad del país y la relevancia de las recetas para esas comunidades, pero, a la vez, incrementaba los costos de producción. A esto se le sumaba un cuidado en la calidad de la imagen y la estructura de la narración.

243. La primera temporada, transmitida por TV Perú, fue de agosto a diciembre en horario estelar. En total, se produjo y difundió 13 episodios de una hora de duración, grabados en distintas locaciones geográficas. Jóvenes cocineros, familias y nutricionistas presentaron soluciones creativas y nutritivas en la selección de los platos del día a día. Esta temporada ganó premios internacionales como el Premio Humanitario en la categoría “Logro Excepcional”, los Premios a la Excelencia en “Uso del film / Video para el Cambio Social” y el “Logro Excepcional” en la categoría “Programa Reality” en el Concurso IndieFEST.

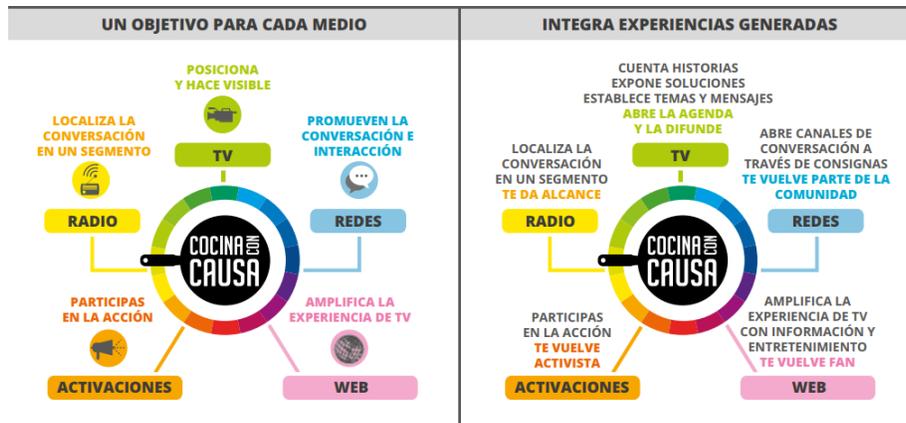
A7.5 SEGUNDA TEMPORADA

244. En diciembre del 2017 se hace una primera encuesta para analizar posibles resultados de la primera temporada de Cocina con Causa. El 12% de los encuestados a nivel nacional habían visto el programa. La audiencia que vio el programa tenía una buena apreciación de él (71% consideraban que era bueno o muy bueno). La mayoría apreciaba en el programa las recetas y las historias de vida que presentaba. Sin embargo, tres cuartos de los encuestados no vieron el episodio completo. Entre los que vieron el programa existe una mayor intención de cambio en su alimentación en comparación con aquellos que no lo vieron, especialmente en consumo de verduras y frutas, así como reducir el consumo de carbohidratos. De forma complementaria, en el 2018 se elabora una línea de base para la implementación de la segunda temporada en donde se confirma una buena recepción, así como una limitada implementación de las recomendaciones nutricionales, pues un poco más del 30% en NSE C, D y E habían preparado alguna receta del programa.

245. A partir del análisis de estas variables, el equipo de producción del programa, liderado por el Programa Mundial de Alimentos, encuentra que debían ampliar la llegada del programa para promover de manera más efectiva los cambios de comportamiento para tener una mejor alimentación y nutrición. Así, el 27 de agosto del 2018 se inicia la segunda temporada de Cocina con Causa con un formato y horario completamente distintos a la temporada anterior. En la segunda temporada, el programa es un magazín que se transmite de lunes a viernes a las 10.30am por 25 minutos. Se graba en un estudio de televisión que es cedido gracias a una alianza con la Universidad de Lima. El nuevo formato aborda un tema específico durante todo el programa, como alimentación infantil o consumo de frutas y verduras, que sirve como pretexto para hacer entrevistas a personajes, conversar con un nutricionista y, como en la temporada anterior, preparar una receta ejemplar que es cocinada por un cocinero invitado. La segunda temporada tuvo 117 episodios, aunque durante la segunda temporada se modificó nuevamente el formato, incluyendo reportajes con personajes de diferentes comunidades del país, grabando en exteriores en lugar de estudio y reemplazando a la conductora principal.

246. Durante la segunda temporada, a la propuesta televisiva se le añadió un componente transmedia para expandir el alcance de la televisión a través del uso de las tecnologías y las redes sociales. En palabras del WFP, “la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación para asegurar que los mensajes nutricionales alcancen una mayor audiencia y estén articulados a otras actividades de soporte” (Factsheet Cocina con Causa, 2019). Cuando se inicia la pandemia, las dificultades del confinamiento y los cambios de prioridades en la televisión llevaron a postergar el inicio de una posible temporada de Cocina con Causa, por lo que fueron las redes sociales las que albergaron la propuesta en su conjunto, que fue llamada “Cocina con Causa (en casa)”.

Imagen1: Plataforma transmedia de Cocina con Causa 2019



Fuente: Cocina con Causa Factsheet 2019

A7.6 ESTRATEGIA INTEGRAL

247. A lo largo de sus dos temporadas, Cocina con Causa mantiene varios elementos en común en la mayoría de sus episodios, aunque ha variado en el formato y el tono en los que se han presentado:

- Un desafío nutricional específico que será abordado a través de una receta.
- Un cocinero invitado que propone una receta con ingredientes saludables.
- Una historia personal o comunitaria que dé rostro humano al desafío.
- Una organización social o líderes locales que proponen e inspiran con soluciones.
- Un especialista en nutrición o medicina que comparte criterios técnicos.

248. Adicionalmente, podemos encontrar que Cocina con Causa reúne varios elementos que exceden el programa de televisión, pero sin dejar de lado el reconocimiento de ser haber llegado a producir más de 100 programas en menos de tres años, varios de ellos con una calidad superior al promedio de la televisión peruana tanto en forma como en contenido.

249. En primer lugar, Cocina con Causa es parte de una estrategia de aliados que incluye instituciones públicas, empresas, radiodifusoras, cocineros, organizaciones no gubernamentales, entre otros. El solo hecho de convocarlos ellos ya es una forma de sensibilización. En segundo lugar, Cocina con Causa se vincula a sus contenidos a los proyectos que realiza con empresas aliadas en las regiones de Ancash, Lima y Piura. Por lo tanto, rompe las fronteras mediáticas y se complementa en el territorio con otras iniciativas. En tercer lugar, Cocina con Causa creó una Mesa Técnica con representantes del sector público, colegios profesionales, organizaciones no gubernamentales para contar con una agenda de contenidos, mensajes e historias. En cuarto lugar, Cocina con Causa viene incrementando gradualmente su presencia en redes sociales a través de su plataforma transmedia, especialmente en tiempos de pandemia. Finalmente, de forma reiterativa, Cocina con Causa es también un programa de televisión y se acompaña de la plataforma radial.

250. En consecuencia, Cocina con Causa puede ser presentada como una estrategia integral de marketing social que, tal como se observa en la Imagen 2, combina varias líneas de acción de forma complementaria para llegar al objetivo. En el centro de todas estas líneas está el contenido audiovisual del programa.

Imagen 2: Componentes estratégicos de Cocina con Causa



Fuente: Elaboración propia grupo evaluador

A7.7 ELEMENTOS REPLICABLES

251. La experiencia de Cocina con Causa es un ejemplo de articulación pública y privada, incluyendo la academia y los cocineros emprendedores del Perú, con una organización multilateral de las Naciones Unidas como es el WFP. En este sentido, son varios los elementos que fueron significativos para que el proyecto sea fructífero y que puede servir para su replicabilidad:

- a) **Hacer de la cocina un lugar de alianzas.** Cocina con causa es más que un programa de televisión. Es una estrategia que invita a actores diversos, del sector privado y de la sociedad civil, del Estado y de la academia, a sumarse con sus acciones a la reducción del hambre en el Perú. Podría decirse que, además de ser una forma de llegar a las familias peruanas con información valiosa sobre su alimentación y nutrición, Cocina con Causa es una excelente excusa para convocar voluntades alrededor de un tema tan atractivo como importante para la vida de todos: la cocina. De hecho, en la web del WFP de Cocina con Causa (www.cocinaconcausa.pe), actualmente desactivada, se la describe de la siguiente forma: “Esta iniciativa constituye un movimiento por la alimentación saludable, impulsado en el Perú desde el año 2017 por el Programa Mundial de Alimentos de la ONU, con el objetivo de mejorar las prácticas alimenticias en el Perú, en línea con los objetivos del Gobierno peruano y con el Objetivo de Desarrollo Sostenible N° 2, “Hambre Cero”, al 2030.”
- b) **Poner la causa en el centro del proyecto.** Una constante en todos los aliados y participantes de cocina con causa es su compromiso por reducir objetivo de reducir el hambre, la desnutrición y la anemia. Desde los productores hasta los cocineros, pasando por los conductores y los auspiciadores, todos consideran que su involucramiento en el proyecto proviene, inicialmente, del propósito o la causa que otorga el programa. En consecuencia, el programa, efectivamente, los moviliza. A pesar de las dificultades técnicas usuales que pueden haberse presentado o de la complejidad que supone tratar con varios aliados de naturaleza pública y privada a la vez, fue el objetivo común lo que mantuvo siempre cohesionada la iniciativa. Este compromiso con la “causa” viene complementado por la reputación, experiencia y legitimidad del WFP en el tema. Más aún, el Premio Nobel de la Paz que recibe en el año 2020 sirve para confirmar y potenciar esta reptación.

- c) **Traer a los cocineros a la mesa.** Una de las estrategias que llamó sirvió para promover el programa de televisión y convocar más voluntades fue la alianza con cocineros y cocineras en el contexto del “boom” gastronómico del Perú. Durante la concepción de la idea, la alianza fue con cocineros muy prestigiosos como Gastón Acurio. Después, para la grabación del programa se decide trabajar con cocineros de un perfil más joven, emprendedor y, sobre todo, con un alto compromiso para utilizar la comida como instrumento de transformación social. Los cocineros jóvenes compartieron su tiempo y recetas de manera gratuita durante la primera temporada y en parte de la segunda. Además de la motivación intrínseca, vinculada con la “causa” del programa, ellos también obtenían visibilidad y reputación como parte del programa.
- d) **Formar equipo con ingredientes de calidad.** Tanto la producción del programa de televisión en sus dos temporadas como la movilización de aliados alrededor de este fueron posibles gracias a la conformación de un equipo de profesionales que combinaba perfiles con experiencia en campos diversos, altos estándares de calidad y compromiso con el desarrollo del país. Desde un inicio el WFP puso en práctica una estrategia de reclutamiento de perfiles que estén a la altura de sus nuevos desafíos, por ejemplo, convocando para la producción de Cocina con Causa a una empresa que había trabajado previamente en formatos similares de alta calidad, incluyendo el programa de televisión con el que Gastón Acurio inició su liderazgo mediático y culinario. El WFP también contrató a la persona que había liderado Cocina con Causa en sus inicios, desde el gobierno, quien además traía experiencia previa en el sector privado, lo que le permitió actuar en distintos frentes de colaboración institucional. El WFP no ha dejado de fortalecer su equipo de alianzas y comunicaciones desde entonces: en número, diversidad y profesionalismo.
- e) **Compartir recetas que resuelvan problemas.** El hilo conductor de las dos temporadas de Cocina con Causa es la presentación de recetas para que los peruanos y las peruanas puedan mejorar su alimentación y nutrición. Gracias a esta persistente idea, Cocina con Causa ha compartido más de 100 recetas de cocina a lo largo de su programación y ha publicado recientemente un libro. No obstante, es preciso ver más allá del programa de televisión y explorar la estrategia de alianzas del WFP, pues permite comprender que las propuestas de solución, llamadas “recetas” en el programa televisivo, trascienden a este pues serían parte sustancial de toda la estrategia de movilización del WFP. En otras palabras, Cocina con Causa tiene en su “ADN” el establecer alianzas a través de propuestas innovadoras para las políticas públicas o para el trabajo conjunto con el sector privado. No es que solo el programa de televisión busca siempre una forma alternativa de cocinar, sino que todo el WFP busca nuevas formas de hacer alianzas gracias a su capacidad de proponer nuevas soluciones.

A7.8 RECOMENDACIONES

252. A partir de lo descrito y analizado sobre Cocina con Causa a lo largo de sus primeras dos temporadas, se pueden hacer las siguientes recomendaciones:

- a) **Ir al punto de venta (el mercado).** Como sugiere el estudio del Instituto de Estudios Peruanos, el mercado es un espacio fundamental para cualquier cocinero o cocinera peruana, de cualquier nivel socioeconómico. Cocina con Causa debería complementar su alcance en la cadena de preparación de alimentos saludables a través de la comunicación en el lugar donde se inicia la receta. No se trata únicamente de que el programa se traslade al mercado, sino de agregar una estrategia de activación con vendedores y compradores, haciéndolos parte de las alianzas. Por ejemplo, involucrar a los vendedores del mercado tanto durante la grabación de los programas como con otras actividades complementarias que permitan, por ejemplo, que puedan conocer propiedades nutricionales de los productos que venden actualmente para que, a su vez, les sirva como una táctica de venta o fidelización de clientes. En cualquier caso, lo que se propone es que el mercado tenga actividades presenciales más allá de las audiovisuales y, de ser preciso, tenga actividades específicas de involucramiento como se hace con los promotores comunitarios de los proyectos.

- b) **Potenciar el enfoque transmedia.** A partir de la segunda temporada Cocina con Causa apuesta por convertirse en una plataforma transmedia, es decir, que produce contenidos capaces de transitar entre diferentes medios y canales para, de este modo, llegar a una audiencia más amplia. Sin embargo, el esfuerzo aún no es reconocido del todo por los aliados. La pandemia llevó la agenda pública hacia otros asuntos distintos a los que propone Cocina con Causa, pero, al mismo tiempo, provocó un vuelco hacia los medios digitales sin precedentes, incrementando exponencialmente el acceso y la utilización de diferentes redes sociales y otros medios tecnológicos entre las audiencias más populares. Además, cada vez hay más padres y madres jóvenes que encuentran en las redes sociales su principal medio de consumo. Por lo tanto, la estrategia transmedia de Cocina con Causa podría ser aún más constante y audaz, teniendo a las redes sociales no solo como un complemento sino como el centro de la propuesta, sin dejar de lado las posibilidades de los medios masivos. Cocina con Causa “en casa”, lanzada durante la pandemia, fue un primer paso que ahora debe intensificarse y escalar, además de complementarse con nuevos espacios físicos, como el mercado, que luego sean compartidos en redes de forma estratégica.
- c) **Formalizar relaciones cuando sea posible.** Debido a la extensa lista de aliados institucionales e individuales que derivan de Cocina con Causa, especialmente pero no únicamente a través del programa de televisión, es importante formalizar y estandarizar estas relaciones. Esto permitiría evitar malentendidos o conflictos, especialmente en materia de responsabilidades, expectativas y comunicación pública. En este orden de ideas, esta formalización no siempre debe resultar en un contrato o un convenio que podría volver más largo y burocrático el proceso, pues en muchos casos bastaría un documento oficial de WFP que indique cuál es el alcance del apoyo de una organización o de un individuo, especialmente cuando se tratan de contribuciones voluntarias o intangibles que podrían ser percibidas de diferente forma por actores diferentes. Por ejemplo, todos los cocineros y las cocineras que comparten su trabajo o ideas pueden recibir un diploma de reconocimiento que es acompañado por un listado de condiciones que enmarcan su contribución (como, por ejemplo, que ese apoyo no supone una relación contractual con el WFP).
- d) **Encontrar el balance entre hacer ajustes y ser consistente.** El formato del programa de televisión ha sufrido bastantes cambios desde su concepción original, siempre en la búsqueda por conseguir el objetivo de mejorar los hábitos de alimentación y nutrición de la familia peruana. Sin embargo, en el afán de llegar de mejor manera a los hogares peruanos con información de calidad y recetas nutritivas y saludables, Cocina con Causa ha perdido identidad audiovisual, dado que al inicio tenía el formato de reportaje documental que luego se convirtió en formato magazín y, en última instancia, terminó siendo un híbrido entre ambos. Es fundamental encontrar el equilibrio entre la consistencia de la imagen del programa y los ajustes que deben hacerse como consecuencia de los estudios de mercado y la retroalimentación de los expertos. De este modo, se puede mejorar continuamente sin confundir a la audiencia o generar discusiones que son ajenas al objetivo del programa.

Anexo 8. Estudio de caso “Alianzas con Sector Privado”

A8.1 INTRODUCCIÓN

253. Perú tiene una extensión de 1.285.215 Km² y 32.5 millones de habitantes en 2019 y un crecimiento de la población de 1,06 %.¹⁶³ La densidad de población es de 24.8 hab/Km² y la esperanza de vida en el 2018 era de 75,22 años. Es un país con desigualdades sociales y económicas, rico en recursos alimentarios y gastronomía. Se logró un crecimiento económico, alcanzando un promedio del Producto Interno Bruto (PIB) de 6 % en la segunda mitad de la década del 2000, que permitió hacer inversiones en infraestructura, educación, salud, agua y saneamiento. A partir del 2011, los programas sociales del gobierno tuvieron un impulso en términos de alcance y escalabilidad para atender el hambre y la pobreza.¹⁶⁴ Lamentablemente, la pobreza, que había bajado hasta 20,2 % de la población en el 2019, se incrementó en el 2020 en diez puntos porcentuales como consecuencia de la pandemia.¹⁶⁵ El índice de Gini en los últimos 15 años mostró una mejora al disminuir en 18,3 % entre el año 2005 a 2019.¹⁶⁶ Se registraron 1'043.460 migrantes venezolanos, lo que representa el 3,16 % de la población peruana, convirtiendo al país en el segundo mayor receptor de migrantes venezolanos después de Colombia.¹⁶⁷
254. En el período 2007 a 2018 se dio reducción sostenida de la desnutrición crónica infantil en menores de 5 años de 27,8 % a 12,2 %, cifra que se mantuvo constante incluso durante pandemia en el año 2020,¹⁶⁸ pero con inequidades en las zonas rurales de la sierra y selva. Si bien los niveles de anemia a nivel nacional se han reducido de 60,9 % a 43,6 % entre el año 2000 y el 2016, hay un estancamiento entre el 41,6 % y 43,6 % entre el 2011 y 2016, lo que hace que la anemia constituya un problema de salud pública grave, especialmente entre los niños y niñas de 6 a 35 meses donde 6 de cada 10, entre los 6 y 12 meses se encuentran con anemia (59,3 %). Además, la anemia afecta al 39,9 % de los niños y las niñas de 6 a 35 meses de zona urbana, y alcanza al 53,4 %¹⁷⁰ en la zona rural. El sobrepeso y la obesidad tienen una prevalencia de 37 % en niños y niñas entre 5 a 9 años, cifra que se incrementó en 12,8 % entre el 2007 y el 2017.¹⁷¹ Según la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (ENDES) 2020 en el nivel nacional, en mujeres en edad fértil la prevalencia de exceso de peso aumentó 15,4 puntos porcentuales, con cifras de 49,1 % en el periodo 2007-2008 y 64,5 % en el año 2020, y la prevalencia de obesidad aumento en 12,0 puntos porcentuales, con cifras de 14,6 % en el periodo 2007-2008 y 26,6 % en el

¹⁶³ Ministerio de Relaciones Exteriores Perú. 2020. *Ficha País*. Lima

¹⁶⁴ Banco Central de Reserva. 2021.

¹⁶⁵ INEI. 2020. *Evolución de la Pobreza Monetaria 2009 – 2020*. Lima.

¹⁶⁶ INEI. 2021. *Perú: Estado de la Población en el año del Bicentenario, 2021*. Lima

¹⁶⁷ IPC-IG, UNICEF LACRO y WFP. 2021. “Protección social y la migración venezolana en América Latina y el Caribe en el contexto de COVID-19. *Research Report N° 58. Brasilia y Ciudad de Panamá*. Centro Internacional de Políticas para el Crecimiento Inclusivo, Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia — Oficina Regional para América Latina y el Caribe y Programa Mundial de Alimentos.

¹⁶⁸ INEI. 2021. *Perú: Evolución de los Indicadores de Programas Presupuestales, 2012-2020*. Lima.

¹⁶⁹ INEI 2020. Encuesta Demográfica y de Salud Familiar. Lima

¹⁷⁰ Ministerio de Salud. 2017. *Documento Técnico. Plan Nacional para la Reducción y Control de la Anemia Materno Infantil y la Desnutrición Crónica en el Perú: 2017-2021*. Lima.

¹⁷¹ MINSAIN/S en la Sala Situacional: “Situación del sobrepeso y obesidad en la población peruana” https://observateperu.ins.gob.pe/images/archivos/situacion-nutricional/4.1Tendencia_del_sobrepeso_y_obesidad_en_niñas_y_niños_de_5_a_9_años.pdf

año 2020.¹⁷² Entre los años 2009 y 2019, la prevalencia de sobrepeso en las gestantes aumentando 13.2 puntos porcentuales¹⁷³ y la prevalencia del déficit de peso presentó una tendencia hacia el descenso en 4 pp.¹⁷⁴

255. El ingreso promedio de las mujeres representa el 71,6 % del ingreso de los hombres.¹⁷⁵ En 2019 el INEI reporta que de cada 100 hogares con jefe hombre en 27 existe al menos un miembro con déficit calórico. Mientras, en hogares con jefa mujer, de cada 100 hogares en 20 al menos un miembro presenta este problema.¹⁷⁶ Según el INEI en el 2019 el Índice de Desigualdad de Género en el Perú se ubicó en 0,3859.¹⁷⁷ En este mismo año, el analfabetismo afectó al 8,1 % de las mujeres de 15 y más años de edad, cifra superior en casi tres veces más que la de los hombres (3,0 %).¹⁷⁸ En el período 2018-2019, la tasa de actividad femenina y masculina aumentó en 0,5 y 0,4 punto porcentual respectivamente.¹⁷⁹ Para el año 2019, la población económicamente activa peruana era de 17.830.500 personas, de las cuales cerca de 8 millones eran mujeres.¹⁸⁰
256. La emergencia sanitaria ocasionada por la COVID-19 cambió las prioridades del país. Desde que inició la pandemia han fallecido más 190 mil personas de COVID-19 en Perú.¹⁸¹ En consecuencia, los esfuerzos y recursos se focalizaron en reducir la propagación de la transmisión del virus, reducir su letalidad y enfrentar las consecuencias económicas y sociales del aislamiento obligatorio que afectó especialmente a las familias más vulnerables.
257. Las prioridades estatales del Perú están establecidas en el Plan Bicentenario, que finaliza en 2021 y contiene metas para reducir la prevalencia de la malnutrición crónica (hasta el 6,4 %) y de la anemia (hasta el 19 %). Sin embargo se han identificado carencias y desafíos que podrían obstaculizar el logro de estos objetivos, como: i) las deficiencias en el marco legal para el logro del Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 2; ii) la necesidad de mejorar la coordinación de los programas de seguridad alimentaria y nutrición a distintos niveles y en distintos sectores; iii) un discurso público en el que no siempre se ponen de relieve las disparidades, la inseguridad alimentaria y el hambre; iv) la escasez de esquemas de protección social reactivos ante desastres, y v) la necesidad de utilizar enfoques diferenciados según los contextos culturales locales y las necesidades en función del género.¹⁸² El Plan Bicentenario también identifica la necesidad de involucrar la participación del sector privado para el logro de los objetivos nacionales y “abre un espacio para concertar las decisiones públicas con las del sector privado, lo cual posibilita una mejor respuesta del Estado a las demandas de la sociedad, así como la coordinación pública y privada para emprender un camino definido hacia el logro de los objetivos nacionales”.¹⁸³
258. El sector privado en el Perú, en el marco de la responsabilidad social, tiene interés en participar en la solución de problemas sociales, generando proyectos centrados en la población y ampliando su mirada hacia la sociedad en las poblaciones que se encuentran en mayor situación de vulnerabilidad. Además, la Agenda 2030 incorpora el rol del sector privado para promover su contribución hacia el desarrollo sostenible contribuyendo con el bienestar de las personas y del planeta generando beneficios económicos, sociales y ambientales que sean

¹⁷² Ministerio de Salud, Instituto Nacional de Salud, OBSERVA-T Perú. Observatorio de Nutrición y Estudio del sobre peso y obesidad. <https://observateperu.ins.gob.pe/sala-situacional/situacion-nutricional>

¹⁷³ MINS/INS. 2020. *Estado nutricional de niños y gestantes que acceden a Establecimientos de Salud*. Lima

¹⁷⁴ Instituto Nacional de Salud- CENAN/DEVAN/SIEN Sistema de Información del Estado Nutricional de niños < 5 años y gestantes que acceden a establecimientos de Salud -2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019. Elaborado por el INS/CENAN/DEVAN/EN.

¹⁷⁵ INEI. 2020. *Estadísticas con Enfoque de Género*. Informe Técnico No. 1. Lima

¹⁷⁶ INEI. 2020. *Estadísticas con Enfoque de Género*. Informe Técnico No. 1. Lima

¹⁷⁷ INEI. 2021. *Brechas de Género 2020. Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres*. Lima

¹⁷⁸ INEI. 2021. *Brechas de Género 2020. Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres*. Lima

¹⁷⁹ INEI. 2021. *Brechas de Género 2020. Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres*. Lima

¹⁸⁰ INEI. 2021. *Brechas de Género 2020. Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres*. Lima

¹⁸¹ Ministerio de Salud del Perú, 2021

¹⁸² “Peru Country Strategic Plan (2018-2022)” (WFP/EB.2/2017/7-A/3/Rev.1).

