



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**Proyecto previo a la obtención del Título de
Licenciado en Diseño Gráfico**

**“Estrategias publicitarias como método de prevención y
concientización de la desnutrición infantil en la provincia de
Tungurahua dirigida a padres adolescentes”**

Autor: Guzmán Revelo, Carlos Efrén

Tutor: Ph.D. Pilamunga Poveda, Efraín Marcelo

Ambato - Ecuador

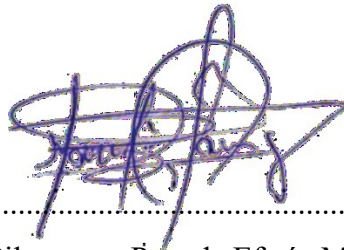
Septiembre, 2022

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto Técnico sobre el tema: “**Estrategias publicitarias como método de prevención y concientización de la desnutrición infantil en la provincia de Tungurahua dirigida a padres adolescentes**” del alumno Carlos Efrén Guzmán Revelo, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, considero que dicho proyecto reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Septiembre del 2022

EL TUTOR



.....
Ph.D. Pilamunga Poveda Efraín Marcelo

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Técnico **“Estrategias publicitarias como método de prevención y concientización de la desnutrición infantil en la provincia de Tungurahua dirigida a padres adolescentes”** como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, Septiembre del 2022

EL AUTOR



.....
Guzmán Revelo Carlos Efrén

CC: 1804896718

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto Técnico o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto Técnico, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, Septiembre del 2022

EL AUTOR



.....
Guzmán Revelo Carlos Efrén

CC: 1804896718

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto I, sobre el tema “**Estrategias publicitarias como método de prevención y concientización de la desnutrición infantil en la provincia de Tungurahua dirigida a padres adolescentes**” de Carlos Efrén Guzmán Revelo, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, Septiembre del 2022

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

El presente proyecto se lo dedico primeramente a Dios por la guía y oportunidades brindadas a lo largo de mi vida académica, la fortaleza y constancia por la cual he llegado abrir nuevas puertas y oportunidades. A mis padres, pilares fundamentales que me apoyan en gran medida con su apoyo incondicional hacia el camino del éxito. A mis hermanas, quienes me tendrán como referente de encaminarse hacia una vida de provecho y sueños que se puedan cumplir. A mis abuelitos quienes fueron fundamentales en mi niñez, me vieron crecer, cuidaban de mi salud y brindaban la seguridad, apoyo e inspiración para salir adelante ante cualquier adversidad. A mis familiares, amigos y personas importantes quienes confiaron en mí, también a las personas con las que un día compartí y hoy no se encuentran entre nosotros, una dedicatoria especial hasta el cielo para Sara Barrera y Celia Guamán.

Carlos Efrén Guzmán Revelo

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento especial a mi familia, su apoyo desde mi infancia hoy se refleja con la obtención de nuevas oportunidades, todos y cada uno de ellos me brindaba la voz de aliento cuando sentía que no podría seguir, el esfuerzo y arduo trabajo invertido en mis estudios permitirán sacarlos adelante.

De igual manera a mis maestros, guías y consejeros a lo largo del camino académico quienes me impartieron su amistad y conocimiento para una vida profesional de éxito en el ámbito del Diseño Gráfico. De ellos tomo la inspiración para mejorar cada día.

Carlos Efrén Guzmán Revelo

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
SIGLAS.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I.....	2
1. ANTECEDENTES	2
1.3 Tema	2
1.2 Planteamiento del problema	2
1.3 Contextualización: (Macro, Meso, Micro)	3
1.4. Árbol de Problemas	8
1.5 Justificación del proyecto	9
1.6 Objetivos	10
1.6.1 Objetivo general.....	10
1.6.2 Objetivos específicos	10
CAPÍTULO II	11
2. MARCO REFERENCIAL	11
2.1 Estado de la cuestión – Referentes.....	11
2.2 Enfoque social del diseño.....	13
2.3 Marco Legal.....	14
2.4 Categorías Fundamentales.....	18
2.5 Redes Conceptuales.....	18
2.5.1 Comunicación Visual.....	19
2.5.2 Factores que intervienen en la comunicación visual	19
2.5.3 Descomposición del mensaje.....	20
2.5.4 Publicidad	20

2.5.5	Publicidad Social	21
2.5.6	Marketing.....	23
2.5.7	Marketing Social.....	24
2.5.8	Prevención de desnutrición infantil:	25
2.5.9	Lactancia.....	26
2.5.10	Formación de madres y padres.....	26
2.5.11	Hábito alimenticio.....	28
CAPÍTULO III.....		29
	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	29
3.	Análisis externo.....	29
3.1	Análisis PEST.....	29
3.2	TENDENCIAS	34
3.3	Segmentación del Mercado Potencial	36
CAPÍTULO IV.....		37
	DISEÑO METODOLÓGICO	37
4.	Método.....	37
4.1	Enfoque del proyecto.....	37
4.2	Población y muestra	37
4.3	Análisis e interpretación de resultados	38
4.4	ENTREVISTAS	46
CAPÍTULO V.....		82
	PROPUESTA.....	82
5.	Título del proyecto.	82

5.1	Descripción general del proyecto.....	82
5.2	Beneficiarios:.....	82
5.3	Zona demográfica de aplicación	83
5.4	Responsables:	83
5.5	Objetivos	83
5.5.1	Objetivo General	83
5.5.2	Objetivos Específicos.....	83
5.6	Estrategias.....	83
5.7	Antecedentes	83
5.8	Concepto.....	84
5.9	Eje Rector	84
5.10	Plus de la campaña.....	84
5.11	Nombre de la Campaña.....	85
5.12	Eslogan	85
5.13	Tono y estilo	85
5.14	Tipografía	85
5.15	Cromática	86
5.16	Descripción Técnica.....	86
5.16.1	Matriz estratégica	86
5.17	Cronograma de producción	88
5.18	Cronograma de medios.....	89
5.19	Acabados	90
5.20	Composición.....	90
5.21	Jerarquía.....	90
5.22	Funcionalidad	90
5.23	Valor agregado	90
5.24	Expresión creativa / puntos clave	91
5.25	Material e insumos.....	91
5.26	Presupuesto	91
5.27	Construcción del prototipo	92

5.28	Identificador gráfico	92
5.29	Cromática	94
5.30	Tipografía	95
5.31	Área de protección.....	95
5.32	Usos incorrectos.....	96
5.33	Elementos gráficos.....	97
5.37	Contenido.....	101
5.40	Instagram:	106
5.41	Stories	106
CAPÍTULO VI.....		117
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	117
6.	Conclusiones.....	117
6.1	Recomendaciones.....	118
7.	BIBLIOGRAFÍA	119
8.	ANEXOS.....	125

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 - Segmentación.....	36
Tabla 2 – Entrevista a Nutricionistas	47
Tabla 3 – Entrevista a Diseñadores Gráficos.....	58
Tabla 4 – Matriz de Triangulación.....	69
Tabla 5 – Matriz estratégica objetivo 1.....	86
Tabla 6 – Matriz estratégica objetivo 2.....	87
Tabla 7 – Matriz estratégica objetivo 3.....	87
Tabla 8 – Cronograma de producción.....	88
Tabla 9 – Cronograma de medios.....	89
Tabla 10 – Material e insumos	91
Tabla 11 - Presupuesto	92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Nivel de desnutrición en Ecuador Fuente: UNICEF/ECU/2021.....	6
Gráfico 2: Árbol de problemas	8
Gráfico 3: Plan Intersectorial de Alimentación y Nutrición Ecuador 2018-2025.....	12
Gráfico 4: Red de inclusiones conceptuales	18
Gráfico 5: Red Conceptual Variable independiente	18
Gráfico 6: Jerarquía temática de la publicidad social Fuente: La Publicidad Social: concepto, objeto y objetivos.....	23
Gráfico 7: Red conceptual Variable dependiente.....	25
Gráfico 8: Pregunta 1 – Encuesta	39
Gráfico 9: Pregunta 2 – Encuesta	40
Gráfico 10: Pregunta 3 – Encuesta	40
Gráfico 11: Pregunta 4 – Encuesta	41
Gráfico 12: Pregunta 5 – Encuesta	42
Gráfico 13: Pregunta 6 – Encuesta	43
Gráfico 14: Pregunta 7 – Encuesta	43
Gráfico 15: Pregunta 8 – Encuesta	44
Gráfico 16: Pregunta 9 – Encuesta	45
Gráfico 17: Pregunta 10 – Encuesta	46
Gráfico 18 – Identificador gráfico de la campaña	93
Gráfico 19 – Descripción del Identificador	94
Gráfico 20 – Versión Horizontal del identificador	94
Gráfico 21 – Paleta de color	95
Gráfico 22 – Tipografía de la campaña	95
Gráfico 23 – Área de protección del identificador	96
Gráfico 24 – Usos incorrectos del identificador.....	97
Gráfico 25 – Íconos	97
Gráfico 26 – Formas geométricas	98
Gráfico 27 – Estilo de ilustración 1.....	99
Gráfico 28 – Estilo de ilustración 2.....	100
Gráfico 29 – Fotografía de personal médico.....	100
Gráfico 30 – Dimensiones para Facebook.....	101
Gráfico 31 – Dimensiones para Instagram	102

Gráfico 32 – Dimensiones para TikTok	103
Gráfico 33 – Fan Page.....	104
Gráfico 34 – Facebook en telefono movil	105
Gráfico 35 - Instagram	106
Gráfico 36 – animación de Story interactivo (Pregunta-respuesta)	107
Gráfico 37 – animación de Story ilustrado	108
Gráfico 38 – animación de Story (A dónde acudir).....	108
Gráfico 39 – animación de Story (Para que tu niño sea un gran deportista).....	109
Gráfico 40 – Mockup Stories para Instagram.....	109
Gráfico 41 – Mockup Stories para Facebook	110
Gráfico 42 - Animación de anuncio.....	111
Gráfico 43 – Anuncios en formato cuadrado.....	112
Gráfico 44 – Edición de video ¿Estás Embarazada?	112
Gráfico 45 - Edición de video Tips para combatir la desnutrición infantil.....	113
Gráfico 46 - Edición de video Conoce sobre la planificación familiar.....	113
Gráfico 47 - Edición de video Asegura un embarazo saludable.....	114
Gráfico 48 - TikTok	115
Gráfico 49 – Meta bussines	115
Gráfico 50 – Publicidad pagada.....	116

SIGLAS

ONU: Organización de las Naciones Unidas

ENDI: Encuesta Nacional sobre Desnutrición Infantil

INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

FAO ECUADOR: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

ENSANUT: Encuesta Nacional de Salud y Nutrición

UNFPA: Fondo de Población de las Naciones Unidas

CNH: Creciendo con Nuestros Hijos

RESUMEN EJECUTIVO

La desnutrición infantil es una problemática que compromete la salud y supervivencia de un recién nacido, causado por la ingesta insuficiente de nutrientes necesarios la desnutrición puede llevarlo hasta la muerte dependiendo el cuadro de gravedad en el que se encuentre, para ello llega a ser prioritario un control pre concepcional que analiza el estado nutricional de la madre y garantiza un embarazo saludable en el que a lo largo del periodo de gestación proporciona un alimenticio óptimo para el bebé, al nacer, la lactancia materna en los primeros 6 meses de vida serán vitales para aportar al recién nacido las cantidades necesarias de grasas, agua, azúcares, vitaminas y proteínas que se necesita para un correcto desarrollo, posteriormente se da paso a los alimentos complementarios que se integran a la dieta del niño.

La desnutrición infantil a estado presente en nuestro país desde hace varios años, tan solo en 2021 la UNICEF compartió que el territorio ecuatoriano está ubicado en es el segundo lugar con el mayor número de casos en América Latina y el Caribe, la creciente actividad sexual en menores de edad está dando pasos acelerados a la maternidad y paternidad en adolescentes quienes llevan hábitos alimenticios desordenados, inmadurez y dificultades de tipo personal, social, económico y laboral.

La propuesta por medio de estrategias digitales es una campaña social en redes sociales ya que al ser un público joven son nativos digitales que gran parte de su tiempo consumen contenido diverso en las plataformas digitales con la finalidad de prevenir y concientizar sobre futuros casos de desnutrición infantil con el aporte de profesionales en la salud para brindar un mejor conocimiento del cuidado que se debe llevar antes durante y después de un embarazo ya sea o no planificado.

PALABRAS CLAVE; DESNUTRICIÓN INFANTIL, ADOLESCENTES, REDES SOCIALES

ABSTRACT

Child malnutrition is a problem that compromises the health and survival of a newborn, caused by insufficient intake of necessary nutrients, malnutrition can lead to death depending on the severity of the situation, for this a priority becomes a preconception control that analyzes the nutritional status of the mother and guarantees a healthy pregnancy in which throughout the gestation period it provides optimal nutrition for the baby, at birth, breastfeeding in the first 6 months of life will be vital for provide the newborn with the necessary amounts of fats, water, sugars, vitamins and proteins that are needed for proper development, later giving way to complementary foods that are integrated into the child's diet.

Child malnutrition has been present in our country for several years, only in 2021 UNICEF shared that the Ecuadorian territory is located in the second place with the highest number of cases in Latin America and the Caribbean, the growing sexual activity in Minors are taking accelerated steps towards motherhood and fatherhood in adolescents who have disordered eating habits, immaturity and personal, social, economic and labor difficulties.

The proposal through digital strategies is a social campaign on social networks since, being a young audience, they are digital natives who spend much of their time consuming diverse content on digital platforms in order to prevent and raise awareness of future cases of child malnutrition. with the contribution of health professionals to provide a better understanding of the care that should be taken before, during and after a pregnancy, whether planned or unplanned.

KEYWORDS; CHILD MALNUTRITION, ADOLESCENTS, SOCIAL NETWORKS

Introducción

En Ecuador los crecientes casos preocupan tanto a organismos nacionales como internacionales, una correcta nutrición contribuye al gozo total de un buen desarrollo mental y físico. La desnutrición por otro lado afectará al progreso humano que a largo plazo la persona tendrá impactos negativos en su vinculación con la sociedad.

El presente proyecto tiene la finalidad de generar una campaña social para brindar conocimiento sobre el cuidado, tratamiento y prevención de la desnutrición infantil a través de redes sociales cuyo auge los ha convertido en los últimos años en medios de comunicación masivos, junto con estrategias como social ads se puede segmentar y tener un acercamiento directo y efectivo con las personas a las que se desea llegar, su relevancia es importante ya que el público objetivo comprende el rango de edad de 15 a 19 años (Adolescencia e inicio de la juventud), quienes a más de presentar a su corta edad una vida sexual activa también son nativos digitales que constantemente se encuentran inmersos en las plataformas consumiendo contenido ya sea o no de valor.

La construcción de la campaña social para educar a jóvenes y futuros padres va de la mano con información de profesionales de la salud y nutrición, encuestas realizadas al público objetivo para entender el alcance de su conocimiento en temas nutricionales y preventivos, entrevistas generadas a profesionales de la rama del diseño gráfico que aportan nuevas ideas para el desarrollo del proyecto el cual se divide en 6 capítulos.

CAPÍTULO I.

1. ANTECEDENTES

1.3 Tema

Estrategias publicitarias como método de prevención y concientización de la desnutrición infantil en la provincia de Tungurahua dirigida a padres adolescentes

1.2 Planteamiento del problema

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, (FAO, 2021) define la desnutrición como: Estado patológico resultante de una dieta deficiente en uno o varios nutrientes esenciales o de una mala asimilación de los alimentos. Entre los síntomas se encuentran: emaciación, retraso del crecimiento, insuficiencia ponderal, capacidad de aprendizaje reducida, salud delicada y baja productividad. (FAO, 2004)

Emaciación: bajo peso para la estatura, que por lo general es el resultado de la disminución del peso debido a un período reciente de inanición o una enfermedad grave.

Insuficiencia ponderal: bajo peso para la edad, que refleja un estado de una insuficiente alimentación, casos anteriores de desnutrición o salud delicada.

La desnutrición infantil compromete a la supervivencia de los más pequeños del hogar, causado principalmente por la ingesta insuficiente de alimentos que brindan los nutrientes necesarios para una correcta salud corporal y óptimo desarrollo, falta de atención adecuada y presencia de enfermedades infecciosas. Villaizán (2011) comenta: “Durante la infancia, la nutrición es esencial para asegurar el crecimiento y mantener la salud, pero además se trata de un periodo que ofrece importantes oportunidades para establecer hábitos alimentarios saludables que persistirán a lo largo de la vida” π.5.

El incremento de una vida sexual activa en adolescentes ha dado paso a la paternidad y maternidad a temprana edad. Tal situación, dada la inmadurez psicológica y social de los

jóvenes, genera algunas dificultades personales, sociales, económicas, educativas y profesionales, tanto para los padres, como para los hijos, la familia y la sociedad en su conjunto. Jordán, V. (2015,19 de febrero).

La desnutrición es uno de los principales mecanismos de transmisión intergeneracional de la pobreza y desigualdad entre generaciones, dificulta el desarrollo cognitivo de los niños y afecta la salud a lo largo de su vida, además de convertirla en grave problema para el futuro de las nuevas generaciones. (Cueva, 2017, p. 8).

La desnutrición infantil al ser severa provoca los siguientes efectos en el cuerpo al no obtener suficientes nutrientes:

- **Emaciación.** El peso del infante es insuficiente con respecto a la talla.
- **Retraso en el crecimiento.** La desnutrición crónica produce en un niño daños irreversibles afectando su desarrollo físico y mental
- **Insuficiencia ponderal.** Los niños pesan menos de lo que corresponde a su edad.

1.3 Contextualización: (Macro, Meso, Micro)

Macro;

La Organización de las Naciones Unidas en su informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ONU, 2019) señalaba que: La situación mundial de la desnutrición infantil es compleja, con alrededor del 22% de los niños menores de cinco años que sufren desnutrición crónica infantil y alrededor de 6% los niños que tienen sobrepeso.

Como uno de los principales problemas de salud pública en el mundo, la desnutrición en niños se considera un factor de riesgo importante ya que conduce a la mortalidad infantil. Son varias las organizaciones internacionales que luchan contra esta problemática que lleva afectando a millones desde hace ya varios años, la lucha es constante para evitar la desnutrición cuidando la vida del ser desde antes de su nacimiento pues una de las causas puede ser el mal estado nutricional de la madre llegando a afectar la supervivencia, crecimiento y desarrollo de su hijo/a, la falta de acceso a servicios esenciales de salud, falta

de saneamiento, agua y conocimiento del cuidado hacia un niño recién nacido también influyen en el riesgo de tener desnutrición infantil.

El grado de desnutrición se determina observando y midiendo la talla, el peso, el perímetro del brazo y la edad para compararlos con estándares de referencia, determinando así el nivel de desnutrición corresponde a:

- **Desnutrición aguda grave o severa:** Se puede determinar por un peso muy inferior a la altura estándar de un niño y también por la circunferencia del brazo. Su riesgo de morir es 9 veces mayor que para un niño en condiciones normales, (UNICEF, 2021).
- **Desnutrición aguda moderada:** El peso del niño es menor de lo que le corresponde con relación a la altura. Requiere un tratamiento inmediato para que la enfermedad no pase a más, (UNICEF, 2021).
- **Desnutrición crónica:** Se presenta por el retraso en el crecimiento. Esto se calcula comparando la talla del niño con un estándar referencial para la edad del niño, (UNICEF, 2021).

Al menos 1 de cada 3 niños no recibe la nutrición apropiada para crecer bien, particularmente en los primeros 1.000 días, que van desde la concepción hasta el segundo cumpleaños del niño/a, algo que ocurre también con frecuencia después de esta etapa. Aunque cada vez hay más niños que sobreviven, debido a la malnutrición son muy pocos los que consiguen prosperar, (UNICEF, 2019).

Para este año la UNICEF planteo un plan estratégico 2022 – 2025, reflejando el compromiso que tiene con la promoción de todos los derechos de niños y niñas a nivel mundial, en este plan se traza un camino hacia el goze de derechos y oportunidades con la superación del COVID-19, se prevé lograr los resultados a largo plazo en 5 grupos de objetivos vinculados a los derechos de la infancia:

1. Sobrevivir y prosperar con el acceso a una alimentación nutritiva, atención de salud de calidad, prácticas de crianza y suministros.
2. Aprender y adquirir habilidades para su futuro.

3. Resguardados de la violencia, explotación, abuso, abandono y las prácticas nocivas.
4. Acceso a servicios y suministros de agua y un saneamiento de higiene segura, viven en un clima y entorno sostenible y seguro.
5. Acceso a protección social que sea inclusiva y libre de pobreza.

Meso:

En Ecuador el 23 de abril del 2022 se arrancó la encuesta nacional sobre desnutrición infantil (ENDI), la cual arrojará sus resultados a finales de octubre de 2022 para reforzar la estrategia nacional “Ecuador crece sin desnutrición infantil” (Inec,2022).

En 2019 el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2019) registró 51,711 partos de adolescentes de entre 10 y 19 años. El número de casos ha aumentado en los años de pandemia agudizando esta problemática y con ello elevando el riesgo de numerosos niños/as.

A cierre de 2019 el 25% de ecuatorianos finalizaban el año bajo la línea de pobreza por ingresos generando una situación preocupante con el riesgo de no cubrir el costo total de una canasta básica elevando el número de personas que limiten su acceso a alimentos seguros, inocuos y suficientes, con la llegada del coronavirus se estimaba un crecimiento del 30% de hambre a nivel nacional. La encuesta realizada por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO ECUADOR) y el Ministerio de agricultura y Ganadería reveló que las zonas rurales del país conllevan mayor inseguridad alimentaria moderada y caída de ingresos a causa de la pandemia, resultando difícil entender que en grupos productores y ofertantes de alimentos como son rurales e indígenas se concentren la mayor parte de niños/as con desnutrición.

En Ecuador el aumento de embarazos en la adolescencia ha provocado el incremento de desnutrición infantil llegando a afectar al 27,2% de niños menores a 2 años según datos de la UNICEF (2021).