¹⁸³ WFP. 2020. *Estrategia de Alianzas y Movilización de Recursos con el Sector Privado en el Perú (2020-2022)*. Versión borrador. Lima.

sostenibles en el tiempo.¹⁸⁴ El empresariado, a través de sus fundaciones, laboratorios de Innovación social, direcciones de responsabilidad social y sostenibilidad, desarrollan proyectos sociales, que generan un impacto en el bienestar y en la vida de sus colaboradores, llevándolo hacia sus familias, así como a las comunidades de su zona de influencia, con capacidad de réplica toda la sociedad en general. De esta manera, las personas son más productivas, tienen la oportunidad de generar mayores ingresos, y mejorar sus medios de vida. Existen empresas del sector privado en el Perú que están convencidas que es rentable la inversión en nutrición y educación para garantizar el desarrollo económico del país.¹⁸⁵

259. Con base en lo anterior, el WFP formuló su Plan Estratégico para el Perú 2018-2022, orientado a “toda la sociedad” en las relaciones con los agentes nacionales para aportar el enfoque multisectorial y de políticas integrado para seguir reduciendo la inseguridad alimentaria y la malnutrición, con el fin de contribuir al logro de tres efectos: i) El Gobierno, el sector privado, el sector académico y la sociedad civil del Perú se movilizan para contribuir de forma conjunta a la erradicación del hambre y la malnutrición para 2030, ii) Los grupos vulnerables con mayor riesgo de verse afectados por las formas de malnutrición prevalentes en el Perú (desnutrición, anemia, sobrepeso y obesidad) han mejorado su situación nutricional para 2022, y iii) Las instituciones nacionales y subnacionales han fortalecido sus capacidades para gestionar políticas y programas de seguridad alimentaria, preparación y respuesta ante desastres y protección social para 2022.¹⁸⁶
260. En este Plan Estratégico el WFP incluyó el Efecto Estratégico 1 (EE1) con el cual se propone que “El Gobierno, el sector privado, el sector académico y la sociedad civil del Perú se movilizan para contribuir de forma conjunta a la erradicación del hambre y la malnutrición para 2030”.¹⁸⁷ Su actividad principal se centra en “Prestar asistencia al Gobierno, la sociedad civil, el sector privado y el sector académico para crear una alianza con el fin de alcanzar el ODS 2 mediante el establecimiento de metas y la asignación de recursos y compromisos para lograr los objetivos del Hambre Cero. Esto se espera conseguir a través de tres subactividades: i) **abogacía/promoción**: establecer alianzas con entidades gubernamentales, empresas del sector privado y líderes de la sociedad civil para contribuir a la formulación de políticas públicas; ii) **comunicación**: incluir las cuestiones del hambre y la nutrición en la agenda pública, y iii) **movilización**: generar un movimiento a través de actividades y eventos nacionales y locales de alto perfil durante todo el año.”¹⁸⁸
261. La OP del WFP ha identificado que el sector privado es un actor clave en el desarrollo del país y en la implementación del Plan Estratégico de País (2018-2022). En este sentido y con el fin de orientar su trabajo con el sector privado, la OP adapta y define la “Estrategia de alianzas y movilización de recursos con el sector privado en el Perú para el período 2020-2022”. Adaptación que se hace con base en la Política Global del WFP consignada en el 2019 en el documento de “Estrategia de creación de asociaciones y movilización de fondos en el ámbito del sector privado (2020-2025)”.
262. Este documento presenta el estudio de caso sobre las Alianzas con el Sector Privado en el Perú como una guía informativa y formativa de cómo se puede trabajar con un donante no tradicional con un objetivo común de lograr el Hambre Cero y mejorar la seguridad alimentaria y nutricional. Este estudio de caso se construyó a partir de información cualitativa y cuantitativa de fuentes primaria y secundaria obtenida para la evaluación descentralizada del Efecto Estratégico 1 del Plan Estratégico para el Perú 2018-2022. El objetivo del presente estudio de caso es compartir la experiencia del WFP Perú en la estrategia de alianzas y movilización del sector privado que permita a los públicos internos y externos del WFP identificar el proceso de implementación, los principales elementos replicables y las recomendaciones para su intervención adaptada a diferentes contextos sociales, políticos y del sector privado.

¹⁸⁴ WFP. 2020. *Estrategia de Alianzas y Movilización de Recursos con el Sector Privado en el Perú (2020-2022)*. Versión borrador. Lima.

¹⁸⁵ WFP. 2020. *Estrategia de Alianzas y Movilización de Recursos con el Sector Privado en el Perú (2020-2022)*. Versión borrador. Lima.

¹⁸⁶ “Peru Country Strategic Plan (2018-2022)” (WFP/EB.2/2017/7-A/3/Rev.1).

¹⁸⁷ “Peru Country Strategic Plan (2018-2022)” (WFP/EB.2/2017/7-A/3/Rev.1).

¹⁸⁸ “Peru Country Strategic Plan (2018-2022)” (WFP/EB.2/2017/7-A/3/Rev.1).

A8.2 OBJETIVO DE LA ALIANZA CON EL SECTOR PRIVADO

263. El WFP Perú con la estrategia de alianzas y movilización de recursos del sector privado busca:

- Posicionar el tema Hambre Cero en la agenda de las intervenciones sociales y económicas del sector privado.
- Incrementar el apoyo recibido del sector privado a través de contribuciones económicas o valor compartido para lograr incidencia en el marco de las prioridades estratégicas del WFP en el Perú.
- Aumentar los recursos de contribución de fondos para implementar proyectos e iniciativas particulares de interés del sector privado y enmarcado en políticas públicas.
- Mejorar la capacidad de generación de alianzas con el sector privado para contribuir al posicionamiento de la Oficina País en el Perú.

A8.3 PROPÓSITO

264. La estrategia de alianzas y movilización de recursos del sector privado en el WFP Perú, propone una hoja de ruta para la generación de alianzas con el sector privado que busca contribuir a la recaudación de fondos para la ejecución de proyectos de desarrollo sostenibles, y también para el desarrollo de diferentes iniciativas que generen promoción y así contribuir a escalar el tema del Hambre Cero, nutrición y seguridad alimentaria en la agenda del sector privado y en la agenda del sector público. La estrategia se desarrolla en forma transversal a los objetivos estratégicos de la Oficina de País, considerando su ejecución con dos líneas de acción: i) donantes y ii) promoción, las cuales tienen la capacidad de interrelacionarse y los actores que intervienen pueden participar en las dos líneas de acción a la vez.¹⁸⁹ Dentro del cambio estratégico para contribuir a las acciones de promoción, comunicación y movilización de las iniciativas de WFP están: i) el incremento de alianzas, ii) la diversificación de la base de donantes, iii) motivar la participación de donantes no tradicionales y iv) recaudación de fondos del sector privado.¹⁹⁰

A8.4 LINEAS DE ACCIÓN

265. Para lograr el propósito de las alianzas con el sector privado, el WFP Perú definió dentro de su “Estrategia de alianzas y movilización de recursos con el sector privado para el periodo 2020-2022” dos líneas de acción:

Tabla 1 - Estrategia de alianzas y movilización de recursos con el sector privado para el periodo 2020-2022” dos líneas de acción

| | |
|-----------|--|
| Donantes | Se propone lograr la atracción de fondos para ejecutar en proyectos de desarrollo de alto impacto a través de: (i) asistencia técnica y fortalecimiento de capacidades para mejorar la seguridad alimentaria y nutrición en diferentes territorios, y (ii) asistencia humanitaria para reducir la inseguridad alimentaria en emergencias, enfocándose en las poblaciones más vulnerables. |
| Promoción | Se propone generar promoción para posicionar a la Oficina País como expertos en temas de seguridad alimentaria y nutricional a través de (i) mantener una agenda con el Consejo Consultivo, (ii) visibilizar y difundir las actividades, avances e iniciativas en medios de comunicación con alcance nacional y sesiones y eventos de alto perfil, y (iii) la generación de diversos productos bajo la sombrilla de Cocina con Causa. |

Fuente: WFP Perú Estrategia de alianzas y movilización de recursos con el sector privado en el Perú (2020-2022)

¹⁸⁹ WFP Perú 2019 Estrategia de alianzas y movilización de recursos con el sector privado en el Perú (2020-2022)

¹⁹⁰ WFP Perú 2020 Estrategia de alianzas y movilización de recursos con el sector privado en el Perú (2020-2022)

A8.5 PRINCIPIOS PARA LA GENERACIÓN DE LAS ALIANZAS

266. El WFP Perú adopta seis principios que mueven las alianzas y que están definidos en su Estrategia de Recaudación de Fondos y Alianzas con el Sector Privado (2013-2017) y que se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla 2 - Estrategia de Recaudación de Fondos y Alianzas con el Sector Privado (2013-2017)

| | | |
|---|--|--|
| <p>Principio 1</p> <p>Alinear las asociaciones para el desarrollo de capacidades y para la recaudación de fondos con los objetivos estratégicos.</p> | <p>Principio 2</p> <p>Las alianzas se adhieren a las Directrices de cooperación de negocios de las NNUU y a las Directrices para la recaudación de fondos de asociaciones privadas del WFP.</p> | <p>Principio 3</p> <p>Demostrar la rentabilidad de la alianza</p> |
| <p>Principio 4</p> <p>Evaluar y valorar ambas asociaciones: desarrollo de la capacidad y recaudación de fondos.</p> | <p>Principio 5</p> <p>Asegurarse de que los costos de las alianzas con el sector privado no están subvencionados por el gobierno.</p> | <p>Principio 6</p> <p>Mitigar el riesgo de reputación mediante el uso de un proceso de diligencia debida estandarizada robusto.</p> |

Fuente: WFP Perú Estrategia de alianzas y movilización de recursos con el sector privado en el Perú (2020-2022)

A8.6 PRINCIPIOS PARA LA GENERACIÓN DE LAS ALIANZAS

Para el logro y éxito de las alianzas con el sector privado, el WFP Perú identificó y abordó una serie de estrategias que se han ido consolidando en el tiempo para hacer posible la ampliación y diversificación de la base de donantes no tradicionales:

- **Definición de una narrativa** que identifica el problema sobre el cual se debe actuar para avanzar en el logro del ODS2. Narrativa Construida a partir de un análisis de la situación nutricional del país que es reportada por el gobierno nacional a través del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Para ello se tiene en cuenta cual ha sido la evolución de los indicadores de desnutrición crónica y de anemia e identifican que hay una reducción sostenida de la desnutrición crónica infantil, pero en anemia, aunque hay una disminución también hay un estancamiento. Dicha narrativa es construida por un experto especialmente contratado como asesor en política y con conocimiento del sector público y de políticas públicas. Se define así promover la buena nutrición de niños y madres gestantes, y para contribuir con la lucha contra la anemia y desnutrición crónica infantil y combatir el hambre e impulsar el crecimiento de las comunidades locales.
- **Generación de evidencia para sensibilizar.** A través de estudios que dieran cuenta de la seguridad alimentaria y nutricional de la población peruana y tener un mapa de actores e intervenciones para convencer al sector privado de la importancia de invertir en la nutrición y el cambio de comportamiento social para mejorar hábitos alimentarios y nutricionales.
- **Tener un programa estratégico como Cocina con Causa.** Que además de ser un programa de televisión es una estrategia de articulación de aliados alrededor de una causa común que es alcanzar el hambre cero. El programa promueve la nutrición saludable en las familias peruanas, entrando a sus hogares a través de los medios de comunicación masivos y, más recientemente, a través de estrategias de plataforma transmedia que incluyen las redes sociales. Cocina con Causa es un ejemplo de articulación pública y privada, incluyendo la academia y los cocineros emprendedores del Perú, con una organización multilateral de las Naciones Unidas como es el WFP.

- **Conocimiento del sector privado.** Para lo cual el WFP hace un análisis de la situación de las empresas privadas del Perú. Para realizar este análisis utiliza la matriz FODA a través de la cual mira fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Con base en ello se define, según normas y procedimientos del WFP, con cuales puede ser aliados para el logro de los Objetivos Estratégicos del PEP Perú y establecer el tipo de alianza como donante o de valor compartido.

Tabla 3 - Criterios considerados en el análisis FODA del sector privado

| Eje central | Fortalezas | Debilidades | Amenazas | Oportunidades |
|---|---|---|--|---|
| Posibilidad por parte de WFP de generar alianzas con el sector privado para alcanzar el ODS2. Hambre Cero | Comprenden los atributos, recursos, capacidades que el sector privado tiene para alcanzar el ODS2 | Establen los factores del sector privado que limitan la generación de alianzas para alcanzar el ODS2. | Elementos externos al sector privado que limitan la generación de alianzas para alcanzar el ODS2 | Condiciones externas, que brindan ventajas competitivas a la empresa y la oportunidad de generar alianzas |
| | Factores Internos | | Factores Externos | |

Fuente: WFP Perú Estrategia de alianzas y movilización de recursos con el sector privado en el Perú (2020-2022)

- **Contar con un Consejo Consultivo:** Conformado por personas vinculadas a importantes firmas privadas y de sectores diversos como industrias extractivas, medios de comunicación, derecho, educación, entre otros. El Consejo Consultivo tiene roles y responsabilidades definidas y en este sentido ayuda a movilizar al sector empresarial y propicia la participación del WFP en foros y eventos empresariales como el CADE Ejecutivos y Perú Sostenible que permitió llegar y sensibilizar a cientos de empresarios y ejecutivos de las más importantes compañías del país, mientras que su presencia en la Mesa de Hambre Cero de Perú Sostenible, lo vincula con más de 70 compañías interesadas en el tema de Hambre.
- **Existencia de Espacios de discusión de temas de interés nacional:** En el Perú, existen empresas, cámaras, gremios y asociaciones que promueven el desarrollo de las prácticas empresariales enfocadas en lograr el bienestar de toda la población. En la Agenda 2030, el sector privado peruano ha asumido el desafío de trabajar de forma colaborativa con diversos sectores hacia el logro de los ODS. Estas organizaciones contribuyen al crecimiento económico y a la generación de oportunidades de las personas en todo el territorio nacional.¹⁹¹

Contar con estos espacios de discusión son oportunidades para el WFP para posicionar su marca y temas de seguridad alimentaria y nutrición dentro de su agenda y empezar una movilización para alcanzar los desafíos nacionales. También contribuye al posicionamiento de la Oficina País en el sector y permite la generación de incidencia de los temas del hambre y, en consecuencia, que el sector privado genere conciencia sobre la importancia que merece la relación de los temas de salud y nutrición con la generación de talento humano, productividad, bienestar, igualdad de oportunidades y estabilidad económica.¹⁹²

¹⁹¹ WFP. 2020. *Estrategia de Alianzas y Movilización de Recursos con el Sector Privado en el Perú (2020-2022)*. Versión borrador. Lima.

¹⁹² WFP. 2020. *Estrategia de Alianzas y Movilización de Recursos con el Sector Privado en el Perú (2020-2022)*. Versión borrador. Lima.

267. Algunas de las organizaciones que generan espacios de discusión son:¹⁹³

- ✓ **Perú 2021**, asociación que busca tender puentes entre el sector privado, sector público y sociedad civil para lograr un país sostenible. Esta asociación desarrolla el programa “Perú Sostenible”, a través del cual establece mesas de trabajo con el objetivo de establecer una hoja de ruta para contribuir al logro de cada ODS. Asimismo, organiza anualmente el principal foro de sostenibilidad del país.
- ✓ **El Instituto Peruano de Administración de Empresas (IPAE)**, congrega a los principales líderes del sector privado, público, academia y sociedad civil, para discutir problemas sociales, discutir soluciones y poner en la agenda los temas prioritarios para el desarrollo del país. Esta asociación organiza diferentes eventos anuales de alto perfil llamados Conferencia Anual de Ejecutivos (CADE), siendo uno de ellos CADE Ejecutivos.
- ✓ **El Grupo RPP**, es uno de los multimedios de comunicación más grandes con alcance nacional y la segunda marca noticiosa con mayor confiabilidad en el país. Este Grupo genera alianzas con organizaciones para desarrollar iniciativas que contribuyan al desarrollo del país y coloquen en agenda los desafíos sociales.
- ✓ **La Cámara de Comercio Canadá Perú**, busca promover relaciones comerciales, educativas y culturales para un beneficio mutuo entre Canadá y Perú, de manera socialmente responsable. Generan sesiones con ejecutivos de alto nivel en donde se discuten temas de relevancia nacional, se intercambian experiencias, se comparten aprendizajes y se buscan soluciones a los desafíos sociales que se enfrentan en el país.
- ✓ **El Instituto Peruano de Energía y Minas**, busca articular esfuerzos entre el sector público y privado para generar acciones que contribuyan al desarrollo económico y social del país. Esta organización desarrolla cada dos años la Convención Minera Perumin, evento minero más importante a nivel nacional que busca presentar los avances de la minería en el país y llama a la reflexión y debate sobre los roles que deben cumplir diversos actores para lograr la sostenibilidad.
- ✓ A continuación, y como ejemplo, en la figura se relacionan esos espacios, con el año en que ocurrieron y objeto de la intervención del WFP Perú.

Imagen 1 – Eventos



Fuente: WFP Perú. (2020). Presentación: Consejo Consultivo del Sector Privado - WFP Perú

¹⁹³ WFP. 2020. *Estrategia de Alianzas y Movilización de Recursos con el Sector Privado en el Perú (2020-2022)*. Versión borrador. Lima.

Anexo 9. Sistematización del EE1: Movilización, abogacía y comunicación del WFP Perú

A9.1 INTRODUCCIÓN

1. El Plan Estratégico de País (2018-2022) del WFP reforzó el enfoque de lograr resultados siendo un socio fundamental del Gobierno en materia de seguridad alimentaria y nutrición. En un primer planteamiento del PEP, este contribuía principalmente a tres efectos estratégicos, alineados a políticas de desarrollo de capacidades, nutrición, redes de seguridad y protección social.
2. Como parte de sus principales logros, el EE1 del PEP en Perú fue diseñado incorporando acciones que son diferentes a las que tradicionalmente aborda WFP en el mundo. Prueba de ello es el programa de televisión “Cocina con Causa”, así como las alianzas generadas con donantes no tradicionales del sector privado.
3. Por otro lado, los sucesos acontecidos ante la pandemia por la COVID-19 generaron una crisis humanitaria y económica que superó las capacidades actuales del Gobierno de respuesta ante una emergencia. Por ello, se crearon dos nuevos efectos estratégicos relacionados a respuesta a crisis. El EE1 ha contribuido al cumplimiento de los objetivos de estos efectos estratégicos, mediante el diseño e implementación de estrategias de comunicación adaptadas al contexto de cada territorio y a las necesidades de la población.
4. Las acciones del EE1 no llegan a beneficiarios directos, ya que sus subactividades buscan crear alianzas, en el marco del ODS17, con el fin de alcanzar el ODS 2. Respecto a los beneficiarios indirectos de sus acciones, se encuentra, en general, la población en su conjunto y, en específico, la población alcanzada a través del programa de televisión Cocina con Causa y los planes de comunicaciones que se desarrollan para cada uno de los proyectos en territorio, así como los aliados del sector privado, principalmente, además de algunos otros del sector público y la sociedad civil.

A9.2 OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

5. El objetivo de este documento es contar con un análisis sistemático de la experiencia de la implementación del EE1 en del PEP en el Perú para qué públicos internos y externos del WFP puedan identificar en el proceso elementos replicables y recomendaciones de intervención. De este modo, el EE1 se convierte en un modelo con características específicas. Al ser este documento parte de la Evaluación Descentralizada del Efecto Estratégico 1 del Plan 2018-2023 de la Oficina País del Perú, la metodología para su elaboración incluyó revisión de documentos de archivo, entrevistas en profundidad y encuestas con funcionarios del WFP y con aliados, y análisis de contenido de una muestra aleatoria de los programas de Cocina con Causa emitidos por televisión.

A9.3 EL EFECTO ESTRATÉGICO 1 DEL PLAN ESTRATÉGICO DEL WFP PERÚ (EE1)

6. El objetivo del EE1 del PEP Perú es contribuir a la erradicación del hambre para el 2030 mediante la creación de una alianza nacional de múltiples partes interesadas en la que participen el gobierno, el sector privado, la academia y la sociedad civil. Este Efecto Estratégico responde a la necesidad de la OP de reinventarse en un contexto en el que el apoyo humanitario y las entregas de alimentos disminuyeron, el Estado asume un rol más activo al respecto, por lo que el WFP debe asumir un nuevo rol o, en su defecto, evaluar la posibilidad de retirarse el Perú.
7. En respuesta a este desafío, la OP asume un rol por el cual, en lugar de priorizar las operaciones directas, busca movilizar a distintos actores y fortalecer las capacidades del país para reducir el hambre, la malnutrición y la

anemia, además de incrementar la seguridad alimentaria. Este giro de timón se inicia en el 2017 pero se formaliza en el Plan Estratégico 2018-2022, en el que se incluye el EE1 como medio fundamental y transversal en el logro de los objetivos de la oficina a través de tres componentes: abogacía, movilización y comunicación.

8. A continuación, se describirá la naturaleza de cada uno de estos tres componentes y las actividades que se desarrollaron en cada uno de ellos:

A9.4 ABOGACÍA

9. El componente de abogacía tiene como finalidad establecer alianzas con entidades gubernamentales, empresas del sector privado y líderes de la sociedad civil para contribuir a la formulación de políticas públicas. A través del establecimiento de alianzas, se realizan actividades que promuevan la incidencia de los temas de seguridad alimentaria, hambre y nutrición en la agenda del sector privado y público. Además, estas alianzas facilitan la obtención de fondos del sector privado para realizar intervenciones territoriales que generen evidencias que contribuyan con la formulación de políticas públicas.
10. El Consejo Consultivo es un grupo de profesionales del sector privado, cuyo propósito principal es impulsar el logro del Objetivo de Desarrollo Sostenible No. 2, Hambre Cero, aprobado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en el año 2015. Mas allá, el rol y las metas del Consejo Consultivo se inscriben directamente en el marco del Objetivo de Desarrollo Sostenible No. 17, Alianzas. El WFP en Perú creó el Consejo Consultivo en octubre del 2017 con siete miembros. En el marzo/abril de 2018, se incorporaron nuevos miembros para movilizar más sectores, alcanzando once miembros. En el último trimestre del 2019 se incorporaron seis miembros más. Actualmente, son 17 miembros que se vienen desarrollando en 8 diferentes sectores, incluyendo industrias extractivas, telecomunicaciones, estudios legales, medios de comunicación, alimentos, entre otros. Las principales funciones de los miembros del Consejo Consultivo son la vocería y representación para contribuir al conocimiento de la iniciativa Hambre Cero y sus avances, el apoyo a WFP Perú en actividades de sensibilización y movilización del sector privado para posicionar a los temas de hambre y nutrición, fomentando la colaboración de las empresas privadas y la participación de WFP Perú en eventos empresariales, y, como órgano de consulta, evaluar actividades de WFP Perú, recomendar acciones y marcar rutas en su relación con el sector privado para movilizar recurso para determinadas iniciativas de la Oficina, incluyendo el Cocina con Causa y diferentes iniciativas de nutrición, seguridad alimentaria y respuesta a emergencias. El Consejo Consultivo WFP Perú es uno de los principales grupos que promueven la participación de WFP en eventos de alto nivel.

A9.5 MOVILIZACIÓN

11. Este componente busca generar un movimiento a través de actividades y eventos nacionales y locales de alto perfil. La participación de WFP en eventos o reuniones de alto perfil a nivel local y nacional, campañas masivas y espacios especializados responde a la intención de difundir temas de seguridad alimentaria, hambre y nutrición, durante todo el año. De estos eventos, el más representativo y el que abrió la puerta a otros eventos posteriores fue el CADE Ejecutivos.
12. El CADE Ejecutivos es el mayor evento anual del país, que reúne a ejecutivos del sector privado, políticos y líderes de opinión para debatir los problemas nacionales con el fin de orientar y aportar soluciones económicas y sociales. Como resultado de los esfuerzos de promoción del WFP, el CADE Ejecutivos 2018 incluyó la anemia y la desnutrición crónica en su agenda, e invitó al representante del WFP a abrir la sesión de salud con un vídeo sobre la anemia y su impacto en la economía peruana. El mensaje se reforzó aún más durante una sesión privada con 40 altos ejecutivos, en la que el PMA presentó sus proyectos con el sector privado y la lista de mecanismos con los que se puede trabajar de manera conjunta para reducir la anemia y la desnutrición crónica. Desde entonces, la alianza del WFP con IPAE, asociación de empresarios que organiza el evento, le ha abierto puertas a nuevos eventos y presentaciones que, inclusive, han perdurado durante la pandemia de forma virtual.
13. A partir de la experiencia en el CADE Ejecutivos, la OP participó en diferentes eventos y sesiones de alto perfil durante el año, así como foros y campañas que permiten generar conciencia sobre la importancia de la nutrición y seguridad alimentaria como base del desarrollo de nuestro país. En este orden de ideas, el WFP

generó un listado de los eventos más representativos a nivel nacional, como se puede observar en la siguiente tabla:

- Con excepción de PERUMIN, el evento más importante de la minería en el Perú, cuya organización se vio frustrada como consecuencia de la pandemia, el WFP pudo participar en los siguientes eventos:



Fuente: WFP. (2020). Presentación al Consejo Consultivo del Sector Privado.

A9.6 COMUNICACIONES

- El componente de comunicación busca incluir temas vinculados al hambre y la nutrición en la agenda pública y la población (en específico, la audiencia del programa de televisión Cocina con Causa) a través del plan de comunicaciones de los proyectos en territorio. Mediante un mensaje coherente con el propósito de WFP se trabaja de forma multisectorial para alcanzar el Hambre Cero a través del diseño e implementación de los productos de comunicación de la OP y de los proyectos territoriales y de emergencia, la producción de contenidos prioritarios a nivel masivo y con el volumen alto para informar a las poblaciones e incidir en la mejora de hábitos nutricionales y de salud, el despliegue de esfuerzos de comunicación institucional para fortalecer la marca de WFP en Perú, y la generación de difusión de contenido de valor para potenciar la presencia del WFP entre audiencias especializadas.
- WFP Perú cuenta con un Plan de Comunicación que busca acompañar el plan estratégico 2018-2022 y orientar las comunicaciones a fin de darle visibilidad al trabajo que realiza WFP Perú, integrando actores clave para lograr sus objetivos. Esta contribuye con el posicionamiento de WFP Perú como un socio estratégico del gobierno peruano en la generación de conocimiento y evidencia para aportar en la construcción de políticas públicas. En este sentido, WFP Perú pasó de suministrar ayuda alimentaria a fortalecer la capacidad nacional, regional y de las comunidades en materia de seguridad alimentaria y nutrición, y en preparación y respuesta para intervenir ante desastres y emergencias. Sin embargo, la emergencia sanitaria por la pandemia del COVID-19 cambió el escenario de ejecución del presente Plan de Comunicaciones en Perú. En este contexto, desde abril de 2020 ejecutaron cambios temporales en la estructura organizacional de WFP Perú (adición de EE4 y EE5/6) para activar medidas de respuesta frente a la pandemia, lo que exigió ampliar la mirada a nivel estratégico y táctico. Para agregar flexibilidad a los tiempos cambiantes, este Plan de Comunicación se renueva anualmente.
- La Comunicación para el Cambio del Comportamiento Social (SBCC, en inglés) es un conjunto de enfoques, actividades y herramientas que se desarrollan con la comunidad para influenciar positivamente en los comportamientos locales, entre ellos la articulación con la población local, los procesos de movilización social, la interacción de audiencias locales, el apoyo para el fortalecimiento de capacidades, el empoderamiento de talento local y el apoyo en la formación de líderes comunitarios. Los componentes básicos de la SBCC es investigación de audiencias y diagnóstico de comunicación, planificación de la estrategia, interacción con las audiencias para probar estrategias y recursos de comunicación, desarrollo de capacidades de comunicación en los agentes comunitarios, autoridades, funcionarios y otros, producción de recursos de comunicación y

evaluación y sistematización de aprendizajes. En Perú, los proyectos Wiñantsik y PROSAN adaptan la estrategia de SBCC a través del desarrollar materiales de comunicación comunitaria que soporten la estrategia de las instituciones públicas en salud para la lucha contra la anemia y la DCI a través del fortalecimiento de capacidades para el trabajo de los agentes comunitarios a las familias con niños y niñas menores de 5 años y madres gestantes.

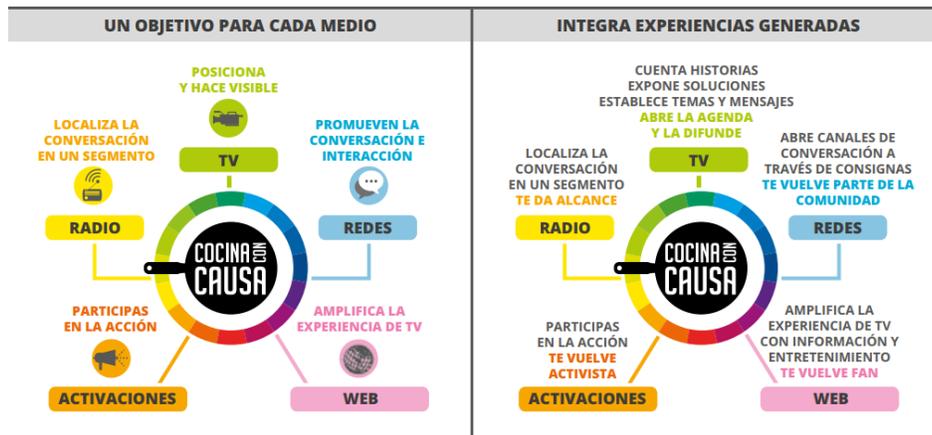
Radionovela “La Sangre Llama”

18. “La sangre llama” es una radionovela producida por el WFP, el Fondo Social del Proyecto Integral Bayóvar (FOSPIBAY) y PCI Media en el marco del proyecto PROSAN” en la provincia de Sechura, región Piura. A partir de los resultados de un sondeo rápido aplicado a familias de diversas localidades de la provincia, se diseñó la estrategia de comunicación local que comprende, entre otros recursos, la creación y producción local de la radionovela “La sangre llama”, compuesta de doce episodios. El argumento, personajes y libretos de la radionovela “La sangre llama” fueron creados mediante talleres y sesiones de trabajo con un equipo de promotoras comunitarias contra la anemia en Sechura, escritores, artistas y comunicadores locales, así como con el equipo técnico del WFP en la localidad. La radionovela promueve el involucramiento positivo de los padres y otros miembros de la familia en la crianza y alimentación de niñas y niños menores de tres años, para la mejora de hábitos de alimentación familiar -incorporando alimentos de origen animal ricos en hierro- y el uso constante del sulfato ferroso durante todo el periodo de tratamiento contra la anemia hasta la recuperación total. Para tal fin, el guion combinó información técnica con creencias populares para incorporar elementos del contexto en la historia y hacerla atractiva para los vecinos de la localidad.

Cocina con Causa

19. En el año 2017, el WFP junto con el Ministerio de Salud (MINSa), el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS) y TV Perú diseñaron Cocina con Causa, un programa de televisión que tiene por objetivo las prácticas alimenticias de la familia. Cocina con Causa se convierte en un instrumento para generar alianzas y articulación con instituciones públicas, socios del sector privado, organismos no gubernamentales y agencias de las Naciones Unidas.
20. Durante su primera temporada, de 13 episodios, transmitida los miércoles por la noche, el formato de Cocina con Causa fue de reportaje documental. A partir de la búsqueda de una receta innovadora que busca resolver un problema nutricional en una comunidad de algún lugar del Perú, un cocinero o una cocinera viajaba para conocer su situación de primera mano, lo que permitía registrar historias, personajes e imágenes que reflejan la diversidad del país y la relevancia de las recetas para la comunidad.
21. Sobre los resultados obtenidos y las oportunidades de mejora identificadas, se realizan modificaciones para aumentar la visibilidad, el potencial de entretenimiento y la fidelización e impacto de Cocina Con Causa. En consecuencia, la segunda temporada, en el año 2018, tiene un formato y horario completamente distinto a la temporada anterior, pues se convierte en un magazín que se transmite en las mañanas, de lunes a viernes, durante media hora. El nuevo formato aborda un tema específico durante todo el programa, como puede ser alimentación infantil o consumo de frutas y verduras, como pretexto para hacer entrevistas a personajes, conversar con especialistas y, como en la temporada anterior, preparar una receta ejemplar que es cocinada por un cocinero invitado. La segunda temporada tuvo 104 episodios, aunque en medio de esta se modificó nuevamente el formato, incluyendo reportajes con personajes de diferentes comunidades del país, grabando en exteriores en lugar de estudio y reemplazando a la conductora principal. La segunda temporada se graba en un estudio de televisión que es cedido gracias a una alianza con la Universidad de Lima.
22. Así, la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación para asegurar que los mensajes nutricionales alcancen una mayor audiencia y estén articulados a otras actividades de soporte; a movilizar la participación ciudadana; y a generar conciencia sobre la importancia de una alimentación nutritiva como elemento motivador para el empoderamiento de personas y comunidades, como agentes de cambio en el nivel local.

Imagen 2 - Plataforma transmedia de Cocina con Causa 2019



Fuente: Cocina con Causa Factsheet 2019

23. En 2017, se crea la Mesa Técnica facilitada por el PMA y conformada por representantes del sector público, colegios profesionales, organizaciones no gubernamentales. La Mesa, permite establecer una agenda organizada y consensuada de contenidos, mensajes emblemáticos, historias ejemplares y de programación. Asimismo, se encarga de proveer estos insumos a la producción y difusión de Cocina Con Causa y acompañar su implementación promoviendo que los contenidos de las temáticas tratadas sean adecuados y en concordancia con la política nacional. Sus miembros se reúnen y coordinan periódicamente.

A9.7 ELEMENTOS SIGNIFICATIVOS DE LA ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN

24. Los siguientes elementos hicieron del EE1 una propuesta original e innovadora, por lo que toda oportunidad de réplica en el Perú o en otros países deben considerarlos como intrínsecos:
25. **1. Hacer de la comunicación un instrumento estratégico.** Al poner a la comunicación dentro de uno de los objetivos estratégicos (el EE1) de su plan para el país, WFP en Perú toma la decisión de elevar el nivel de la comunicación y confiar en su rol para promover el Hambre Cero, llevándola de las usuales oficinas de naturaleza corporativa que son parte de las áreas administrativas o de soporte de la organización hacia un lugar desde donde tiene la posibilidad de expandirse con metas propias, sin dejar de lado las metas conjuntas. Esta mirada permitió al EE1 desarrollar productos de comunicación autónomos, como es el caso de Cocina con Causa, a la vez que proveía de soporte a las comunicaciones de los otros objetivos estratégicos de la Oficina País. Para hacerlo, WFP abandonó una forma de hacer comunicación operativa, orientada a la prensa y los materiales de apoyo, para pasar a una comunicación estratégica que, a través de la construcción de una narrativa transmitida a través de mensajes ambiciosos y medios masivos, contribuye al impacto que la organización espera alcanzar en el Perú.
26. **2. Contratar perfiles diversos.** Para poder innovar, las líderes de WFP en Perú de los últimos años reconocieron que necesitaban contratar a profesionales que no necesariamente correspondían con los perfiles tradicionales de las agencias de naciones unidas, con años de experiencia en organismos internacionales o especializaciones en desarrollo internacional. El ejemplo más importante, que se muestra como un acierto por los logros alcanzados y que se registran en la evaluación descentralizada, fue la contratación de la actual gerente del EE1 quien antes de ser reclutada por WFP en Perú tuvo un breve tránsito por el sector público luego de pasar algunos años trabajando en el sector privado. La práctica de contratar perfiles diversos trasciende al EE1, ya que lo mismo ocurre con la administradora de WFP en Perú, quien venía de trabajar en restaurantes con el chef Gastón Acurio, así como el oficial de Alianzas quien había sido ministro de Salud. Algo que tienen en común todos estos perfiles es que conocían el trabajo de WFP y, de una u otra manera, habían sido aliados antes de ingresar a la institución. En resumen, identificar talentos, invitarlos a participar en los procesos y utilizar criterios de contratación que van más allá de los estudios y la experiencia tradicionales ha permitido que WFP amplie la diversidad de sus perfiles profesionales, lo cual ha dado resultados positivos.

27. **3. Hablar el lenguaje del sector privado.** Una de las innovaciones más importantes del EE1 fue proponer una aproximación menos conservadora frente al sector privado. Así, WFP no se acercaba a las empresas solo para que sean potenciales “donantes”, sino para que sean socios de los proyectos, capaces de crear valor compartido. Esa permitió que el sector privado se involucre más en los proyectos y en la propia gestión de WFP a través del Consejo Consultivo. Para lograrlo, fue necesario que el equipo de WFP entienda cómo funciona el sector privado y, partiendo de este entendimiento, comunicarse con él en sus propios términos. En este sentido, hablar el lenguaje del sector privado significa reconocer cuáles son los aspectos en donde las empresas encuentra beneficios, sea en materia reputacional, como de responsabilidad social o sostenibilidad. Otro valor que encuentra el sector privado de aliarse con una organización como WFP es la posibilidad de que este se convierta en un intermediario legítimo frente al sector público, dada la desconfianza que existe actualmente en las relaciones directas entre el sector público y privado en el Perú. Por lo tanto, para que WFP aproveche las oportunidades del sector privado como aliados estratégicos, debió “habla su lenguaje”, lo que supone abordar las comunicaciones y, eventualmente, las negociaciones poniendo sobre la mesa los términos, las perspectivas y los objetivos de las empresas.
28. **4. Adaptarse al contexto del país.** Cuando el EE1 se incorporó en el Plan Estratégico de WFP en Perú que iniciaba en 2018, el contexto del país era muy distinto al que se vive cuatro años después. En ese momento, la falta de alimentos no era el principal problema del país, sino la anemia y la desnutrición. La oficina en Perú vivía un momento muy particular: WFP tenía pocos recursos institucionales y debía replantear su papel en el país, por lo que WFP asumió el rol de brindar asistencia técnica al Estado, además de incidir en la sociedad para que contribuyan desde todos los frentes en la disminución de la anemia y la desnutrición, más aún por el declarado interés del gobierno hacer de la anemia una prioridad. Estas condiciones se fueron modificando progresivamente. En términos políticos, Perú cambió cuatro veces de presidentes en menos de cinco años, antes que la pandemia vire las prioridades del país hacia la salud y economía. WFP, en general, y el EE1, en particular, se adaptaron mediante pequeños pero importantes ajustes estratégicos, como fue fortalecer el trabajo de alianzas e incidencia, dejando de lado la aspiración del movimiento por el Hambre Cero, así como fortalecer su rol de asistencia técnica para que la anemia se mantenga como prioridad del gobierno, a la vez que se le otorgaba recursos técnicos para hacerlo. Del mismo modo, durante la emergencia, la oficina cambió sus prioridades, aumentando nuevos programas para entregar alimentos y transferencia que contribuyan con la seguridad alimentaria, para lo cual el EE1 brindó soporte en materia de comunicaciones.
29. **Innovar en el marco institucional.** La idea de incluir un Efecto Estratégico que tenga como principales actividades la comunicación, la abogacía y la movilización fue, en sí misma, una innovación en el marco institucional al realizarse como un piloto autorizado por las instancias correspondientes dentro de la organización del WFP. Sin embargo, el EE1 también logró ampliar su capacidad de acción dentro del marco institucional con el objetivo de establecer alianzas no tradicionales con el sector privado. El EE1 trabajó en el marco de las políticas vigentes del WFP a nivel global, desarrollando análisis normativo al que se sumó una estrategia de “due diligence” interno con las empresas que incluía una lista de principios que sirvieron como criterios para establecer alianzas. Entre estos principios se pueden encontrar, por ejemplo, "evaluar y valorar ambas asociaciones: desarrollo de la capacidad y recaudación de fondos", así como "mitigar el riesgo de reputación mediante el uso de un proceso de diligencia debida estandarizada robusto". En este sentido, un elemento muy significativo del EE1 en su forma de trabajo fue lo que podemos llamar la "creatividad institucional" que le permitió ampliar sus posibilidades de acción sin atentar contra las políticas vigentes y, por el contrario, aprovechar estas políticas para trabajar alianzas innovadoras con el sector privado.

Anexo 10. Análisis de Contenido

A10.1 PRESENCIA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Metodología

30. Para analizar la presencia y narrativa en medios de comunicación, se hizo una muestra aleatoria de ocho notas para los años 2020 y 2021, y 5 notas del año 2019 porque en este año había mucho menos artículos. En total el EE1 elaboró 1154 artículos en medios, de los cuales 997 son del año 2020, 135 del año 2021 y 22 del año 2019. En consecuencia, nuestro universo tiene un claro sesgo en favor del año 2021 y en desmedro del año 2019, aunque esto refleja la situación del contenido del archivo facilitado por la OP, mas no de la presencia en los medios.
31. Las notas de los años 2021 y 2020 incluyen artículos de Internet, mientras que los del año 2019, no. En el año 2019 la muestra expresa las apariciones de representantes del WFP en medios nacionales, mientras los años 2020 y 2021 tiene una preponderancia en noticias de carácter internacional. Para ponderar esta situación se buscaron noticias nacionales con presencia del equipo nacional del WFP en los años 2020 y 2021. El análisis de contenido incluyó los temas abordados, los voceros y el tono con el que se compartía la información.

Tabla 1 - Contenido

| Título | Año | Tipo de medio | Medio | Tono | Alcance | Asunto | Rol de la organización en la noticia | Link |
|--|------|---------------|----------------------|----------|---------------|---|--|------------------------|
| El PMA teme falta de productos básicos y precios disparados en la Franja de Gaza | 2021 | Internet | msn.com | Positivo | Internacional | Llamar la atención sobre el hambre en zona de conflicto | Fuente técnica / experta / Activista humanitario | Enlace |
| Liderar en pandemia es como competir en una tirrión | 2021 | Internet | jamagazine.com | Positivo | Internacional | Ayuda humanitaria | Fuente técnica / experta | Enlace |
| Siria cumple diez años de guerra con Al Assad al frente y sumida en la devastación y el colapso económico | 2021 | Internet | msn.com | Neutro | Nacional | Llamar la atención sobre el hambre en zona de conflicto | Fuente técnica / experta / Activista humanitario | Enlace |
| Es falso que indicadores de hambre hayan subido en siete puntos? durante la pandemia, como dijo Hernando Cevallos | 2021 | Internet | larepublica.pe | Neutro | Nacional | Desmentir fake news en campaña electoral | Fuente técnica / experta | Enlace |
| ONU PREVÉ MÁS HAMBRE EN CENTROAMÉRICA | 2021 | Internet | apnoticias.pe | Positivo | Internacional | Presentar informe sobre situación humanitaria | Fuente técnica / experta | Enlace |
| Triángulo Norte de Centroamérica, donde los pobres son más pobres | 2021 | Internet | msn.com | Positivo | Internacional | Presentar informe sobre situación humanitaria | Fuente técnica / experta | Enlace |
| ONU señala que hay 38.000 palestinos desplazados en Gaza y 2.500 sin hogar por ataques israelíes | 2021 | Internet | msn.com | Positivo | Internacional | Llamar la atención sobre el hambre en zona de conflicto | Fuente técnica / experta / Activista humanitario | Enlace |
| Gobierno Regional de Ancash | 2021 | Internet | regionancash.gob.pe | Positivo | Local | Convenio institucional para luchar contra la COVID | InstitucionalAliado gubernamental | Enlace |
| OMS alerta de los peligros de levantar las cuarentenas demasiado rápido | 2020 | Internet | diariocorreio.pe | Positivo | Internacional | Llamar la atención sobre el hambre en el contexto COVID | Fuente técnica / experta / Activista humanitario | Enlace |
| Nicolás Maduro flexibilizará la cuarentena por el coronavirus para ancianos | 2020 | Internet | larepublica.pe | Neutro | Internacional | Llamar la atención sobre el hambre en un país latinoamericano | Fuente técnica / experta / Activista humanitario | Enlace |
| SI SEGURIDAD ALIMENTARIA NO COMIENZA DESDE LO LOCAL NO VA SER POSIBLE FRENAR AUMENTO DE ANEMIA Y DESNUTRICIÓN INFANTIL EN PLENA PANDEMIA | 2020 | Internet | diariolaregion.com | Neutro | Nacional | Mención de datos sobre situación alimentaria en el país | Fuente técnica / experta | Enlace |
| Más de 80 millones de personas podrían pasar hambre en el mundo por el coronavirus, advierte la ONU | 2020 | Internet | elcomercio.pe | Positivo | Internacional | Llamar la atención sobre el hambre en el mundo | Fuente técnica / experta / Activista humanitario | Enlace |
| El hambre sube por quinto año consecutivo en Latinoamérica y afecta al 7.4% | 2020 | Internet | gestion.pe | Positivo | Internacional | Presentar informe sobre situación humanitaria | Fuente técnica / experta | Enlace |
| Programa Mundial de Alimentos planea enviar cargamentos de trigo a Beirut | 2020 | Internet | reuters.com | Positivo | Internacional | Llamar la atención sobre el hambre en zona de conflicto | Fuente técnica / experta / Activista humanitario | Enlace |
| Post: Trump suspende la inmigración legal a EEUU para "proteger al trabajador americano" | 2020 | Internet | lamula.pe | Neutro | Internacional | Llamar la atención sobre el hambre en el mundo | Fuente técnica / experta / Activista humanitario | Enlace |
| ENTREGAN DOCE NUEVOS VENTILADORES MECÁNICOS AL HOSPITAL RAMOS GUARDIA | 2020 | Internet | diariodechimbote.com | Positivo | Local | Convenio institucional para luchar contra la COVID | InstitucionalAliado gubernamental | Enlace |
| Covid-19: Desnutrición a gran escala amenaza a la milifz mundial | 2020 | Internet | inforegion.pe | Positivo | Internacional | Llamar la atención sobre el hambre en el mundo | Fuente técnica / experta / Activista humanitario | Enlace |
| Primer foro Desarrollo Infantil Temprano (RPP TV) Parte 1 | 2019 | Medio Impreso | La República | | Nacional | Promoción de la fortificación del arroz | Fuente técnica / experta | Enlace |
| Casi 2 millones de niños consumirán arroz fortificado contra la anemia en el 2020 | 2019 | Prensa | El Peruano | | Nacional | Cooperación Triangular para Hambre Cero Perú 2030 | Fuente técnica / experta | Enlace |
| "Las cosas como son" de Fernando Carvallo (RPP) | 2019 | Radio | RPP | | Nacional | Primer Foro Infantil Temprano | Fuente técnica / experta | Enlace |
| Premian a "Cocina con causa" (Canal 7.3) | 2019 | Televisión | RPP | | Nacional | Primer Foro Infantil Temprano | Fuente técnica / experta | Enlace |
| ¿Es posible fortificar el arroz contra la anemia? | 2019 | Medio Impreso | RPP | | Nacional | Iniciativa "Cocina con Causa" | Fuente técnica / experta | Enlace |

Fuente: Reportes WFP 2021

Resultados

32. Con relación al rol del WFP, se puede afirmar que este se presenta siempre como un organismo experto en temas de alimentación y, cuando es citado, a través de declaraciones o informes, presenta evidencia, diagnósticos o, en ocasiones muy específicas, llamados de atención sobre la grave situación nutricional o alimentaria en algunos territorios. Durante el año 2019, la presencia mediática para abordar temas vinculados con actividades propias del WFP fue mayor, incluso comparando solo las noticias nacionales, con un énfasis en comentarios relacionados con Cocina con Causa y la situación de la anemia en el Perú. Durante el 2020 hasta junio 2021, la presencia mediática es primordialmente internacional, quedando en evidencia que la oficina nacional del WFP mantiene un "perfil bajo" durante la pandemia, idea consistente con el estilo del equipo de comunicaciones que ingresa durante el

2020. Las pocas veces que aparece en medios por temas nacionales o locales durante el 2020 y la primera mitad del año 2021, son menciones sobre asuntos institucionales relacionados con alianzas o implementación de proyectos conjuntos, especialmente en la región Ancash.

33. Como era de esperar, por la reducción de la presencia de Cocina con Causa en medios masivos y por el inicio de la pandemia de COVID-19, los contenidos mediáticos dan un giro en el año 2020 cuando la agenda se vuelca hacia la crisis alimentaria, a nivel nacional e internacional, y cuando el WFP inicia acciones a nivel local para atender esta crisis. Durante los años 2020 y 2021, la presencia de voceros del WFP es mucho menor, en términos absolutos, que durante el año 2019.
34. Las noticias internacionales, que no están en el control de la Oficina País, suelen ser llamados de atención sobre las crisis alimentarias y humanitarias a nivel internacional, por consecuencia de la pandemia o de conflictos internacionales. Se confirmó que la presencia de voceros en medios nacionales durante los años 2020 y 2021 es mucho menor. Finalmente, no se aprecian apariciones en medios que hayan tenido contenidos negativos contra el WFP o en donde el WFP se presente en un tono confrontacional.

A10.2: COCINA CON CAUSA

Metodología

35. Se seleccionaron de forma aleatoria dos programas de la primera temporada de Cocina con Causa: Capítulo 1-3 (Manchay) y Capítulo 1-10 (Andahuaylas). Luego se seleccionaron, también de forma aleatoria, seis episodios de la segunda temporada. Como la segunda temporada tuvo dos conductoras distintas, esta selección se dividió en tres episodios con la primera conductora y tres episodios con la segunda. El análisis de contenido para cada uno de estos programas incluyó formato, narrativa, segmentos, personajes y temas.

Tabla 2 - Capítulos analizados de Cocina con Causa

| Episodio | Temas abordados | Personajes que aparecen en el episodio | Observaciones |
|----------|--|---|--|
| 3 | Loncheras para jóvenes músicos en Manchay (Lima) | Cocineros. Niños estudiantes de música. Padres de familia. Pediatra. Representante WFP. Representante de la organización (Sinfonía por el Perú). | Importancia de la alimentación de adolescentes. El programa visita a las familias de los adolescentes en Manchay, en Lima, y la cocinera profundiza en el día a día de estos jóvenes para proponer una receta. |
| 10 | Alimentación para campesinos en la sierra de Andahuaylas (Apurímac). | Cocineros. Campesinos. Pediatra. Nutricionista | Importancia de la agricultura y los agricultores. Parte del programa fue realizado en quechua con subtítulos en español. |
| 4 | Alimentación infantil | Actriz peruana (Emilia Drago, en su rol de madre) Enfermera (Vilma Chumacero) Representante del WFP (Isela Yasuda), quien cocina | La cocinera en este caso es una nutricionista del WFP. Discusión importante sobre la anemia infantil. Se generan discusiones entre las protagonistas, mediadas por la conductora. En este episodio no aparece ningún hombre. |

| Episodio | Temas abordados | Personajes que aparecen en el episodio | Observaciones |
|--------------------|---------------------------------------|---|--|
| 15 | Higiene es salud | Médico (Mario Tavera) Representante del Ministerio de Salud (Juan Carlos Peralta) Cocinero (Gustavo Montrestuque) | La mayor parte del programa se centra en la preparación de la receta y la conversación entre el representante del Ministerio de Salud y el cocinero. En este episodio no hay ninguna mujer aparte de la conductora. |
| 33 | Del huerto a la mesa | Cocineros (Palmiro Ocampo y Mónica Kisic) Palmiro Ocampo y agricultora (no aparece su nombre) Agricultora (Emiliana Acarapi) Nutricionista (Nathaly Aguilar) | Conexión con el primer capítulo de Cocina con Causa. |
| 52 | ¿Cómo preparar sándwiches saludables? | Cocinero (Diego Alcántara) Dueño de restaurante "El Chinito" (Luis Félix Yong) ¿Dueña de restaurante "Hu!" (Cristina Kisner) Sueño de restaurante El Cordano ("Don Amador") Médico (Mario Tavera) | La mayor parte del programa se desarrolla en el estudio, pero se introduce el tema con un reportaje que visita cuatro locales de venta de sándwiches. Una de las dueñas de estos restaurantes es invitada al estudio para preparar un sándwich mientras dialoga con el doctor. |
| 63 | Tesoros del Bosque | Dueño de biohuerto (Ever Chamba) Dueño de criadero de abejas (Gricerio Carrasco) Director ejecutivo de Conservación Internacional (Luis Espinel) Nutricionista (Susana Abu Sabbah) Coordinadora del Bosque de protección de Alto Mayo (Ivonne Paico) Guardaparques (Sara Ciupal) Mamá deguardaparques (Zoila Álvarez) Edgardo Rojas (cocinero) Promotora de la cocina amazónica (Elia García) Cocinero (Mauricio Barbón) | La mayor parte del programa se desarrolla en San Martín, en la Amazonía peruana, presentando a emprendedores y emprendedoras, así como personas responsables de la conservación de la naturaleza. |
| 86 | Historias de soya y compromiso | Emprendedora (Cristina Ricra) Nutricionista (Nathaly Aguilar) Directora de colegio (Verónica Lorgia) Profesoras (Raquel Carbonel y Araceli Valencia) Comediante (Fernando Armas, quien cocina) Representante de ONG Pan-Soy (Rita Reyes) Instructora de pastelería (Jenny Parcelo, quien cocina) | El hilo conductor del programa es la historia de la emprendedora Cristina Ricra. Énfasis en el emprendimiento, liderazgo y la responsabilidad social de las mujeres. |

Fuente: Elaboración propia

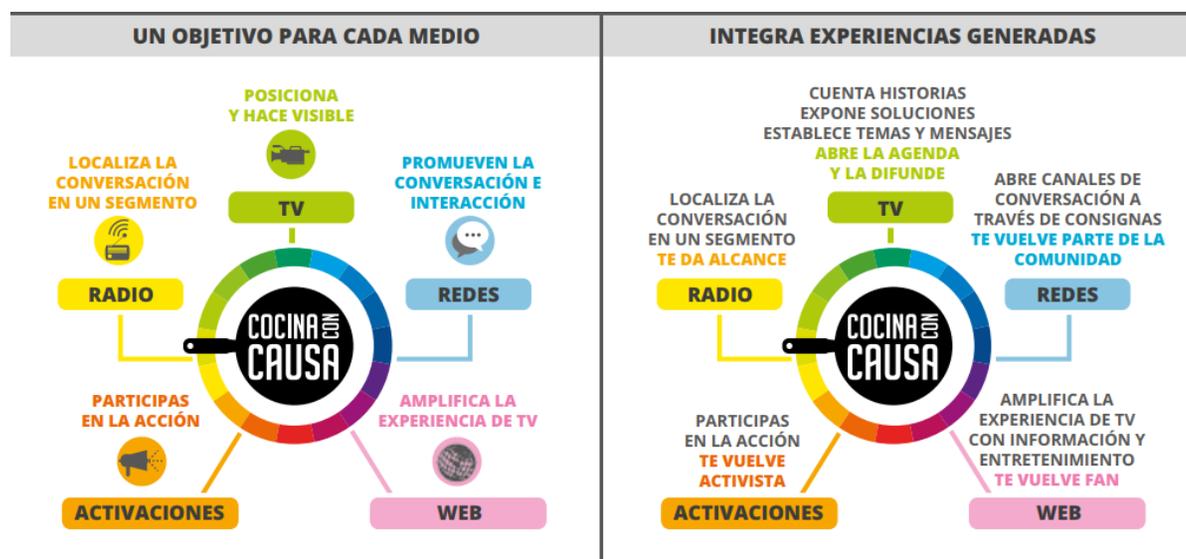
Principales hallazgos

36. Cocina con Causa se inició en agosto del 2017, a través del canal estatal TV Perú, con un programa semanal de 45 minutos en horario estelar. El formato era de reportaje documental de visitas a distintas comunidades del Perú. Debido a los desafíos de investigación y producción, esta temporada tuvo solamente 13 episodios.
37. El arco narrativo consistía en un desafío específico que el cocinero invitado debía resolver preparando una receta que debía ayudar a resolver un problema nutricional de una comunidad vulnerable, como pueden ser loncheras para niños (capítulo 3) o alimentos para agricultores de la sierra (capítulo 10). Las historias inician con una presentación de la situación de la comunidad y los problemas que enfrentan. A continuación, los cocineros se reúnen en una mesa redonda para discutir la problemática alimentaria desde su mirada personal y profesional, lo cual lleva a identificar cuál de ellos será el responsable de trabajar las recetas que buscan atender el problema identificado. A este segmento le siguen comentarios expertos: un médico y/o un especialista en nutrición, de ser el caso. El siguiente segmento muestra la inmersión del cocinero o la cocinera en la comunidad, escuchando testimonios locales y conociendo sus ingredientes locales. Finalmente, casi toda la segunda mitad del programa está dedicada a mostrar la preparación de la receta, incluyendo una demostración a la comunidad de cómo prepararla, poniendo especial atención en sus reacciones y comentarios. Además del cocinero o la cocinera a cargo de cocinar la receta, los principales personajes son los miembros de la comunidad, sean padres y niños involucrados en el programa Sinfonía por el Perú en el capítulo 3 o campesinos de Apurímac en el capítulo 10. Es evidente el propósito de la producción de revalorar los productos locales, tratar con dignidad a las comunidades y colocar al mismo nivel a la comunidad y a los cocineros.
38. En la segunda temporada, que empezó en agosto del 2018, se cambió a un formato magazín de 25 minutos de lunes a viernes, grabado en estudio, con entrevistas a expertos y reportajes cortos, además de un cocinero invitado que preparaba la receta que atendía el tema nutricional del día. Se eliminaron las historias que acompañaban todo el programa y el desafío de los cocineros en relación con el problema de una comunidad. También se cambió el estilo de las imágenes, pues en la temporada 1 eran más cinematográficas.
39. En el caso de los tres primeros episodios analizados de la temporada 2, conducidos por Norma Martínez, la primera parte de los programas está dedicada a presentar un tema a través de una entrevista, como ocurre en los casos de la actriz Emilia para hablar de alimentación infantil o la representante de la ONG Kusimayo¹⁹⁴. A continuación, siempre se presenta una opinión experta, sea médico, enfermera o un nutricionista. En algunos casos, la narrativa presenta al experto brindando información y consejos a la persona entrevistada para simular una conversación de cualquier televidente con el experto. En el tercer segmento, entra a escena un cocinero o

¹⁹⁴ El episodio 33 de la segunda temporada evoca el primer episodio de la primera temporada de Cocina con Causa, al iniciar presentando un segmento de aquel programa en donde Pamiro Ocampo visita a las agricultoras de Puno. La ONG Kusimayo es la organización social que apoya la alimentación y nutrición de las comunidades de Puno.