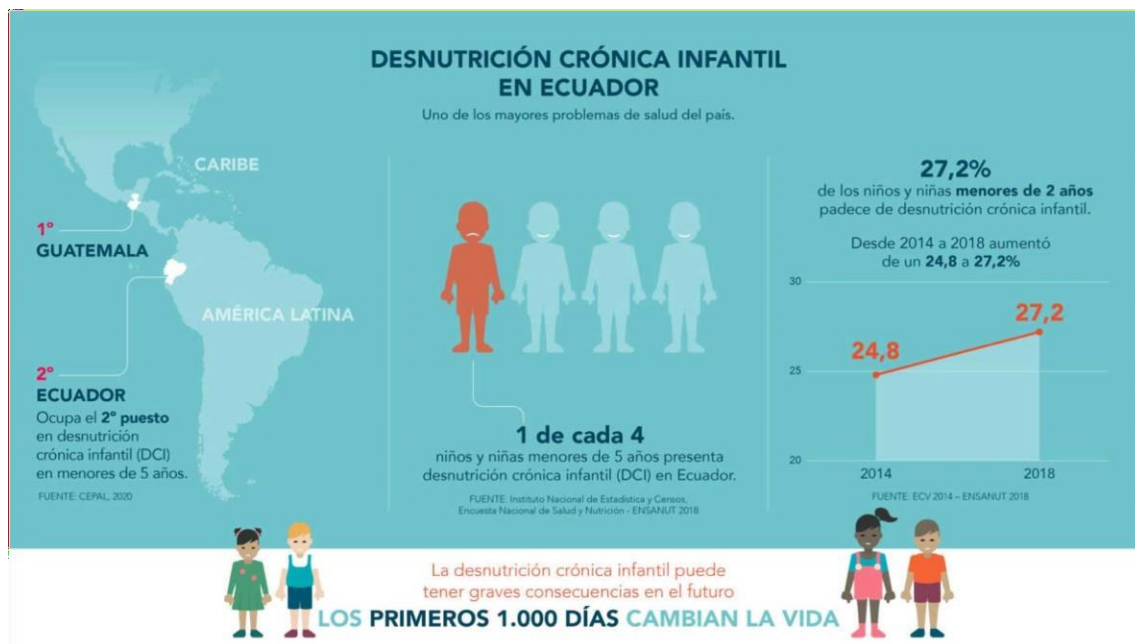


Gráfico 1: Nivel de desnutrición en Ecuador Fuente: UNICEF/ECU/2021

A nivel de América Latina, Ecuador se ha convertido en uno de los países con mayor tasa de embarazo infantil, según la Encuesta Análisis Rápido de Género del 2021 en el país:

El 12% de niñas de entre 10 y 19 años ha estado embarazada al menos una vez. Más de la mitad de las encuestadas dijo que tuvo su primera relación sexual entre los 14 y los 16 años, 111 por cada 1.000 niñas y adolescentes de entre 15 y 19 años. También se señala que niñas y adolescentes que se encuentran en etapa de maternidad enfrentan problemas para adquirir alimentos nutritivos que garanticen la salud de sus niños. El 50% de los recién nacidos y menores cuatro meses consumen aguas aromáticas, coladas o papillas, lo que contribuye al crecimiento de riesgo de desnutrición infantil, (Primicias.ec, 2021).

La desnutrición crónica en infantes es considerada como uno de los principales problemas de salud pública en el país, presente en 3 de cada 10 niños menores de 2 años. El territorio

ecuatoriano ocupa el segundo puesto con el mayor número de desnutrición infantil de América Latina y el Caribe, después de Guatemala, (UNICEF, 2021) .

La desnutrición infantil crónica no solo se convierte en un problema de salud pública, sino también en una limitante para el progreso del país; la prevalencia de desnutrición crónica infantil es considerado un indicador utilizado para vigilar los logros de las intervenciones en salud y nutrición.

Micro:

Para mediados de 2021 La editorial EL UNIVERSO dio a conocer que la desnutrición crónica infantil es uno de los principales problemas que afecta al país, con una mayor prevalencia entre la población de la Sierra.

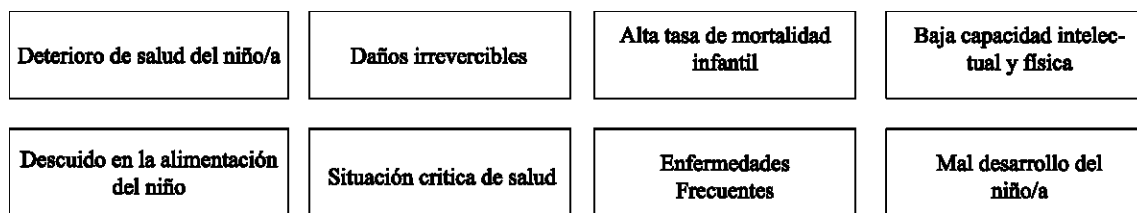
Antes de la pandemia, Ecuador incrementaba su porcentaje de menores de dos años con desnutrición crónica. De 24,8%, cifra en 2014 pasó a 27,2% en 2018, según datos de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT), realizadas por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Uno de cada cuatro menores a 5 años en el país sufrió desnutrición crónica. (EL UNIVERSO, 2021, π3)

La desnutrición en niños es un problema que no desaparece en Tungurahua, consideramos que el 80% del desarrollo del cerebro se forma antes de los 3 años; 75% de la comida sirve para el desarrollo del cerebro, los índices de desnutrición crónica a nivel nacional alcanzan 23,01% mientras que Tungurahua está por encima de la media con un 32,48 en niños/as menores de 5 años, mientras que 27,17% a nivel nacional y en la provincia 41,44% en niños/as menores de 2 años además causa mucha preocupación que el sector indígena es el que presenta los mayores índices de desnutrición crónica en el casi cerca del 40,71%, (ENSANUT 2019).

Gabriela Rosero, consultora en seguridad nutricional y alimentaria de la ONU para la Alimentación y la Agricultura menciona “Si no llegamos a corregir esta desnutrición hasta los 2 años es muy complicado hacerlo después” dicho por la situación preocupante que se lleva arrastrando desde hace ya varios años en niños menor a 5 años, y aún más alarmante cuando la problemática a comenzado a afectar gravemente a menores de 2 años.

De acuerdo con el doctor Carlos Armijos, la desnutrición aún con el debido tratamiento, puede traer consecuencias para los niños, una de ellas es llegar a tener una anomalía en su crecimiento. Señaló también que el desarrollo conductual se vuelve más lento. “Los efectos pueden ser duraderos en los niños. La insuficiencia en sus capacidades intelectuales y los problemas digestivos pueden persistir, incluso, durante toda la vida”, aseguró el médico, (LA HORA, 2021)

1.4. Árbol de Problemas:



Desnutrición Infantil

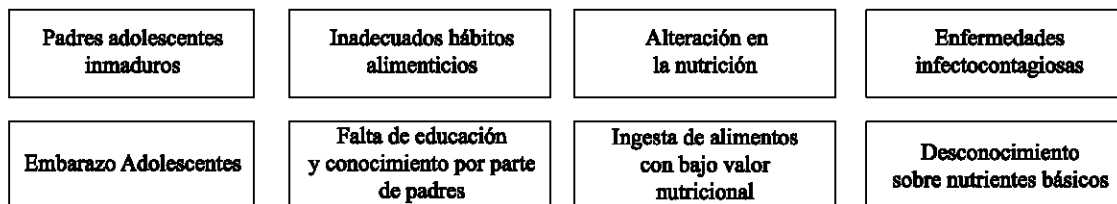


Gráfico 2: Árbol de problemas

1.5 Justificación del proyecto

La desnutrición infantil en Ecuador es una problemática pública y se vuelve aún más preocupante el saber que nuestro país ocupa el segundo lugar en la región, presentando mayor proporción de menores de edad con desnutrición infantil.

A raíz de la pandemia el número de embarazos adolescentes ascendió notoriamente en muchos de los casos se da el desconocimiento del cuidado que se debe llevar tanto en el periodo de gestación como después del alumbramiento.

El presente proyecto busca generar conciencia y prevención generando la información adecuada y de un correcto cuidado para minimizar los casos de desnutrición infantil enfocado a padres adolescentes a través de estrategias digitales a quienes por su rango de edad van de 15 a 19 años (Adolescencia e inicio de la juventud), son nativos digitales de la red y a través de las redes sociales el colectivo adolescente se hace más visibles ante los demás, consumir contenido, localizar personas, adquirir información. El consumo excesivo de redes sociales puede provocar adicción y daños psicológicos, sin embargo, si se usa con sensatez, las redes sociales pueden ser una herramienta muy valiosa en el campo de la educación puesto que se convierte en un medio masivo de enseñanza y también en una forma de aprendizaje. Por lo cual se pretende llegar al público objetivo y generar la enseñanza adecuada con información de profesionales en temas del cuidado sobre desnutrición infantil.

El surgimiento de las redes sociales y la concentración de información que allí se lleva a cabo las han convertido en medios de comunicación más relevantes de la actualidad. Este hecho conlleva una serie de consecuencias para la forma en que entendemos y adoptamos los ecosistemas digitales y de medios. También nos hacen ver las redes sociales, no solo como espacios neutrales, sino como actores esenciales en el flujo de información actual. (Espuny, 2021)

1.6 Objetivos.

1.6.1 Objetivo general.

Desarrollar una campaña de concientización en medios digitales para prevenir casos de desnutrición infantil en la Provincia de Tungurahua dirigida a futuros padres adolescentes.

1.6.2 Objetivos específicos.

-Investigar métodos para generar concientización en un grupo de personas específicas

-Identificar las medidas de prevención que se deben tomar para evitar casos de desnutrición infantil

-Plantear estrategias digitales para prevenir y concientizar sobre casos de desnutrición infantil en la Provincia de Tungurahua dirigida a futuros padres adolescentes.

CAPÍTULO II.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 Estado de la cuestión – Referentes:

Campaña contra la desnutrición infantil alimenta su vida cosecha sus sueños de Ferro.

Ximena en su Tesis para la Licenciatura en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas de la Universidad San Francisco de Quito para la UNICEF generaron la campaña “Sueños Tricolor” para concientizar, educar y responsabilizar al grupo objetivo (madres y padres de familia de nivel socioeconómico medio bajo – bajo) sobre la importancia de tener una alimentación correctamente balanceada con los variados grupos alimenticios para que se cree un hábito en ellos.

La campaña “Sueños Tricolor” maneja 2 partes fundamentales:

- Emocional; tener mayor énfasis en los sueños de la niñez que apela la sensibilidad del grupo objetivo
- Educativa; énfasis en hábitos alimenticios, informa y concientiza un balance alimenticio correcto

La estrategia de comunicación se dio a través de medios masivos, TTL y relaciones públicas. (Del Hierro, 2012)

Plan Internacional de Alimentación y Nutrición Ecuador 2018-2025

Buena Nutrición toda una vida

El Gobierno del Ecuador, a través del Ministerio de Salud Pública, de conformidad con el artículo 16 de la Ley Orgánica de Salud (2006), establece que “el desarrollo de una política multidisciplinaria en materia de seguridad alimentaria y nutrición tiende a eliminar los malos hábitos alimentarios, respetando y promoviendo los conocimientos y prácticas culinarias tradicionales, así como el uso y consumo de alimentos propios de cada región, asegurando que todos tengan acceso a una alimentación sana, diversa,

nutritiva, inocua y adecuada en largo plazo”, presenta el Plan Intersectorial de Alimentación y Nutrición Ecuador 2018-2025, surge como símbolo del compromiso del Estado Ecuatoriano con el bienestar de todos los habitantes para que alcancen progresivamente sus derechos a la salud y la alimentación, a lo largo de la vida. (MINISTERIO DE SALUD, 2018)

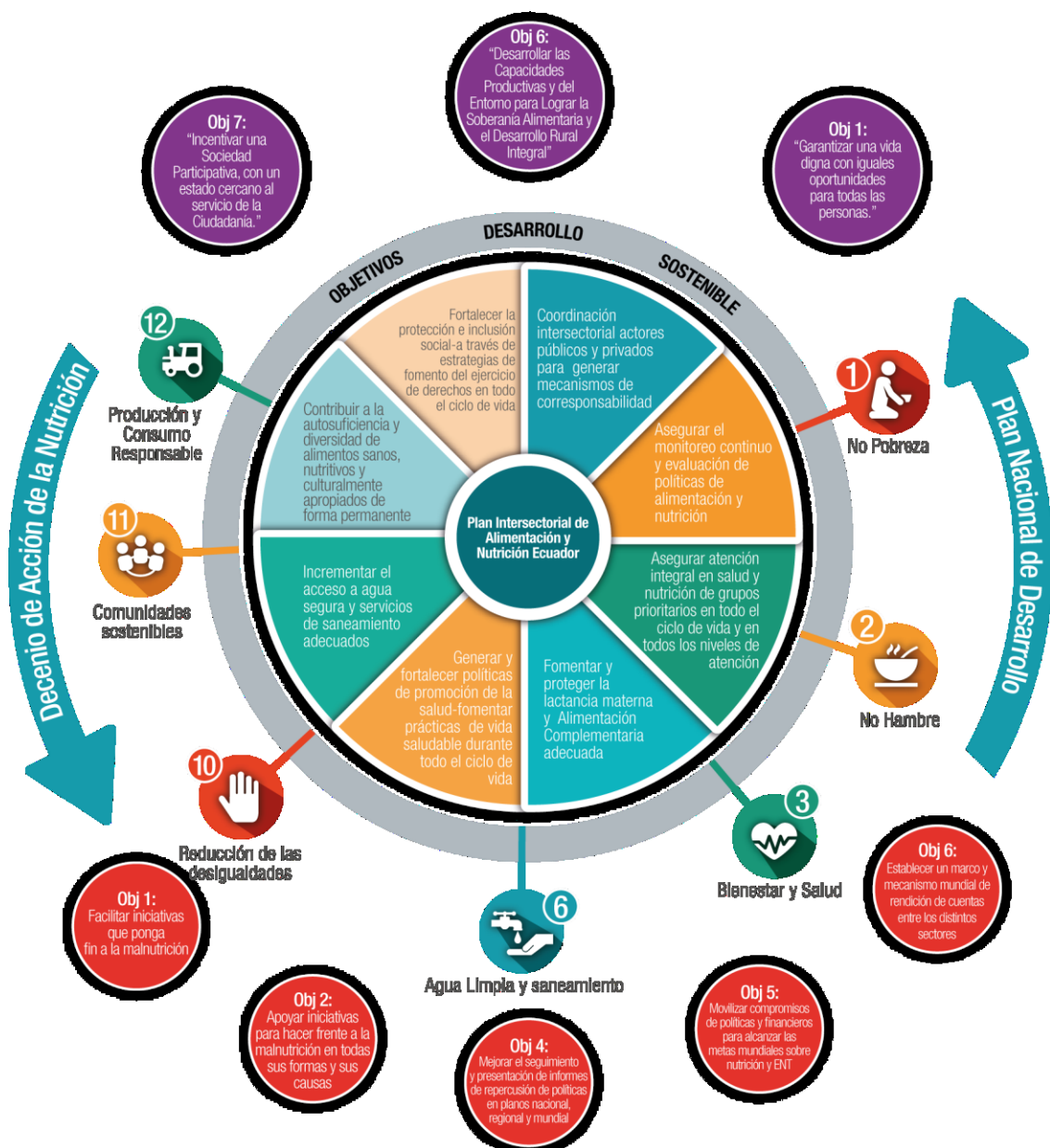


Gráfico 3: Plan Intersectorial de Alimentación y Nutrición Ecuador 2018-2025

UNICEF ante las emergencias nutricionales

El mayor referente de la lucha constante por el bienestar y derechos de los niños a nivel mundial es UNICEF. Desempeñando su labor desde 1946, actualmente en más de 190 países es la principal agencia humanitaria y de desarrollo que promueve los derechos de los niños a nivel mundial, se basa en demostrar los derechos que los niños comiencen con tener atención médica para un periodo de gestación y parto seguro, un hogar, nutrición correcta y protección contra amenazas externas, acceso al agua y saneamiento con una correcta educación, (UNICEF, 2019)

Ante situaciones de desastres naturales y emergencias, se hace presente trabajando para asegurar y resguardar la supervivencia de los niños, apoyando el acceso a una nutrición con alto nivel de calidad. UNICEF apoya las intervenciones que protegen las prácticas positivas de nutrición ya existentes siempre que sea posible, con el objetivo de facilitar que las comunidades puedan hacer frente a futuras crisis, también apoya intervenciones de vigilancia, evaluación, análisis y control; alimentación infantil (lactancia exclusiva en los primeros 6 meses, prácticas de higiene, alimentación complementaria a partir del sexto mes lactancia temprana, etc.); suplementos de vitamina A; suplementos de micronutrientes y tratamiento de la desnutrición aguda grave. (UNICEF España, 2011)

2.2 Enfoque social del diseño

El presente proyecto a través de medios digitales busca aportar con la guía apropiada en base a información de profesionales de la salud sobre un correcto tratamiento, cuidado y nutrición tanto en el periodo de gestación como en el transcurso de la primera etapa de vida del niño/a que será vital para fortalecer su correcto desarrollo, las madres adolescentes al estar en un rango menor de 20 años mayoritariamente se encuentran navegando en redes sociales ya sea para subir o adquirir contenido en las diversas plataformas.

A través de las redes sociales se pretende llegar y educar a madres jóvenes quienes serán beneficiarias de una información correcta para mejorar y garantizar una vida prospera realizando los derechos humanos de su hijo/a.

Una nutrición correcta contribuye de manera indispensable un disfrute del más alto nivel de salud mental y física de niños/as. Pero, más allá de eso, la desnutrición infantil en todas sus formas afecta al desarrollo humano, teniendo entre sus efectos un impacto en el progreso económico y social de los países, así como en el ejercicio de los derechos humanos en sus varias dimensiones, (CEPAL, 2018).

2.3 Marco Legal

Código de la niñez y adolescencia, Capítulo II – Derechos de supervivencia (2014)

Art. 20.- Derecho a la vida.

Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a la vida desde su concepción. Es obligación del Estado, la sociedad y la familia asegurar por todos los medios a su alcance, su supervivencia y desarrollo. (p. 4).

Art. 24.- Derecho a la lactancia materna.

Los niños tienen derecho a la lactancia materna para asegurarle el vínculo afectivo con su madre, adecuada nutrición, crecimiento y desarrollo. Es obligación de los establecimientos de salud públicos y privados desarrollar programas de estimulación de la lactancia materna. (p. 5).

Art. 25.- Atención al embarazo y al parto.

El poder público y las instituciones de salud y asistencia a niños, niñas y adolescentes crearán las condiciones adecuadas para la atención durante el embarazo y el parto, a favor de la madre y del niño o niña, especialmente tratándose

de madres adolescentes y de niños o niñas con peso inferior a dos mil quinientos gramos. (p. 5).

Art.27.- Derecho a la salud.

Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a disfrutar del más alto nivel de salud física, mental, psicológica y sexual. (p. 6).

Art. 28.- Responsabilidad del Estado en relación con este derecho a la salud.

Son obligaciones del Estado, que se cumplirán a través del Ministerio de Salud:

1. Elaborar y poner en ejecución las políticas, planes y programas que favorezcan el goce del derecho contemplado en el artículo anterior;
2. Fomentar las iniciativas necesarias para ampliar la cobertura y calidad de los servicios de salud, particularmente la atención primaria de salud; y adoptará las medidas apropiadas para combatir la mortalidad materno infantil, la desnutrición infantil y las enfermedades que afectan a la población infantil;
3. Promover la acción interdisciplinaria en el estudio y diagnóstico temprano de los retardos del desarrollo, para que reciban el tratamiento y estimulación oportunos;
4. Garantizar la provisión de medicina gratuita para niños, niñas y adolescentes;
5. Controlar la aplicación del esquema completo de vacunación;
6. Desarrollar programas de educación dirigidos a los progenitores y demás personas a cargo del cuidado de los niños, niñas y adolescentes, para brindarles instrucción en los principios básicos de su salud y nutrición, y en las ventajas de la higiene y saneamiento ambiental; y,
7. Organizar servicios de atención específica para niños, niñas y adolescentes con discapacidades físicas, mentales o sensoriales. (p. 6-7).

Ley orgánica de salud (2015)

Art. 12.- La comunicación social en salud estará orientada a desarrollar en la población hábitos y estilos de vida saludables, desestimular conductas nocivas,

fomentar la igualdad entre los géneros, desarrollar conciencia sobre la importancia del autocuidado y la participación ciudadana en salud. (p. 6)

Art. 17.- La autoridad sanitaria nacional juntamente con los integrantes del Sistema Nacional de Salud, fomentarán y promoverán la lactancia materna durante los primeros seis meses de vida del niño o la niña, procurando su prolongación hasta los dos años de edad. (p. 7).

Art. 21.- El Estado reconoce a la mortalidad materna, al embarazo en adolescentes y al aborto en condiciones de riesgo como problemas de salud pública; y, garantiza el acceso a los servicios públicos de salud sin costo para las usuarias de conformidad con lo que dispone la Ley de Maternidad Gratuita y Atención a la Infancia. (p. 7).

Art. 26.- Los integrantes del Sistema Nacional de Salud, implementarán acciones de prevención y atención en salud integral, sexual y reproductiva, dirigida a mujeres y hombres, con énfasis en los adolescentes, sin costo para los usuarios en las instituciones públicas. (p. 8).

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR (2008)

Capítulo segundo – Derechos del buen vivir

Sección Primera; Agua y alimentación

Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. (p. 13).

Sección Séptima - Salud

Art. 32.- La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir. (p. 17).

Sección Quinta

Niñas, niños y adolescentes

Art. 44.- El Estado, la sociedad y la familia promoverán de forma prioritaria el desarrollo integral de las niñas, niños y adolescentes, y asegurarán el ejercicio pleno de sus derechos; se atenderá al principio de su interés superior y sus derechos prevalecerán sobre los de las demás personas. (p. 44).

Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria (2009)

TÍTULO IV - CONSUMO Y NUTRICIÓN

Art. 27 Incentivo al consumo de alimentos nutritivos.

Con el fin de disminuir y erradicar la desnutrición y malnutrición, el Estado incentivará el consumo de alimentos nutritivos preferentemente de origen agroecológico y orgánico, mediante el apoyo a su comercialización, la realización de programas de promoción y educación nutricional para el consumo sano, la identificación y el etiquetado de los contenidos nutricionales de los alimentos, y la coordinación de las políticas públicas. (p. 8).