40. cocinera, quien preparación una receta que atenderá el problema, conectando, a través de la receta y el cocinero, esta temporada con la anterior. En el caso del episodio sobre alimentación infantil, la cocinera es la nutricionista del WFP, Isela Yasuda, quien prepara una papilla, en “Del huerto a la mesa” es la cocinera peruana Mónica Kisic y en “Higiene es salud” es el cocinero es Gustavo Montrestuque, en ambos casos preparando comidas a partir de verduras y vegetales.
41. A partir del cambio de conductora, reemplazando a Norma Martínez por Rocío Oyanguren durante la segunda temporada, también se hacen ajustes en el formato de Cocina con Causa. En primer lugar, se vuelve al formato de 45 minutos y ya no se realiza todo el programa exclusivamente dentro del estudio, sino que se vuelven a realizar visitas a comunidades del país en alianzas con ONGs y presentando a líderes locales. Es el caso del capítulo “Historias de soya y compromiso” en donde la ONG Pan-soy presenta a la emprendedora Cristina Ricra, o, del mismo modo, cuando Conservación Internacional presenta al emprendedor Ever Chamba y Gricerio Carrasco en la región amazónica de San Martín. Durante el programa aparecen slides con recomendaciones o recetas que ayudan, además, a la transición entre segmentos. En el caso del episodio sobre la soya, se invita a cocinar a un comediante nacional y a una instructora de pastelería, mientras que, en el caso del capítulo sobre la Amazonía, dos cocineros de restaurantes de la selva en Lima y la dueña de un restaurante en la ciudad de Tarapoto. Estos reportajes no se limitan a presentar cocineros y recetas, sino que intentan mostrar otros ángulos vinculados con la cocina, como puede ser el uso de algunos ingredientes nutritivos poco conocidos, la importancia de conservación del ambiente, el espíritu emprendedor de los protagonistas o la diversidad cultural y natural del Perú. Algunas preparaciones se realizan en estudio y, en algunos casos, como el capítulo sobre sándwiches, la mayor parte del capítulo se desarrolla en estudio mientras se cocina. Sin embargo, a diferencia de la conducción de Norma Martínez, en este caso el estudio está en exteriores.
42. A la propuesta televisiva correspondiente a la segunda temporada, se le añadió un componente transmedia que busca expandir el alcance de la televisión a través del uso de las tecnologías y las redes sociales. En palabras del WFP, “la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación para asegurar que los mensajes nutricionales alcancen una mayor audiencia y estén articulados a otras actividades de soporte” (Factsheet Cocina con Causa, 2019). Cuando se inicia la pandemia, las dificultades del confinamiento y los cambios de prioridades en la televisión llevaron a postergar el inicio de una posible temporada de Cocina con Causa, por lo que fueron las redes sociales las que albergaron la propuesta en su conjunto, que fue llamada “Cocina con Causa (en casa)” (Ver Figura 1)

Figura 1 - Plataforma transmedia de Cocina con Causa 2019

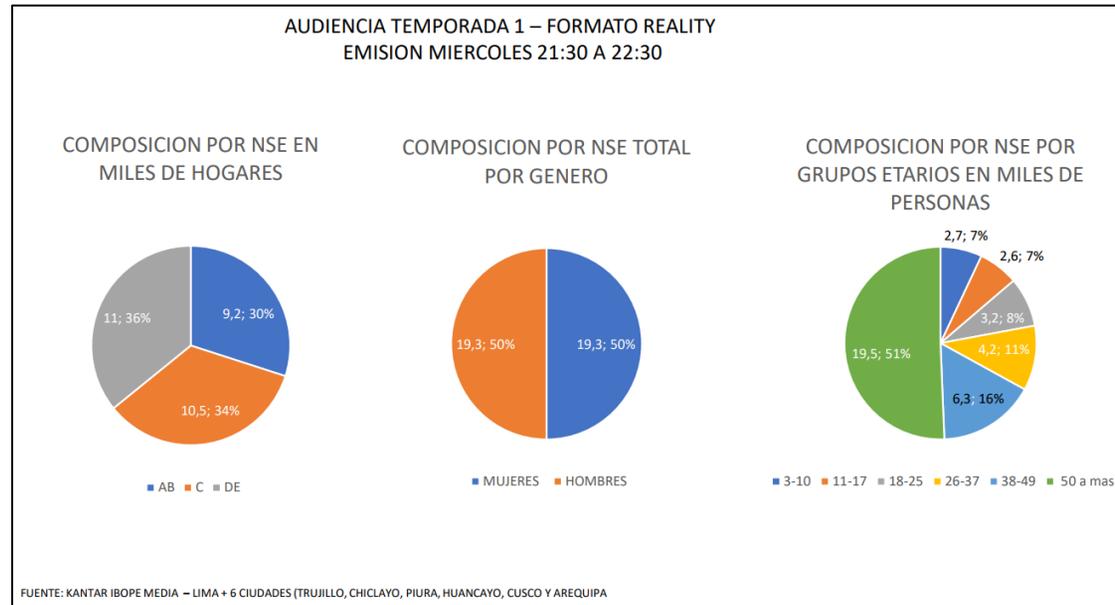


Fuente: Cocina con Causa Factsheet 2019

Obtención e interpretación de los datos

43. A través de Owan Lay, entonces miembro del directorio de TV Perú, el equipo evaluador recibió un conjunto de gráficas sobre la medición de audiencia ("rating") de la primera y de la segunda temporada de Cocina con Causa.
44. Para la lectura de los cuadros, los números absolutos se cuentan como miles de hogares, mientras que los porcentajes son la proporción de audiencia con relación al total. Como ejemplo, la lectura del primer cuadro de la temporada 1 se haría de la siguiente manera: 11 mil hogares de NSE DE (36 % del total de audiencia), 10 mil 500 hogares del NSE C (34 %) y 9 mil 200 hogares del NSE AB (30 %).
45. De manera informal, TV Perú comentó que compartió con su miembro del directorio que la audiencia la presentan en "miles de hogares" porque en términos de "rating" el puntaje es muy pequeño, dado que 10 mil hogares representarían aproximadamente solamente un punto de "rating".

Figura 2 – Audiencia temporalada



Conclusiones

- Los cambios en el formato, conducción y horario del programa son evidentes y, en consecuencia, pueden haber afectado las expectativas de los televidentes, sea en el cambio de la primera a la segunda temporada, o a lo largo de la segunda temporada.
- Más allá de los cambios de formato y de personajes, las protagonistas a lo largo de las dos temporadas de Cocina con Causa son las recetas de cocina. La presentación de recetas de cocina es la constante en todos los capítulos revisados del programa y, en varios casos, su proceso de preparación ocupa más de la mitad del capítulo.
- La presencia del experto acompañando la preparación de las recetas o comentando las historias presentadas es otra constante a lo largo de todos los episodios. Además, existe cierta continuidad en los médicos y las nutricionistas que aparecen en el programa, por lo que da un sentido de familiaridad que no se da en otros elementos del programa como consecuencia de los cambios permanentes.
- En relación con lo anterior, Cocina con Causa hace un esfuerzo permanente por presentar nuevas recetas e ingredientes a los televidentes, utilizando para ello el conocimiento de cocineros, cocineras y otros personajes a quienes invita a la cocina. Sin embargo, es igual de cierto que muchos de estos ingredientes apelan a la innovación, pero son difíciles de conseguir en los mercados locales, como lo confirman algunos de los entrevistados.
- En términos de género, Cocina con Causa presenta casos de mujeres emprendedoras y líderes, cocineras y representantes de la cocina, sin ninguna distinción con sus pares hombres. Hay episodios en donde todos los personajes son mujeres y hay otros en donde todos son hombres, aunque la mayoría presenta alguna variedad. Sin embargo, hay ocasiones en las que sí refuerza algunos estereotipos de género al hablar, por ejemplo, del rol de la madre en el cuidado de los niños.

- Cocina con Causa no solamente presenta la diversidad culinaria del Perú, sino que pone en evidencia la diversidad cultural y natural del Perú, especialmente en los capítulos en los que la producción se realiza fuera del estudio de grabación. Por el contrario, dentro del estudio de grabación sí tiene de haber una representación más limeña. En cualquier caso, Cocina con Causa cumple con mostrar elementos importantes para la cocina que trascienden a quien lo cocina o sus ingredientes.

A10.3: ANÁLISIS DE CONTENIDO MATERIALES GRÁFICOS EE1 WFP

Metodología

46. La base de datos compartida por el equipo del WFP contiene 719 piezas. De ellas, se tomaron al azar cinco piezas del año 2020 y cinco piezas del año 2021, que resultan en una lista de diez piezas que están incluidas en el Cuadro 1. A continuación, se realizó un análisis del tipo de piezas, los temas abordados y los contenidos presentados en términos gráficos e informativos para definir si estos responden a los objetivos propuestos por el Plan Estratégico del País y al EE1.

Tabla 3 - Piezas analizadas para el análisis de contenido

| Área generadora de contenido | PROYECTO / SUBÁREA / CAMPAÑA | TEMA / CAMPAÑA | Subtema | PIEZA | CONTIENE LOGO DE WFP SI/NO | OBJETIVO DE LA PIEZA | EQUIPO INVOLUCRADO | AÑO DE CREACIÓN | FECHA DE APROBACIÓN | Enlace |
|------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------|------------------------------|----------------------------|--------------------------|------------------------------------|-----------------|---------------------|------------------------|
| 6. Proyectos | 1. PROSAN | 15. Campañas de salud | 1. Marzo | 13. Sanchez 16 marzo | SI | Difusión | Mariela Melgar, Maria elena Melg | 2021 | Mar-21 | Enlace |
| 1. SO1 | 2. Comunicación Institucional | 16. Contenido RRSS | 12. día inocuidad | GIF Día Inocuidad | SI | Difusión | Ana Lucía Llerena, Cristina Arakak | 2021 | Jun-21 | Enlace |
| 2. SO2 | 4. Evento Agricultura Familia | 3. Workshop | 2. Citas evento | 6. Daniela Calderón | SI | Difusión | Ana Lucía Llerena, Cristina Arakak | 2021 | Abr-21 | Enlace |
| 3. SO3 | 4. Webinar Protección Social | | | Post cita TG | SI | | Ana Lucía Llerena, Cristina Arakak | 2021 | Abr-21 | Enlace |
| 2. SO2 | 1. Nutrechatea | 2. ilustraciones | | 8. Ilustración Leche materna | NO | Informativo | Arturo Pardo, Ana Lucía Llerena, C | 2021 | Feb-21 | Enlace |
| 1. SO1 | 2. Comunicación Institucional | 5. Papel membretado | | 1. Papel Membretado PROSAN | NO | | Ana Lucía Llerena | 2020 | Ago-20 | Enlace |
| 2. SO2 | 2. Arroz Fortificado | 3. Video | | Video arroz fortificado | No | | | 2020 | | Enlace |
| 6. Proyectos | 2. Wiñantsik | 6. Bolsa Yute | | YUTE BOLSA WIÑANTSIK | NO | | | 2020 | Oct-20 | Enlace |
| 1. SO1 | 2. Comunicación Institucional | 5. Papel membretado | | 1. Plantilla PROSAN | NO | | Ana Lucía Llerena | 2020 | Ago-20 | Enlace |
| 6. Proyectos | 1. PROSAN | 4. STICKERS PROSAN - FOSPIBAY | | STICKER 3LOGOS 7X7CMS | SI | Posicionamiento de marca | | 2020 | Set-20 | Enlace |

Fuente: Elaboración propia

Análisis

47. Lo primero que llama la atención es la organización de la información, en un Excel con detalles que incluyen el área del WFP que genera los contenidos cuya comunicación será gestionada por el EE1, los proyectos/subáreas/campañas, los temas, el objetivo de la pieza, el equipo involucrado, la fecha de aprobación, entre otros. Esta sistematización de más de 700 piezas trabajadas entre los años 2020 y 2021 (hasta junio) es de gran valor para los archivos de la organización y para la gestión del conocimiento.
48. Por otro lado, existe una amplia diversidad de materiales y piezas. Solo en la muestra seleccionada hay banners, contenidos para redes sociales, ilustraciones, papel membretado, videos, GIFs y stickers. Esto habla bien de la versatilidad y rapidez de los procesos llevados a cabo por el área de EE1 de elaboración de materiales.
49. Entrando a los contenidos, no todos los contenidos buscan compartir información relacionada con alimentación y nutrición, algunos solo buscan posicionamiento o presencia de marca (como es el caso de las bolsas de yute de Wiñantsiq o el papel membretado de Prosan). Sin embargo, en otros casos sí hay contenidos explícitamente informativos como es, en términos audiovisuales, el video que explica cómo se elabora el arroz fortificado, o, en términos visuales, el GIF que explica “cómo mantener la inocuidad de los alimentos” o la infografía sobre la extracción manual de la leche materna. En

otros casos, se comparten opiniones de la representante del WFP en el Perú para que sean compartidos en redes sociales, como en el ejemplo de la Imagen A14.1.

Imagen 1 - Post con cita de representante WFP en Perú



Fuente: WFP Perú

50. En términos gráficos se observa versatilidad en los materiales sin perder el tono informativo y formal que prima en una agencia internacional de esta naturaleza. En términos de mensajes, se observan mensajes coherentes con el Pla Estratégico Institucional y el EE1. Por otro lado, también se observa que el equipo de comunicaciones no solo debe atender una gran variedad de piezas, sino también contextos, temas y actividades diferentes pues deben responder a las necesidades de todas las áreas y proyectos de la oficina.

Anexo 11. Resultados de la Rúbrica de Valoración

51. La Tabla 1 muestra el resultado del análisis de rúbricas de la evaluación. La metodología consistió en estimar indicadores para cada una de las sub-preguntas propuestas en la matriz de evaluación, a partir de información primaria de encuestas realizadas a actores y de información secundaria.
52. Una vez se obtuvieron los indicadores, estos se clasificaron según el criterio de clasificación previamente definido. El puntaje obtenido para cada indicador fue multiplicado por su ponderación para obtener la calificación total del criterio.
53. Los resultados muestran que el criterio de pertinencia obtiene un puntaje de 2,63 sobre un máximo de 3, lo que corresponde a una calificación alta. Los resultados de los criterios de coherencia, eficiencia y eficacia obtienen puntajes de 2,7, 2,75 y 2,7 respectivamente, lo que corresponde a una calificación alta. Finalmente, el componente de género obtuvo un puntaje de 2,0, correspondiente a una calificación media.

Tabla 1 – Resultados del análisis de rúbricas

| Criterio | Preguntas | Subpreguntas | Indicadores | Ponderación y rúbrica de calificación | Criterio de calificación | | | Resultados indicados | Calificación | Puntaje | Resultado total criterio |
|-------------|--|---|---|---------------------------------------|--------------------------------------|--|--------------------------------------|----------------------|--------------|---------|--------------------------|
| | | | | | Alto (3) | Medio (2) | Bajo (1) | | | | |
| Pertinencia | 1 ¿Las actividades implementadas por el EE1 han podido adaptarse a los diferentes contextos que han ido surgiendo durante el período de ejecución del PEP? | 1.1 ¿En qué medida los procesos implementados en la formulación y ejecución del EE1 son pertinentes a las necesidades y dificultades de los grupos de escasos recursos económicos o mayor vulnerabilidad, y tienen relación | a. Contexto / brechas persistentes en el país | 25% | Promedio de calificación mayor a 2,5 | Promedio de calificación entre 2,5 y 1,5 | Promedio de calificación menor a 1,5 | 2,58 | Alto | 3 | 2,63 |
| | | | b. Contexto / brechas que afectan a las y los beneficiarios | | | | | 2,46 | Medio | 2 | |
| | | | c. Políticas y prioridades del gobierno | | | | | 2,48 | Medio | 2 | |
| | | | d. Políticas y | | | | | 2,74 | Alto | 3 | |

| Criterio | Preguntas | Subpreguntas | Indicadores | Ponderación y rúbrica de calificación | Criterio de calificación | | | Resultados indicados | Calificación | Puntaje | Resultado total criterio |
|------------|---|--|--|---------------------------------------|--|---|--|---------------------------|--------------|---------|--------------------------|
| | | | | | Alto (3) | Medio (2) | Bajo (1) | | | | |
| | | con el ODS 2? | prioridades del WFP. | | | | | | | | |
| | | | 1.1.2. Número de factores que posibilitaron la formulación y ejecución del EE1 | 25% | Más de 5 factores identificados | Entre 3 y 5 factores identificados | Menos de 3 factores identificados | 18 factores identificados | Alto | 3 | |
| | | | 1.1.3. Nivel de relación entre las subactividades del EE1 con el contexto país | 25% | Más del 80 % de las actividades se relacionan con el contexto país | Entre el 50 % y el 80 % de las actividades se relacionan con el contexto país | Menos del 50 % de las actividades se relacionan con el contexto país | 100% | Alto | 3 | |
| | | 1.2 ¿De qué manera la respuesta del EE1 se ha adaptado ante los cambios en el contexto político y del COVID-19 en el Perú? | 1.2.1. Valoración por parte de los aliados externos e internos de EE1 WFP sobre la flexibilidad y adaptabilidad del EE1 WFP en Perú | 25% | Promedio de calificación mayor a 2,5 | Promedio de calificación entre 2,5 y 1,5 | Promedio de calificación menor a 1,5 | 2,45 | Medio | 2 | |
| Coherencia | 2. ¿En qué medida las acciones implementadas por el EE1 están en sinergia e interrelacionadas con los otros EEs de la | 2.1. ¿Cuáles es el nivel de relación de procesos de planeación del EE1 con los otros EEs del PEP país? | 2.1.1. Valoración por parte de los aliados del nivel de sinergia (interacción alta, media, baja) de los procesos de planeación del EE1 con los otros EEs | 33,3% | Promedio de calificación mayor a 2,5 | Promedio de calificación entre 2,5 y 1,5 | Promedio de calificación menor a 1,5 | 2,52 | Alto | 3 | 2,7 |
| | | 2.2. ¿Cuál es el nivel de interacción | 2.2.1. Valoración del nivel de sinergia (interacción alta, | 33,3% | Promedio de calificación | Promedio de calificación | Promedio de calificación | 2,45 | Medio | 2 | |

| Criterio | Preguntas | Subpreguntas | Indicadores | Ponderación y rúbrica de calificación | Criterio de calificación | | | Resultados indicados | Calificación | Puntaje | Resultado total criterio |
|------------|--|--|--|---|--|--|---|----------------------|--------------|---------|--------------------------|
| | | | | | Alto (3) | Medio (2) | Bajo (1) | | | | |
| Eficiencia | oficina país y la estrategia del WFP? | entre el EE1 y los demás EEs del PEP país para la ejecución de sus actividades? | media, baja) de la ejecución del EE1 con los otros EEs | | mayor a 2,5 | entre 2,5 y 1,5 | menor a 1,5 | | | | 2,75 |
| | | 2.3 ¿Cómo contribuyó el EE1 a alcanzar las metas de los otros EEs del PEP país? | 2.3.1. Valoración de la contribución del EE1 a las metas de los otros EEs | 33,3% | Promedio de calificación mayor a 2,5 | Promedio de calificación entre 2,5 y 1,5 | Promedio de calificación menor a 1,5 | 2,52 | Alto | 3 | |
| | | 3.1 ¿En qué medida se movilizaron y apalancaron recursos que permitieron ampliar el alcance de los resultados? | 3.1.1. Valoración de la suficiencia de los recursos movilizados (incluyendo identificación y valoración de recursos movilizados no monetarios) | 25% | Promedio de calificación mayor a 2,5 | Promedio de calificación entre 2,5 y 1,5 | Promedio de calificación menor a 1,5 | 2,6 | Alto | 3 | |
| Eficiencia | 3. ¿Los resultados de las actividades implementadas por el EE1 han priorizado aquellas que implicaron menores costos y mayores beneficios? | ¿En cuánto se estiman los costos (tangibles y no tangibles) en los que se ha incurrido para alcanzar los | 3.1.2. Nivel de movilización y apalancamiento de recursos (tangibles e intangibles) frente a los recursos propios. | 25% | Más del 80 % del total de recursos fueron movilizados y apalancados | Entre el 50 % y el 80 % del total de recursos fueron movilizados y apalancados | Menos del 50 % del total de recursos fueron movilizados y apalancados | 100% | Alto | 3 | 2,75 |
| | | 3.2.1. Porcentaje de ejecución de costos del programa | 25% | Más del 80 % de los costos del programa fueron ejecutados | Entre el 80 % y el 50 % de los costos del programa fueron ejecutados | Menos del 50 % de los costos del programa fueron ejecutados | 64,42% | Medio | 2 | | |

| Criterio | Preguntas | Subpreguntas | Indicadores | Ponderación y rúbrica de calificación | Criterio de calificación | | | Resultados indicadores | Calificación | Puntaje | Resultado total criterio |
|----------|---|---|--|---------------------------------------|--|---|--|------------------------|--------------|---------|--------------------------|
| | | | | | Alto (3) | Medio (2) | Bajo (1) | | | | |
| | | objetivos del EE1? | | | | | | | | | |
| | | 3.3 ¿La priorización de actividades es consecuentemente con los costos y beneficios del EE1? | 3.3.1 Valoración de la correspondencia entre criterios de priorización y costos y beneficios del programa. | 25% | Promedio de calificación mayor a 2,5 | Promedio de calificación entre 2,5 y 1,5 | Promedio de calificación menor a 1,5 | 2,59 | Alto | 3 | |
| Eficacia | 4. ¿En qué medida los principales resultados esperados del EE1 han sido alcanzados? | 4.1 ¿En qué medida se logró movilizar a los diferentes aliados para alcanzar los objetivos del EE1? | 4.1.1 Valoración del nivel de participación de actores movilizados | 14,29% | Promedio de calificación mayor a 2,5 | Promedio de calificación entre 2,5 y 1,5 | Promedio de calificación menor a 1,5 | 2,53 | Alto | 3 | 2,7 |
| | | | 4.1.2 Valoración del nivel de compromiso de actores movilizados | 14,29% | Promedio de calificación mayor a 2,5 | Promedio de calificación entre 2,5 y 1,5 | Promedio de calificación menor a 1,5 | 2,62 | Alto | 3 | |
| | | 4.2 ¿Cuáles son los logros alcanzados en términos de los indicadores corporativos del WFP y el alcance de las metas planificadas? | 4.2.1. Valoración de la marca WFP por parte de los aliados | 14,29% | Promedio de calificación mayor a 2,5 | Promedio de calificación entre 2,5 y 1,5 | Promedio de calificación menor a 1,5 | 2,67 | Alto | 3 | |
| | | | 4.2.2. Nivel de avance de indicadores corporativos | 14,29% | Más del 80 % de los indicadores muestran un avance | Entre el 50 % y el 80 % de los indicadores muestran un avance | Menos del 50 % de los indicadores muestran un avance | 80% | Alto | 3 | |
| | | 4.3. ¿El EE1 han contribuido en la generación de | 4.3.1. Valoración de la contribución del EE1 a cambios de comportamiento en los | 14,29% | Promedio de calificación mayor a 2,5 | Promedio de calificación entre 2,5 y 1,5 | Promedio de calificación menor a 1,5 | 2,39 | Medio | 2 | |

| Criterio | Preguntas | Subpreguntas | Indicadores | Ponderación y rúbrica de calificación | Criterio de calificación | | | Resultados indicados | Calificación | Puntaje | Resultado total criterio |
|----------|--|---|---|---------------------------------------|---|--|---|----------------------|--------------|---------|--------------------------|
| | | | | | Alto (3) | Medio (2) | Bajo (1) | | | | |
| | | cambios de comportamiento deseados en los ciudadanos (beneficiarios indirectos)? | ciudadanos por parte de los aliados | | | | | | | | |
| | | 4.4 ¿Cuáles son los factores (internos y externos al WFP, incluyendo estructura organizacional de la oficina de país, los socios estratégicos y las asociaciones al EE1? | 4.4.1. Valoración de la contribución de la estructura organizacional de la oficina de país, los socios estratégicos y las asociaciones al EE1 | 14,29% | Promedio de calificación mayor a 2,5 | Promedio de calificación entre 2,5 y 1,5 | Promedio de calificación menor a 1,5 | 2,48 | Medio | 2 | |
| | | estructura organizacional de la oficina de país, los socios estratégicos y las asociaciones), que han contribuido u obstaculizado la consecución de los objetivos programáticos previstos de EE1? | 4.4.2. Porcentaje de factores de la oficina organizacional de la oficina país y de los socios estratégicos que contribuyen al alcance de los objetivos del EE1 sobre el total de factores identificados | 14,29% | Más del 80 % de los factores identificados contribuye | Entre el 50 % y el 80 % de los factores identificados contribuye | Menos del 50 % de los factores identificados contribuye | 84% | Alto | 3 | |
| Género | 5. ¿En qué medida el enfoque de género ha sido incluido como | 5.1 ¿En dónde se ha incluido el enfoque de género dentro de las actividades | 5.1.1. Valoración del nivel de la inclusión del enfoque de género en las actividades planeadas en el EE1 | 33,3% | Promedio de calificación mayor a 2,5 | Promedio de calificación entre 2,5 y 1,5 | Promedio de calificación menor a 1,5 | 2,26 | Medio | 2 | 2,0 |

| Criterio | Preguntas | Subpreguntas | Indicadores | Ponderación y rúbrica de calificación | Criterio de calificación | | | Resultados indicados | Calificación | Puntaje | Resultado total criterio |
|----------|--|--|---|---------------------------------------|--------------------------------------|--|--------------------------------------|----------------------|--------------|---------|--------------------------|
| | | | | | Alto (3) | Medio (2) | Bajo (1) | | | | |
| | una actividad transversal durante la implementación de las subactividades del EE1? | planteadas en el EE1? | | | | | | | | | |
| | | 5.2 ¿En qué medida subactividades del EE1 fueron sensibles a la igualdad de género? | 5.2.1. Valoración del nivel de sensibilidad de las subactividades del EE1 a la igualdad de género | 33,3% | Promedio de calificación mayor a 2,5 | Promedio de calificación entre 2,5 y 1,5 | Promedio de calificación menor a 1,5 | 2,31 | Medio | 2 | |
| | | 5.3 ¿Que oportunidades de mejora se identifican en la inclusión del enfoque de género en las acciones del EE1 y especialmente en Cocina con Causa? | 5.3.1. Valoración del nivel inclusión del enfoque de género en Cocina con Causa | 33,3% | Promedio de calificación mayor a 2,5 | Promedio de calificación entre 2,5 y 1,5 | Promedio de calificación menor a 1,5 | 2,4 | Medio | 2 | |

Fuente: Elaboración propia

Anexo 12. Lista de personas entrevistadas

A12.1 ACTORES INTERNOS, EXTERNOS Y BENEFICIARIOS INDIRECTOS

| Tipo de actor | Nombre | Sexo | Detalle | Entidad | Cargo |
|---------------|--------------------------|--------|---------|----------------|--|
| WFP | Tania Goossens | Mujer | | OP WFP | Representante y Directora de País |
| WFP | Aníbal Velásquez | Hombre | | OP WFP | Oficial Nacional Senior de Políticas Públicas y Alianzas |
| WFP | Carolina Hernández | Mujer | | OP WFP | OficialEE1 |
| WFP | Annie Camacho | Mujer | | OP WFP | Consultora Sector Privado EE1 |
| WFP | Ana Lucia Llerena | Mujer | | OP WFP | Asociada Senior de Comunicaciones EE1 |
| WFP | Maria Elena Melgar | Mujer | | OP WFP | Asistente de Comunicaciones EE1 |
| WFP | Ana Marcela Suclla | Mujer | | OP WFP | Asistente de Comunicaciones EE1 |
| WFP | Lourdes Moran | Mujer | | OP WFP | Asistente Administrativo EE1 |
| WFP | Lena Arias | Mujer | | OP WFP | Oficial EE2 |
| WFP | Ivan Bottger | Hombre | | OP WFP | Oficial EE3 y EE5/6 |
| WFP | Yoann Tuzzolino | Hombre | | OP WFP | Oficial EE4 |
| WFP | Mónica Guizado | Mujer | | OP WFP | Administración y Finanzas |
| WFP | Tatiana Almeida | Mujer | | OP WFP | Alianzas y reportes |
| WFP | María Pía Cebrian | Mujer | | OP WFP | Asociada Senior de Programas en Monitoreo y Evaluación |
| WFP | Enrico Cristiani | Hombre | | OP WFP | Programas |
| WFP | Emilia Villanueva | Mujer | | OP WFP | Oficial de Protección |
| WFP | Tania Rodríguez | Mujer | | OP WFP | Oficial de Oficinas de Terreno |
| WFP | Robert Canaza | Hombre | | OP WFP | Wiñantsik - Huaraz Coordinator a.i. |
| WFP | Isela Yasuda | Mujer | | OP WFP | REPSOL - Ventanilla Coordinator |
| WFP | Alejandro López Chicheri | Hombre | | WFP OP Bolivia | Representante y Director de País. |
| WFP | Tayra Pinzón | Mujer | | WFP RBP | Oficial de Comunicaciones |
| EX-WFP | Angela Montoya | Mujer | | RBP | Gerente filantropía para UNICEF- Ex WFP |

| Tipo de actor | Nombre | Sexo | Detalle | Entidad | Cargo |
|---------------|-----------------------|--------|--|-----------------------------------|--|
| EX-WFP | Gustavo Rosell | Hombre | | MINSA/Ex OP WFP | Viceministro/Ex Coordinator Ancash COVID19 |
| EX-WFP | Carla Tarazona | Mujer | | Ex- OP WFP | Consultora independiente |
| NNUU | Christian Sánchez | Hombre | Grupo Interagencial de Comunicaciones (OCR) | Oficina del Coordinador Residente | Oficial de la Unidad de Información |
| NNUU | José Olcese | Hombre | Proyecto HIPECHO - Respuesta a Crisis (Implementación de tácticas de Comunicación) | PNUD | UNV Especialista en comunicación Audiovisual - Gestión del Riesgo de Desastres |
| PRIVADO | José Tudela Rodríguez | Hombre | Cocina con Causa - Director de Contenidos | 360+1 | Jefe |
| PRIVADO | Fernando Morales | Hombre | Cocina con Causa - Productor | 360+1 | Director |
| PRIVADO | Fransua Robles | Hombre | Cocina con Causa - Chefs - Temporada I y II / Cocina con Causa (en casa) | Restaurante La Picante | Chef |
| PRIVADO | Colette Olaechea | Mujer | Cocina con Causa - Chefs - Temporada I y II / Cocina con Causa (en casa) | La Cocina de Colette | Chef |
| PRIVADO | Mónica Vargas | Mujer | Eventos/campañas nacionales - Desarrollo Infantil Temprano (DIT) 2019/2020 - RPP | RPP | Jefe de Valor Compartido |
| PRIVADO | Mario Sifuentes | Hombre | Producción de contenidos comunicacionales | LUDENS | Gerente General |
| PRIVADO | Guillermo Rojas | Hombre | Proyecto de gestión territorial Wiñantsik | Compañía Minera Antamina | Jefe de Comunicación Corporativa de Huaraz |
| PRIVADO | César Cárdenas | Hombre | Proyecto Emergencia Ancash (Prevención crisis) | Efecto Estrategia (Dircom) | Director |
| PRIVADO | Alessandra Sifuentes | Mujer | Intervención CBT - Prosan Sodexo - Respuesta a crisis (Coordinación de | Sodexo Perú | Jefe de Beneficios e Incentivos |

| Tipo de actor | Nombre | Sexo | Detalle | Entidad | Cargo |
|-----------------|----------------------|--------|---|--|---|
| | | | materiales de visibilidad) | | |
| PRIVADO | Alessandra Sifuentes | Mujer | Intervención CBT - Prosan Sodexo - Respuesta a crisis (Coordinación de materiales de visibilidad) | Sodexo Perú | Jefe de Beneficios e Incentivos |
| PRIVADO | Alessandra Sifuentes | Mujer | Intervención CBT - Prosan Sodexo - Respuesta a crisis (Coordinación de materiales de visibilidad) | Sodexo Perú | Jefe de Beneficios e Incentivos |
| PERSONA NATURAL | Betsy Albornoz | Mujer | Cocina con Causa - Chefs - Temporada I y II / Cocina con Causa (en casa) | Restaurante El Campeche | Chef |
| PERSONA NATURAL | Rocío Oyaguren | Mujer | Cocina con Causa - Conductora - Temporada II | Cocina con Causa - Conductora - Temporada II | Chef - Conductora |
| PERSONA NATURAL | Sara Abu-Sabbah | Mujer | Cocina con Causa - Expertos - Temporada I y II | Cocina con Causa - Expertos - Temporada I y II | Nutricionista |
| PERSONA NATURAL | Beatriz Quispe | Mujer | Mapeo de actores y acciones de nutrición - Equipo Técnico | MINSA | Nutricionista |
| PERSONA NATURAL | Paul Lucich Osorio | Hombre | Mapeo de actores y acciones de nutrición - Equipo Técnico | CARE PERU | Jefe de proyecto de nutrición |
| PERSONA NATURAL | Juan Díaz | Hombre | Eventos/campañas nacionales - Conferencia Anual de Ejecutivos CADE | | |
| ONG | Javier Ampuero | Hombre | Ejecución de radionovela La Sangre Llama y varias acciones adicionales de SBCC | PCI Media | Coordinador en Perú |
| ONG | Benjamín Dulanto | Hombre | Logística - Acuerdo con el Banco de Alimentos - | Banco de Alimentos Perú | Gerente de Fondo Performance - Firma de acuerdo |
| | Daniela Osoreo | Mujer | | | Gerente General |

| Tipo de actor | Nombre | Sexo | Detalle | Entidad | Cargo |
|----------------------------|--------------------------------|--------|---|---|--|
| | Alejandra Romero | Mujer | Respuesta a crisis (2021) | | Gerente Comercial de Proyectos y Operación |
| ONG | Miriam Alegre | Mujer | Logística - Acuerdo con el Banco de Alimentos - Respuesta a crisis (Coordinación de materiales de visibilidad) (2021) | Banco de Alimentos Perú | Coordinadora de Proyectos - Firma de acuerdo |
| ONG | Víctor Torres Aspillaga | Hombre | Intervención CBT BHA I - Respuesta a Crisis (Implementación de tácticas de Comunicación) | World Vision Perú | Coordinador Nacional de Proyectos Grandes |
| | Sandra Arbaiza | Mujer | | | Gerente de Proyectos de Migración |
| DONANTE | Segundo Reusche | Hombre | Donante - Proyectos de gestión territorial | Fondo Social del Proyecto Integral Bayovar - Fospibay | Gerente General |
| CONSEJO CONSULTIVO | Elena Conterno Matinelli | Mujer | Consejo Consultivo / Cocina con Causa - Libro recetario | Instituto Peruano de Acción Empresarial | Presidenta |
| CONSEJO CONSULTIVO | Adolfo Heeren Ramos | Hombre | Consejo Consultivo | COGA Compañía operadora de gas | Gerente General |
| CONSEJO CONSULTIVO | Frida María Delgado Nachtigall | Mujer | Consejo Consultivo / Cocina con Causa - Libro recetario | Grupo RPP S.A.C. | Vicepresidente del Directorio |
| CONSEJO CONSULTIVO | Cayetana Aljovín Gazzani | Mujer | Consejo Consultivo / Cocina con Causa - Libro recetario | Sociedad Nacional de Pesquería | Presidente |
| CONSEJO CONSULTIVO | Rafael Lengua | Hombre | Consejo Consultivo | Miski Mayo - Philippi Prietocarrizosa Ferrero DU & Uría | Abogado |
| CONSEJO CONSULTIVO | Verónica Becerra | Mujer | Consejo Consultivo | Pacífico Seguros | Asesora de Comunicaciones / Directora del Comité de Crisis |
| CONSEJO CONSULTIVO/DONANTE | José Luis Ibarra Bellido | Hombre | Consejo Consultivo / Donante | Grupo Repsol del Perú S.A.C. | Director de Comunicación y Relaciones Externas |
| | Cindy Chiu Chi | Mujer | | | REPSOL |

| Tipo de actor | Nombre | Sexo | Detalle | Entidad | Cargo |
|------------------------|---------------------------------|--------|---|--|---|
| ACADEMIA | Hernán Chaparro | Hombre | IEP Instituto de Estudios Peruanos | IEP Instituto de Estudios Peruanos | Investigador |
| ACADEMIA | Julio Wissar | Hombre | Grabaciones Cocina con Causa - Temporada II | Universidad de Lima | Director del Centro de Creación Audiovisual, Facultad de Comunicación |
| MEDIOS DE COMUNICACIÓN | Hugo Coya | Hombre | IRTP | IRTP | Expresidente |
| GOBIERNO LOCAL | Nora Choquehuanca | Mujer | Proyecto PROSAN - SBCC para fortalecimiento de capacidades con información testeada y probada por agentes comunitarios (2021) | Dirección Regional de Educación de Piura | Coordinadora pedagógica |
| GOBIERNO LOCAL | César Valencia | Hombre | Trabajos con el Municipio Provincial de Sechura y con la radionovela La Sangre Llama | Municipalidad Provincial de Sechura | Jefe de Comunicaciones |
| Beneficiaria | Gabriela Castillo | Mujer | | Ancash - Wiñantsik | |
| Beneficiario | Heber Jacinto | Hombre | | Sechura-Piura - PROSAN II | |
| Beneficiaria | Yanina Huaches | Mujer | | Sechura-Piura - PROSAN II | |
| Beneficiario | Edwin Javier Landa Vite | Hombre | | Piura Sechura - Fondos IRA | |
| Beneficiario | Julio Guzmán Martínez | Hombre | Estaba desempleado y sin ahorros y gracias a las transferencias monetarias pudo adquirir alimentos | Tumbes - BHA | |
| Beneficiaria | Marian Estefany Tonito Martínez | Mujer | Estaba embarazada en pandemia, tenía problemas para gastos y gracias a las transferencias monetarias pudo adquirir alimentos | Tumbes - BHA | |
| Beneficiaria | Johana Acosta Escalona | Mujer | | Callao - Fondos IRA | |
| Beneficiaria | Yoleidi Campos | Mujer | | Callao - Fondos IRA | |

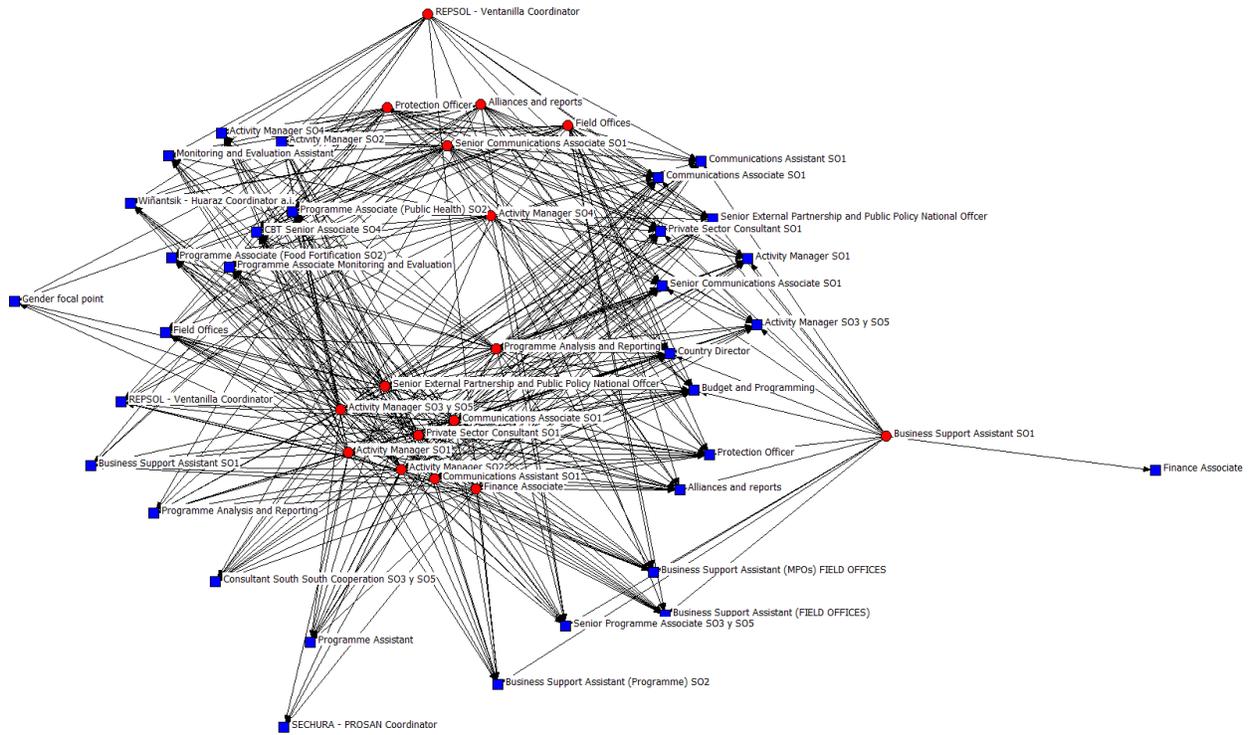
A12.2 LISTADO DE PERSONAS CON ACCESO A GRABACIÓN

| Tipo de actor | Nombre | Sexo | Detalle | Entidad | Cargo | Correo Electrónico |
|--------------------|------------------------------------|--------|--|---|---|-------------------------------|
| WFP | Tayra Pinzón | Mujer | | WFP RBP | Oficial de Comunicaciones | tayra.pinzon@wfp.org |
| WFP | Carmen Burbano | Mujer | | WFP HQ - ex OP | Ex CO Rep y actual Directora de la Unidad de Alimentación Escolar | carmen.burbano@wfp.org |
| DONANTE | Segundo Reusche | Hombre | Donante - Proyectos de gestión territorial | Fondo Social del Proyecto Integral Bayovar - Fospibay | Gerente General | s.reusche@fospibay.com |
| CONSEJO CONSULTIVO | Carlos Lozada | Hombre | Consejo Consultivo | Apoyo Branding S.A.C. | Director Gerente | clozada@apoyocomunicacion.com |
| WFP | Emilia Villanueva | Mujer | | OP WFP | Oficial de Protección | |
| WFP | Carolina Hernández | Mujer | | OP WFP | Oficial EE1 | |
| WFP | Lena Arias | Mujer | | OP WFP | Oficial EE2 | |
| WFP | Rolando Wilson y María Pía Cebrian | Hombre | | OP WFP | Puntos focales de género | |
| WFP | Tania Rodríguez | Mujer | | OP WFP | Oficial de Oficinas de Terreno | |
| WFP | Tania Goossens | Mujer | | OP WFP | Representante y Directora de País | |
| WFP | Anibal Velásquez | Hombre | | OP WFP | Oficial Nacional Senior de Políticas Públicas y Alianzas | |
| WFP | Enrico Cristiani | Hombre | | OP WFP | Programas | |

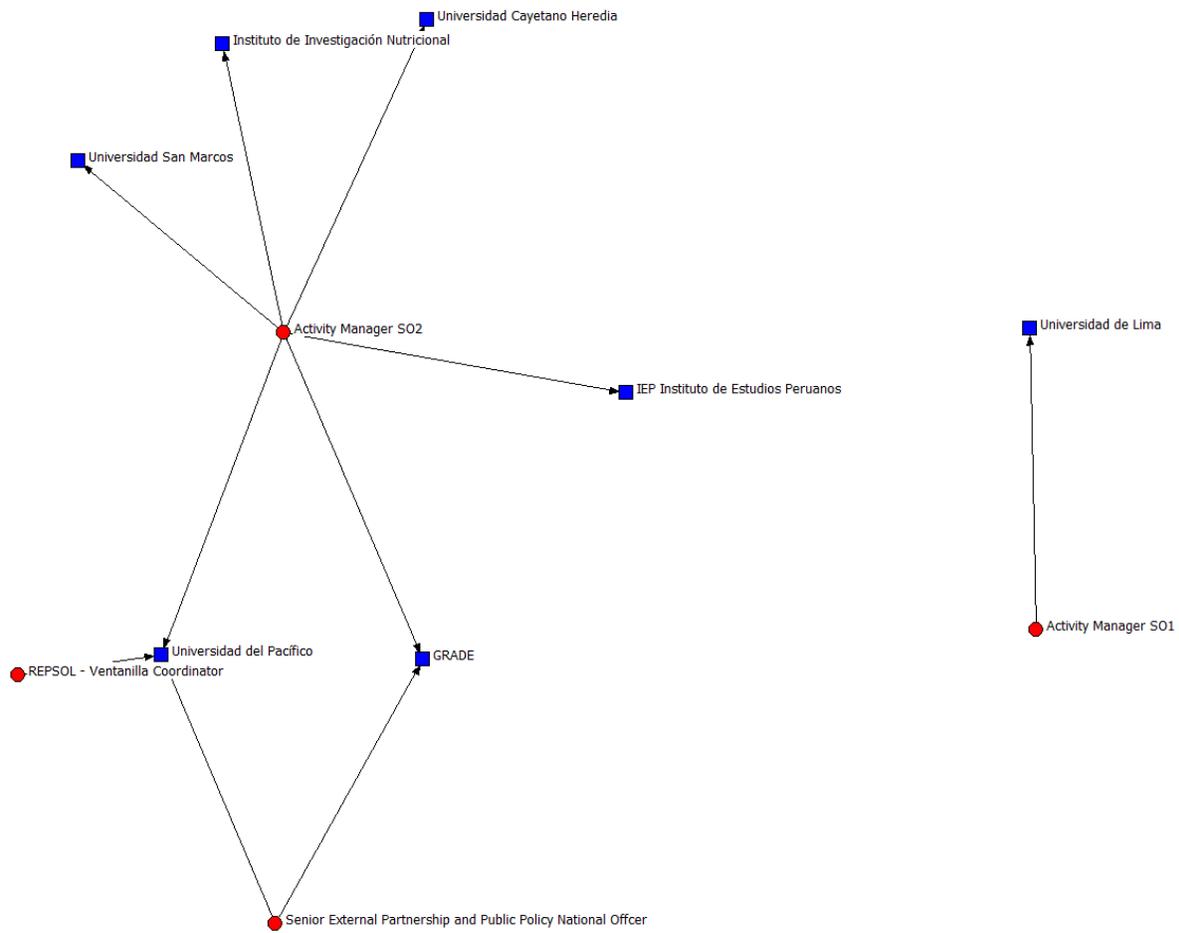
Anexo 13. Resultados del sociograma

54. En el análisis del sociograma se identifican las relaciones que establecen el equipo WFP para cumplir su actuación dentro del EE1 en particular y del PEP en general. Se identifican las relaciones al interior de la organización y con actores externos donde se incluyen Medios, Academia, Gobierno, Socios Implementadores, Donantes y organizaciones de NNUU. En general, los tres actores involucrados en el EE1 con mayor número de relaciones son el Senior Communications Associate EE1, el Activity Manager EE2 y el Senior External Partnership and Public Policy National Officer. De manera particular, se encontraron los siguientes resultados:
- Todos los actores entrevistados con sociograma mencionan tener relación con otros miembros del WFP. Resaltan Activity Manager EE1, Activity Manager EE2, y Activity Manager EE3 y EE5/EE6 como los actores con mayor número de relaciones en este grupo.
 - Solo cuatro actores entrevistados con sociograma afirmaron tener relación con actores de academia, entre estos están Activity Manager EE1, Activity Manager EE2, Senior External Partnership and Public Policy National Officer, y REPSON-Ventanilla Coordinator.
 - Diez entrevistados con sociograma afirman tener una relación con actores gubernamentales. El actor con mayor número de relaciones fue Senior Communications Associate EE1 y los actores de gobierno con los que se tuvo mayor relación fue el Ministerio de Salud, Entidades de Municipalidad Provincial y de Municipalidad Distrital.
 - Nueve entrevistados con sociograma mencionaron tener relación con socios implementadores, siendo Finance Associate EE1 y Senior Communications Associate EE1 los actores con mayor número de relaciones. Los socios más mencionados fueron World Vision, Ayuda en Acción, HIAS y ADRA.
 - Trece entrevistados con sociograma mencionaron tener relación con entidades del sistema de Naciones Unidas. Activity Manager EE2 y Senior Communications Associate EE1 fueron los actores entrevistados con mayor número de relaciones, y la entidad más mencionada fue PNUD.
 - Solo cuatro entrevistados con sociograma mencionaron tener relación con actores del programa Cocina con Causa. El Activity Manager EE1 fue el único actor en relacionarse con los tres actores Director, Productor y Chefs.
 - Tres actores entrevistados con sociograma mencionaron tener relación con medios de comunicación: Senior Communications Associate EE1, Private Sector Consultant EE1 y Activity Manager EE1.