2.4 Categorías Fundamentales

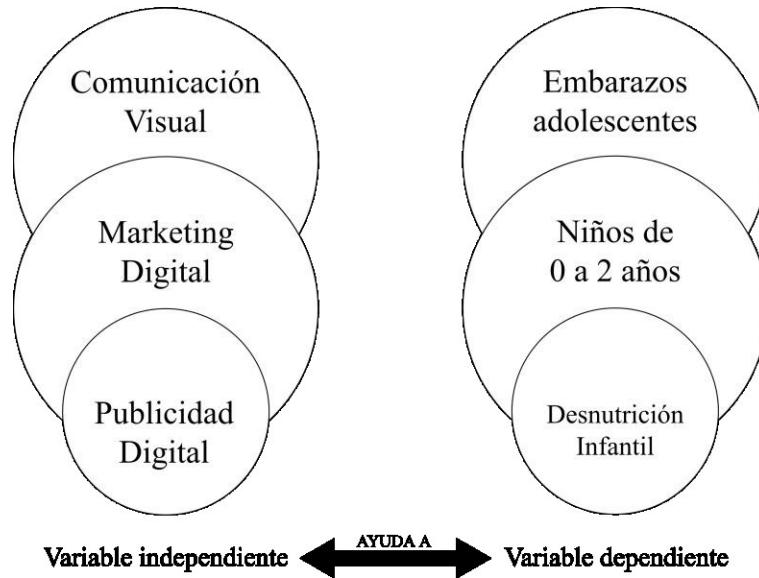


Gráfico 4: Red de inclusiones conceptuales

2.5 Redes Conceptuales

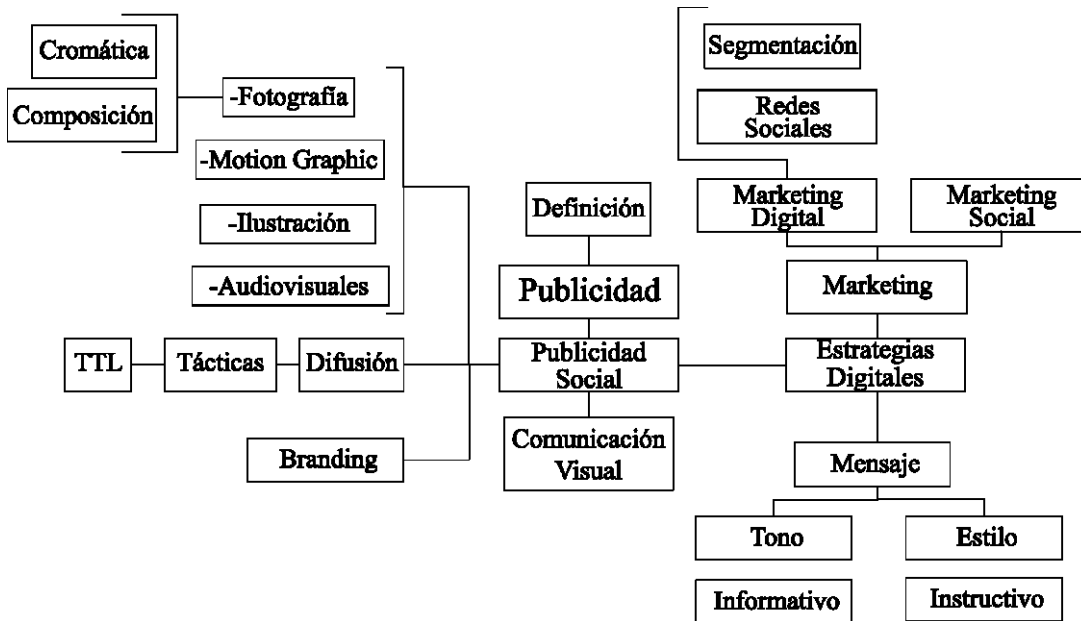


Gráfico 5: Red Conceptual Variable independiente

2.5.1 Comunicación Visual

La comunicación Visual es una práctica que da uso de elementos visuales para expresar mensajes, evocar mensajes e inspirar cambios, forma parte el diseño de comunicación que redacta un mensaje de educación, motivación o llame la atención, también el diseño gráfico se hace presente con sus principios para comunicar el mensaje de forma clara y llamativa, (NEDIGER, 2020).

(Tassino, 2020) describe:

La comunicación visual es todo aquello que transmitimos y percibimos a través de nuestros ojos, este medio de comunicación se vale de herramientas visuales para hacerse entender y comprender. Se entiende concretamente por comunicación visual al «proceso de establecer un entendimiento a través de elementos que utilizan la percepción visual». Es un lenguaje directo y universal, que genera una reacción inmediata en el espectador. (P.6).

2.5.2 Factores que intervienen en la comunicación visual

Es relevante comprender que la comunicación visual puede afectar el conocimiento, actitud y comportamiento de quienes serán los receptores. Y es que las imágenes influyen en nuestros pensamientos, decisiones e intervienen en nuestra comprensión. Por tanto, cumplen varias funciones de acuerdo con los objetivos causales o intencionales del emisor: pueden tener una función persuasiva, estética, informática, para lograrlo de una manera eficaz debemos conocer de los elementos que tiene la comunicación visual. (UNIVERSIA, 2021)

-Mensaje: Lo que la comunicación transmite

-Emisor: Elabora el mensaje

-Medio o canal: Tv, soportes digitales, soportes publicitarios, cine, entre otros

-Código: El conjunto de signos que representan las ideas que serán comprendidas

-Contexto: La interpretación que se da a la comunicación visual en función al lugar, situación, época

-Referente: Motivo por el cual se emite el mensaje visual

-Receptor: El individuo o el conjunto que recibe el mensaje

2.5.3 Descomposición del mensaje

Al estudiar sobre comunicación visual conviene también examinar los componentes del mensaje:

(Munari, 2016) describe:

Podemos dividir el mensaje en dos partes; la información propiamente dicha que lleva consigo el mensaje, y el soporte visual. El soporte visual es el conjunto de elementos que hacen visible el mensaje, todas aquellas partes que se toman en consideración y se analizan para poder utilizarlas con la mayor coherencia respecto a la información; textura, forma, estructura, módulo y movimiento. (p.68).

2.5.4 Publicidad

Para Stanton, Walker y Etzel (2007) autores del libro "Fundamentos de Marketing", la publicidad es: "una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos" (p. 5).

Erickson (2010) analizando a detalle la definición de publicidad menciona:

En primer lugar, está la información. Para que exista, tiene que haber un emisor (el anunciante) del mensaje publicitario y un receptor (el público) de ese mensaje. Esta comunicación tiene que ser breve y lo suficientemente atractiva como para captar la atención del consumidor en un instante. En segundo lugar, tenemos el anuncio pagado. Cuando se comenta con un amigo que tal o cual marca es excelente, no hay que pensar que se está haciendo publicidad. Sólo lo es cuando se paga a una agencia para que cree un anuncio que será difundido de manera gratuita o a través de un medio de comunicación, al que se compra un tiempo o un espacio. Por último, no hay anuncio sin intención. (p. 15-16).

La publicidad es una herramienta poderosa con la cual se pretende influir sobre el público objetivo ofertando desde un puesto de trabajo hasta campañas que lleguen a generar cambios.

La comunicación interactiva a través del internet ha permitido desarrollar publicidad cada vez más personalizada para los distintos grupos sociales, en la que el consumidor es mucho más participativo y tiene mayor control sobre cuándo y dónde recibir publicidad.

2.5.5 Publicidad Social

La publicidad en la sociedad se manifiesta en ámbitos diversos, del cual sobresale en ser promotora de servicios y bienes, pero además tiene un rol relevante al informar: educar y motivar al público sobre cuestiones trascendentales, tales como, campañas contra el SIDA, Desnutrición, tala indiscriminada, lucha contra drogas, entre otras, convirtiéndola así en una excelente herramienta para el activismo social ya que alcanza y motiva a gran parte del público.

Alvarado (2005) menciona que: "...la publicidad social se plantea objetivos de carácter no comercial, buscando efectos que contribuyan, ya sea a corto o a largo plazo, al desarrollo social y/o humano, y formando parte, o no, de programas de cambio y concienciación social," (p.2). Utilizada dentro de campañas o programas tiene como finalidad servir en la medida de lo posible, a un cambio o desarrollo social por lo que se podría considerarla "altruista" por la manera desinteresada de ayudar a un correcto desarrollo de la sociedad.

Alvarado (2005) cuatro núcleos que acaparan la mayor cantidad de acciones comunicativa las cuales son:

1. **La salud y el bienestar público y social.** Ámbito en el que estarían las campañas que tratan de informar, educar o persuadir al receptor de la necesidad de:
 - a. protegerse de alguna enfermedad (como por ejemplo el SIDA).
 - b. abandonar algún hábito de consecuencias negativas para la vida (como la adicción al tabaco, al alcohol, o a otras drogas) también llamadas campañas "anti" (Barrón, 1991).

- c. adquirir hábitos saludables (chequeos periódicos, vacunación, alimentación sana, deporte, protección solar); o
 - d. colaborar en la mejora de la calidad de vida (civismo, ahorro, conducción prudente, etc). (p.6).
2. **La marginación y discriminación** que abarcaría acciones cuya comunicación se dirige a fomentar actitudes solidarias o a colaborar con los colectivos marginados, desprotegidos o menos favorecidos por la sociedad, o que sufren cualquier tipo de discriminación por razones de raza, discapacidad, clase social, procedencia, edad, sexo, etc. Colectivos como: enfermos, drogodependientes, gitanos, discapacitados, inmigrantes, vagabundos, niños, mayores, etc. (p.6).
 3. **La protección del entorno**, natural y urbano. Si bien, según el nuevo concepto de ecología cuyo objeto fundamental de protección es el hombre, lo urbano, como ambiente vivencial más inmediato y agredido, acapara últimamente más campañas que la naturaleza. (p.6).
 4. **La solidaridad internacional**, donde los dos grandes subapartados serían los que hacen referencia a problemas de larga duración y los de tipo coyuntural, propios de distintas catástrofes. Estos últimos suelen alcanzar, por su tratamiento informativo en los medios, un mayor nivel de notoriedad también en la publicidad. (p.7).

Cada uno de estos 4 ámbitos puede tener variados tratamientos en función de relación con el problema. Así, cuando éste aún no ha emergido y sólo es una posibilidad se habla de prevención; sin embargo, si ya es una realidad, su solución conllevaría una restitución.

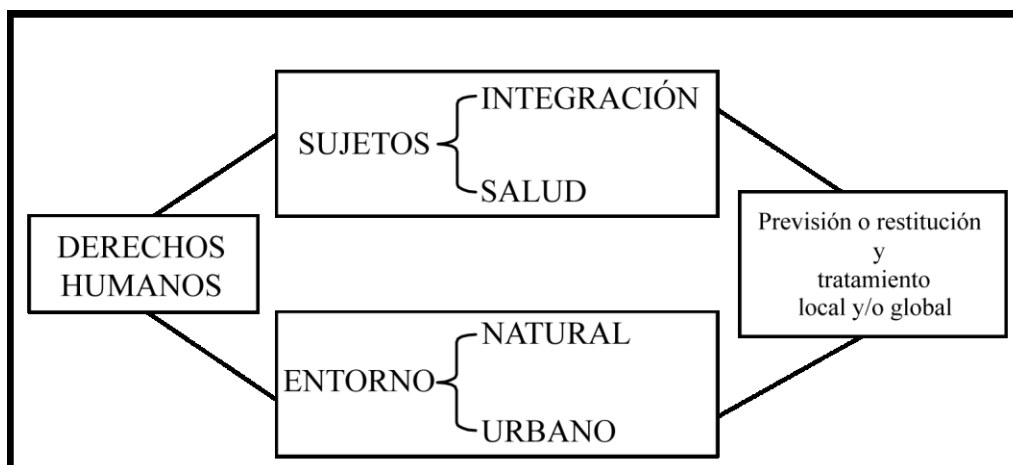


Gráfico 6: Jerarquía temática de la publicidad social Fuente: La Publicidad Social: concepto, objeto y objetivos.

2.5.6 Marketing

Para entender al marketing se parte del concepto de intercambio al ser un acto de comunicación entre 1 o más partes.

Rubio (20013) menciona; “Por un lado el marketing es una forma de concebir la relación de intercambio centrada en la identificación y satisfacción de las necesidades y deseos de los consumidores.” (p.16). Por otro lado, también aporta en la ejecución de las relaciones de intercambio con el cliente como centro de los intereses empresariales.

Para una empresa es importante definir su mercado, conocer a sus clientes y sus necesidades y cómo se comportan para satisfacerlas, el principal objetivo es diseñar programas de marketing mix que permitan aprovechar al máximo el mercado. Aprovecha las oportunidades que implican estas necesidades. Además, el estudio del comportamiento del consumidor mejora su capacidad para comunicarse con los clientes, ganar su confianza y lealtad y, en general, planificar negocios de manera más efectiva. (Rubio, 20013, p.107).

El marketing mix comprende una “mezcla de ingredientes para generar una oferta de marketing eficaz dirigida al mercado objetivo” (Kotler, 2004, p.4) también llamada como herramienta estratégica por los mercadólogos, identificada también como las 4P.

2.5.7 Marketing Social

De acuerdo con Andreasen (2002), la meta del marketing social es resolver o prevenir ciertos problemas sociales; por tanto, puede ser identificado y comprendido por la finalidad no comercial que busca conseguir.

Para Morgan y Voola (2000) El marketing social es un proceso bastante complejo capaz de persuadir al público objetivo a participar en los cambios que los especialistas en marketing buscan promover para crear redes de distribución y comunicación.

Según Vaz (2003), el marketing social también se comprende como “la modalidad de acción mercadológica institucional que tiene por objetivo principal atenuar o eliminar los problemas sociales, las carencias de la sociedad que se relacionan, en especial, con las cuestiones de salud pública, higiene, trabajo, educación, vivienda, alimentación y transporte” (p.281).

De estas perspectivas, el marketing social puede entenderse como una herramienta para buscar el cambio en la sociedad analizando el contexto del individuo con el que se desea abordar para lograr transformaciones positivas, mejorar la realidad de la sociedad y del propio individuo.

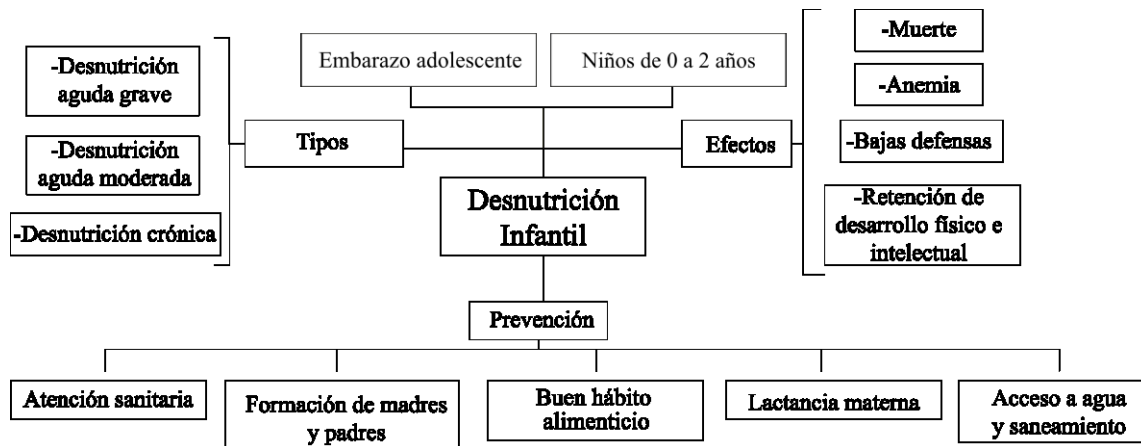


Gráfico 7: Red conceptual Variable dependiente

2.5.8 Prevención de desnutrición infantil:

Atención Sanitaria

El Art. 32 de la Constitución de la República, trata sobre el derecho a la salud, al manifestar lo siguiente:

Art. 32.- La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir. (p.17).

El Estado garantiza este derecho a través de políticas económicas, sociales, educativas, culturales y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y no exclusivo a programas, procedimientos y servicios que promueven y gestionen de manera integral la salud, salud sexual y salud reproductiva. La prestación de los servicios de salud se regirá por los principios de equidad, universalidad, solidaridad, multiculturalidad, calidad, eficacia, eficiencia, precaución y bioética, con enfoque de género y generacional. (p. 17).

También es compromiso del gobierno velar por la salud del pueblo ecuatoriano, Este compromiso puede lograrse mediante la adopción de nuevas medidas sanitarias y sociales, basadas en técnicas y métodos prácticos basados en la ciencia y socialmente aceptables. Disponible para cada individuo y familia en la sociedad en su máxima expresión y a un costo que la nación y la sociedad puedan pagar. (García, 2011)

Cuando la situación sanitaria es escasa y los niños no reciben atención necesaria para su edad, es muy difícil identificar posibles casos de desnutrición. Los controles regulares de estatura y peso son una de las revisiones principales para diagnosticar si un niño está en un cuadro de desnutrición. Por lo que, si se amplía la atención sanitaria, se puede reducir la incidencia de esta problemática. (Unicef, 2021)

2.5.9 Lactancia

En el Ecuador, según la (ENSANUT, 2012) el 43.8% de los niños lactan de manera exclusiva hasta antes de los 6 meses. Sin embargo, un dato más reciente de la (Encuesta de Condiciones de Vida, 2014) reporta una prevalencia de 46.4%. Entre los niños que reciben exclusivamente leche materna, el 52.4% se encuentran dentro del primer mes de vida, el 48% entre los 2 y 3 meses de edad y el 34,7% entre los 4 y 5 meses de edad. El 77% de las madres indígenas practican la lactancia exclusiva hasta antes de los 6 meses, en el caso de las madres afroecuatorianas y las autodenominadas montubias, presentan prevalencias más bajas, de 38.6% y 23%, respectivamente (ENSANUT,2012).

La proporción de niños que reciben la lactancia materna exclusiva en las zonas rurales (58%) es mayor que en las zonas urbanas (35%). El 70.5% de niños de 12 a 15 meses reciben lactancia materna continua en las zonas rurales, frente a solo el 52.9% en las zonas urbanas. (MINISTERIO DE SALUD, 2018)

2.5.10 Formación de madres y padres

Los padres adolescentes enfrentan varios obstáculos.

Desafíos que pueden enfrentar los padres adolescentes

- **Transición a la paternidad.** Ser padre no es fácil, incluso para un adulto con algo de experiencia a sus espaldas. Para los adolescentes, es aún más difícil porque aún no están completamente desarrollados. Es poco probable que las madres adolescentes se gradúen de la primaria, secundaria o vayan a estudios superiores. Esto puede tener un impacto negativo para ellas y sus hijos en un futuro.
- **Cuidado de niños.** Desconocimiento del trato y cuidado correcto de un recién nacido y con el paso de los años aumenta las complicaciones en el hogar.
- **Inexperiencia.** El mayor desarrollo físico, emocional y cognitivo de los niños se da en sus primeros tres años de vida. Por lo cual las interacciones que tienen con sus padres y cuidadores son cruciales. Sin embargo, los padres al ser adolescentes inexpertos, es posible que no se den cuenta de la influencia, buena o mala, pueden generar en el desarrollo de sus hijos.
- **Encontrar un trabajo.** Puede ser más complejo adquirir y mantener un trabajo estable y que se adapte a las responsabilidades parentales.
- **Ganar suficiente dinero.** Investigaciones muestran que las madres adolescentes tienden a ganar menos que las madres de mayor edad. Esto puede conducirles a la pobreza.
- **Percepciones negativas.** La gente tiende a ver a las mamás adolescentes como sexualmente irresponsables y a los padres adolescentes como desinteresados o ausentes.
- **Depresión.** Los trastornos en madres adolescentes pueden ascender afectando gravemente su estado de ánimo. Los padres jóvenes también corren un mayor riesgo de entrar en etapa de depresión. (Healthy Children, 2021)

UNICEF sugiere que educar a las madres acerca de la importancia de la lactancia materna exclusiva en los primeros seis meses es crucial, pero también lo es garantizar

que el niño sea vacunado, conozca una serie de medidas simples de salud como el lavado de manos y tenga agua potable.

2.5.11 Hábito alimenticio

(UNICEF, 2019) Para hacer frente a la creciente crisis de desnutrición en todas sus formas, es esencial que los gobiernos, el sector privado, los padres, los donantes, las familias y las empresas ayuden a los niños a prosperar. Se puede obtener una vida saludable a través de las siguientes medidas:

1. Empoderar a las familias, jóvenes y niños para que exijan alimentos que proporcionen valor nutricional, incluso mejorando la educación nutricional.
2. Animar a los diferentes proveedores de alimentos a trabajar en interés para los niños.
3. Crear ambientes alimentarios saludables para niños y adolescentes.
4. Movilizar sistemas de apoyo como: educación, agua y saneamiento, salud, y protección social para optimizar el desarrollo social del país.
5. Recopilar, analizar y utilizar regularmente datos y evidencia para guiar el trabajo y monitorear el progreso.

CAPÍTULO III.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3. Análisis externo

A través del siguiente análisis podemos identificar factores de entorno que engloben oportunidades o amenazas que aquejan el proyecto social a tratar, desde una visión externa.

3.1 Análisis PEST

POLITICO

Según la Constitución, Ecuador es un “Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico”. (2008, p 8) que aseguren el goce efectivo de la salud y la educación como derechos fundamentales, además de los derechos de especial protección de los grupos prioritarios, entre ellos niñas y adolescentes (MSP, 2018). A su vez, la Constitución reconoce la responsabilidad del Estado de garantizar los procedimientos y servicios de salud sexual y de salud reproductiva, así como de velar por la salud y la vida de las mujeres en general, particularmente durante el embarazo, el parto y post parto (Constitución del Ecuador, 2008, art. 363).