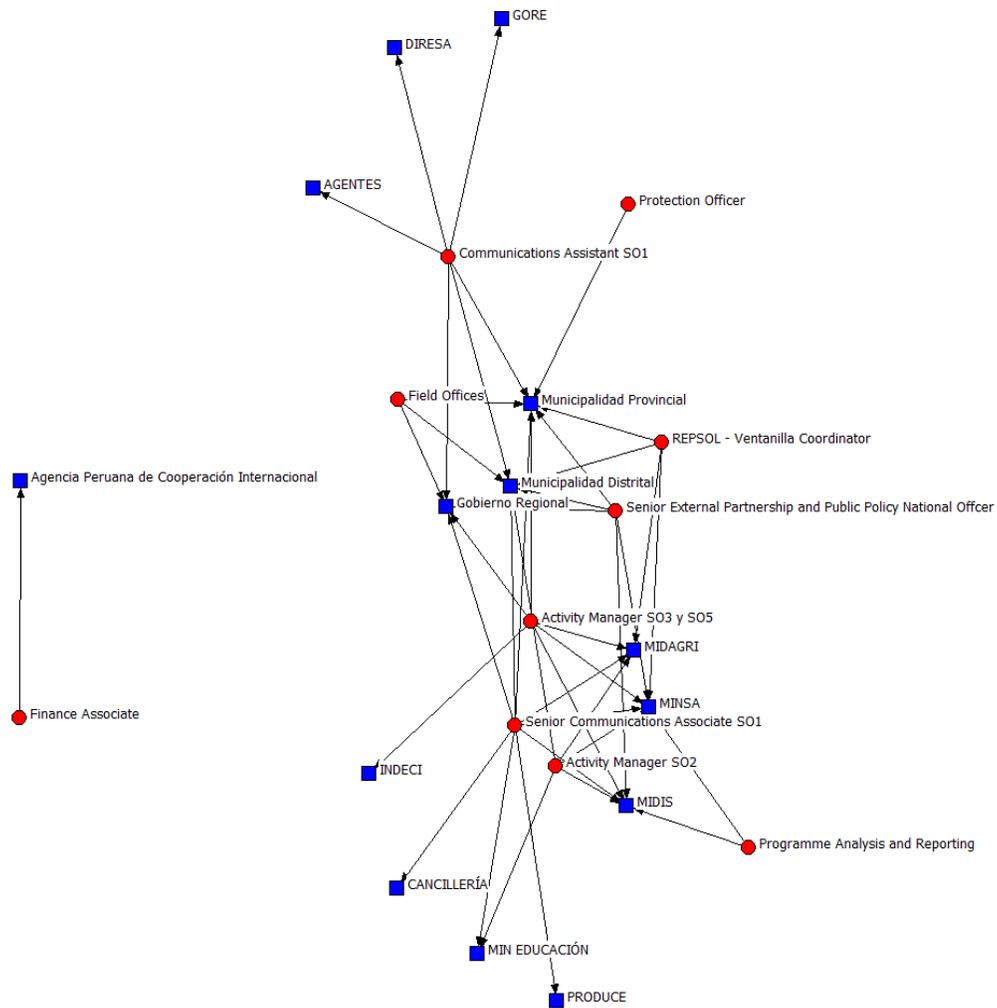
A13.1 ESQUEMA RELACIONES AL INTERIOR DE WFP



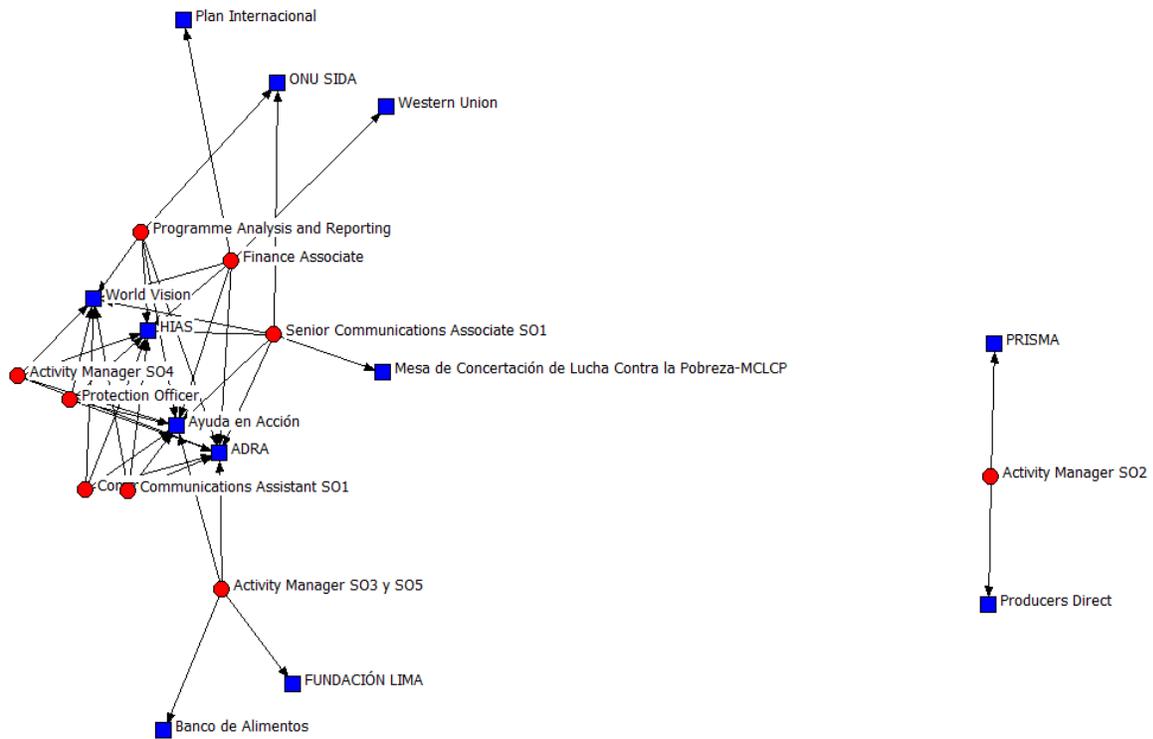
A13.2 ESQUEMA RELACIONES CON ACADEMIA



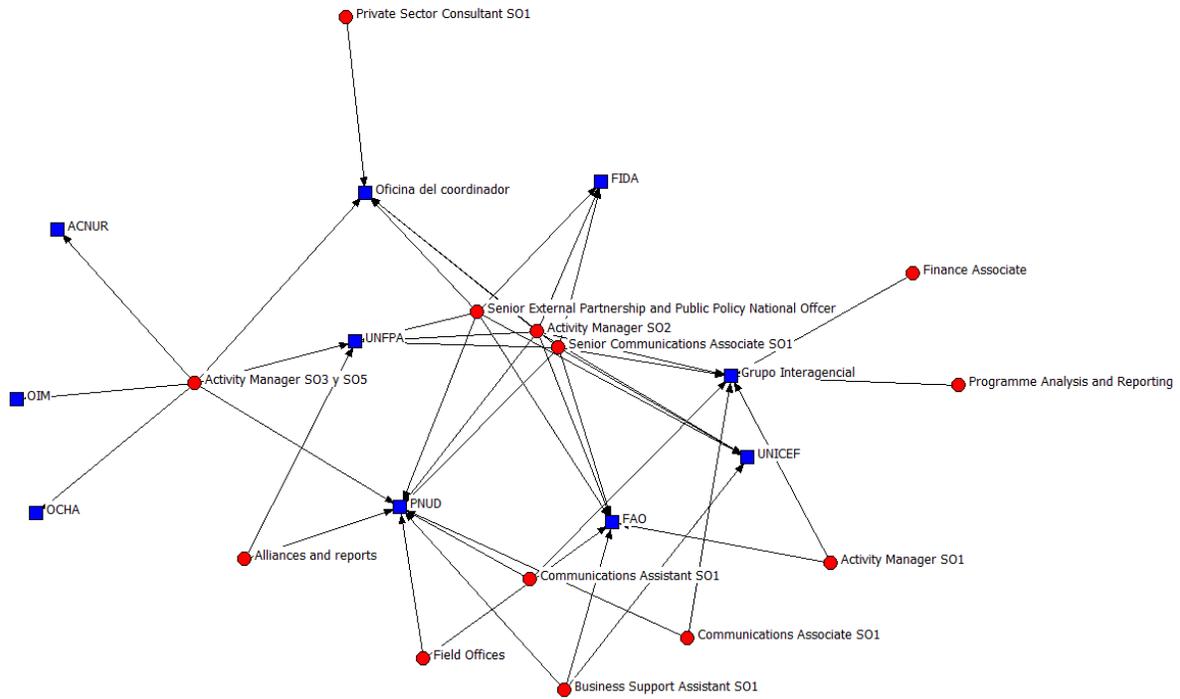
A13.3 ESQUEMA RELACIONES CON GOBIERNO



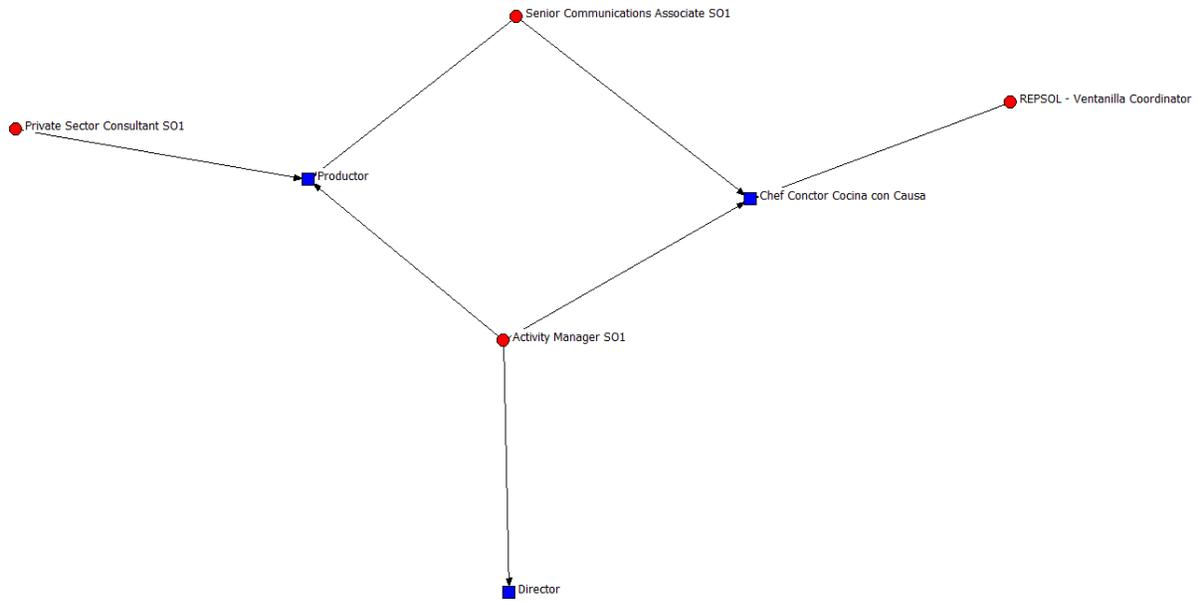
A13.4 ESQUEMA DE RELACIONES CON SOCIOS IMPLEMENTADORES



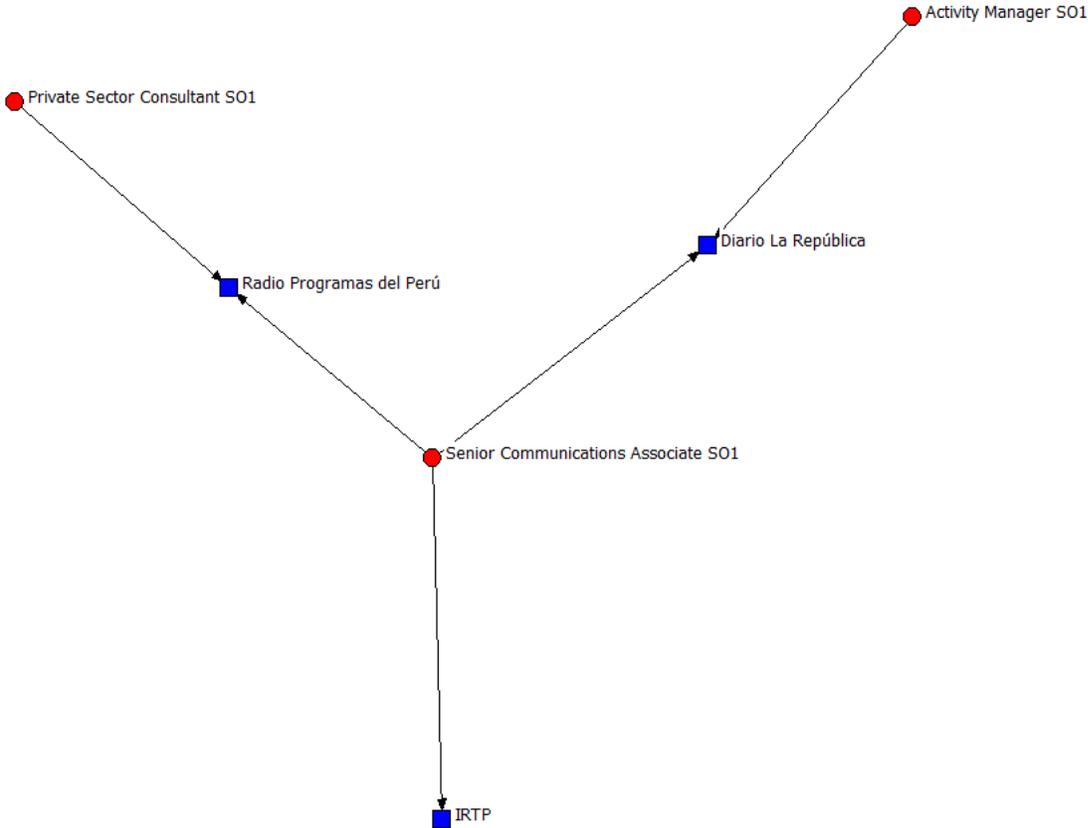
A13.5 ESQUEMA DE RELACIONES CON NNUU



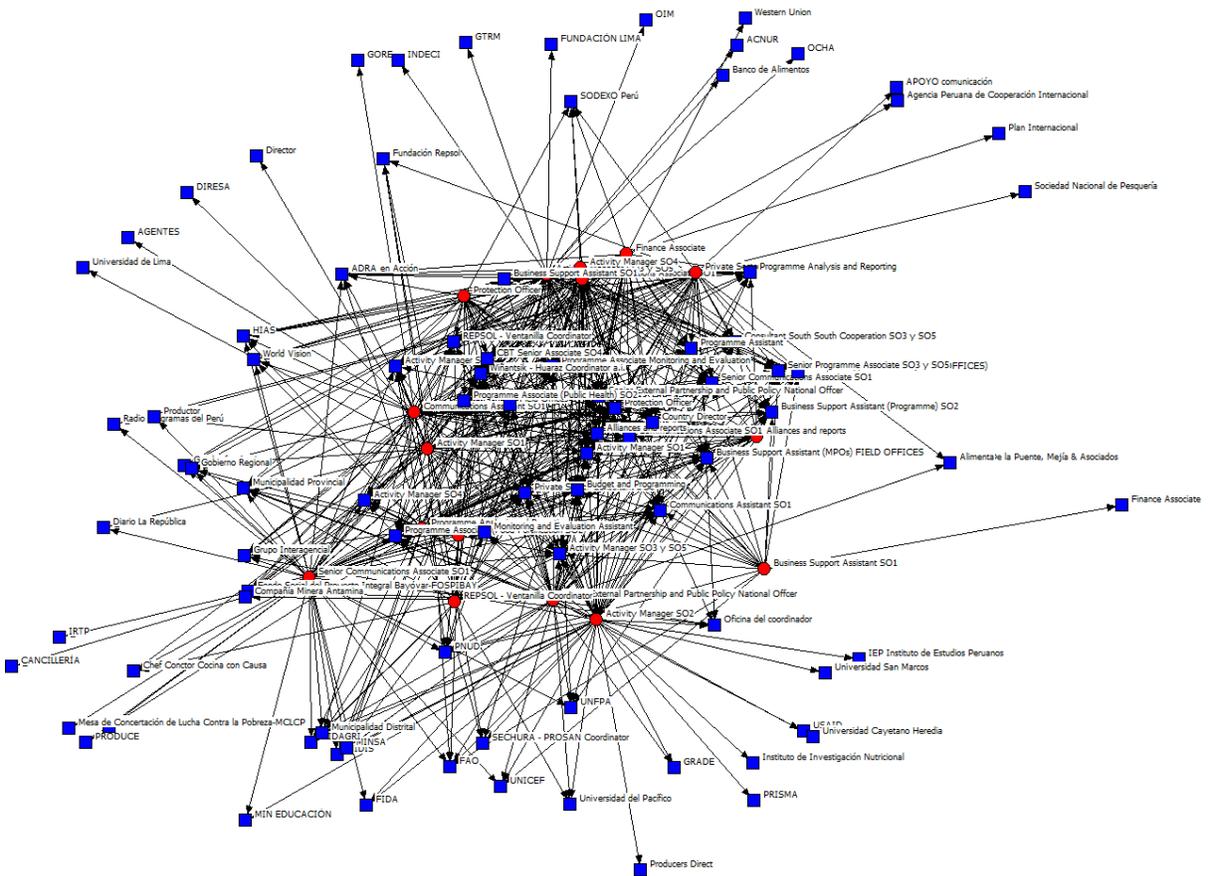
A13.6 ESQUEMA DE RELACIONES CON COCINA CON CAUSA



A13.7 ESQUEMA DE RELACIONES CON MEDIOS



A13.8 GENERAL



Anexo 14. Resultados de la escala de valoración de la sensibilidad de género

55. Según se presentó en el informe de inicio de la evaluación, el análisis de género incluye la metodología **de escala de valoración, la cual** consiste en clasificar, con base en percepción de actores y revisión documental, los niveles de resultados de programa, y comparar clasificaciones de diferentes criterios y actores. Para construir esta escala de valor se tuvo en cuenta el *WHO (Gender Assessment Tool (GAT))*¹⁹⁵, con la cual se identificó en cuál de las siguientes categorías se encuentra el programa: promueve la inequidad de género (Gender-unequal), ignora la equidad de género (Gender-blind), es sensible a la equidad de género (Gender-sensitive), considera la equidad de género (Gender-Specific), contribuye a reducir la inequidad de género (Gender-transformative).
56. La siguiente tabla muestra la correspondencia entre las preguntas de la escala GAT y las preguntas realizadas para la presente evaluación. Es importante resaltar, que hubo algunas preguntas de la metodología GAT que el equipo consultor no consideró incluir en el instrumento de encuesta de esta evaluación, dado que no aplican a la estructura del EE1¹⁹⁶.
57. La metodología GAT identifica cinco niveles de sensibilidad de género: transformador (gender-transformative), específico (gender-specific), sensible (gender-sensitive), ciego (gender-blind) y desigual (gender-unequal). Dadas estas categorías, para obtener una clasificación de nivel de sensibilidad de género del EE1 los resultados se clasifican según quintiles de la siguiente manera:
- Desigual (1): Menos del 20% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación o valora alto
 - Ciego (2): Entre el 20% y el 40% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación o valora alto
 - Sensible (3): Entre el 40% y el 60% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación o valora alto
 - Específico (4): Entre el 60% y el 80% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación o valora alto
 - Transformador (5): Más del 80% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación o valora alto

¹⁹⁵ WHO Gender Assessment Tool, 2019. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK559709/table/ch2.t1/?report=objectonly>. Esta metodología se sugiere, dado que está siendo utilizada en la evaluación del PEP Perú, y permitirá garantizar la coherencia y comparabilidad entre las dos evaluaciones.

¹⁹⁶ Estas preguntas corresponden a: 21. Does the policy or programme treat women and men as homogeneous groups when there are foreseeable, different outcomes for subgroups, such as low-income versus high-income women or employed versus unemployed men?

23. Does the language exclude or privilege one sex?, 20. Does the policy or programme exclude one sex in areas that are traditionally thought of as relevant only for the other sex, such as maternal health or occupational health?, 19. Does the policy or programme exclude (intentionally or not) one sex but assume that the conclusions apply to both sexes?, 17. Does the policy or programme consider gender-based divisions of labour (paid versus unpaid and productive versus reproductive)?, 15. Does the policy or programme consider different health needs for women and men?, 11. Does the policy or programme consider family or household dynamics, including different effects and opportunities for individual members, such as the allocation of resources or decision-making power within the household?

Tabla 1 – Correspondencia entre las preguntas del GAT y las preguntas de la evaluación

| PREGUNTA GAT | PREGUNTA EVALUACIÓN | RESULTADO DE LA PREGUNTA | VALORACIÓN DE SENSIBILIDAD DE GÉNERO | PUNTAJE |
|--|--|--------------------------|--------------------------------------|----------|
| <p>1. Do the vision, goals or principles have an explicit commitment to promoting or achieving gender equality?</p> <p>4. Does the target population purposely include both women and men?</p> <p>5. Have women and men participated in the following stages?</p> | <p>501. Valore como Bajo, Medio o Alto la inclusión del enfoque de género en las actividades planeadas de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP.</p> | <p>32% valora alto</p> | <p>Ciego</p> | <p>2</p> |
| <p>2. Does the policy or programme include sex as a selection criterion for the target population?</p> <p>6. Have steps been taken to ensure equal participation of women and men?</p> <p>8. Does the policy or programme consider life conditions and opportunities of women and men?</p> <p>9. Does the policy or programme consider and include women's practical and strategic needs?</p> <p>10. Have the methods or tools been piloted with both sexes?</p> | <p>502. Valore como Bajo, Medio o Alto si las actividades de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP fueron sensibles a la igualdad de género.</p> | <p>29% valora alto</p> | <p>Ciego</p> | <p>2</p> |
| <p>22. Do materials or publications portray men and women based on gender-based stereotypes?</p> | <p>503. Valore como Bajo, Medio o Alto la inclusión del enfoque de género en el programa Cocina con Causa.</p> | <p>32% valora alto</p> | <p>Ciego</p> | <p>2</p> |

| PREGUNTA GAT | PREGUNTA EVALUACIÓN | RESULTADO DE LA PREGUNTA | VALORACIÓN DE SENSIBILIDAD DE GÉNERO | PUNTAJE |
|--|---|--------------------------|--------------------------------------|---------|
| 3. Does the policy or programme clearly understand the difference between sex and gender? | 504. Está de acuerdo o en desacuerdo con que la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP identifica la diferencia entre sexo y género. | 68% de acuerdo | Específico | 4 |
| 7. Do both male and female team members have an equal role in decision-making? | 505. Está de acuerdo o en desacuerdo con que tanto hombres como mujeres tienen igual rol en la toma de decisiones dentro de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP. | 79% de acuerdo | Específico | 4 |
| 12. Does the policy or programme include a range of stakeholders with gender expertise as partners, such as government affiliated bodies, national or international non-governmental organizations or community organizations? | 506. Está de acuerdo o en desacuerdo con que la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP incluye expertos en género como socios, incluyendo organizaciones gubernamentales, internacionales, ONGs, y organizaciones de la sociedad civil. | 55% de acuerdo | Sensible | 3 |
| 13. Does the policy or programme collect and report evidence by sex? | 507. Está de acuerdo o en desacuerdo con que la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP recoge y reporta | 47% de acuerdo | Sensible | 3 |

| PREGUNTA GAT | PREGUNTA EVALUACIÓN | RESULTADO DE LA PREGUNTA | VALORACIÓN DE SENSIBILIDAD DE GÉNERO | PUNTAJE |
|--|---|--------------------------|--------------------------------------|------------|
| | evidencia y resultados diferenciado por sexo. | | | |
| 14. Is the evidence generated by or informing the policy or programme based on gender analysis? | 508. Está de acuerdo o en desacuerdo con que los resultados y evidencias de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP se informan basado en un análisis de género. | 37% de acuerdo | Ciego | 2 |
| 16. Does the policy or programme include quantitative and qualitative indicators to monitor women's and men's participation? | 509. Está de acuerdo o en desacuerdo con que la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP incluye indicadores cualitativos y cuantitativos para monitorear la participación de hombre y mujeres. | 42% de acuerdo | Sensible | 3 |
| 18. Does the policy or programme address gender norms, roles and relations? | Está de acuerdo o en desacuerdo con que la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP aborda normas de género, roles y relaciones | 58% de acuerdo | Sensible | 3 |
| Puntaje promedio | | | | 2,8 |

Fuente: Elaboración propia con base en *WHO Gender Responsive Assessment Scale* y *WHO Gender Assessment Tool*

Anexo 15. Mapeo de los hallazgos, conclusiones y recomendaciones

58. A continuación, se presentan los hallazgos según las conclusiones y recomendaciones a las conclusiones y se registran los párrafos relacionados con los hallazgos:

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|---|---|---|
| <p>Recomendación 1: Desarrollar una estrategia de comunicación, alianzas e incidencia con un rumbo claro y previamente establecido que contribuya a buscar soluciones para mejorar la seguridad alimentaria y nutricional y alcanzar el Hambre Cero.</p> | <p>Conclusión 15: La OP del WFP, a través del EE1, desde su concepción a la fecha de este informe, realizó un proceso de expansión de actividades de comunicación, abogacía y movilización, que corresponden a un trabajo de alianzas e incidencia, acompañado de la creación y adaptación de piezas comunicacionales. Este proceso es reconocido como exitoso por socios privados y públicos para la contribución del logro del ODS2 Hambre Cero y esta evaluación demostró que hay un nivel alto en la eficacia del EE1.</p> <p>Conclusión 1: El EE1 es un objetivo muy particular e innovador dentro del WFP. Con el EE1 es la primera vez dentro de la organización que se visibiliza y centraliza, bajo un mismo efecto estratégico, acciones de comunicación, movilización y abogacía que se venían realizando en forma aislada y con el fin de incidir en el ODS2. Si bien llega a la población más vulnerable a la inseguridad alimentaria a través de los proyectos implementados debajo de los otros efectos estratégicos, el EE1 se enfrenta a desafíos en la integración de la perspectiva de género.</p> | <p>73, 74, 75, 76, 78, 83, 84, 85, 86, 87, 89, 94, 95</p> |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|--|--|---|
| <p>Subrecomendación 1.1 Continuar vinculando al sector público, privado, academia, medios de comunicación y sociedad civil al movimiento de Hambre Cero.</p> | <p>Conclusión 2: El WFP, a través del EE1 con las subactividades de comunicación, movilización y abogacía y las estrategias de comunicación diseñadas e implementadas, mantiene su foco en el movimiento Hambre Cero y contribuye a su sostenibilidad, a pesar de los cambios políticos en el país. Globalmente la evaluación demostró un nivel alto de pertinencia del EE1.</p> <p>Conclusión 3: El EE1 se adaptó a la contingencia del COVID-19 y mostró gran flexibilidad en la respuesta desde la comunicación, convirtiendo la situación en una oportunidad para ajustar metas, prioridades, procesos y formas de interrelacionarse con otras áreas, con la comunidad y los privados, pero igualmente los condujo a la reprogramación de actividades y metas durante la implementación.</p> | <p>73, 74, 76, 82, 83, 84, 87, 92</p> |
| <p>Recomendación 2: Mantener un EE1 en el futuro con características similares a las que funciona actualmente, con una doble mirada: una trasversal que apoye a los otros objetivos estratégicos en sus metas y otra programática para lograr alianzas e incidencia que impulsen políticas y proyectos para el cambio de comportamiento en la población en general.</p> | <p>Conclusión 2: El WFP, a través del EE1 con las subactividades de comunicación, movilización y abogacía y las estrategias de comunicación diseñadas e implementadas, mantiene su foco en el movimiento Hambre Cero y contribuye a su sostenibilidad, a pesar de los cambios políticos en el país. Globalmente la evaluación demostró un nivel alto de pertinencia del EE1.</p> <p>Conclusión 4: El EE1 encontró en las áreas programáticas, especialmente en el EE2 y EE4, una oportunidad para la ejecución de actividades de comunicación, movilización y abogacía, así como formas de</p> | <p>73, 74, 78, 83, 84, 85, 86, 87, 89, 94, 95</p> |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|---|--|--|
| | <p>llegar a la comunidad y al gobierno local. En esta forma se da la transversalidad entre los objetivos estratégicos del PEP para lograr un mismo objetivo, particularmente contribuir al logro del ODS2. El EE1 tiene el potencial para lograr cambios sociales y de comportamiento en alimentación y nutrición en la población peruana con estrategias de comunicación implementadas a nivel nacional, como es el caso de Cocina con Causa, y junto con otros objetivos estratégicos a nivel local, como en el caso de La Sangre Llama. La evaluación demostró un nivel alto de coherencia del EE1.</p> | |
| <p>Subrecomendación 2.1 En el PEP o en otro documento estratégico, aclarar el rol que el EE1 cumplirá desde su naturaleza transversal y desde su naturaleza estratégica.</p> | <p>Conclusión 4: El EE1 encontró en las áreas programáticas, especialmente en el EE2 y EE4, una oportunidad para la ejecución de actividades de comunicación, movilización y abogacía, así como formas de llegar a la comunidad y al gobierno local. En esta forma se da la transversalidad entre los objetivos estratégicos del PEP para lograr un mismo objetivo, particularmente contribuir al logro del ODS2. El EE1 tiene el potencial para lograr cambios sociales y de comportamiento en alimentación y nutrición en la población peruana con estrategias de comunicación implementadas a nivel nacional, como es el caso de Cocina con Causa, y junto con otros objetivos estratégicos a nivel local, como en el caso de La Sangre Llama. La evaluación demostró un nivel alto de coherencia del EE1.</p> | <p>75, 76, 83, 84, 85, 86,87, 89, 92</p> |
| <p>Recomendación 3: Mantener el apalancamiento de recursos para</p> | <p>Conclusión 5: Los recursos con los que ha contado el EE1 han</p> | <p>98, 99, 100, 102, 103, 104, 105, 118, 121</p> |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|--|--|---|
| <p>llevar a cabo las actividades de comunicación, abogacía y movilización del EE1 para lograr atender las nuevas necesidades de la población generadas por el COVID-19 y ampliar la cobertura y el alcance de las actividades que se realizan, continuando con el trabajo conjunto con los efectos estratégicos programáticos e identificando costos e ingresos intangibles.</p> | <p>sido suficientes para implementar las actividades planeadas y el balance de ingresos y gastos ha sido positivo. No obstante, un aumento de la cobertura de la población a atender requerirá de un apalancamiento de mayores recursos para poder llegar a un mayor número de personas.</p> <p>Conclusión 7: La ejecución presupuestal del EE1 es una muestra del éxito de involucrar las actividades de este objetivo en sinergia con otras áreas programáticas. Este éxito además del resultado de análisis de rubricas comprueban un nivel alto en la eficiencia de la implementación de EE1.</p> | |
| <p>Subrecomendación 3.1 Mantener la programación de recursos económicos para las acciones de comunicaciones dentro de los presupuestos de los proyectos de los otros Efectos Estratégicos programáticos.</p> | <p>Conclusión 5: Los recursos con los que ha contado el EE1 han sido suficientes para implementar las actividades planeadas y el balance de ingresos y gastos ha sido positivo. No obstante, un aumento de la cobertura de la población a atender requerirá de un apalancamiento de mayores recursos para poder llegar a un mayor número de población.</p> | <p>98, 100, 102, 103, 104, 105, 115, 116, 121</p> |
| <p>Subrecomendación 3.2 Continuar con la labor de abogacía para apalancar recursos que permitan cubrir las nuevas necesidades de la población objetivo que surgieron a partir de la emergencia generada por el COVID-19.</p> | <p>Conclusión 7: La ejecución presupuestal del EE1 es una muestra del éxito de involucrar las actividades de este objetivo en sinergia con otras áreas programáticas.</p> | <p>102, 105, 115, 116, 121</p> |
| <p>Subrecomendación 3.3 Desarrollar una estrategia para contabilizar los costos e ingresos intangibles generados por el EE1, así como también su valor compartido. De esta manera se podrá realizar un análisis integral del apalancamiento</p> | <p>Conclusión 6: Los costos tangibles (cuantificados) del programa se relacionan con las subactividades propias del EE1 y con el apoyo que este les brinda a otros objetivos estratégicos del PEP. De igual forma, se identifican costos intangibles que</p> | <p>102, 105, 115, 116, 121</p> |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|---|---|---|
| de recursos y resultados del programa. | han sido esenciales para el desarrollo de las actividades, entre los cuales se resaltan el tiempo no pago dedicado por diferentes actores y la difusión de información. | |
| Subrecomendación 3.4 Diseñar el plan de apalancamiento de recursos con sector privado para el próximo PEP. | Conclusión 7: La ejecución presupuestal del EE1 es una muestra del éxito de involucrar las actividades de este objetivo en sinergia con otras áreas programáticas. | 102, 104, 105, 121 |
| Recomendación 4: Aprovechar las capacidades y los aprendizajes del EE1 para que WFP asuma un rol articulador entre el Estado, sector privado y la sociedad civil, brindando asistencia técnica e incidiendo a nivel nacional para mantener el Hambre Cero en la agenda nacional. | <p>Conclusión 10: Cocina con Causa es, a la vez, un programa de televisión y una plataforma de alianzas al servicio de los objetivos de WFP, aunque los diferentes cambios en la organización, formato del programa y altos costos institucionales, sumado a la discontinuidad en televisión durante la pandemia por decisión de la oficina país, dificultaron su alcance y un impacto mayor en las audiencias.</p> <p>Conclusión 11: Los logros del EE1 en materia de generación de alianzas y estrategias de comunicaciones han sido posibles gracias al liderazgo que recae desde la dirección de la oficina y del área de comunicaciones, y por el equipo de profesionales con gran compromiso con el WFP y con el tema de Hambre Cero, lo que ha logrado transmitirse hacia otros actores internos y, especialmente, externos.</p> <p>Conclusión 15: La OP del WFP, a través del EE1, desde su concepción a la fecha de este informe, realizó un proceso de expansión de actividades de</p> | 123, 124, 125, 126, 130, 131, 139, 144, 145, 149, 155 |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|--|---|-------------------------------------|
| | <p>comunicación, abogacía y movilización, que corresponden a un trabajo de alianzas e incidencia, acompañado de la creación y adaptación de piezas comunicacionales. Este proceso es reconocido como exitoso por socios privados y públicos para la contribución del logro del ODS2 Hambre Cero y esta evaluación demostró que hay un nivel alto en la eficacia del EE1.</p> | |
| <p>Subrecomendación 4.1 Mantener la especialización del equipo de comunicaciones del EE1 con diferentes enfoques, así como la confianza y el respaldo institucional en su trabajo. Incorporar un asesor senior de comunicaciones (no permanente) para asuntos específicos, como ocurre con la incidencia.</p> | <p>Conclusión 11: Los logros del EE1 en materia de generación de alianzas y estrategias de comunicaciones han sido posibles gracias al liderazgo que recae desde la dirección de la oficina y del área de comunicaciones, y por el equipo de profesionales con gran compromiso con el WFP y con el tema de Hambre Cero, lo que ha logrado transmitirse hacia otros actores internos y, especialmente, externos.</p> <p>Conclusión 12: El EE1 tuvo una ingeniosa y excepcional capacidad de producir contenidos y materiales, desarrollar actividades innovadoras y hablar el lenguaje de otros actores, lo que ha facilitado la creación de alianzas, la movilización de recursos y el posicionamiento técnico del WFP en materia de Hambre Cero.</p> | <p>144, 145, 155</p> |
| <p>Subrecomendación 4.2 Incorporar el componente de alianzas dentro del EE1, como se ve en la teoría de cambio propuesta, permitirá desarrollar una estrategia integral y centralizada del WFP con todos los actores de la sociedad.</p> | <p>Conclusión 9: Las subactividades del EE1, trabajando de la mano con otras áreas de la oficina país, han cumplido con convocar, involucrar y comprometer a aliados del sector público, los</p> | <p>124, 125, 126, 130, 131, 155</p> |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|---|---|--------------------------------|
| | <p>medios de comunicación y, especialmente, el sector privado, posicionando al WFP e incidiendo en la agenda nacional para la reducción del hambre, la malnutrición y la anemia. El trabajo de comunicación, abogacía y movilización fue exitoso en un campo de Lima y algunos lugares a nivel nacional, aunque han sido, más precisamente, estrategias de alianzas e incidencia. Faltó una convocatoria más amplia y diversa de la sociedad civil y la academia para alcanzar el movimiento social nacional como estuvo descrito inicialmente en el PEP. El EE1, presenta para WFP Perú una oportunidad para movilizar al sector privado con el objeto de ampliar el compromiso, las contribuciones y la cobertura de las acciones destinadas a alcanzar el ODS2, más allá de una posible alianza directa con WFP.</p> | |
| <p>Subrecomendación 4.3 Mantener a las comunicaciones dentro en un lugar estratégico del WFP de manera que pueda ampliar su impacto en actores internos y externos y transversalizar acciones en los Efectos Estratégicos programáticos.</p> | <p>Conclusión 11: Los logros del EE1 en materia de generación de alianzas y estrategias de comunicaciones han sido posibles gracias al liderazgo que recae desde la dirección de la oficina y del área de comunicaciones, y por el equipo de profesionales con gran compromiso con el WFP y con el tema de Hambre Cero, lo que ha logrado transmitirse hacia otros actores internos y, especialmente, externos.</p> | <p>142, 144, 145, 155</p> |
| <p>Subrecomendación 4.4 Alinear las estrategias de comunicación masiva de carácter nacional y local bajo un mismo marco general de comunicaciones para que puedan implementarse de forma complementaria y, así, amplíen su</p> | <p>Conclusión 10: Cocina con Causa es, a la vez, un programa de televisión y una plataforma de alianzas al servicio de los objetivos de WFP, aunque los diferentes cambios en la</p> | <p>130, 134, 146, 149, 155</p> |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|---|--|--|
| <p>impacto (como, por ejemplo, estrategias futuras similares a Cocina con Causa y La Sangre llama).</p> | <p>organización, formato del programa y altos costos institucionales, sumado a la discontinuidad en televisión durante la pandemia por decisión de la oficina país, dificultaron su alcance y un impacto mayor en las audiencias.</p> <p>Conclusión 13: La estrategia de SBCC (Comunicación con la comunidad) ha permitido fortalecer las alianzas y convocar liderazgos locales que, a su vez, facilitaron mejores resultados para el cambio de comportamiento y de hábitos alimentarios en el territorio, siendo la radionovela La Sangre Llama un producto comunicacional que ha transmitido mensaje de manera efectiva a partir de su adaptación a la realidad local.</p> | |
| <p>Subrecomendación 4.5 Incorporar desde el inicio de las actividades de comunicación una planificación del monitoreo y la evaluación rigurosa, que permita retroalimentar, ajustar y medir el efecto de los productos de comunicación antes de difundirlas masivamente. Esto se puede lograr a través de generar espacios de discusión para la incorporación de nuevos indicadores que sirvan para medir resultados en materia de comunicaciones e incidencia y que sean sensibles al género.</p> | <p>Conclusión 14: El sistema de monitoreo y de evaluación no ha sido suficiente para generar evidencias robustas sobre los efectos de las actividades de comunicación. Además, el Índice de Asociaciones (<i>Partnerships Index</i>) no permite medir la amplitud y complejidad del EE1 ya que este trasciende a las alianzas al trabajar también en incidencia y comunicación. Esto se debe, principalmente, a que el Marco de Resultados Corporativo no incluye indicadores que correspondan con la naturaleza de las actividades y resultados esperados por el EE1.</p> <p>Conclusión 18. Las acciones del EE1 tienen un amplio potencial de mejora desde su formulación, implementación y monitoreo para incluir de manera pertinente el enfoque de género</p> | <p>128, 129, 130,135, 137, 138, 155, 162</p> |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|--|--|--|
| | <p>y empoderamiento de las mujeres, específicamente en productos como Cocina con Causa donde el lenguaje hacia una audiencia amplia tiene repercusiones en el refuerzo o eliminación de estereotipos.</p> | |
| <p>Recomendación 5: Definir y crear el tipo de enfoque de género del Efecto Estratégico 1 (EE) basándose en la Política de Género del WFP, que permita identificar resultados de avance de género y empoderamiento de la mujer.</p> | <p>Conclusión 16: La ausencia de resultados definidos en igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en el EE1, en el marco de la Política de género de WFP, dificulta la identificación de indicadores de género y la realización de un monitoreo responsivo al género, que demuestre avances en el cierre de las desigualdades de género identificadas en el análisis de contexto.</p> <p>Conclusión 17: En los últimos años el EE1 ha implementado acciones de mejora desde el enfoque de género, incluyendo el acompañamiento al equipo de Cocina con Causa para un buen uso del lenguaje, la integración de personal con experiencia en comunicaciones y empresa privada y una consultoría sobre SAN enfocada en género, sin embargo, son acciones puntuales sin una estrategia de comunicaciones con enfoque de género diseñada y basada en la Política de Género del WFP.</p> <p>Conclusión 18. Las acciones del EE1 tienen un amplio potencial de mejora desde su formulación, implementación y monitoreo para incluir de manera pertinente el enfoque de género y empoderamiento de las mujeres, específicamente en</p> | <p>156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 166</p> |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|---|--|--|
| | <p>productos como Cocina con Causa donde el lenguaje hacia una audiencia amplia tiene repercusiones en el refuerzo o eliminación de estereotipos.</p> | |
| <p>Subrecomendación 5.1 Incluir, en los documentos de planificación, resultados definidos en igualdad de género y empoderamiento de las mujeres, de modo que las acciones de género no sean aisladas sino parte de una integración sistemática del enfoque de género que debe ser transformador según las necesidades y el contexto.</p> | <p>Conclusión 16: Dado que no existe un plan de implementación que incorpore la Política de Género del WFP, se dificulta la identificación de indicadores de género y la realización de un monitoreo responsivo al género, que demuestre avances en el cierre de las desigualdades de género identificadas en el análisis de contexto.</p> | <p>159, 160, 163, 166</p> |
| <p>Subrecomendación 5.2 Aumentar las capacidades del equipo del EE1 en temas de comunicación sensible al género.</p> | <p>Conclusión 17: En los últimos años el EE1 ha implementado acciones de mejora desde el enfoque de género, incluyendo el acompañamiento al equipo de Cocina con Causa para un buen uso del lenguaje, la integración de personal con experiencia en comunicaciones y empresa privada y una consultoría sobre SAN enfocada en género, sin embargo, son acciones puntuales sin una estrategia de comunicaciones con enfoque de género diseñada y basada en la Política de Género del WFP.</p> | <p>157, 159, 161, 163,166</p> |
| <p>Subrecomendación 5.3 El próximo PEP debe continuar con acciones dentro de las líneas y estrategias de comunicaciones ligado a los programas de nutrición con enfoque de género transformador y que permita identificar brechas y desigualdades que hay que cerrar.</p> | <p>Conclusión 17: En los últimos años el EE1 ha implementado acciones de mejora desde el enfoque de género, incluyendo el acompañamiento al equipo de Cocina con Causa para un buen uso del lenguaje, la integración de personal con experiencia en comunicaciones y empresa privada y una consultoría sobre SAN enfocada en género, sin embargo, son acciones puntuales sin una estrategia de</p> | <p>75, 76, 156, 157, 159, 162, 166</p> |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|---------------|---|-----------|
| | <p>comunicaciones con enfoque de género diseñada y basada en la Política de Género del WFP.</p> <p>Conclusión 18. Las acciones del EE1 tienen un amplio potencial de mejora desde su formulación, implementación y monitoreo para incluir de manera pertinente el enfoque de género y empoderamiento de las mujeres, específicamente en productos como Cocina con Causa donde el lenguaje hacia una audiencia amplia tiene repercusiones en el refuerzo o eliminación de estereotipos.</p> | |

Anexo 16. Resultados de la escala de valoración de la sensibilidad de género

59. Según se presentó en el informe de inicio de la evaluación, el análisis de género incluye la metodología de **escala de valoración, la cual** consiste en clasificar, con base en percepción de actores y revisión documental, los niveles de resultados de programa, y comparar clasificaciones de diferentes criterios y actores. Para construir esta escala de valor se tuvo en cuenta el *Gender Assessment Tool* (GAT)²²⁸ de la Organización Mundial de la Salud, con la cual se identificó en cuál de las siguientes categorías se encuentra el programa: promueve la inequidad de género (*Gender-unequal*), ignora la equidad de género (*Gender-blind*), es sensible a la equidad de género (*Gender-sensitive*), considera la equidad de género (*Gender-Specific*), contribuye a reducir la inequidad de género (*Gender-transformative*).
60. La siguiente tabla muestra la correspondencia entre las preguntas de la escala GAT y las preguntas realizadas para la presente evaluación. Es importante resaltar, que hubo algunas preguntas de la metodología GAT que el equipo consultor no consideró incluir en el instrumento de encuesta de esta evaluación, dado que no aplican a la estructura del EE1.²²⁹
61. La metodología GAT identifica cinco niveles de sensibilidad de género: transformador (*Gender-transformative*), específico (*gender-specific*), sensible (*gender-sensitive*), ciego (*gender-blind*) y desigual (*gender-unequal*). Dadas estas categorías, para obtener una clasificación de nivel de sensibilidad de género del EE1 los resultados se clasifican según quintiles de la siguiente manera:
- Desigual (1): Menos del 20% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación o valora alto
 - Ciego (2): Entre el 20% y el 40% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación o valora alto
 - Sensible (3): Entre el 40% y el 60% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación o valora alto
 - Específico (4): Entre el 60% y el 80% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación o valora alto
 - Transformador (5): Más del 80% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación o valora alto

²²⁸ WHO Gender Assessment Tool, 2019. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK559709/table/ch2.t1/?report=objectonly>. Esta metodología se sugiere, dado que está siendo utilizada en la evaluación del PEP Perú, y permitirá garantizar la coherencia y comparabilidad entre las dos evaluaciones.

²²⁹ Estas preguntas corresponden a: 21. Does the policy or programme treat women and men as homogeneous groups when there are foreseeable, different outcomes for subgroups, such as low-income versus high-income women or employed versus unemployed men? 23. Does the language exclude or privilege one sex?, 20. Does the policy or programme exclude one sex in areas that are traditionally thought of as relevant only for the other sex, such as maternal health or occupational health?, 19. Does the policy or programme exclude (intentionally or not) one sex but assume that the conclusions apply to both sexes?, 17. Does the policy or programme consider gender-based divisions of labour (paid versus unpaid and productive versus reproductive)?, 15. Does the policy or programme consider different health needs for women and men?, 11. Does the policy or programme consider family or household dynamics, including different effects and opportunities for individual members, such as the allocation of resources or decision-making power within the household?

Tabla 1 – Correspondencia entre las preguntas del GAT y las preguntas de la evaluación

| PREGUNTA GAT | PREGUNTA EVALUACIÓN | RESULTADO DE LA PREGUNTA | VALORACIÓN DE SENSIBILIDAD DE GÉNERO | PUNTAJE |
|--|--|--------------------------|--------------------------------------|----------|
| <p>1. Do the vision, goals or principles have an explicit commitment to promoting or achieving gender equality?</p> <p>4. Does the target population purposely include both women and men?</p> <p>5. Have women and men participated in the following stages?</p> | <p>501. Valore como Bajo, Medio o Alto la inclusión del enfoque de género en las actividades planeadas de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP.</p> | <p>32% valora alto</p> | <p>Ciego</p> | <p>2</p> |
| <p>2. Does the policy or programme include sex as a selection criterion for the target population?</p> <p>6. Have steps been taken to ensure equal participation of women and men?</p> <p>8. Does the policy or programme consider life conditions and opportunities of women and men?</p> <p>9. Does the policy or programme consider and include women's practical and strategic needs?</p> <p>10. Have the methods or tools been piloted with both sexes?</p> | <p>502. Valore como Bajo, Medio o Alto si las actividades de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP fueron sensibles a la igualdad de género.</p> | <p>29% valora alto</p> | <p>Ciego</p> | <p>2</p> |
| <p>22. Do materials or publications portray men and women based on gender-based stereotypes?</p> | <p>503. Valore como Bajo, Medio o Alto la inclusión del enfoque de género en el programa Cocina con Causa.</p> | <p>32% valora alto</p> | <p>Ciego</p> | <p>2</p> |

| PREGUNTA GAT | PREGUNTA EVALUACIÓN | RESULTADO DE LA PREGUNTA | VALORACIÓN DE SENSIBILIDAD DE GÉNERO | PUNTAJE |
|--|---|--------------------------|--------------------------------------|---------|
| 3. Does the policy or programme clearly understand the difference between sex and gender? | 504. Está de acuerdo o en desacuerdo con que la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP identifica la diferencia entre sexo y género. | 68% de acuerdo | Específico | 4 |
| 7. Do both male and female team members have an equal role in decision-making? | 505. Está de acuerdo o en desacuerdo con que tanto hombres como mujeres tienen igual rol en la toma de decisiones dentro de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP. | 79% de acuerdo | Específico | 4 |
| 12. Does the policy or programme include a range of stakeholders with gender expertise as partners, such as government-affiliated bodies, national or international non-governmental organizations or community organizations? | 506. Está de acuerdo o en desacuerdo con que la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP incluye expertos en género como socios, incluyendo organizaciones gubernamentales, internacionales, ONGs, y organizaciones de la sociedad civil. | 55% de acuerdo | Sensible | 3 |
| 13. Does the policy or programme collect and report evidence by sex? | 507. Está de acuerdo o en desacuerdo con que la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP recoge y reporta | 47% de acuerdo | Sensible | 3 |

| PREGUNTA GAT | PREGUNTA EVALUACIÓN | RESULTADO DE LA PREGUNTA | VALORACIÓN DE SENSIBILIDAD DE GÉNERO | PUNTAJE |
|--|---|--------------------------|--------------------------------------|------------|
| | evidencia y resultados diferenciado por sexo. | | | |
| 14. Is the evidence generated by or informing the policy or programme based on gender analysis? | 508. Está de acuerdo o en desacuerdo con que los resultados y evidencias de la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP se informan basado en un análisis de género. | 37% de acuerdo | Ciego | 2 |
| 16. Does the policy or programme include quantitative and qualitative indicators to monitor women's and men's participation? | 509. Está de acuerdo o en desacuerdo con que la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP incluye indicadores cualitativos y cuantitativos para monitorear la participación de hombre y mujeres. | 42% de acuerdo | Sensible | 3 |
| 18. Does the policy or programme address gender norms, roles and relations? | Está de acuerdo o en desacuerdo con que la estrategia de comunicación, movilización y abogacía (Efecto Estratégico 1-EE1) del WFP aborda normas de género, roles y relaciones | 58% de acuerdo | Sensible | 3 |
| Puntaje promedio | | | | 2,8 |

Fuente: Elaboración propia con base en WHO Gender Responsive Assessment Scale y WHO Gender Assessment Tool

Anexo 17. Mapeo de los hallazgos, conclusiones y recomendaciones

62. A continuación, se presentan los hallazgos según las conclusiones y recomendaciones a las conclusiones y se registran los párrafos relacionados con los hallazgos:

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|---|---|---|
| <p>Recomendación 1: Desarrollar una estrategia de comunicación, alianzas e incidencia con un rumbo claro y previamente establecido que contribuya a buscar soluciones para mejorar la seguridad alimentaria y nutricional y alcanzar el Hambre Cero.</p> | <p>Conclusión 15: La OP del WFP, a través del EE1, desde su concepción a la fecha de este informe, realizó un proceso de expansión de actividades de comunicación, abogacía y movilización, que corresponden a un trabajo de alianzas e incidencia, acompañado de la creación y adaptación de piezas comunicacionales. Este proceso es reconocido como exitoso por socios privados y públicos para la contribución del logro del ODS2 Hambre Cero y esta evaluación demostró que hay un nivel alto en la eficacia del EE1.</p> <p>Conclusión 1: El EE1 es un objetivo muy particular e innovador dentro del WFP. Con el EE1 es la primera vez dentro de la organización que se visibiliza y centraliza, bajo un mismo efecto estratégico, acciones de comunicación, movilización y abogacía que se venían realizando en forma aislada y con el fin de incidir en el ODS2. Si bien llega a la población más vulnerable a la inseguridad alimentaria a través de los proyectos implementados debajo de los otros efectos estratégicos, el EE1 se enfrenta a desafíos en la integración de la perspectiva de género.</p> | <p>73, 74, 75, 76, 78, 83, 84, 85, 86, 87, 89, 94, 95</p> |
| <p>Subrecomendación 1.1 Continuar vinculando al sector público, privado, academia, medios de</p> | <p>Conclusión 2: El WFP, a través del EE1 con las subactividades de</p> | <p>73, 74, 76, 82, 83, 84, 87, 92</p> |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|---|--|---|
| <p>comunicación y sociedad civil al movimiento de Hambre Cero.</p> | <p>comunicación, movilización y abogacía y las estrategias de comunicación diseñadas e implementadas, mantiene su foco en el movimiento Hambre Cero y contribuye a su sostenibilidad, a pesar de los cambios políticos en el país. Globalmente la evaluación demostró un nivel alto de pertinencia del EE1.</p> <p>Conclusión 3: El EE1 se adaptó a la contingencia del COVID-19 y mostró gran flexibilidad en la respuesta desde la comunicación, convirtiendo la situación en una oportunidad para ajustar metas, prioridades, procesos y formas de interrelacionarse con otras áreas, con la comunidad y los privados, pero igualmente los condujo a la reprogramación de actividades y metas durante la implementación.</p> | |
| <p>Recomendación 2: Mantener un EE1 en el futuro con características similares a las que funciona actualmente, con una doble mirada: una transversal que apoye a los otros objetivos estratégicos en sus metas y otra programática para lograr alianzas e incidencia que impulsen políticas y proyectos para el cambio de comportamiento en la población en general.</p> | <p>Conclusión 2: El WFP, a través del EE1 con las subactividades de comunicación, movilización y abogacía y las estrategias de comunicación diseñadas e implementadas, mantiene su foco en el movimiento Hambre Cero y contribuye a su sostenibilidad, a pesar de los cambios políticos en el país. Globalmente la evaluación demostró un nivel alto de pertinencia del EE1.</p> <p>Conclusión 4: El EE1 encontró en las áreas programáticas, especialmente en el EE2 y EE4, una oportunidad para la ejecución de actividades de comunicación, movilización y abogacía, así como formas de llegar a la comunidad y al gobierno local. En esta forma se</p> | <p>73, 74, 78, 83, 84, 85, 86, 87, 89, 94, 95</p> |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|---|--|--|
| | <p>da la transversalidad entre los objetivos estratégicos del PEP para lograr un mismo objetivo, particularmente contribuir al logro del ODS2. El EE1 tiene el potencial para lograr cambios sociales y de comportamiento en alimentación y nutrición en la población peruana con estrategias de comunicación implementadas a nivel nacional, como es el caso de Cocina con Causa, y junto con otros objetivos estratégicos a nivel local, como en el caso de La Sangre Llama. La evaluación demostró un nivel alto de coherencia del EE1.</p> | |
| <p>Subrecomendación 2.1 En el PEP o en otro documento estratégico, aclarar el rol que el EE1 cumplirá desde su naturaleza transversal y desde su naturaleza estratégica.</p> | <p>Conclusión 4: El EE1 encontró en las áreas programáticas, especialmente en el EE2 y EE4, una oportunidad para la ejecución de actividades de comunicación, movilización y abogacía, así como formas de llegar a la comunidad y al gobierno local. En esta forma se da la transversalidad entre los objetivos estratégicos del PEP para lograr un mismo objetivo, particularmente contribuir al logro del ODS2. El EE1 tiene el potencial para lograr cambios sociales y de comportamiento en alimentación y nutrición en la población peruana con estrategias de comunicación implementadas a nivel nacional, como es el caso de Cocina con Causa, y junto con otros objetivos estratégicos a nivel local, como en el caso de La Sangre Llama. La evaluación demostró un nivel alto de coherencia del EE1.</p> | <p>75, 76, 83, 84, 85, 86,87, 89, 92</p> |
| <p>Recomendación 3: Mantener el apalancamiento de recursos para llevar a cabo las actividades de comunicación, abogacía y</p> | <p>Conclusión 5: Los recursos con los que ha contado el EE1 han sido suficientes para implementar las actividades</p> | <p>98, 99, 100, 102, 103, 104, 105, 118, 121</p> |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|--|--|---|
| <p>movilización del EE1 para lograr atender las nuevas necesidades de la población generadas por el COVID-19 y ampliar la cobertura y el alcance de las actividades que se realizan, continuando con el trabajo conjunto con los efectos estratégicos programáticos e identificando costos e ingresos intangibles.</p> | <p>planeadas y el balance de ingresos y gastos ha sido positivo. No obstante, un aumento de la cobertura de la población a atender requerirá de un apalancamiento de mayores recursos para poder llegar a un mayor número de personas.</p> <p>Conclusión 7: La ejecución presupuestal del EE1 es una muestra del éxito de involucrar las actividades de este objetivo en sinergia con otras áreas programáticas. Este éxito además del resultado de análisis de rubricas comprueban un nivel alto en la eficiencia de la implementación de EE1.</p> | |
| <p>Subrecomendación 3.1 Mantener la programación de recursos económicos para las acciones de comunicaciones dentro de los presupuestos de los proyectos de los otros Efectos Estratégicos programáticos.</p> | <p>Conclusión 5: Los recursos con los que ha contado el EE1 han sido suficientes para implementar las actividades planeadas y el balance de ingresos y gastos ha sido positivo. No obstante, un aumento de la cobertura de la población a atender requerirá de un apalancamiento de mayores recursos para poder llegar a un mayor número de población.</p> | <p>98, 100, 102, 103, 104, 105, 115, 116, 121</p> |
| <p>Subrecomendación 3.2 Continuar con la labor de abogacía para apalancar recursos que permitan cubrir las nuevas necesidades de la población objetivo que surgieron a partir de la emergencia generada por el COVID-19.</p> | <p>Conclusión 7: La ejecución presupuestal del EE1 es una muestra del éxito de involucrar las actividades de este objetivo en sinergia con otras áreas programáticas.</p> | <p>102, 105, 115, 116, 121</p> |
| <p>Subrecomendación 3.3 Desarrollar una estrategia para contabilizar los costos e ingresos intangibles generados por el EE1, así como también su valor compartido. De esta manera se podrá realizar un análisis integral del apalancamiento de recursos y resultados del programa.</p> | <p>Conclusión 6: Los costos tangibles (cuantificados) del programa se relacionan con las subactividades propias del EE1 y con el apoyo que este les brinda a otros objetivos estratégicos del PEP. De igual forma, se identifican costos intangibles que han sido esenciales para el desarrollo de las actividades,</p> | <p>102, 105, 115, 116, 121</p> |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|---|--|---|
| | entre los cuales se resaltan el tiempo no pago dedicado por diferentes actores y la difusión de información. | |
| Subrecomendación 3.4 Diseñar el plan de apalancamiento de recursos con sector privado para el próximo PEP. | Conclusión 7: La ejecución presupuestal del EE1 es una muestra del éxito de involucrar las actividades de este objetivo en sinergia con otras áreas programáticas. | 102, 104, 105, 121 |
| Recomendación 4: Aprovechar las capacidades y los aprendizajes del EE1 para que WFP asuma un rol articulador entre el Estado, sector privado y la sociedad civil, brindando asistencia técnica e incidiendo a nivel nacional para mantener el Hambre Cero en la agenda nacional. | <p>Conclusión 10: Cocina con Causa es, a la vez, un programa de televisión y una plataforma de alianzas al servicio de los objetivos de WFP, aunque los diferentes cambios en la organización, formato del programa y altos costos institucionales, sumado a la discontinuidad en televisión durante la pandemia por decisión de la oficina país, dificultaron su alcance y un impacto mayor en las audiencias.</p> <p>Conclusión 11: Los logros del EE1 en materia de generación de alianzas y estrategias de comunicaciones han sido posibles gracias al liderazgo que recae desde la dirección de la oficina y del área de comunicaciones, y por el equipo de profesionales con gran compromiso con el WFP y con el tema de Hambre Cero, lo que ha logrado transmitirse hacia otros actores internos y, especialmente, externos.</p> <p>Conclusión 15: La OP del WFP, a través del EE1, desde su concepción a la fecha de este informe, realizó un proceso de expansión de actividades de comunicación, abogacía y movilización, que</p> | 123, 124, 125, 126, 130, 131, 139, 144, 145, 149, 155 |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|--|---|-------------------------------------|
| | <p>corresponden a un trabajo de alianzas e incidencia, acompañado de la creación y adaptación de piezas comunicacionales. Este proceso es reconocido como exitoso por socios privados y públicos para la contribución del logro del ODS2 Hambre Cero y esta evaluación demostró que hay un nivel alto en la eficacia del EE1.</p> | |
| <p>Subrecomendación 4.1 Mantener la especialización del equipo de comunicaciones del EE1 con diferentes enfoques, así como la confianza y el respaldo institucional en su trabajo. Incorporar un asesor senior de comunicaciones (no permanente) para asuntos específicos, como ocurre con la incidencia.</p> | <p>Conclusión 11: Los logros del EE1 en materia de generación de alianzas y estrategias de comunicaciones han sido posibles gracias al liderazgo que recae desde la dirección de la oficina y del área de comunicaciones, y por el equipo de profesionales con gran compromiso con el WFP y con el tema de Hambre Cero, lo que ha logrado transmitirse hacia otros actores internos y, especialmente, externos.</p> <p>Conclusión 12: El EE1 tuvo una ingeniosa y excepcional capacidad de producir contenidos y materiales, desarrollar actividades innovadoras y hablar el lenguaje de otros actores, lo que ha facilitado la creación de alianzas, la movilización de recursos y el posicionamiento técnico del WFP en materia de Hambre Cero.</p> | <p>144, 145, 155</p> |
| <p>Subrecomendación 4.2 Incorporar el componente de alianzas dentro del EE1, como se ve en la teoría de cambio propuesta, permitirá desarrollar una estrategia integral y centralizada del WFP con todos los actores de la sociedad.</p> | <p>Conclusión 9: Las subactividades del EE1, trabajando de la mano con otras áreas de la oficina país, han cumplido con convocar, involucrar y comprometer a aliados del sector público, los medios de comunicación y, especialmente, el sector privado,</p> | <p>124, 125, 126, 130, 131, 155</p> |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|---|---|--------------------------------|
| | <p>posicionando al WFP e incidiendo en la agenda nacional para la reducción del hambre, la malnutrición y la anemia. El trabajo de comunicación, abogacía y movilización fue exitoso en un campo de Lima y algunos lugares a nivel nacional, aunque han sido, más precisamente, estrategias de alianzas e incidencia. Faltó una convocatoria más amplia y diversa de la sociedad civil y la academia para alcanzar el movimiento social nacional como estuvo descrito inicialmente en el PEP. El EE1, presenta para WFP Perú una oportunidad para movilizar al sector privado con el objeto de ampliar el compromiso, las contribuciones y la cobertura de las acciones destinadas a alcanzar el ODS2, más allá de una posible alianza directa con WFP.</p> | |
| <p>Subrecomendación 4.3 Mantener a las comunicaciones dentro en un lugar estratégico del WFP de manera que pueda ampliar su impacto en actores internos y externos y transversalizar acciones en los Efectos Estratégicos programáticos.</p> | <p>Conclusión 11: Los logros del EE1 en materia de generación de alianzas y estrategias de comunicaciones han sido posibles gracias al liderazgo que recae desde la dirección de la oficina y del área de comunicaciones, y por el equipo de profesionales con gran compromiso con el WFP y con el tema de Hambre Cero, lo que ha logrado transmitirse hacia otros actores internos y, especialmente, externos.</p> | <p>142, 144, 145, 155</p> |
| <p>Subrecomendación 4.4 Alinear las estrategias de comunicación masiva de carácter nacional y local bajo un mismo marco general de comunicaciones para que puedan implementarse de forma complementaria y, así, amplíen su impacto (como, por ejemplo, estrategias futuras similares a</p> | <p>Conclusión 10: Cocina con Causa es, a la vez, un programa de televisión y una plataforma de alianzas al servicio de los objetivos de WFP, aunque los diferentes cambios en la organización, formato del programa y altos costos</p> | <p>130, 134, 146, 149, 155</p> |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|---|--|---------------------------------------|
| Cocina con Causa y La Sangre llama). | <p>institucionales, sumado a la discontinuidad en televisión durante la pandemia por decisión de la oficina país, dificultaron su alcance y un impacto mayor en las audiencias.</p> <p>Conclusión 13: La estrategia de SBCC (Comunicación con la comunidad) ha permitido fortalecer las alianzas y convocar liderazgos locales que, a su vez, facilitaron mejores resultados para el cambio de comportamiento y de hábitos alimentarios en el territorio, siendo la radionovela La Sangre Llama un producto comunicacional que ha transmitido mensaje de manera efectiva a partir de su adaptación a la realidad local.</p> | |
| <p>Subrecomendación 4.5 Incorporar desde el inicio de las actividades de comunicación una planificación del monitoreo y la evaluación rigurosa, que permita retroalimentar, ajustar y medir el efecto de los productos de comunicación antes de difundirlas masivamente. Esto se puede lograr a través de generar espacios de discusión para la incorporación de nuevos indicadores que sirvan para medir resultados en materia de comunicaciones e incidencia y que sean sensibles al género.</p> | <p>Conclusión 14: El sistema de monitoreo y de evaluación no ha sido suficiente para generar evidencias robustas sobre los efectos de las actividades de comunicación. Además, el Índice de Asociaciones (<i>Partnerships Index</i>) no permite medir la amplitud y complejidad del EE1 ya que este trasciende a las alianzas al trabajar también en incidencia y comunicación. Esto se debe, principalmente, a que el Marco de Resultados Corporativo no incluye indicadores que correspondan con la naturaleza de las actividades y resultados esperados por el EE1.</p> <p>Conclusión 18. Las acciones del EE1 tienen un amplio potencial de mejora desde su formulación, implementación y monitoreo para incluir de manera pertinente el enfoque de género y empoderamiento de las mujeres, específicamente en</p> | 128, 129, 130,135, 137, 138, 155, 162 |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|--|--|--|
| | <p>productos como Cocina con Causa donde el lenguaje hacia una audiencia amplia tiene repercusiones en el refuerzo o eliminación de estereotipos.</p> | |
| <p>Recomendación 5: Definir y crear el tipo de enfoque de género del Efecto Estratégico 1 (EE) basándose en la Política de Género del WFP, que permita identificar resultados de avance de género y empoderamiento de la mujer.</p> | <p>Conclusión 16: La ausencia de resultados definidos en igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en el EE1, en el marco de la Política de género de WFP, dificulta la identificación de indicadores de género y la realización de un monitoreo responsivo al género, que demuestre avances en el cierre de las desigualdades de género identificadas en el análisis de contexto.</p> <p>Conclusión 17: En los últimos años el EE1 ha implementado acciones de mejora desde el enfoque de género, incluyendo el acompañamiento al equipo de Cocina con Causa para un buen uso del lenguaje, la integración de personal con experiencia en comunicaciones y empresa privada y una consultoría sobre SAN enfocada en género, sin embargo, son acciones puntuales sin una estrategia de comunicaciones con enfoque de género diseñada y basada en la Política de Género del WFP.</p> <p>Conclusión 18. Las acciones del EE1 tienen un amplio potencial de mejora desde su formulación, implementación y monitoreo para incluir de manera pertinente el enfoque de género y empoderamiento de las mujeres, específicamente en productos como Cocina con Causa donde el lenguaje hacia</p> | <p>156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 166</p> |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|---|--|---------------------------------|
| | una audiencia amplia tiene repercusiones en el refuerzo o eliminación de estereotipos. | |
| <p>Subrecomendación 5.1 Incluir, en los documentos de planificación, resultados definidos en igualdad de género y empoderamiento de las mujeres, de modo que las acciones de género no sean aisladas sino parte de una integración sistemática del enfoque de género que debe ser transformador según las necesidades y el contexto.</p> | <p>Conclusión 16: Dado que no existe un plan de implementación que incorpore la Política de Género del WFP, se dificulta la identificación de indicadores de género y la realización de un monitoreo responsivo al género, que demuestre avances en el cierre de las desigualdades de género identificadas en el análisis de contexto.</p> | 159, 160, 163, 166 |
| <p>Subrecomendación 5.2 Aumentar las capacidades del equipo del EE1 en temas de comunicación sensible al género.</p> | <p>Conclusión 17: En los últimos años el EE1 ha implementado acciones de mejora desde el enfoque de género, incluyendo el acompañamiento al equipo de Cocina con Causa para un buen uso del lenguaje, la integración de personal con experiencia en comunicaciones y empresa privada y una consultoría sobre SAN enfocada en género, sin embargo, son acciones puntuales sin una estrategia de comunicaciones con enfoque de género diseñada y basada en la Política de Género del WFP.</p> | 157, 159, 161, 163,166 |
| <p>Subrecomendación 5.3 El próximo PEP debe continuar con acciones dentro de las líneas y estrategias de comunicaciones ligado a los programas de nutrición con enfoque de género transformador y que permita identificar brechas y desigualdades que hay que cerrar.</p> | <p>Conclusión 17: En los últimos años el EE1 ha implementado acciones de mejora desde el enfoque de género, incluyendo el acompañamiento al equipo de Cocina con Causa para un buen uso del lenguaje, la integración de personal con experiencia en comunicaciones y empresa privada y una consultoría sobre SAN enfocada en género, sin embargo, son acciones puntuales sin una estrategia de comunicaciones con enfoque de género diseñada y basada en la</p> | 75, 76, 156, 157, 159, 162, 166 |

| Recomendación | Conclusiones | Hallazgos |
|---------------|--|-----------|
| | <p>Política de Género del WFP.</p> <p>Conclusión 18. Las acciones del EE1 tienen un amplio potencial de mejora desde su formulación, implementación y monitoreo para incluir de manera pertinente el enfoque de género y empoderamiento de las mujeres, específicamente en productos como Cocina con Causa donde el lenguaje hacia una audiencia amplia tiene repercusiones en el refuerzo o eliminación de estereotipos.</p> | |

Anexo 18. Bibliografía

- Arlette Beltrán B., Juan Francisco Castro C. & Enrique Vásquez H.** 2017. *Hambre Cero al año 2030 en el Perú ¿Cómo lograr el Segundo Objetivo de Desarrollo Sostenible? Una revisión estratégica de la seguridad alimentaria y nutricional.* Lima. Perú.
- Ayuda en Acción & Welt Hunger Hilfe,** 2021. *GLOBAL HUNGER INDEX EL HAMBRE Y LOS SISTEMAS ALIMENTARIOS EN SITUACIONES DE CONFLICTO.* Obtenido de https://ayudaenaccion.org/uploads/2021/10/GHI_2021_ES-small.pdf
- Garcés , C.** 2017. *Análisis Con Perspectiva De Género Sobre La Situación De La Seguridad Alimentaria Y Nutricional en el Perú.* Lima. Perú.
- CEPLAN.** 2011. *Plan Bicentenario: el Perú hacia el 2021.* Obtenido de https://www.ceplan.gob.pe/documentos_/plan-bicentenario-el-peru-hacia-el-2021/
- Herrera, & Gioconda.** 2021. *Migraciones en pandemia: nuevas y viejas formas de desigualdad.* (FLACSO, Ed.) Revista Nueva Sociedad , 293. Quito, FLACSO.
- INEI** 2019. *Producción y Empleo Informal en el Perú, Cuenta Satélite de la Economía Informal 2007-2018.* Lima: Perú.
2020. *Encuesta Demográfica y de Salud Familiar* Lima: Perú.
2020. *Estadísticas con Enfoque de Género, Informe Técnico No. 1.* Lima: Perú.
2020. *Evolución de la Pobreza Monetaria 2009-2020.* Lima: Perú.
2020. *Condiciones de vida en el Perú, Informe Técnico No. 02.* Lima
2021. *Estado de la población en el año del Bicentenario, 2021.* Lima: Perú.
2021. *Brechas de Género 2020 Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres.* Lima: Perú.
2021. *El 12,1% de la población menor de cinco años de edad del país sufrió desnutrición crónica en el año 2020.* Obtenido de Nota de Prensa, Lima: Perú. <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-12-1-de-la-poblacion-menor-de-cinco-anos-de-edad-del-pais-sufrio-desnutricion-cronica-en-el-ano-2020-12838/>
2021. *Perú: Evolución de los Indicadores de Programas Presupuestales, 2012-2020.* Lima: Perú.
- INS** 2020. *Informe Gerencial 'Estado nutricional de niños y gestantes que acceden a establecimientos de salud' del Sistema de información del Estado Nutricional (SIEN).* Lima: Perú.
- INS- CENAN/DEVAN/SIEN.** s.f. *Sistema de Información del Estado Nutricional de niños < 5 años y gestantes que acceden a establecimientos de Salud -2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019.* Lima: Perú.
- IPC-IG, UNICEF LACRO & WFP .** 2021. *Protección social y la migración venezolana en América Latina y el Caribe en el contexto de COVID-19.* Brasilia y Ciudad de Panamá: Research Report N° 58. Centro Internacional de Políticas para el Crecimiento Inclusivo, Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia-Oficina Regional para América Latina y el Caribe y Programa Mundial de Alimentos.
- Jaramillo, M., & Ñopo, H.** 2020. *Impactos de la epidemia del coronavirus en el trabajo de las mujeres en el Perú.* Lima: GRADE.

- Key Aid Consulting.** 2020. *Évaluation formative du mécanisme de réponse rapide (RRM) en RCA - Phases 6 à 8*, Février 2017 – janvier 2020. Obtenido de <https://evaluationreports.unicef.org/GetDocument?fileID=16321>
- La República.** 2021. *Perú: 2,2 millones de peruanos perdieron su empleo en el 2020*. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/2021/03/15/inei-22-millones-de-peruanos-perdieron-el-empleo-en-el-2020/>
- Macro Consult** 2021, *Informe Revisión de Medio Término del Plan estratégico de País 2018-2022 del WFP Perú*. Lima:Perú
- Marini, A., & Rokx, C.** 2017. *El éxito del Perú en la lucha contra la desnutrición*. Obtenido de <https://documents1.worldbank.org/curated/en/891441505495680959/pdf/FINAL-Peru-Nutrition-Book-in-Spanish-Oct-11.pdf>
- MIDIS.** 2018. *Estrategia Nacional De Desarrollo E Inclusión Social Incluir Para Crecer*. Recuperado de https://siteal.iiep.unesco.org/sites/default/files/sit_accion_files/pe_1157.pdf.
- MINAGRI.** 2013. *Plan Nacional De Seguridad Alimentaria Y Nutricional 2015-2021*. Recuperado de <https://www.midagri.gob.pe/portal/download/pdf/seguridad-alimentaria/plan-acional-seguridad-2015-2021.pdf>
- Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación** 2020. *Ficha País*. Embajada de España: Perú Obtenido de https://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/PERU_FICHA%20PAIS.pdf
- MINSA .** 2007 *Plan Nacional Concertado de Salud*. Recuperado de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/440948/plan-nacional-concertado-de-salud.pdf>
2017. *Documento Técnico, Plan Nacional para la Reducción y Control de la Anemia Materno Infantil y la Desnutrición Crónica Infantil en el Perú: 2017-2021*.
2021. *Sala Situacional COVID-19 Perú*. Obtenido de https://covid19.minsa.gob.pe/sala_situacional.asp
- Naciones Unidas.** 2016. *Marco de Cooperación de las Naciones Unidas para el Desarrollo en el Perú 2017 2021*. Obtenido de <https://peru.un.org/es/48770-marco-de-cooperacion-de-las-naciones-unidas-para-el-desarrollo-en-el-peru-2017-2021>
2021. *Estudio especializado sobre efectos socioeconómicos de Covid-19 en la población refugiada y migrante de Venezuela en el Perú*. Lima: Naciones Unidas.
2021. *El Sector Empresarial Y Los Objetivos De Desarrollo Sostenible*. Lima.
2021. *Efectos socioeconómicos del Covid-19 en la población refugiada y migrante de Venezuela en el Perú*. Lima.
- Provincia de Piura.** 2021. *Presentación sobre DESARROLLO DE ACTIVIDADES NIVEL INICIAL 2021 Campaña Visibilizando la infancia en la región Piura en tiempos de confinamiento social y educación remota (90 aniversarios Educación Inicial)*. Obtenido de <https://www.antamina.com/noticias/antamina-naciones-unidas-juntas-contra-anemia/>
- UNICEF.** 2021. *COVID-19: Impacto en la pobreza y desigualdad en niñas, niños y adolescentes en el Perú: Estimaciones 2020-2021*. Lima: UNICEF.
- WFP.** 2017 *"Corporate Results Framework (2017-2021)" (WFP/EB.2/2018/5-B/Rev.1)*
- 2017 *Peru Country Strategic Plan (2018-2022) (WFP/EB.2/2017/7-A/3/Rev.1)*. Obtenido de https://executiveboard.wfp.org/fr/document_download/WFP-0000050572

2019. *Estudio de Línea de Base del Plan Estratégico de País del Programa Mundial de Alimentos en Perú (2018-2022)*. Lima: Macro Consult.

2020. *Estrategia de Alianzas y Movilización de Recursos con el Sector Privado en el Perú (2020-2022)*. Versión borrador. Lima.

2020. *Peru Annual Country Report 2019*.

2020. *Crisis sin precedentes por la COVID-19 afecta gravemente la seguridad alimentaria de migrantes en América del Sur*. Obtenido de <https://es.wfp.org/noticias/crisis-sin-precendentes-covid-19-golpea-alimentacion-migrantes-America-del-Sur>

2020. *Plan de Actividades*. Documento interno

2021. *Peru Annual Country Report 2020*

2021. *Evaluación Remota COVID-19 Migrantes Perú*. Lima: WFP

2021. *Evaluación Remota COVID-19 Perú: Programa Mundial de Alimentos*. Lima: WFP.

2021. *Perú Resource Situation*. Obtenido de https://one.wfp.org/operations/current_operations/ResUpdates/PE01.pdf?_ga=2.224459033.2071676534.1626825385-1064038998.1626715631

2021. *Hambre Cero, Recetas y consejos para un Perú más fuerte*.

2021. *Plan de Actividades EE1*. Documento interno

2021. *EE1 Planificación, seguimiento y control de presupuesto*. Documento interno

2021. *Evaluación del Plan Estratégico de País de PMA Perú 2018-2022*. Versión borrador.

2021. *Revisión de Medio Término del Plan Estratégico de País del Programa Mundial de Alimentos en Perú (2018-2022)*. Lima. Macro Consult.

WHO . 2019. *Gender Assessment Tool*. Obtenido de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK559709/table/ch2.t1/?report=objectonly>

Acrónimos

| | |
|--------|--|
| ACNUR | Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados |
| ADRA | Agencia Adventista de Desarrollo y Recursos Asistenciales |
| BHA | Bureau for Humanitarian Assistance |
| CADE | Conferencia Anual de Ejecutivos |
| CBT | Cash Based Transfers |
| CE | Comité de Evaluación |
| CENAN | Centro Nacional de Alimentación y Nutrición |
| PEP | Plan Estratégico de País |
| DCI | Desnutrición crónica infantil |
| DEQAS | Sistema para el Aseguramiento de la Calidad de las Evaluaciones Descentralizadas |
| DIT | Desarrollo Infantil Temprano |
| ED | Evaluación Descentralizada |
| ENDES | Encuesta Demográfica y de Salud Familiar |
| EV | Executive Vice |
| FAO | Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación |
| FIDA | Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola |
| FODA | Fortalezas, Oportunidades, Debilidades Y Amenazas |
| GAT | Gender Assessment Tool |
| GdeP | Gobierno de Perú |
| GEWE | Gender Equality and Women's Empowerment |
| HAB | Habitantes |
| HIAS | Hebrew Immigrant Aid Society |
| IDH | Índice de Desarrollo Humano |
| INDECI | Instituto Nacional de Defensa Civil |
| INEI | Instituto de Estadística e Informática |
| INS | Instituto Nacional de Salud |
| IPAE | Instituto Peruano de Administración de Empresas |
| IRTP | Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú |
| KM2 | Kilómetro Cuadrado |
| LTA | Acuerdo de Largo Plazo |
| MCLCLP | Mesa de Concertación para la Lucha contra la Pobreza |
| MIDIS | Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social |
| MINSA | Ministerio de Salud |
| OCDE | Organización de Cooperación y Desarrollo Económico |
| ODS | Objetivos de Desarrollo Sostenible |
| OEV | Oficina de Evaluación |
| OIM | Organización Internacional para las Migraciones |
| ONG | Organización no gubernamental |
| ONU | Organización de las Naciones Unidas |
| OP | Oficina País |
| OR | Oficina Regional |
| PE | Pregunta de Evaluación |
| PEP | Plan Estratégico de País |
| PIB | Producto Interno Bruto |
| PNUD | Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo |

| | |
|---------------|--|
| PROSAN | Promoción de la Seguridad Alimentaria y Nutricional |
| RPP | Radio Programas del Perú |
| SA | Sociedad anónima |
| SBCC | Social Behavior and Change Communication |
| EE | Efecto Estratégico |
| EE1 | Efecto Estratégico 1 |
| EE2 | Efecto Estratégico 2 |
| EE3 | Efecto Estratégico 3 |
| EE4 | Efecto Estratégico 4 |
| EE5/6 | Efecto Estratégico 5/6 |
| SP | Sede Principal |
| TdC | Teoría de Cambio |
| UNDAF | Asistencia al Desarrollo de las Naciones Unidas |
| UNEG | Grupo de Evaluación de Naciones Unidas |
| UNICEF | Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia |
| USAID | Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional |
| VCMN | Violencia contra las mujeres y las niñas |
| WFP | Programa Mundial de Alimentos |
| WHO | Organización Mundial de la Salud |

Oficina de WFP Perú

www.wfp.org

Programa Mundial de Alimentos

Via Cesare Giulio Viola 68/70

00148 Roma, Italia

Tel. +39 06 65131 es.wfp.org