Buscando atender a esta responsabilidad, en 2017 se crea el Plan Nacional de Desarrollo “Toda una Vida” (2017- 2021), que busca cumplir con el mandato de “planificar el desarrollo nacional, aliviar la pobreza, promover el desarrollo sostenible y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para lograr un buen vivir” (Constitución del Ecuador, 2008, art. 3), incluye objetivos de salud materna, sobre todo en lo concerniente a la mortalidad y el embarazo adolescente. Este plan tiene como objetivo garantizar entornos en los que las personas ejerzan su pleno derecho a tomar decisiones libres, informadas, voluntarias y responsables sobre su salud sexual y reproductiva, teniendo en cuenta sus contextos geográficos, sociales y culturales (Consejo Nacional de Planificación, 2017)

DIARIO EL COMERCIO En entrevista con diario El Comercio el secretario técnico de “Ecuador Crece sin Desnutrición Infantil” - Erwin Ronquillo aseguró que el gobierno de Guillermo Lasso prevé vender el Banco del Pacífico y con los recursos obtenidos generar un fondo sostenible para financiar el plan en contra de la desnutrición crónica infantil.

Uno de los objetivos del gobierno actual es reducir el Índice de Desnutrición Crónica Infantil (IDC) del 29% al 23%, durante sus tres años y medio en el poder.

El presidente Guillermo Lasso lanzó en la tarde del martes 30 de noviembre de 2021 la campaña Niños con Futuro, que tiene como objetivo reducir la desnutrición crónica infantil (CDI) en Ecuador.

El proyecto Infancia con Futuro busca, directamente y sobre el territorio, prevenir y mitigar este problema. Una de las principales actividades del proyecto social es brindar servicios básicos a 331.000 beneficiarios, entre mujeres embarazadas y niños menores de dos años. También se desplegarán 300 brigadas de cuidados en 728 parroquias de los 195 estados del país, el proyecto recibirá un presupuesto de 329 millones de dólares anuales. Pero según Ronquillo, para llegar al 100% de la población, se necesita casi el doble del presupuesto. En ese sentido, el presidente de manera pública se comprometió en que la venta del Banco del Pacífico servirá netamente para un fondo sostenible en contra la desnutrición crónica infantil. Y además también mencionó que la venta de otros activos estatales también alimentará el fondo.

El pasado jueves 2 de diciembre, en el transcurso del encuentro con la Asociación de Municipalidades del Ecuador (AME), Lasso discutió la venta del Banco del Pacífico. Destacó que el proyecto de "Ley de Promoción de Inversiones" que enviará a la Asamblea incluirá un artículo sobre venta de tierras en concesión a camaroneras. Estos recursos también se destinarán a este fondo de sostenibilidad, dijo el presidente.

Según el actual presidente, este fondo tendría un estimado de USD 1 000 millones, un presupuesto blindado para enfrentar el problema social, favoreciendo también a las futuras administraciones haciéndoles contar con recursos suficientes. (EL COMERCIO, 2021)

ECONÓMICO

Dentro de la proforma presupuestaria de 2021 luego del periodo lectivo, el Ministerio de Economía y Finanzas del Ecuador presentan las cifras y composición del Presupuesto General del Estado.

La Constitución estipula que el Presupuesto General del Estado es “una herramienta para determinar los ingresos y gastos del Estado, e incluye todos los ingresos y egresos de los sectores públicos, excepto a los pertenecientes de la seguridad social, la banca pública, las instituciones públicas y los gobiernos autónomos descentralizados”. Según la Constitución y el Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, las reglas de proceso de aprobación presupuestaria difieren para el año en el que sucede un cambio de gobierno. (Salvador, 2021)

La proforma presupuestaria presentada por el nuevo gobierno en el 2021 era de USD 32.949 millones. El monto asignado a Salud en la Proforma 2021 era la cifra total de USD 3.213 millones. (Salvador, 2021)

La proforma presupuestaria general del estado del año 2022 contempla un total de 33,899,73 millones, esta proforma como instrumento permite continuar el cumplimiento del plan económico del gobierno que prevé alcanzar un crecimiento en la generación de empleos, aumento económico sostenible y ambientalmente responsable, administración pública de recursos de manera eficiente y transparente. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2021)

En Quito 2021 el presidente de la República del Ecuador Guillermo Lasso y autoridades vinculadas presentaron la Iniciativa Infancia con Futuro.

El plan tiene un presupuesto de 329 millones anuales y también incluirá un fondo de sostenibilidad, que se creará a partir de la venta de activos improductivos del estado. «Esta causa nos compete a todos. La lucha contra la desnutrición infantil es una oportunidad para romper el ciclo de la pobreza y la desigualdad. Se trata de salvar la vida de los niños y salvar el futuro de Ecuador», dijo en el evento en norte de la capital. (Prensa Latina, 2021)

Como antecedentes financieros invertidos en salud tenemos:

En 2020 los Ministerios de Trabajo y de Salud Pública destinaron USD 0,16 millones y USD 0,05 millones, respectivamente, a programas de erradicación del trabajo infantil y desnutrición cero, en función de sus competencias. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2020)

El Proyecto Desnutrición Cero creado en 2020 orienta a las mujeres embarazadas y niños/as menores de 5 años, con el fin de actuar en el lapso de los 1000 primeros días de vida, la cual es una ventana de oportunidad para disminuir la desnutrición crónica y mejorar el estado nutricional de la población en general. (Gobierno Nacional De La República Del Ecuador, 2008)

Objetivos específicos del PROYECTO DESNUTRICIÓN CERO:

- Acompañamiento a mujeres desde el segundo mes de embarazo, durante y después del parto, continuando con los tres primeros meses.
- Brindar servicios de nutrición y salud a infantes hasta el primer año de vida.
- Cuidado extendido a niños y mujeres embarazadas hasta el primer año de vida gracias a incentivos económicos.

El embarazo en la adolescencia afecta la economía de las mujeres que no llegan a tener acceso al mercado laboral y también afecta la economía del país. En 2020, el MSP, El fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) y la UNICEF realizaron el estudio denominado: “Consecuencias socioeconómicas del embarazo en la adolescencia en Ecuador” para determinar el alto costo que representa al Estado la atención sanitaria y pérdida de oportunidades.

A través del estudio se evidencia que el costo anual debido al embarazo y maternidad temprana se aproxima a los \$270 millones de dólares, que equivalen al 0,26% del PIB nominal, a esta cantidad se la divide en 2 partes; \$187 millones se los relaciona con el

costo de oportunidades para la actividad productiva (desempleo, inactividad laboral, abandono de estudios, brecha de ingresos entre mujeres adolescentes y mujeres adultas en etapa de maternidad), los \$83 millones restantes representan el costo sanitario que comprende la atención de salud por embarazo, pérdida social o productiva por la mortalidad materna, parto y posparto adolescente. (UNFPA Ecuador, 2021)

SOCIAL

La atención integral de la salud para niños y jóvenes tiene un impacto significativo en la edad adulta; Es por esto que el Ministerio de Salud Pública, da el cuidado de los niños desde el momento en que están en el vientre de la madre.

Como autoridad sanitaria nacional, esta bolsa de gobierno vela por la salud de las madres y los niños desde la concepción, a través de la atención integral durante el periodo gestación. Una de las primeras medidas es monitorear el crecimiento del niño y la salud de la madre, lo que ayuda a identificar posibles complicaciones que podrían amenazar la vida de ambos. Más tarde en la vida del bebe, a través del programa Misión Ternura, se promueve la lactancia materna desde el primer momento de su nacimiento, asegurando el vínculo cutáneo entre la madre y su hijo. Esta relación es muy importante para el desarrollo emocional de los niños y es por ello se impulsó la iniciativa “Empresas Amigas de la Lactancia”, para crear un espacio en el área de trabajo para la que las madres pudieran amamantar a su bebé de manera segura. Gracias a este proyecto, en 2017, se fusionaron nueve empresas e instituciones privadas a nivel nacional, y en 2018, participaron diez organizaciones a partir de abril del 2018. (Ministerio de Salud Pública, 2018)

Actualmente en Ecuador el número de embarazos a aumentado y notoriamente en la adolescencia que aumenta día a día, lo cual es preocupante porque en la adolescencia las mujeres no están preparadas mental y físicamente para ser madres. Las mujeres están bastante preparadas para quedar embarazadas a partir de los 25 años, por lo que, a menor edad, mayor es el riesgo en el embarazo.

En cuanto a los efectos sobre la salud tanto de niñas y adolescentes como de sus hijos, el embarazo en la adolescencia y la maternidad temprana se relacionan con altos niveles de mortalidad materna e infantil (UNICEF, 2018).

Las consecuencias para la salud de una adolescente incluyen complicaciones durante el embarazo (anemia, aborto, malnutrición, restricción del crecimiento intrauterino, amenaza de parto pretérmino, trastornos hipertensivos, placenta previa, bajo peso) y parto (cesárea, asfixia perinatal, desgarro perineal, parto distócico, distocia de hombro, rotura prematura de membrana). (Mendoza LA, Arias M, Mendoza LI, 2012)

TECNOLÓGICO

Con el propósito de conocer sobre la situación de la prestación de bienes y servicios asociado con la erradicación y disminución de la desnutrición crónica infantil en el estado ecuatoriano. La Ministra de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información Vianna Maino, fue participe en la Mesa Intersectorial, donde se acordó el Convenio de Cooperación Interinstitucional “Ecuador Crece Sin Desnutrición Infantil” que establece cooperación para facilitar la transferencia, integración e intercambio de información, con la finalidad de implementar y desarrollar un sistema universal y unificado de seguimiento nominal para combatir los casos de desnutrición Infantil. La ministra Maino dio a conocer que la tecnología apoyara el seguimiento en línea de los niños desnutridos. Asimismo, dijo que “gracias a las TIC los padres sabrán qué alimentos comer, cómo va su desarrollo y cómo van sus vacunas y todos los planes que necesiten también del ámbito medico”. “Esos somos nosotros, una herramienta al servicio de ustedes”, concretó. (MINISTERIO DE TELECOMUNICACIONES, 2021)

3.2 TENDENCIAS

En estos últimos años no cabe duda de que las redes sociales han entrado rápidamente en nuestras vidas, convirtiéndose no solo en una importante herramienta de comunicación interpersonal, sino también en un medio para difundir información y contenidos de diversas

formas, a medida que la pandemia aumentaba su curso de contagios, actividades como el teletrabajo, clases virtuales y aumento de usuarios en medios digitales se hacían presentes, siendo las redes sociales las más frecuentadas por las edades más jóvenes.

- Según datos de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), hasta el año 2015, en grupos etarios, las personas entre 15 y 29 años son las que más utilizan las redes sociales en sus teléfonos, con un 94,1%; seguido de los jóvenes menores de 15 años que lo hacen en un 93%. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2016)

- El número de adolescentes en el mundo ha aumentado a más de 100 millones, y en los países en desarrollo hay 1 de cada 4 personas en etapa de la adolescencia, en comparación con 1 de cada 7 en los países desarrollados. El embarazo a una edad temprana se está convirtiendo en un problema social y de salud pública mundial. Afecta a todos los ámbitos de la vida, pero principalmente a las clases socioeconómicas más bajas, debido en parte a la falta de educación sexual y la comprensión de métodos de control de la natalidad. (López, 2011)

Según Nuevo Periódico (2020) Las tendencias en la publicidad social dependen en gran medida de los desarrollos inesperados de 2020. También vimos un fuerte aumento en la actividad de los usuarios en las redes sociales debido al trabajo desde casa y al trabajo parcial.

3.3 Segmentación del Mercado Potencial

Segmentación del mercado	
GEOGRÁFICO	
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Tungurahua
Ciudad	Ambato
Clima	Templado
DEMOGRÁFICO	
Estado civil	Soltero/a – casado/a
Edad	15 a 19 años (Adolescencia e inicio de la juventud)
Genero	Masculino - Femenino
Estado social	Medio, Bajo
Nivel académico	Secundaria, Estudios superiores
Ocupación	Estudiantes, Trabajadores de medio tiempo
PSICOGRÁFICO	
Valores	Empatía, Respeto, Tolerancia
Personalidad	Elude responsabilidad
Estilo de vida	Estudiar, divertirse
Medios de comunicación	Redes sociales
CULTURAL	
Raza	Mestizo, indígena, afroecuatoriano, montubio, blanco
Religión	Opcional

Tabla 1 - Segmentación

CAPÍTULO IV.

DISEÑO METODOLÓGICO

4. Método

El método para utilizar es deductivo que partiendo de sus raíces significa: conducir o extraer, basado en razonamiento permitiendo pasar de principios generales a hechos particulares de un tema en específico del cual una vez comprobado y verificado que determinado principio es válido, se procede a aplicarlo a contextos particulares (Bernal Torres, 2006).

Para generar un eficaz desarrollo del proyecto en concientizar y prevenir se lo hará mediante la recopilación de información y el análisis de temas importantes en el tema de la desnutrición infantil, además de ser necesaria la entrevista con profesionales de la salud que encaminen a la forma adecuada de llegar a generar enseñanza en adolescentes que habitualmente navegan a través de redes sociales.

4.1 Enfoque del proyecto.

El presente proyecto tendrá un enfoque de investigación combinando cuantitativo por la necesidad de saber las cifras y estadísticas que brinda el INEC correspondientes al número de adolescentes dentro de la provincia, y cualitativo que permite analizar de manera más extensa, técnica y detallada la tanto del problema como de la manera eficaz de concientizar y prevenir.

4.2 Población y muestra

Para la recolección de esta información se tiene establecido como público objetivo los adolescentes de 15 a 19 años (Adolescencia e inicio de la juventud) que se encuentren en la provincia de Tungurahua, teniendo una población de 49.701 según datos del INEC (2010). Para calcular el tamaño de muestra se utiliza la formula del muestreo probabilístico:

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{Z^2 pq + Ne^2}$$

En donde:

N = valor de muestra = 49.701

% = de confianza = 95 %

z= valor de corrección en función del 1% de confianza = 1,95

e= % de error = 5% = 0.05

p= probabilidad de ocurrencia = 0.5

q= probabilidad de no ocurrencia = 0,5

$$n = \frac{(1.95)^2 (0.5) (0.5) (49701)}{(1.95)^2(0.5) (0.5) + (49701) (0.05)^2} = \frac{47247,01}{125,20} = 377$$

N = 377

4.3 Análisis e interpretación de resultados.

Tabulación de resultados

La encuesta se llevó a cabo a jóvenes de entre 15 y 19 años de edad quienes estén próximos a ser padres, y quienes ya se encuentran en la etapa de paternidad con un niño/a menor a 2 años de edad, el número de encuestados según la muestra es de 377, de la cual se obtuvo 391 resultados con ayuda de varios sectores que manejan el programa Creciendo con Nuestros Hijos (CNH) para niños/as de 0 a 3 años de edad consiguiendo así un amplio acercamiento con diversos padres adolescentes, de igual manera un acercamiento con profesionales en Obstetricia permitió dar con el contacto de futuras madres.

Las plataformas digitales como Facebook, Instagram, WhatsApp aportaron en gran medida para enviar la encuesta al público objetivo.

A continuación, se presenta el análisis e interpretación de los resultados:

ENCUESTA DIRIGIDA A JÓVENES ENTRE 15 Y 19 años - Quienes estén próximos o ya se encuentren en etapa de paternidad con niños menores a 2 años.

PREGUNTA 1

- EDAD

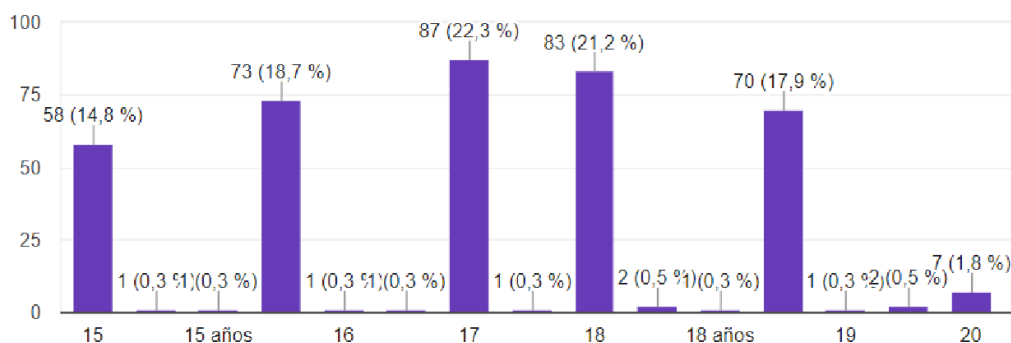


Gráfico 8: Pregunta 1 – Encuesta

Sobre los encuestados (391 jóvenes de varios sectores de la provincia de Tungurahua tanto urbano como rural) En gran medida con un 22,3% el número de más casos de futuros padres y jóvenes que ya se encuentran en etapa de paternidad son de 17 años, seguidos por jóvenes de 18 (21,2%) y 16 (18,7%) años respectivamente.

PREGUNTA 2

- ¿Cuáles son las redes sociales que más frecuenta?

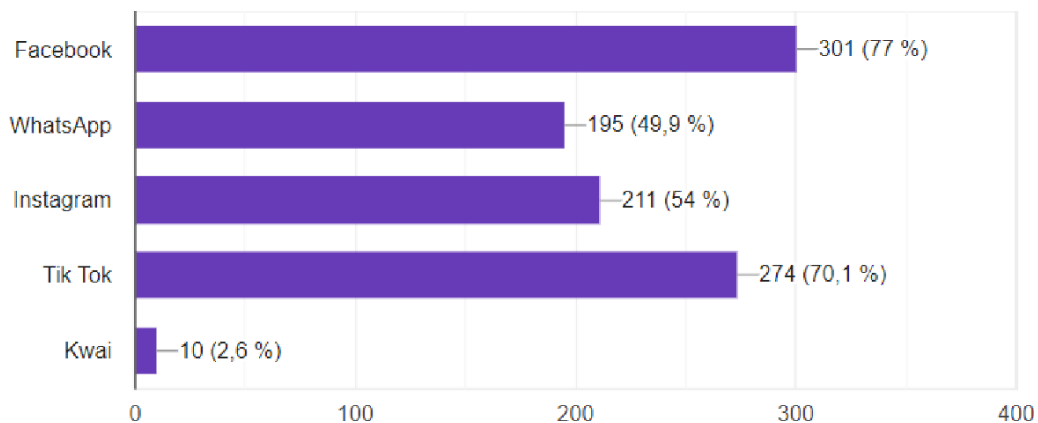


Gráfico 9: Preguntar 2 – Encuesta

Con la pregunta mencionada se pretende conocer el porcentaje de la plataforma digital más utilizada por el público objetivo con la finalidad de optimizar la información de manera adecuada para el desarrollo del proyecto, siendo Facebook la que más se frecuenta con un 77% del total de encuestados, seguida por la plataforma Tik Tok con un 70,1% de los jóvenes encuestados, cabe recalcar que la creciente aplicación Tik Tok se enmarca a generar contenido audiovisual con una amplia variedad de usuarios.

PREGUNTA 3

- ¿A través de que contenido prefiere informarse en redes sociales?

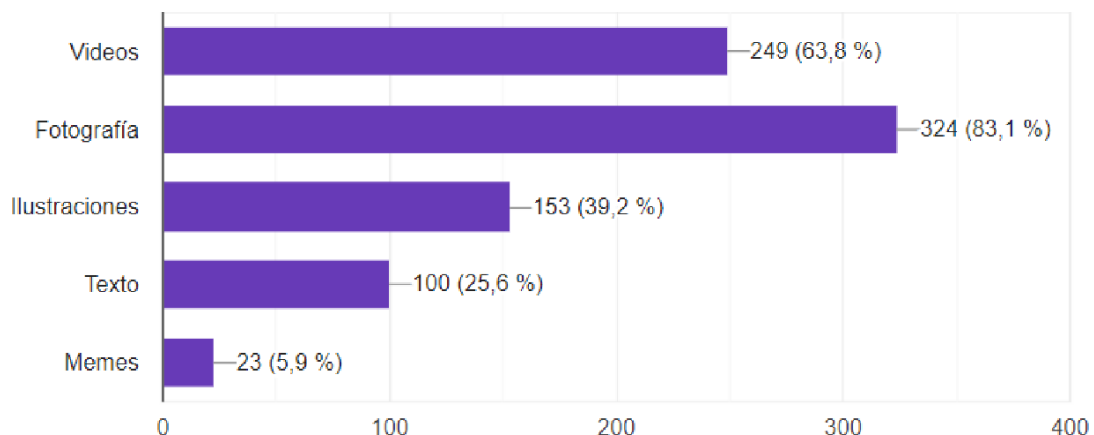


Gráfico 10: Preguntar 3 – Encuesta

La preferencia del público objetivo por informarse en medios digitales se da mayoritariamente a través de la fotografía reflejándose en resultados con el 83,1%, seguidos por videos con un 63,8% del total de encuestados, la ilustración también se hace presente muy por debajo de videos con un 39,2%, finalizando con Texto (25,6%) y Memes (5,9) que adquirieron valores menores

PREGUNTA 4

- ¿Cuánto tiempo le invierte a las redes sociales?

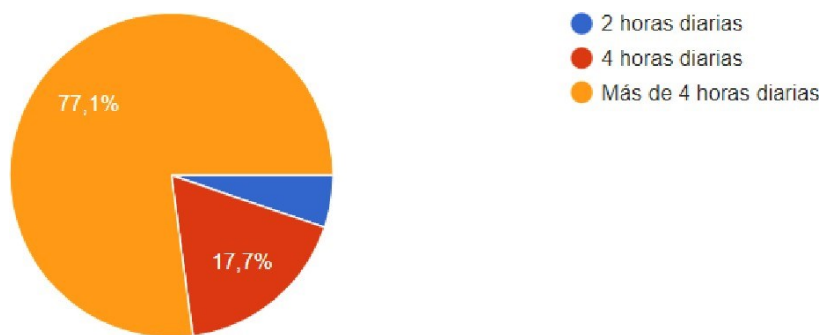


Gráfico 11: Pregunta 4 – Encuesta

Con la finalidad de conocer el tiempo que los jóvenes invierten en redes sociales se plantea como posibles respuestas 2 horas diarias, 4 horas diarias, más de 4 horas diarias, siendo esta última la más valorada por el 77,1% de los encuestados, siendo esta respuesta relevante al dar a conocer que el público objetivo invierte gran parte de sus horas diarias a navegar en redes sociales.

PREGUNTA 5

- ¿Qué aspectos conoce sobre desnutrición infantil?

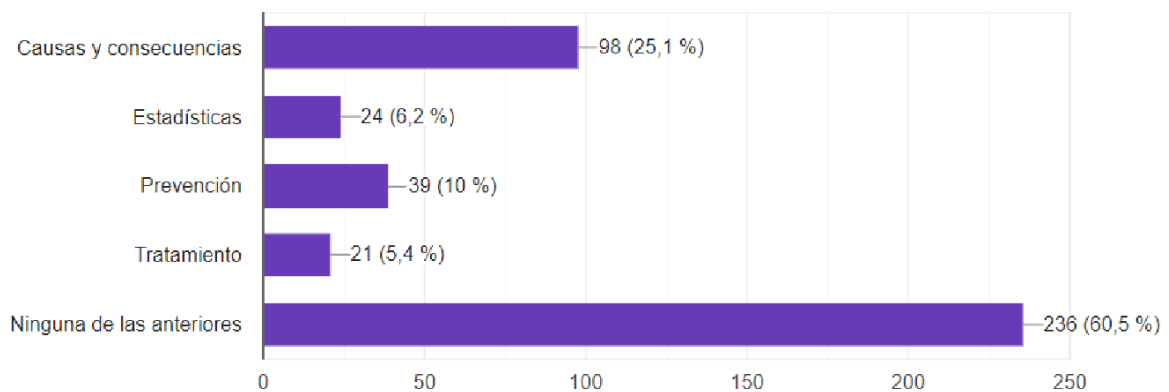


Gráfico 12: Preguntar 5 – Encuesta

El 60,5% de los encuestados desconocen sobre los aspectos de la desnutrición infantil, seguido por el 25,1% de jóvenes quienes tienen conocimiento de las causas y consecuencias de este problema social, el conocimiento de la prevención tiene un valor menor a comparación de quienes no conocen aspectos de la desnutrición infantil reflejándose con el 10%, finalizando con el 6,2% y 5,4% de conocimiento en estadísticas y tratamiento respectivamente, por lo que se hace necesario difundir información sobre la desnutrición infantil a este conjunto de personas.

PREGUNTA 6

- En la escala del 1 al 5, siendo 1 nada y 5 mucho

¿Cuánto conoce sobre los riesgos de la desnutrición infantil en menores de 2 años?

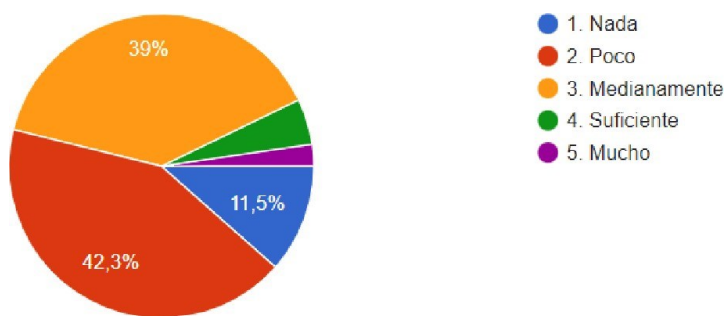


Gráfico 13: Preguntar 6 – Encuesta

El desconocimiento sobre los riesgos de la desnutrición infantil se refleja con el 42,3% (opción de respuesta: Poco) y 39% (opción de respuesta: Medianamente) por parte del público objetivo, del total de encuestados la menor parte da como respuesta las opciones de conocimiento -Suficiente, -Mucho, reflejando así el desconocimiento por la mayor parte de los jóvenes sobre los riesgos que implica la desnutrición infantil.

PREGUNTA 7

- En la escala del 1 al 5, siendo 1 nada y 5 mucho

¿Cuánto conoce sobre los tipos de tratamientos existentes para la desnutrición infantil en menores de 2 años?

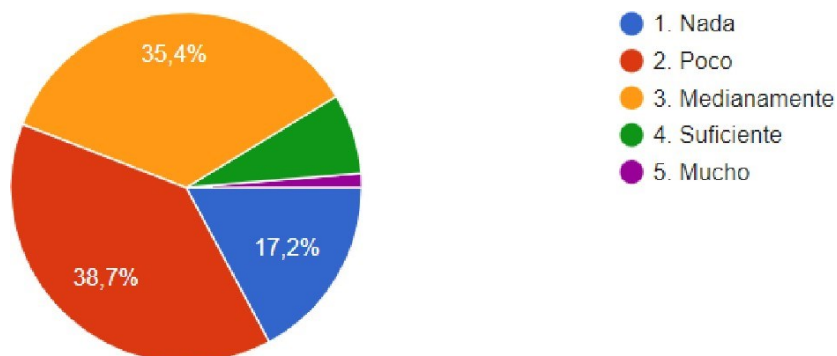


Gráfico 14: Preguntar 7 – Encuesta

La carencia de conocimiento sobre tratamientos de la desnutrición infantil se refleja con el 38,7% (opción de respuesta; Poco) de los encuestados, seguido por el 35,4% de quienes conocen medianamente el tratamiento para niños menores de 2 años, los encuestados que como opción de respuesta mencionaron Nada se representa con un valor de 17,2%, dejando las opciones de respuesta suficiente, mucho, como los valores más bajos en la encuesta realizada.

PREGUNTA 8

- En la escala del 1 al 5, siendo 1 nada y 5 mucho

¿Cuánto conoce sobre métodos para prevención de la desnutrición infantil en menores de 2 años?

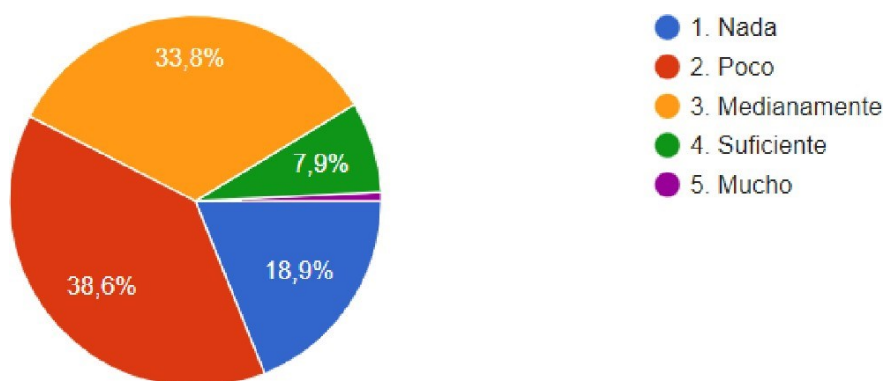


Gráfico 15: Pregunta 8 – Encuesta

La prevención al ser un aspecto importante para evitar el creciente número de desnutrición infantil dentro de los encuestados el 38,6% tiene poco conocimiento seguido por el 33,8% quienes medianamente conocen de la prevención de este problema social.

Las personas que tienen como respuesta el conocimiento suficiente se ve reflejado en un porcentaje menor con un 7,9%, resultado menor con referencia al de quienes no conocen nada.

PREGUNTA 9

- Si encuentra en alguna red social el tema de desnutrición infantil, ¿Qué información le gustaría conocer?

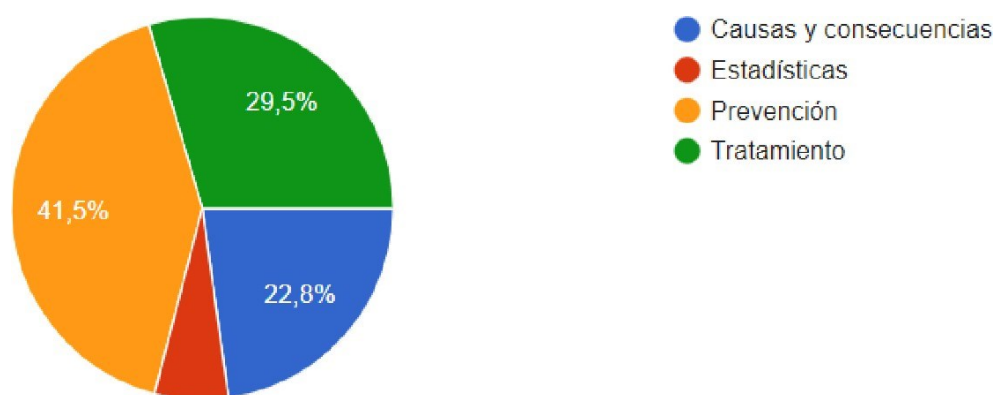


Gráfico 16: Pregunta 9 – Encuesta

Los aspectos de la prevención con el 41,5% de las encuestas y el tratamiento con el 29,5% son los valores más altos en cuanto a la información que el público objetivo le gustaría conocer sobre la desnutrición infantil, dejando la información de causas y consecuencias con el 22,8% del total y siendo las estadísticas el valor más bajo.

PREGUNTA 10

¿Apoyaría a la difusión de una campaña social para concientizar a padres adolescentes sobre la desnutrición infantil en Tungurahua?

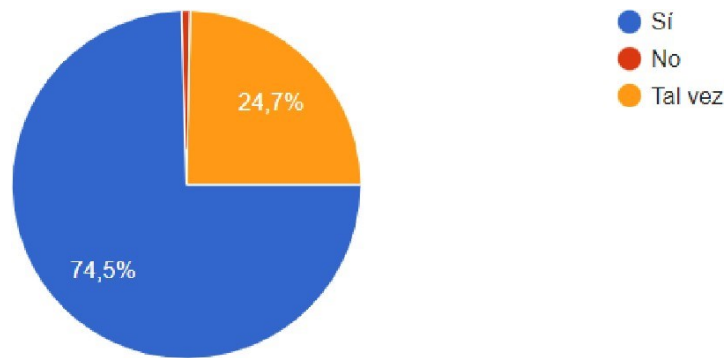


Gráfico 17: Pregunta 10 – Encuesta

Del total de 391 personas encuestadas el apoyo que se brindaría a la difusión de una campaña social para prevención y concientización de la desnutrición infantil se evidencia con el 74,5% de los encuestados, seguido por el 24,7% de los jóvenes quienes dan como respuesta: Tal vez.

4.4 ENTREVISTAS

Las entrevistas se llevaron a cabo con profesionales del Diseño Gráfico quienes aportaran desde su punto de vista cualitativo con una guía correcta para el desarrollo del proyecto, también se realizó entrevistas a profesionales de la rama de nutrición y obstetricia quienes son conocedores directos de la situación actual dentro de la provincia de Tungurahua sobre la desnutrición infantil.

Tabla 2 – Entrevista a Nutricionistas

Profesional	Especialidad
Dra. Lucy López	Nutricionista
Dr. Verónica Robayo	Nutricionista
Dra. Fernanda Pacheco	Nutricionista

Preguntas	Profesional 1	Profesional 2	Profesional 3
¿Cuál es la situación real de desnutrición infantil dentro de la provincia de Tungurahua?	Tungurahua a pesar de ser una tierra productora de alimentos lamentablemente la problemática de desnutrición infantil va en aumento la cual tienen mayor afectación en las áreas rurales seguida por la zona urbana, esto por los elevados índices de una mala alimentación, desconocimiento y carencias económicas de los padres.	Basados en los datos compartidos del INEC o ENSANUT, de la cual los resultados reflejan que la desnutrición en niños menores a 5 años alcanza el 33% y en menores a 2 años el 42% lo cual es preocupante por el constante crecimiento de casos.	La provincia está encaminada a un mayor crecimiento de esta problemática social, incluso con un tratamiento cuando ya el niño tiene desnutrición agravada presenta una anormalidad en su crecimiento y desarrollo conductual.

Análisis e interpretación: La provincia de Tungurahua incluso teniendo un alto número de productores agrícolas no le hace frente a la desnutrición infantil ya que los datos compartidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos refleja que un porcentaje próximo a la media de pobladores menores a 2 años tienen desnutrición infantil lo que se convierte en una situación preocupante para los padres que a más de desconocer de la alimentación optima tienen carencias económicas.

¿Cuál es la principal razón de la desnutrición infantil?	<p>Existen varias causas, dentro de las cuales resaltan las de tipo sociales y familiares</p> <p>Sociales: incluyen la pobreza al reflejar la carencia de los alimentos necesarios</p> <p>Familiares o personales: se da por el desconocimiento pese a tener las posibilidades económicas y consumen alimentos que no son nutritivos desde un punto de vista médico, optan por comidas preparadas, condimentadas y procesadas.</p>	<p>Una de las principales razones de la desnutrición infantil se debe a la parte de la inseguridad alimentaria, es decir que no se tienen el acceso a alimentos o agua potable, existiendo también la problemática del bajo peso de la madre al momento de la gestación porque afectara en el nacimiento que lleva a un desbalance nutricional dentro de los 5 primeros años de vida.</p>	<p>En muchos de los casos la principal razón de la desnutrición infantil se da en el momento de la gesta cuando la madre no acude a controles ni presenta un cuadro alimenticio indicado, a esto también afecta la falta de enseñanza familiar, posterior a la gestación les llega la interrogante de ¿Cómo debo cuidar de un niño cuando ni yo me se cuidar? Y por intuición buscan alimentos no óptimos para su recién nacido en base a fuentes no confiables.</p>
---	--	---	--

Análisis e interpretación: Dentro de las principales razones para la desnutrición infantil se hace presente el tipo:

-Social: reflejado en la pobreza con la falta económica para la adquisición de los alimentos necesarios y acceso limitado a saneamiento y agua potable

-Familiar o personal: Principalmente por el desconocimiento, influye también el descuido alimenticio y tratamiento de la madre antes, durante y después del parto, cuentan con posibilidades económicas, pero no con la guía para la compra correcta de alimentos necesarios.

¿Qué tipos de desnutrición existen?	Dependiendo el tiempo existe la desnutrición aguda, moderada y crónica, de las cuales la que más afectará el desarrollo intelectual de un niño será la desnutrición crónica que se evidencia por la baja talla, la desnutrición aguda se produce en las últimas 2 semanas dentro de las que puede darse por una enfermedad como diarrea y al	Son 3 tipos: -Desnutrición aguda leve -Desnutrición aguda moderada -Desnutrición aguda grave, la cual tiene más efecto en la población debido a que es quien más relación tiene en peso y talla, aquí se observa que los niños pueden tener un déficit de crecimiento del 30% de lo que deberían y de manera crítica podría llevar a la muerte	Leve: La talla es inferior al peso Leve: su peso es menor en comparación con su estatura Grave: El peso se encuentra demasiado bajo Particularmente en niños menores a 2 años son más vulnerables a contraer cualquiera de los 3 tipos y verse inmersos en una etapa que a más de afectar su desarrollo los conduce al deceso de no ser tratado a tiempo.
--	--	---	--

no tratarse afecta su salud
nutricional.

Análisis e interpretación: Son 3 tipos de desnutrición infantil al cual los niños son vulnerables que al no ser tratada pueden tener desde afectaciones graves en su salud nutricional hasta la muerte:

-Desnutrición aguda leve; La talla es inferior al peso

-Desnutrición aguda moderada; Su peso es menor en comparación con su estatura

-Desnutrición aguda grave; El peso se encuentra demasiado bajo

¿Cuál es el riesgo de tener desnutrición infantil?	Se ve afectado su futuro y desarrollo intelectual, pues niño que sea diagnosticado con desnutrición no tiene un buen pronóstico a largo tiempo, su coeficiente disminuirá y no podrá ejercer profesionalmente.	En el peor de los cuadros se puede llevar a la muerte, puede tener baja ingesta calórica (alimentación), baja ingesta de proteínas, por ello es un valor prioritario el cuidado de brindar proteínas óptimas para el correcto desarrollo.	Como riesgos de salud directamente afecta su peso, talla, desarrollo intelectual, la mala nutrición lleva al infante a un estado pluricarencial en el cual se aprecia el déficit proteico energético. La recomendación para los padres es que acudan lo más pronto a centros hospitalarios, comunitarios o consultorios nutricionistas para la pronta atención del infante.
---	--	---	---

Análisis e interpretación: El riesgo más inminente es la muerte de un infante cuando la desnutrición infantil no tuvo un tratamiento y recuperación, directamente la desnutrición afecta el peso, talla y desarrollo, a largo plazo el pronóstico para niños que padecen de desnutrición infantil es un bajo coeficiente y deficiencia en labores sociales y profesionales. Es importante acudir a centros hospitalarios o a su posibilidad acercarse a consultorios y centros que ayuden a mejorar la nutrición del infante.

¿Cuál es el tipo de desnutrición más predominante dentro de la provincia?	En áreas rurales es donde se presentan más diagnósticos de desnutrición aguda grave por lo cual el gobierno busca aportar con proyectos para combatir esta problemática	Dentro de Tungurahua se presenta como predominante la desnutrición aguda grave, la cual es la forma más peligrosa ya que no solo provoca delgadez en los recién nacidos debilitando su sistema inmunitario.	De manera general dentro de la provincia se podría establecer que la desnutrición infantil leve y grave son las predominantes ante los padres que en su mayoría desconocen algunas de las causas, pero saben de los efectos que esta problemática trae para su pequeño.
--	---	---	---

Análisis e interpretación: En la provincia el tipo de desnutrición infantil predominante es el de tipo Grabe (el peso del niño se encuentra muy por debajo del que debería) seguida por el tipo de desnutrición leve (la talla es inferior al peso que tiene el infante). El estado de desnutrición grave representa un cuadro crítico ya sea por la debilidad en el sistema inmunitario que lo hace padecer varias enfermedades consiguiendo que sea más propensos a la muerte

¿Cuál es el rango de padres adolescentes con niños en etapa de desnutrición?	Del rango entre menores a los 18 años que ya son padres el 40% del total por su desconocimiento y falta de responsabilidad durante el embarazo llegan a ver afectados a sus niños con alguna de las desnutriciones existentes, también influye en algunas mamitas sus cuerpos no aptos ni desarrollados al 100% para ya procrear, se ven casos en los que no pueden producir leche materna y se ven obligadas a utilizar otros métodos de alimentación	En pacientes maternas adolescentes son quienes están alrededor de los 16 años los cuales llegan con sus niños desnutridos, muchos afirman que el desconocimiento y en parte la falta de apoyo más el hecho de consumir alimentos nada nutritivos desde antes del nacimiento afectaron a sus recién nacidos.	En padres jóvenes mientras menor es el rango de edad mayor es la afectación al recién nacido, a pesar de tener enseñanzas en colegios y escuelas, no se compara la práctica con la enseñanza a la cual no prestan interés por su falta de atención y joven mentalidad.
---	--	---	--

Análisis e interpretación: En los jóvenes menores a los 18 años mientras menor su rango de edad mayor es la afectación a sus infantes quienes tienen riesgo de desnutrición infantil, la falta de apoyo, conocimiento escaso, cuerpos

no desarrollados y alimentos no apropiados por parte de la madre en el periodo de embarazo aportan en gran medida a la problemática social.

¿Cuáles son los tratamientos a seguir cuando el niño tiene desnutrición infantil?	El tratamiento dependerá de la gravedad que el niño presente, dependiendo así de la glucosa, temperatura, hidratación, suplementos, desequilibrios de los electrolitos, falta de ciertos nutrientes. En varios casos se da el suministro de suplementos vitamínicos los cuales aseguran que el niño/a reciban los nutrientes necesarios.	Desde el momento en que acuden con el niño en grado de desnutrición se procede a indagar sobre la previa alimentación y establecer los nutrientes faltantes en el cuerpo del infante para darle su respectivo tratamiento, ya sea con suplementos líquidos o ciertos alimentos sólidos sin embargo por su edad la mejor opción será una dieta líquida para multivitamínicos y evitar enfermedades que contribuyen a la desnutrición como bien puede ser una infección.	Esencialmente para un correcto tratamiento se requiere de la reposición de los nutrientes faltantes en el cuerpo, seguido del tratamiento de todo síntoma adicional más la ingesta apropiada de hidratos de carbono, proteínas, vitaminas y controlar el índice de masa corporal.
--	--	--	---

Análisis e interpretación: Una vez establecido el grado de desnutrición se requiere el reposicionamiento de los nutrientes faltantes en el cuerpo, al ser pequeños lo más apropiado es ayudarlos con una dieta líquida de

multivitamínicos ya que no pueden ingerir alimentos sólidos, los suplementos vitamínicos ayudaran a evitar enfermedades como infecciones que contribuyen a la desnutrición, periódicamente se controla el índice de masa corporal, temperatura, hidratación, peso, talla y complemento de nutrientes faltantes.

<p>¿Cuál es el mayor desconocimiento por parte de las madres sobre el cuidado de sus niños?</p>	<p>Desconocen principalmente el tipo de alimentación de sus niños desde el nacimiento, pues madres y padres alimentan indebidamente a sus niños con productos que no se recomiendan sino hasta después del tiempo de lactancia, la cual es el alimento fundamental comenzando por una correcta alimentación por parte de la madre.</p>	<p>El mayor desconocimiento se basa en que se enteran al 3er mes de gestación, en ocasiones al 4to mes, por lo que el feto está formado en todo lo que conllevaba falta de proteínas y aminoácidos provocando una desnutrición en el nacimiento porque no se realizó un seguimiento idóneo desde el inicio, muchas de las ocasiones la alimentación de la madre en los primeros meses de la gestación es desordenada sin embargo se puede intentar corregir en el 4, 5 y 6to mes, luego del nacimiento les llega la preocupación de como</p>	<p>El cuidado que se debe llevar incluso antes de la gestación, que tipos de controles y dieta alimenticia debe llegar durante la gestación y la preparación que debe tener la madre para contribuir con los nutrientes apropiados para su infante, al ser jóvenes desconocen también del peligro que corren los recién nacidos al exponerlos en ambientes no controlados para un apropiado crecimiento y desarrollo.</p>
--	--	--	---

alimentar a su niño/a , como llevar la madre misma un alimentación que mediante la lactancia beneficie a su recién nacido.

Análisis e interpretación: El desconocimiento inicia cuando ni se enteran de estar embarazadas las futuras madres, por lo cual el feto comienza a formarse con proteínas y aminoácidos faltantes porque no se realizó un seguimiento idóneo desde el momento de la fecundación, actualmente se debe realizar seguimientos y procesos de preparación para quedar embarazadas, un factor muy importante es la lactancia materna que será el alimento prioritario para un recién nacido para lo cual la alimentación sana de la madre influye bastante en el alimento de su bebe.

¿Cuál sería la guía correcta para prevención de niños/as con desnutrición infantil, enfocado a padres adolescentes?	Hay que especificar que la lactancia es exclusiva hasta los 6 meses como principal alimento, tener presentes las vacunas necesarias y acudir a centros médicos para los controles prenatales, también pueden adquirir la educación que requiera para el correcto	Enseñar a los jóvenes que de manera actual las mujeres que deseen ser madres deben estar preparadas alrededor de 6 meses para poder proceder a la gestación, de los cuales 3 meses la madre se prepara desde el punto de vista hacia enfermedades que pueden ser	Inculcar en los jóvenes padres la importancia del cuidado de un ser que requiere toda la atención y cuidado pertinente incluso antes de su concepción, educarlos sobre una sexualidad responsable y un habito alimenticio optimo tanto de la madre como del alimento que requiere el recién
--	--	--	---

cuidado de sus niños, considerar el peso, talla, curvas de crecimiento, adquirir conocimiento sobre las enfermedades que también pueden contribuir a generar una desnutrición, inculcar también la importancia del acceso a agua y saneamiento.

crónico degenerativas como diabetes, presión alta, glucosa alta, entre otras, como una buena prevención es planificar el embarazo, caso contrario tener en consideración los controles que se debe tener como madre en etapa de gestación para evitar complicaciones.

nacido como lo es la lactancia materna que se puede presentar por etapas:
Leche inicial: contiene las vitaminas, altos niveles de agua y proteínas
Leche madura: se da cuando finaliza el proceso de lactancia, esta contiene altos niveles de grasa, esencial para que el niño aumente su peso.

Análisis e interpretación: Educar a los jóvenes sobre una actividad sexual responsable, el hecho de quedar embarazada hoy en día debe tener un seguimiento incluso antes de la concepción, o en medida de lo posible desde los primeros síntomas de embarazo para asegurar un óptimo desarrollo en el feto, acudir a centros médicos para los controles prenatales, al momento de nacer educarles en la identificación de una adecuada curva de crecimiento en los espacios de enseñanza, conocer los factores que pueden afectar la salud del bebe junto con las vacunas, especificar que la lactancia materna es exclusiva y de mayor importancia en los primeros 6 meses de vida del niño con altos niveles de vitaminas, proteínas, niveles de agua y posteriormente niveles de grasa para el peso.

¿Cómo concientizar a madres jóvenes sobre la responsabilidad de su etapa materna?	Darles a conocer que para el buen futuro de sus niños es importante la planificación, existen consultas que aseguran un embarazo saludable como es el caso de la consulta pre preconcepcional que se realiza 3 meses antes del embarazo, enseñarles los beneficios de un correcto cuidado, saber que ellas desde antes de la concepción deben encontrarse sanas en constantes controles hasta el día del parto. Evitar presentarles miedos como el hecho de que embarazos no planificados pueden conducir a un círculo de pobreza y en algunos casos la violencia intrafamiliar.	Para llegar a concientizarles es importante brindarles un sentimiento de superación no solo para la madre, sino para la pareja, brindarles un sentimiento de mejora que les de la motivación correcta para atraer su interés en el área de nutrición saludable que beneficiara el crecimiento de sus infantes.	Mostrarles que a pesar de factores sociales y económicas que se presenten no debe descuidar de su recién nacido, el cuidado y atención es imprescindible para un crecimiento apropiado y de buen futuro con derechos que respalda la ley ecuatoriana. Sus mentalidades al estar próximos a ser padres deben madurar tanto como su responsabilidad.
--	--	--	--

Análisis e interpretación: Brindarles sentimientos de motivación y superación, exponer el futuro favorable que sus niños pueden tener por una nutrición saludable, priorizar la salud del recién nacido con un embarazo saludable por más factores sociales y económicos que se presenten, el pasar a una etapa materna significa madurar el modo de pensar y establecer un mayor índice de responsabilidad.

Tabla 3 – Entrevista a Diseñadores Gráficos
Especialidad

Profesional	Especialidad
Mauricio Gallegos	Diseñador gráfico
Dodo Agencia	Agencia de Diseño Gráfico y marketing digital
Isa Espinoza	Diseñadora Gráfica

Preguntas	Profesional 1	Profesional 2	Profesional 3
¿Qué se debe tener en cuenta al momento de ejecutar una campaña social?	Principalmente el mensaje a transmitir para dar solución a la problemática seleccionada, establecer el tono, y conocer de primera	Establecer los objetivos a conseguir en el lanzamiento de la campaña, definir un público objetivo, establecer los medios y canales para transmitir la	Entender por qué se está realizando, para que, y quienes serán los beneficiados con la campaña, observar desde diversos puntos la

<p>instancia al público objetivo, entender su entorno, los canales de comunicación que más utilizan, realizar un correcto estudio de mercado.</p>	<p>información, presupuestar la campaña, diseñar el contenido de la campaña y ejecutar el lanzamiento, importante utilizar datos verídicos.</p>	<p>problemática para canalizar la mejor solución y estrategia a utilizar</p>
---	---	--

Análisis e interpretación: Establecer la proyección según los objetivos que se desea cumplir, canalizar la problemática con la visualización y análisis desde distintos puntos para estructurar en base al público objetivo las estrategias, mensaje, canales y tono.

<p>¿Cómo llegar de manera rápida y efectiva a público objetivo?</p>	<p>Trabajar desde la prevención y crear empatía con el público objetivo para que el mensaje llegue de manera efectiva, mediante un estudio tener más acercamiento al público a quien va dirigida la campaña.</p>	<p>Dar uso de elementos graficos y textuales que el público objetivo comprenda, utilizar un lenguaje perceptible para ellos de manera inmediata, conocer el contenido que mayoritariamente consumen y el tipo de comunicación que prefieren.</p>	<p>Para ser eficaz en la transmisión de un mensaje se recomienda utilizar palabras cortas y precisas, términos con los que el público objetivo se sienta identificado, en caso de utilizar piezas graficas o publicitarias manejar en la medida de lo posible una línea gráfica de alto impacto.</p>
--	--	--	--

Generar piezas informativas
que den a conocer los
beneficios que se obtendrán.

Análisis e interpretación: Crear empatía con el público objetivo, conocerlo mediante un estudio para establecer los mejores elementos gráficos y textuales que se puede llegar a utilizar, manejar un lenguaje que sea perceptible para el rango de jóvenes al que va dirigido, llevar a cabo también una línea grafica de alto impacto, generar piezas que informen los beneficios que recibirán con la campaña.

¿Cuáles son las mejores redes sociales para difundir una campaña de concientización a jóvenes de 15 a 19 años?

El alto alcance que llegan a tener las redes sociales facilita la difusión de campañas publicitarias, teniendo claro una segmentación apropiada. Para los jóvenes las redes sociales La creciente plataforma de tik tok es en la cual los

Con las actuales tendencias tenemos a Tik Tok a la cabeza con tan solo un rango de corto tiempo para videos de diverso contenido y mayor posibilidad de tener un gran alcance porque el algoritmo de esta app permite que sus usuarios lleguen a personas fuera de sus seguidores con mismos intereses.

Dentro del tema de redes sociales, en la pandemia tuvo un alto crecimiento tik tok e Instagram, luego de la pandemia se ve un apego a la plataforma Facebook quien ha innovado con nuevas herramientas, Facebook se mantiene a la altura para cualquier publico ya sea joven, adulto o de la tercera edad.

jóvenes del rango de edad se encuentran inmersos para adquirir contenido, seguido de Instagram y Facebook quien se está convirtiendo en el nuevo YouTube por la forma en que se consume mayor contenido de videos.

Análisis e interpretación: El extenso alcance que las redes sociales tienen las convierten en canales de difusión masiva para campañas sociales, una vez establecido la segmentación se utilizara la plataforma tik tok que encabeza el listado por el contenido audiovisual que maneja junto a un algoritmo que presenta a sus usuarios contenidos diversos, continuando con Instagram que mayoritariamente la utilizan jóvenes y Facebook que es óptimo para toda edad.

¿Cómo se plantea el mensaje a difundir en redes sociales cuando se trata de un problema social?

Establecer línea gráfica, tipografía, cromática y en este caso un mensaje de optimismo, manejar historias reales, testimonios, recomendaciones, establecer

Conciso con información que aporte a la solución mas no al conflicto de la problemática

Una vez establecido el público objetivo y de conocer sus preferencias, como piensan, que les gusta, que actividad realizan, la mejor manera para plantear el mensaje será utilizar la menor

los beneficios de una correcta alimentación por parte de los más pequeños	cantidad de palabras, focalizarlo y ser directo.
---	--

Análisis e interpretación: Al conocer mejor al público objetivo en puntos de que les gusta, como piensan, que actividades realizan se recomienda utilizar una estructura concisa, la información debe aportar a la solución más no al conflicto, manejar testimonios, recomendaciones y beneficios de una nutrición saludable.

¿Qué recomienda para el diseño del identificador gráfico, cromática y línea gráfica?	Sería bueno manejar una paleta de tonos pastel que empaticen con la inocencia de los infantes y sea basado en la psicología de color para representar la salud que se quiere dar a conocer. En cuanto al identificador gráfico al tratarse de un tema social enfocado a la familia se puede aplicar una estilización del público	Para el identificador se debe establecer un concepto visual, que refuerce el mensaje que se quiere dar a conocer mediante el aporte social. Al tratarse de un problema social no sería recomendable una paleta de colores suaves, utilizar la psicología de color para poder llegar a una cromática que represente la intención de la campaña, ser solidario, aportar	El estilo para el identificador grafico dependerá de la construcción que realice el profesional del diseño según la investigación y el público al que apunta la campaña. Manejar tonos suaves, colores pastel que no evoquen miedo, más bien un sentimiento de felicidad y salud. Dentro de las tendencias de un manejo de línea grafica para este año 2022 se puede ver: -Cromática tenue -Cuerpos textuales cortos
---	--	--	--

objetivo. En la línea gráfica partir desde el concepto que se desea aplicar a la campaña, buscar inspiración en tableros que funcionan como guía visual para nuestro diseño, crear los lineamientos de tipografía, cromática y elementos visuales acorde a la composición de la propuesta.	informativamente, causar emociones positivas en el público, en la línea gráfica últimamente se están aplicando el uso de elementos gráficos con transparencias, titulares llamativos y juego entre fotos y figuras, funcionan también los fondos abstractos.	-Formas geométricas con distintas ubicaciones -Íconos e ilustraciones -Fuentes tipográficas san serif o serif clásicas -Carruseles con portada que llame la atención.
--	--	--

Análisis e interpretación: Para la construcción del identificador grafico que llevara la campaña se buscara aplicar una estilización del público al que va dirigido junto a una paleta de colores que represente la salud y bienestar, ya sean colores suaves o pastel que empaticen con la inocencia del infante, la línea gráfica parte de los lineamientos que se establezca para la propuesta como pueden ser:

- Familia tipográfica san serif o serif clásicas.
 - Cromática tenues.
 - Transparencias.
 - Elementos y formas visuales que acompañen la composición.
 - Íconos o ilustraciones.
-

-
- Carruseles con titulares llamativos.
 - Fondos Abstractos.
-

¿Cuál sería la mejor composición fotográfica para concientizar sobre la desnutrición infantil?

Representar al infante en como el padre quisiera verlo en un futuro, sano, lleno de vida. Sin embargo, al ser una campaña para redes sería más factible utilizar ilustraciones de niños por las normas comunitarias que tienen algunas plataformas.

Utilizar niños felices, correcta iluminación, en caso de utilizar elementos o fondos aplicarlos de manera que no opaquen el protagonismo de lo que se desea transmitir, niños en un estado de salud que los padres desearían ver a sus recién nacidos, recomendaría manejar estilo de fotografía fine art que ha estado presente y en crecimiento los últimos años

La mejor composición fotográfica sería romper las tradicionales imágenes de niños desnutridos enviando mensajes en contra de la desnutrición, se podría representar también con otras aplicaciones amas de la fotografía ya que las redes sociales aplican normas sobre derecho a privacidad de los más pequeños.

Análisis e interpretación: Las composiciones fotográficas no deben combatir la desnutrición con más imágenes de desnutrición, lo más apropiado para el manejo de fotografías es reflejar como sus padres quieren ver al infante en un futuro, sin embargo, debido a las normas comunitarias que manejan las redes sociales por protección a los niños la mejor opción sería la ilustración en la que se pueda representar al infante de acuerdo con el mensaje a publicar.

¿Cuál es el tiempo estimado y recomendaciones para un video a través de redes sociales?

Actualmente el tema de videos cortos y concisos que no rebasen el minuto son los más funcionales, tal es el ejemplo de reels dentro de la plataforma de Instagram que al utilizar música en tendencia y hashtags logran un gran alcance, una recomendación adicional es que actualmente se da el uso de títulos gancho que en los primeros segundos del video capte la atención del usuario de manera inmediata, por ejemplo:

- Cómo comer más sano
- 5 cosas que no debes hacer si...

Con la creación de contenidos de video lo más óptimo es manejarse en tiempos no mayores a 1 minuto, el tiempo para los jóvenes es lo que más aprecian al interactuar con contenidos sociales, mostrarles los cuidados que pueden tener incluso antes del embarazo para evitar problemas.

Para las distintas redes existen formatos a utilizar en los videos:

- Instagram – reels - videos: formato 16:9 (lo más utilizado), 4:5, 3:5

Esta app permite crear directamente reels o videos desde el teléfono, pero también se los puede editar previamente y seleccionar para publicar

Utilizar animaciones y subtítulos para hacerlo más dinámico y que capte la atención, los videos tanto para Tik tok, Instagram y Facebook lo más sugerible es no excederse en el tiempo, pese que este tipo de contenido le brinda a una página un mayor crecimiento orgánico se debe ser continuo y ante las primeras interacciones como los comentarios dar respuesta a las dudas y nuevas preguntas que pueden generarse en el público.

Una buena recomendación es investigar sobre cómo funcionan los algoritmos para tener éxito.

-A dónde acudir si...

-Deja de hacer esto

Importante utilizar una buena iluminación, fluides al hablar y cuidar que el audio no tenga ruidos externos ya que así el algoritmo lo mostrara a más personas. Sucede lo mismo en Tik Tok la cual permite un alcance mayor y a nuevos usuarios de la plataforma.

-Facebook:

Watch – formatos: 16:9, 4:5 y el más utilizado: 1:1 esta proporción permite visualizar el encabezado y el video al mismo tiempo.

En vivos: formato opcional tanto horizontal 16:9 como vertical 9:16

Facebook reels: formato 16:9

Tik Tok: formato 9:16

En la creación del contenido aplicar una previa edición de los videos a publicar, cuidar siempre la calidad en la que se

sube ya que llega a suceder los casos de compresión.

Análisis e interpretación: Existen varios formatos para los videos los cuales deben ser cortos y directos, el tiempo para el público objetivo es lo más apreciado al momento e interactuar con los diversos contenidos, tanto en Facebook, tik tok e Instagram se utilizan videos informativos que no sobrepasen el minuto de video, para lograr un mayor alcance se puede utilizar títulos gancho, cuidar de la calidad de audio y video, utilizar elementos adicionales que brinden dinamismo como animaciones y subtítulos. Ser continuo en la publicación de contenidos, aplicar el manejo de hashtags apropiados e investigar el cómo funcionan los algoritmos de las plataformas.

¿Cuál sería su recomendación para contenido y estrategias dirigido a jóvenes entre 15 a 19 años?

Llamar a la acción con mensaje de esperanza, no atacar la problemática con imágenes, textos, animaciones o videos que reflejen más problemáticas, como estrategia para crecer de manera pronta es bueno aplicar Social Ads que básicamente son anuncios

Principalmente, conocerlos, encuestarlos para saber sus gustos, visualizar cual será el grado de aceptación en temas de un problema social, les conviene o no les conviene seguir ese tipo de contenido, que tan eficaz y aceptable será por parte de adolescentes. Por la parte de las estrategias la mejor es ser constante en la

Utilizar mensajes claros, directos y breves para captar su atención, no cansarlos con textos de información interminable, son jóvenes que si en 3 segundos no les llama la atención o el tema no es de su interés le dan a scroll.
Entre estrategias puedo recomendar:
-Contenido diferente para cada red social.

que se puede segmentar para llegar al público joven, esta estrategia es rápida, fácil y desde poco presupuesto, pero realmente efectiva, se puede dar el uso también de figuras públicas o de la zona.	publicación de contenidos, generar más interacción con los seguidores nos da un crecimiento potencial, una herramienta muy utilizada para la planificación y publicación de contenido en cantidad es meta bussines para Facebook e Instagram	-Pagar publicidad. -Hashtags adecuados. -Ser constante en publicaciones. -Si se utiliza anuncios, aplicar un anuncio de 5, 6 seg que no permita un salto de nuncio
--	--	---

Análisis e interpretación: Conocer al público objetivo, llamarlo a la acción no atacar la problemática con más imágenes, textos o videos que muestren lo malo de la desnutrición infantil, utilizar mensajes claros, directos y breves con un estilo de contenido que capte su atención e interés de manera inmediata.

Como estrategias podemos utilizar:

- Contenido constante, una herramienta que facilita la planificación y publicación de las fotos, videos, post es meta bussines.**
 - Manejar un contenido diverso en cada red social.**
 - Utilizar Social Ads en redes sociales para llegar de manera efectiva al público.**
 - Aplicar el uso de figuras públicas.**
 - Crear un anuncio que no permita el salto de anuncio.**
-

¿Qué tomaría en consideración para generar conciencia en adolescentes?	Entenderlos que al ser de mentalidad juvenil buscan contenido informal y directo.	Son jóvenes que de una u otra manera por la situación que están atravesando están abiertos a cualquier ayuda social	No hacerlos sentirse obligados, hallar para ellos una guía que sea fácil de seguir y confiable en todos sus aspectos.
---	---	---	---

Análisis e interpretación: Entender que son jóvenes cuya mentalidad no se quiere sentir obligada, sin embargo, por la situación que pasan se encuentran abiertos a los aportes sociales que les brinden una guía confiable a través de un contenido directo.

Tabla 4 – Matriz de Triangulación

Análisis estadístico inferencial: preguntas importantes de la encuesta

Agregar: niveles, causas que provocan desnutrición, consecuencias, nutrición (lo que se debe hacer), tratamientos

Categoría	Entrevistas: Profesionales de Diseño Gráfico, Nutricionistas	Observación: Ámbito social, análisis de casos y visita a centros de salud	Encuestas: Estudio de mercado	Sustento técnico teórico: Conceptos que sustenten la categoría
------------------	--	---	---	--

La desnutrición infantil	La problemática de la desnutrición infantil es un tema que va en constante crecimiento dentro de la provincia de Tungurahua, sobre todo en el área rural donde parece ilógico el hecho de existir desnutrición en zonas productivas de alimentos saludables, sin embargo desde un punto de vista médico las soluciones y maneras de prevenir no se deben hacer esperar con una guía correcta que encamine a los padres a cuidarse desde antes de la gestación para luego reconocer y aprender	Tungurahua con datos compartidos del INEC establece un 42% de niños en estado de desnutrición, autoridades de turno buscan soluciones con programas, capacitaciones, y proyectos por una mejora en el estado nutricional de los niños para que su desarrollo y desempeño en un futuro sea de provecho, la situación pese a no ser la más apropiada por parte de los jóvenes padres quienes a más de no contar con recursos económicos sostenibles deben madurar a la fuerza para comprender la necesidad	Dentro de las encuestas la mayor parte de los jóvenes padres desconocen de los siguientes temas: - Prevención - Tratamientos - Riesgos Es de importancia el brindar un aporte hacia madres y padres que entran a una etapa de responsabilidad y atención sobre sus infantes que con el tiempo de no ser tratados como corresponde se verán afectados intelectualmente con	Infancia Ec (2021) da a conocer mediante la Secretaria Técnica Ecuador Crece Sin Desnutrición Infantil que se encuentran trabajando en la dirección, investigación, coordinación y promoción de políticas, planes acciones y alianzas para implementar la estrategia “Ecuador crece sin desnutrición”, invertir en la prevención y reducción de la desnutrición crónica infantil es la mejor expresión de
---------------------------------	---	--	---	---

	sobre una correcta alimentación, identificar los grados de desnutrición y suplementos de los que pueden llegar a carecer sus infantes, brindarles un sentimiento de superación junto a motivación y el cómo actuar para evitar contraer desnutrición.	de sus niños en los primeros meses de vida, la situación de los jóvenes quienes se adentran a una vida sexual activa debe ser moderada, tratada con responsabilidad y cuidados adecuados.	pronóstico a largo plazo de bajo coeficiente y fallos al intentar ejercer de manera profesional.	voluntad política para transformar la realidad de la niñez del Ecuador a medidas correctivas que reduzcan los índices preocupantes del país.
Prevención y Tratamiento: -Como detectar que el niño tiene desnutrición. -Como evitar la desnutrición	Un niño es diagnosticado por desnutrición infantil cuando su peso es bajo comparado a su talla la cual implica que sea reciente o este dentro de un cuadro de gravedad, también por peso menor a comparación de su	Dentro de la prevención es importante una planificación y adecuado cuidado por parte de los jóvenes que conllevan una vida sexual activa para posteriormente evitar un embarazo no planificado en el que dependerá el	La prevención y tratamiento de la desnutrición infantil son los temas que los padres adolescentes poco conocen, y se refleja en la encuesta realizada con diversas preguntas a las cuales su respuesta tiene	La seguridad nutricional del hogar debe ser una prioridad para maximizar el crecimiento y desarrollo de los niños y así minimizar el sufrimiento infantil, uno de los principales

-A dónde acudir cuando el niño tiene desnutrición infantil	<p>edad, los síntomas más usuales son el llanto excesivo, disminución de masa muscular, piel seca, infecciones por la falta de vitamina A</p> <p>El cómo evitar la desnutrición es un tema que debe ser implantado en el conocimiento de los padres que pueden asegurar un futuro seguro a sus menores mediante:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Planificación Familiar -Consulta pre concepcional -Consulta pre natal -Atención constante durante el embarazo 	<p>estado de salud de la madre para un desarrollo apropiado del bebe.</p> <p>El método eficaz ante la prevención de la desnutrición infantil cuando el niño ha nacido es la lactancia materna desde la primera hora de vida hasta los 6 meses que proporcionara nutrientes necesarios, esta alimentación junto a complementos alimentarios mejora el cuadro de salud del niño.</p>	<p>muchas interrogantes sobre el cómo cuidar a su niño, como evitar la desnutrición infantil, afecta también los factores que pueden ser parte de la vida de estos nuevos hogares.</p>	<p>desafíos que enfrenta la desnutrición infantil es el conocimiento limitado de las causas específicas de la desnutrición infantil. (Acción Contra el Hambre, 2022)</p>
---	--	--	--	--

- Alimentación saludable
por parte de la madre
- Controles periódicos de
peso y talla del recién
nacido
- Lactancia materna
- Alimentos
complementarios para el
recién nacido

Si el niño ya presenta
síntomas de desnutrición
los padres pueden acudir
a centros y consultorios
nutricionales que tienen
precios asequibles,
dentro de la ciudad
contamos también con
hospitales públicos.

Consecuencias de la desnutrición	<p>Los profesionales de la nutrición concuerdan en que en el peor de los cuadros el infante puede llegar al deceso una vez que atraviesa desnutrición infantil y no es tratada o corregida a tiempo, los factores van desde una baja ingesta calórica, baja ingesta de proteínas, déficit proteico energético.</p> <p>Situaciones externas como el acceso a alimentos, saneamiento, e incluso de tipo familiares que resaltan el desconocimiento sobre cuidados óptimos también contribuyen a</p>	<p>En la observación los 3 tipos de desnutrición estos afectan gravemente la situación de crecimiento de un niño, ya sea en:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Desnutrición aguda leve -Desnutrición aguda moderada -Desnutrición aguda grave, la cual tiene más efecto en la población debido a que es quien más relación tiene en peso y talla. 	<p>Sobre las consecuencias de la desnutrición infantil los padres adolescentes en sus encuestas presentan un alto índice de desconocimiento, esto siendo reflejado con el 42,3% ante la interrogante de respuesta múltiple:</p> <p>¿Cuánto conoce sobre los riesgos de la desnutrición infantil en menores de 2 años?</p> <p>Seguido por personas que del total solo el 39% conoce medianamente sobre las consecuencias.</p>	<p>Para reforzar la situación de las consecuencias que el cuerpo llega a tener por causa de la desnutrición infantil.</p> <p>Rivera (2021) describe: En el corto plazo tienen consecuencias en el aumento de la mortalidad, morbilidad y discapacidad. En el mediano plazo perturban el desarrollo cognitivo, motor y socioemocional. En el largo plazo presentan afectaciones al tamaño del adulto, la capacidad intelectual, la productividad</p>
---	---	--	--	---

generar consecuencias
por desnutrición

económica, el
rendimiento
reproductivo,
metabólico y
enfermedades
cardiovasculares.
(p.6,7)
Por lo cual estas
afectaciones se
expanden hasta
deteriorar el desarrollo
económico y social de
un Estado. (Rivera,
2019)

Situación de Padres adolescentes	Muchos de los que ahora son padres tienen sueños frustrados, su forma de pensar y actuar se ve forzada a madurar por la responsabilidad que se	Tanto en áreas rurales como urbanas los padres adolescentes tienen que dejar a cargo a personas externas o bien a familiares mientras buscan	Cuando se llevó a cabo la encuesta al público objetivo en los CNH (etapa de educación inicial de la Modalidad Creciendo con Nuestros	El aumento de la actividad sexual de los adolescentes ha dado paso a la etapa de paternidad y maternidad adolescente. Dada la
---	---	---	---	--

<p>adelantó a su corta edad, los cuerpos no formados para ya ser madres también influyen en la falta de producción de la leche materna que es el mejor alimento para un recién nacido, quienes asisten a consultorios de nutrición mientras menor es el rango de edad mayor es el desconocimiento y preocupación de cómo cuidar a un niño.</p>	<p>los ingresos económicos para el bienestar de sus pequeños, el acceso a servicios básicos se los limita por la situación que atraviesan con e constante temor de tener que requerir más dinero para salud en caso de enfermarse y no contar con recursos.</p>	<p>Hijos, programa que recepta niños de 0 a 3 años se observó la enseñanza que reciben los padres sobre el cuidado de sus niños, las jóvenes madres asistían por impulso de sus mayores ya que veían más apropiado buscar tutoriales y guías en redes sociales para el crecimiento de sus niños, el apoyo que brindarían a la difusión de una campaña social sobre desnutrición infantil se refleja en el 74,5% de las respuestas brindadas en la encuesta.</p>	<p>inmadurez psicosocial de estos jóvenes, esta situación genera una serie de dificultades de carácter personal, social, económico educativo y laboral para padres e hijos, las familias y sociedad en su conjunto. (Jordán, 2015)</p>
--	---	---	--

Canales o medios	<p>Los resultados que se han obtenido en base a investigación refuerzan la situación del apego por parte del público objetivo con la tecnología dentro de las cuales se hallan inmersos la mayor parte de su tiempo en redes sociales las cuales se las tomará como el mejor canal para la aplicación publicitaria aplicando principalmente en las plataformas predominantes , al ser un público joven busca interacción con el contenido que representa la situación por la que están pasando, siendo de</p>	<p>Es un hecho que la tecnología predomina nuestras vidas, los jóvenes de hoy en día interactúan a mayor medida por medio de dispositivos móviles que de manera presencial, consumen contenido en medios digitales al que tienen acceso desde temprana edad, siendo las redes sociales las principales fuentes de enseñanza, distracción y difusión.</p>	<p>Por parte del público objetivo en base a la encuesta realizada el tiempo que emplean a las redes sociales son más de 4 horas diarias, el contenido que consumen mayoritariamente son fotografías seguido de videos, la plataforma social más visitada es Facebook seguido de Tik Tok e Instagram, siendo estos datos los necesarios para definir los mejores medios de comunicación que influyen en los jóvenes</p>	<p>El surgimiento de las redes sociales y la concentración de información que allí se lleva a cabo las han convertido en medios de difusión masivos y relevantes sobre la sociedad en la cual los medios tradicionales se están quedando atrás por el traspaso de empresas e instituciones a las nuevas plataformas digitales que aseguran una mayor circulación de información. (Espuny, 2021)</p>
-------------------------	---	--	--	---

	su selección los mensajes directos, claros y cortos.			
Estrategias para la comunicación visual	<p>Crear contenido enfocado al sentimiento, generar sentimientos de superación para el público objetivo, no atacar la problemática con más problemática, utilizar fotografías con buena composición, sin embargo tener cuidado con las normas de la comunidad de redes sociales que no permiten la publicación de fotos y videos de menores de edad, aplicar el uso de un buen copy, ilustraciones, iconos y formas apropiadas, en la parte de</p>	<p>En la observación a proyectos y campañas realizadas hacia esta problemática social trabajan con un tono emotivo, que genere inspiración a salir adelante, poco utilizan imágenes y tomas de video con niños en su peor cuadro de desnutrición infantil, se requiere buscar superación y no preocupación en los jóvenes padres</p>	<p>Al tener la mayor parte del apoyo a la difusión de un aporte social se debe tener en cuenta el contenido que mayoritariamente consume el público objetivo los cuales los 3 principales son:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fotografía -Videos -Ilustraciones <p>Se considera también los temas que los adolescentes necesitan reforzar en su conocimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Prevención -Causas y consecuencias 	<p>Son varias las posibles acciones publicitarias para que sean exitosas, por ello deben estar respaldadas por estrategias alineadas con objetivos generales. (Ortiz, 2022)</p>

	un audiovisual para presentar la importancia de un correcto cuidado, establecer videos acordes a las tendencias en las diversas plataformas como reels de Instagram o tips de tik tok.		-Tratamientos	
Línea Gráfica	El manejo de la cromática debe ser en todos representativos de la salud, empatizar mediante la psicología de color que es un factor clave para la creación de un identificador visual. Para el identificador gráfico establecer el concepto visual, en este caso al ser una campaña que busca el aporte a la	El manejo de cromática en campañas sociales que apuntan a una mejor salud para los niños se observó la presencia de tonos azules y turquesas por su representación de la salud, se omiten tonos de colores demasiado fuertes, los identificadores gráficos por su parte utilizan ilustraciones simplificadas que lo refuerzan con un	Brindar un aporte social en redes sociales según la encuesta realizada al público objetivo del total de 391 jóvenes el 74,5% apoyarían la difusión de la campaña social para la prevención y concientización de la desnutrición infantil, el 24,7% dieron una respuesta de: Tal vez, mientras el porcentaje	La línea gráfica representa la identidad de una marca en medios digitales, es decir que la marca permite que los usuarios se sientan identificados. Para el diseño de una línea grafica se debe considerar muchos aspectos, uno de ellos son los colores a

nutrición saludable de un recién nacido se puede optar por la simplicidad y estilización de la familia, fácil de identificar y que refuerce el mensaje de la campaña.

La línea gráfica se toma en consideración los siguientes aspectos recomendados:

-Familia tipográfica sans serif o serif clásicas.

-Cromática tenues.

-Transparencias.

cuerpo grande de texto, como ejemplo: Niños con futuro, proyecto establecido por el gobierno de Guillermo Lasso el 30 de noviembre del 2021.

restante dieron una respuesta negativa.

utilizar, la tipografía debe ajustarse al estilo del identificador visual con la posibilidad de combinar 2 o más fuentes tipográficas. (Martinez, 2020)

-Elementos y formas
visuales que acompañen
la composición.

-Íconos o ilustraciones.

-Carruseles con titulares
llamativos.

-Fondos Abstractos.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5. Título del proyecto. VIDA FUTURA

5.1 Descripción general del proyecto.

La campaña social a través de estrategias digitales busca aportar en la difusión de aspectos esenciales para la prevención y concientización de la desnutrición infantil, problema social que ha sido notorio con el incremento de embarazos, siendo más relevante en padres adolescentes quienes desconocen del cuidado y prevención que se debe realizar desde antes de la etapa de gestación hasta los primeros 1000 días de nacido que son vitales para evitar desnutrición infantil.

Dirigido a jóvenes de 15 a 19 años (adolescencia y principio de juventud) quienes estén próximos a ser padres y quienes ya se encuentran en etapa de paternidad, los medios digitales para llegar de manera directa serán las redes sociales al ser estas las que frecuentan en su mayor parte de tiempo para consumir diverso contenido reflejado en la encuesta realizada con mayor constancia en las plataformas de Facebook, Instagram y Tik Tok.

A través del análisis externo PEST y entrevistas con profesionales tanto del diseño gráfico como de la nutrición se han tomado en consideración puntos que son de importancia para el desarrollo de la campaña.

5.2 Beneficiarios:

Adolescentes quienes se encuentre en etapa de gestación, vida sexual activa o próximos a ser padres para un cuidado y control alimenticio adecuado a nivel urbano y rural por el alcance que conllevan las distintas redes sociales.

5.3 Zona demográfica de aplicación:

Ciudad de Ambato - Provincia de Tungurahua – Ecuador

5.4 Responsables:

Efrén Guzmán

Tutor: PHD. Marcelo Pilamunga

5.5 Objetivos

5.5.1 Objetivo General

Desarrollar una campaña social en medios digitales para la prevención y concientización de la desnutrición infantil a través de piezas gráficas

5.5.2 Objetivos Específicos

- Plantear los recursos a utilizar para la campaña social, generar y posicionar el identificador visual
- Difundir la campaña en medios digitales para informar la importancia de correcta nutrición en la sociedad
- Generar un llamado a la acción en los adolescentes.

5.6 Estrategias

- **Desarrollar identidad visual**
- **Campaña social en redes**
- **Desarrollo de las piezas gráficas**

5.7 Antecedentes

Las estrategias publicitarias para utilizar se enmarcan con un lineamiento e información recolectada con profesionales y encuesta al público objetivo que permitió la construcción

y desarrollo del mensaje de prevención y concientización, basado en programas, proyectos y campañas desarrolladas a nivel nacional y provincial con el apoyo de UNICEF y leyes que respaldan el apoyo en beneficio de la niñez y adolescencia.

5.8 Concepto

La campaña se centra en fortalecer el conocimiento en padres adolescentes quienes a su temprana edad se ven forzados a madurar en su responsabilidad paterna y materna, al mismo tiempo carecen de conocimiento para una práctica adecuada de:

- Planificación familiar.
- Cuidados necesarios antes, durante y después del parto.
- Importancia de lactancia y primeros mil días de nacido.
- Alimentos complementarios

La campaña digital que por nombre llevará “Vida Futura” busca aportar a la prevención de casos futuros con desnutrición infantil que continua en aumento con una sociedad cuyo presente tiene un notorio aumento de situaciones deplorables en algunos de los casos.

5.9 Eje Rector Superación

Este eje rector transmite un sentimiento de superación y motivación ante la problemática social dirigida a los adolescentes que sin importar la etapa en la que se encuentren pueden ser encaminados a un aprendizaje seguro por medios digitales a los que acuden a todas horas por contenido de interés.

5.10 Plus de la campaña

Se desarrollaron piezas gráficas y audiovisuales que no combatan la desnutrición con más imágenes de desnutrición, se genera una campaña que proporcione esperanza a la situación que varios jóvenes están atravesando, se prevé mejorar la calidad de vida con información eficaz en el entorno digital que el público objetivo entiende y maneja.

5.11 Nombre de la Campaña

“Vida Futura”

En nombre de los niños se brinda este nombre por la prevención que se aporta a varios infantes que gozarán de una vida nutricional optima inculcada a través de la enseñanza a sus padres por los canales digitales de los cuales son nativos y con libre acceso por cualquier dispositivo móvil.

La situación actual pone en alerta sobre crecientes casos en un futuro, por ellos no hay que hacerse esperar con el aporte a la solución de una problemática social que lleva años en nuestro país y de manera desafortunada en las zonas rurales y urbanas de nuestra provincia Tungurahua.

5.12 Eslogan

“Nutrición al 100”

Dentro del eslogan se opta por utilizar una frase con términos que se maneja en el vocablo de los adolescentes

5.13 Tono y estilo

El desarrollo de la campaña utiliza un tono INFORMATIVO Y EMOTIVO, como ya mencionado anteriormente se pretende motivar a los jóvenes en su nueva fase de preparación para el cuidado de un infante, de tal manera se llegará a ellos con mensajes puntuales.

El estilo a utilizar será minimalista para dar protagonismo a las piezas gráficas.

5.14 Tipografía

La tipografía utilizada para el identificador visual es la Comfortaa – Regular, el slogan lleva la fuente tipográfica Montserrat la cual se utilizó como fuente corporativa para el uso en las piezas gráficas, las tipografías fueron seleccionadas por su legibilidad incluso en tamaños pequeños, también transmiten modernidad y seguridad

5.15 Cromática

La paleta cromática seleccionada lleva como color principal el celeste que funciona tanto para masculino como femenino y en su psicología transmite seguridad, salud y confianza.

5.16 Descripción Técnica

5.16.1 Matriz estratégica

- **Objetivo 1:** Plantear los recursos a utilizar para la campaña social, generar y posicionar el identificador visual

Tácticas	Acciones	Recursos
Branding	Conceptualizar la idea para la propuesta del identificador	Analizar la investigación previa realizada
	Generar el identificador para la campaña social	Software: Adobe Ilustrador
	Establecer el debido manual de marca	Software: Adobe Ilustrador

Tabla 5 – Matriz estratégica objetivo 1

- **Objetivo 2:** Difundir la campaña en medios digitales para informar la importancia de correcta nutrición en la sociedad

Tácticas	Acciones	Recursos
Diseño de las piezas gráficas y audiovisuales	Animaciones para publicidad con los formatos de las diversas redes	-Software de edición y diseño: Adobe Premier, Adobe After Effects, Adobe Ilustrador
	Post para Facebook, Instagram y storys	Software: Adobe Ilustrador, Adobe After Effects (Post y story)

	animada), Adobe Photoshop
Videos para reels y tik tok	Software de edición: Adobe After Effects

Tabla 6 – Matriz estratégica objetivo 2

- Objetivo 3: Generar un llamado a la acción en los adolescentes.

Tácticas	Acciones	Recursos
Campaña en Redes sociales	Creación de expectativa en redes sociales	Creación de las redes a utilizar: Facebook, Instagram, Tik tok
	Posteos en las diversas redes	Planificación para el manejo de medios
	Anuncios para un mayor alcance de interés	Colaboraciones con Casas de salud

Tabla 7 – Matriz estratégica objetivo 3

5.17 Cronograma de producción

Campaña: 3 meses		Julio				Agosto				Septiembre			
OBJETIVO	ACCIÓN	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
1: Plantear los recursos a utilizar para la campaña social, generar y posicionar el identificador visual.	Conceptualizar la idea para la propuesta	■											
	Generar el identificador		■	■									
	Establecer el manual de marca			■	■								
2: Difundir la campaña en medios digitales para informar la importancia de correcta nutrición en la sociedad.	Videos para publicidad				■	■							
	Post y storys para redes sociales					■	■						
	Videos para reels y tik tok					■	■						
3: Generar un llamado a la acción en los adolescentes.	Creación de expectativa en redes sociales							■					
	Posteos en las diversas redes								■	■	■	■	■
	Anuncios para un mayor alcance de interés								■	■	■	■	■

Tabla 8 – Cronograma de producción

5.18 Cronograma de medios

Campaña: 3 meses		Julio				Agosto				Septiembre			
Red social	Piezas publicitarias	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Facebook	Videos						■	■			■		■
	Post							■	■	■	■	■	■
	Stories								■		■		■
Instagram	Reels							■		■		■	
	Post								■		■		■
	Instagram Stories								■		■		■
Tik tok	Videos								■	■	■	■	■

Tabla 9 – Cronograma de medios

5.19 Acabados

La campaña social se centra en difundirse a través de las redes sociales porque es el canal de comunicación más utilizado por el público objetivo por ende los acabados son digitales.

5.20 Composición

La composición conlleva un formato y línea grafica establecida para que sea uniforme en todas sus aplicaciones. Las piezas gráficas y audiovisuales tienen elementos gráficos asociados al identificador de la campaña.

5.21 Jerarquía

El orden de la creación de las piezas publicitarias es el siguiente:

- Identificador gráfico
- Manual del identificador
- Línea grafica a utilizar en post, ilustración, animación
- Post para redes sociales
- Anuncios para redes sociales
- Videos reels-tik tok

5.22 Funcionalidad

La campaña social lleva como función principal brindar información que aporten a la prevención de la desnutrición infantil para el bienestar de los niños que llevarán un desarrollo intelectual y físico completamente saludable. La concientización hacia los adolescentes se da por medio de implantarles el interés por una planificación familiar ante su vida sexual activa.

5.23 Valor agregado

El valor agregado de la campaña social es que se da un estudio del funcionamiento de los algoritmos en las diversas plataformas que permite llegar de manera directa al publico

deseado, consiguiendo de esa manera la interacción y consumo de contenido con mensajes de valor e importancia para la salud.

5.24 Expresión creativa / puntos clave

La expresión creativa está presente en el manejo del tono y estilo que fue planteado para la campaña.

5.25 Material e insumos

RECURSOS	DESCRIPCIÓN
Humanos	Investigador
	Público objetivo
	Profesionales de la Nutrición
	Profesionales de la Publicidad
Tecnológicos	Internet
	Computador
	Programas de video y diseño
	Cámara

Tabla 10 – Material e insumos

5.26 Presupuesto

DESCRIPCIÓN	COSTO
Branding	\$280
-Creación del Identificador Gráfico	
-Manual de Identidad Corporativa	
-Línea gráfica	
Creación de correo y perfiles en las 3 redes sociales a utilizar:	\$40
-Facebook	
-Instagram	

-TikTok	
Creación de piezas gráficas y animaciones para redes sociales:	\$170
-Post	
-Anuncios animados	
-Stories	
Creación de videos:	\$150
-Reels	
-Tik Tok	
-Grabació y edición	
Social Ads:	\$200
Publicidad pagada en Facebook, Instagram	
TOTAL:	\$840

Tabla 11 - Presupuesto

5.27 Construcción del prototipo

5.28 Identificador gráfico

El identificador fue trabajado para reforzar el tema principal de la campaña social, obteniendo de esa manera la estilización de una pareja cargando a un infante en brazos con todos los elementos asumiendo la forma de un corazón que expresa amor y apoyo, la tipografía del logotipo es san serif con bordes redondos que transmiten suavidad y delicadeza, la tipografía seleccionada para el eslogan es san serif de la familia Montserrat, las 2 fuentes seleccionadas facilitan la legibilidad por sus trazos sin terminaciones. Manual completo véase en el **Anexo 5: Manual de identidad Corporativa**



Gráfico 18 – Identificador gráfico de la campaña



Gráfico 19 – Descripción del Identificador



Gráfico 20 – Versión Horizontal del identificador

5.29 Cromática

En base a la psicología de color se establece una paleta de colores que en su psicología representen la salud:

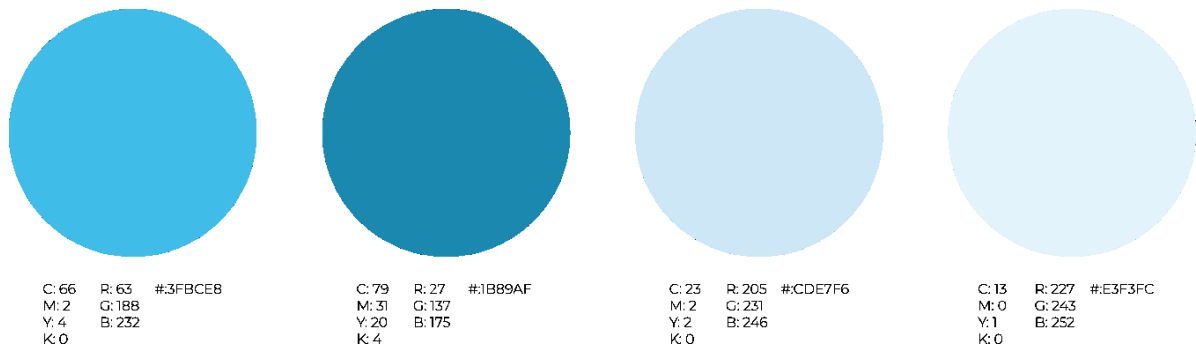


Gráfico 21 – Paleta de color

5.30 Tipografía

Se maneja 2 fuentes tipográficas en el logotipo y eslogan, la fuente tipográfica para el manejo de cuerpos de texto es toda la familia tipográfica Montserrat:



Gráfico 22 – Tipografía de la campaña

5.31 Área de protección

Para evitar que el logotipo pierda su significado e importancia es necesario aislarlo de cualquier objeto que pueda interferir con su estructura y forma. Para ello la medida del área segura se establece por la forma marcada:



Gráfico 23 – Área de protección del identificador

5.32 Usos incorrectos

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad. En ningún momento se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones



Gráfico 24 – Usos incorrectos del identificador

5.33 Elementos gráficos

5.34 Íconos

Los iconos que se manejan dentro de los elementos gráficos llevaran el mensaje de; Asistir a controles evaluativos y nutricionales, estos pueden ser utilizados de manera grupal por la forma en que engloba la frase a los íconos



Acude a controles evaluativos y nutricionales

Gráfico 25 – Íconos

5.35 Formas

Las formas geométricas tendrán presencia en diversos contenidos como post o stories, acordes a la cromática establecida estas formas podrán ser utilizadas de diversas maneras como transparencias, duplicados, variación de tamaño, animación.

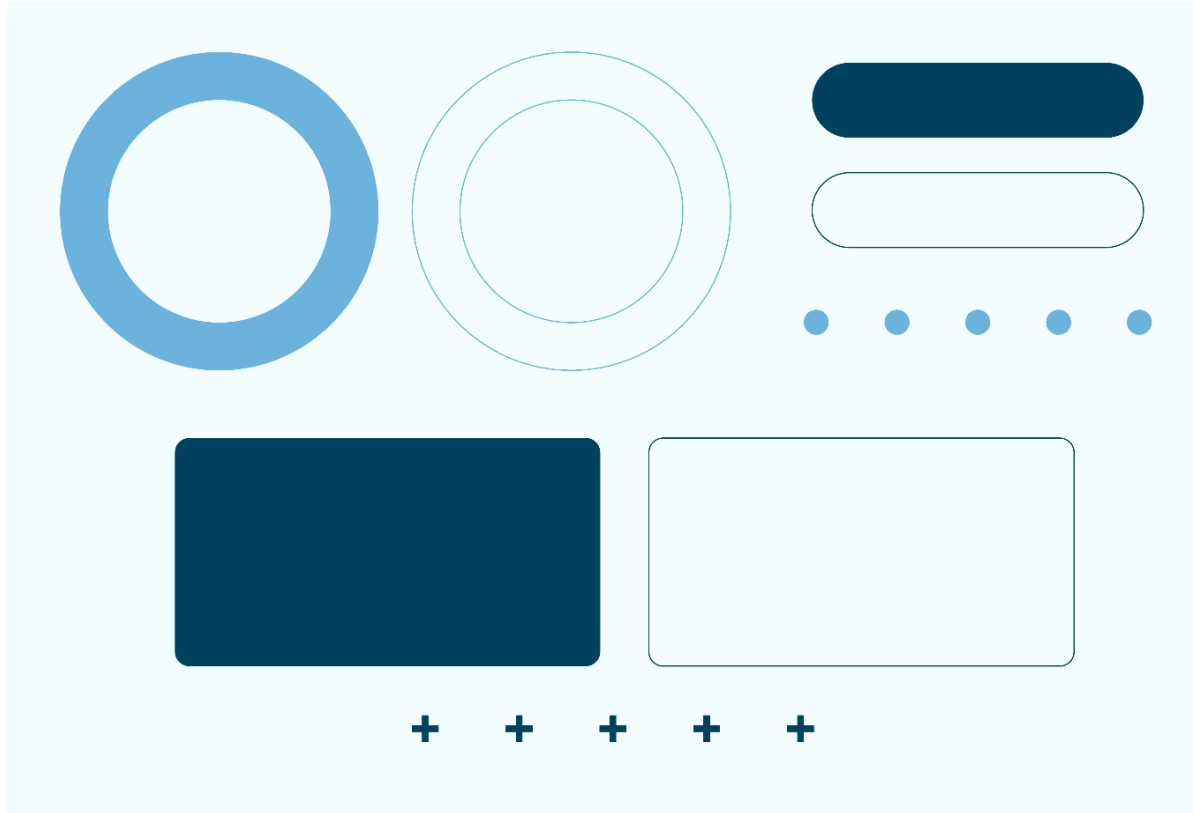


Gráfico 26 – Formas geométricas

5.36 Elementos visuales

Para representar tanto al público objetivo como a niños para la transmisión del mensaje se aplicará el manejo de ilustraciones, esto como medida de respetar las normas y políticas de comunidad que manejan las redes sociales al prohibir el contenido de fotografía y videos de menores de edad. Sin embargo, el uso de personal médico en los diversos contenidos, son

transmitidos con fotografías reales por la importancia de mostrar el trabajo en conjunto con profesionales de la salud.



Gráfico 27 – Estilo de ilustración 1



Gráfico 28 – Estilo de ilustración 2



Gráfico 29 – Fotografía de personal médico

5.37 Contenido

Dimensiones: Las proporciones para los diversos contenidos de las redes sociales utilizadas se presentan en las siguientes gráficas:

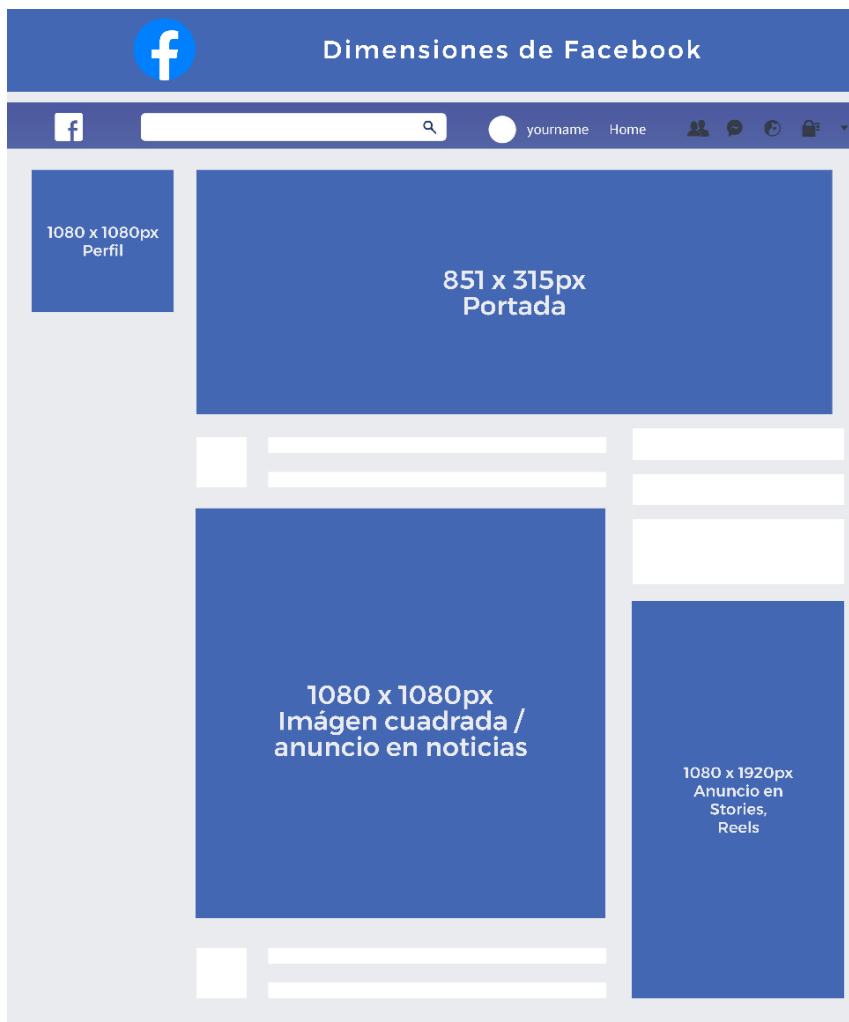


Gráfico 30 – Dimensiones para Facebook

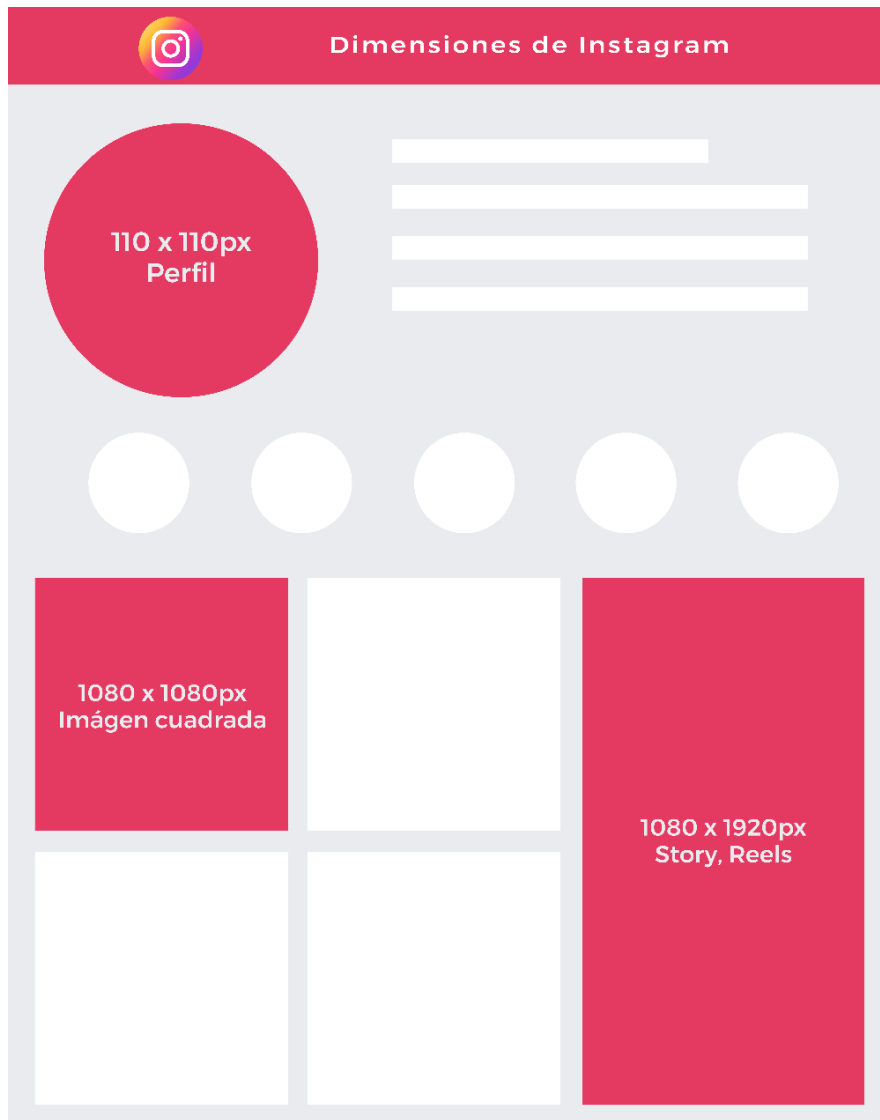


Gráfico 31 – Dimensiones para Instagram

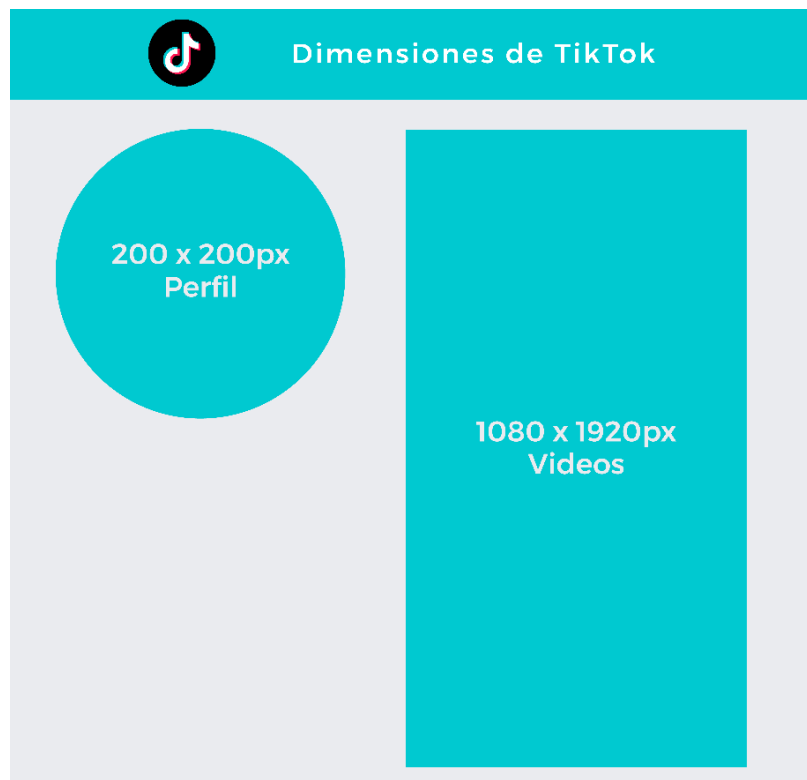


Gráfico 32 – Dimensiones para TikTok

5.38 Perfiles

Facebook: Se establece el perfil con la imagen del identificador de la campaña y portada con una descripción del aporte que se realiza para brindar información y recomendaciones para la prevención y concientización de la desnutrición infantil. Para un orden y planificación en las publicaciones se maneja Meta Bussines, plataforma que permite planificar próximas publicaciones automaticas en horarios y fechas definidas. En las publicaciones se aporta en los temas de mayor interes que requeria el público encuestado;

- Planificación familiar.
- Cuidados necesarios antes, durante y después del parto.
- Importancia de lactancia y primeros mil días de nacido.
- Alimentos complementarios

5.39 Facebook;



Gráfico 33 – Fan Page

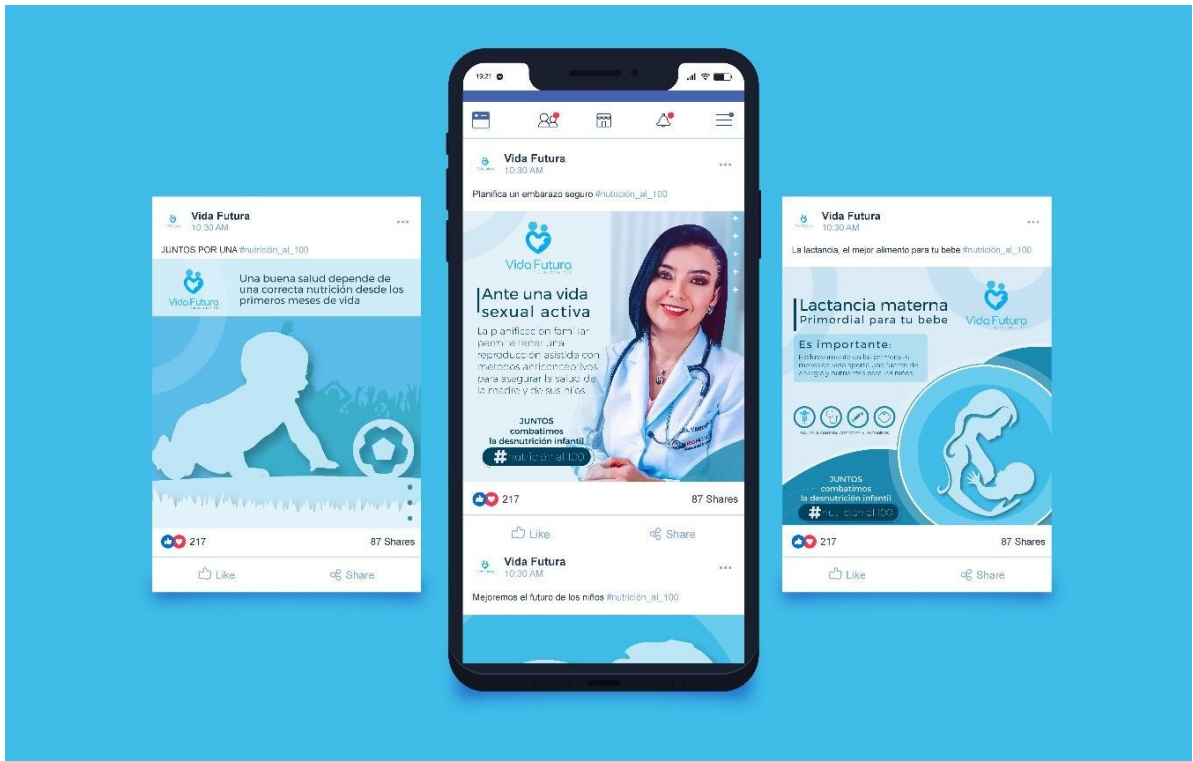


Gráfico 34 – Facebook en telefono movil

5.40 Instagram:



Gráfico 35 - Instagram

5.41 Stories:

Las stories de inicio tendrán animación de textos y elementos gráficos que sean parte de la composición, las fotografías serán previamente recortadas y editadas para ser utilizadas en formato png, los textos llevaran la fuente establecida en el manual, el identificador y una melodía musical de fondo también tendrán presencia en los

diseños de historias para redes sociales. Para mayor interacción con el público objetivo se utilizara enlaces o cajas de pregunta respuesta.

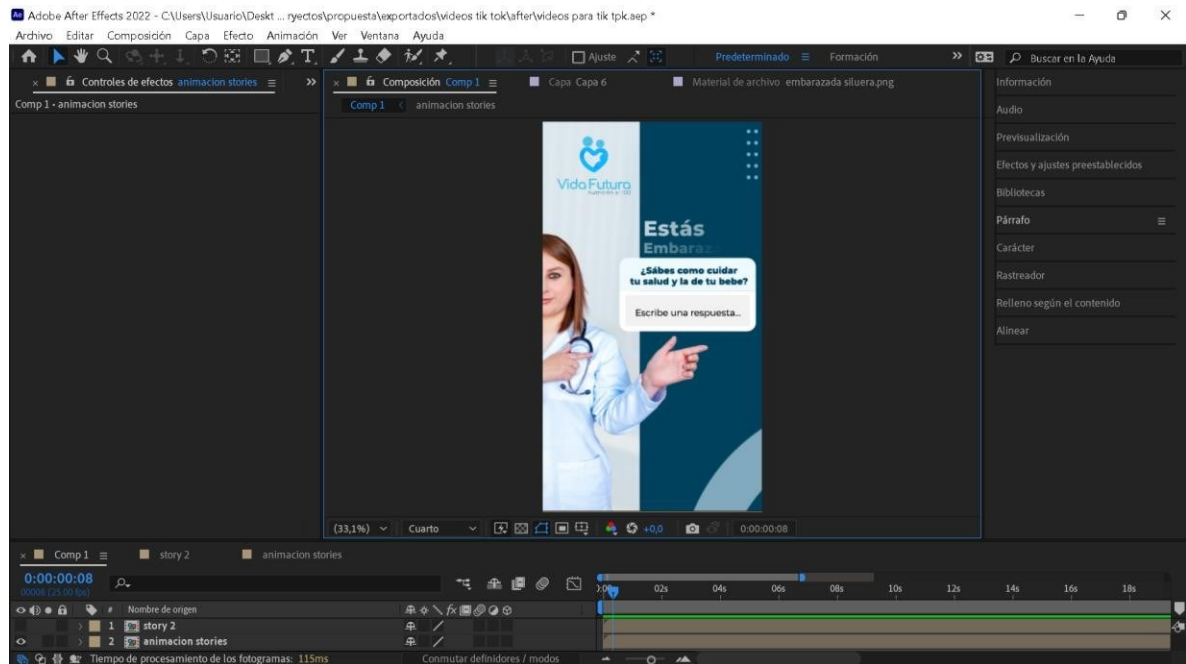


Gráfico 36 – animación de Story interactivo (Pregunta-respuesta)

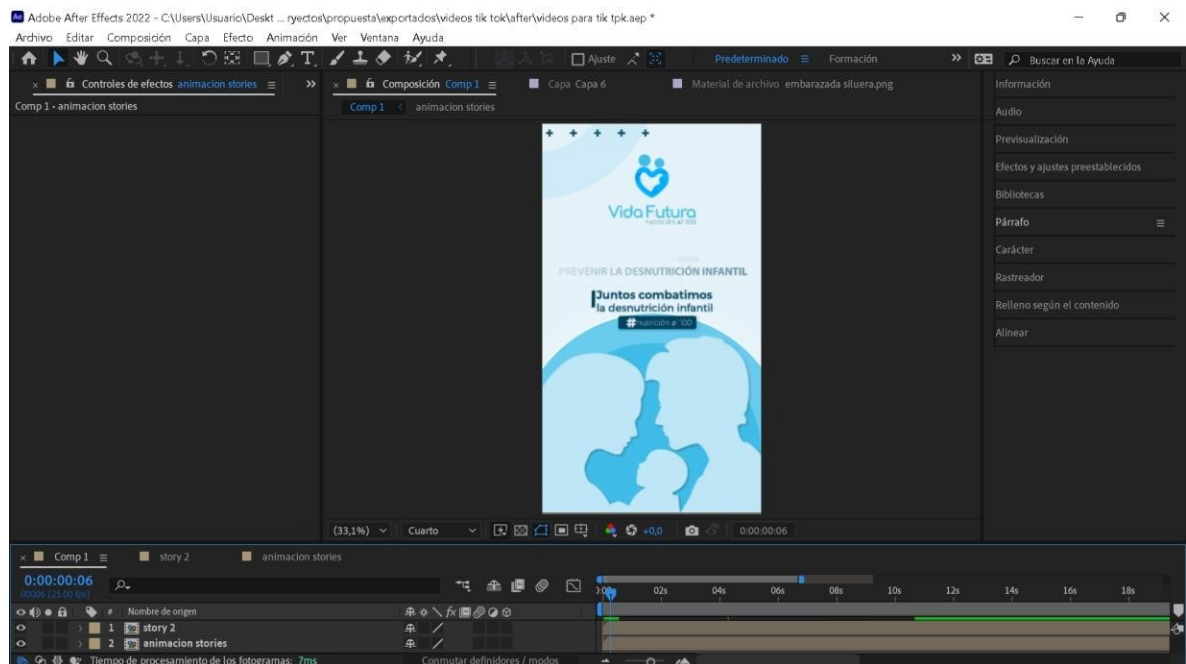


Gráfico 37 – animación de Story ilustrado

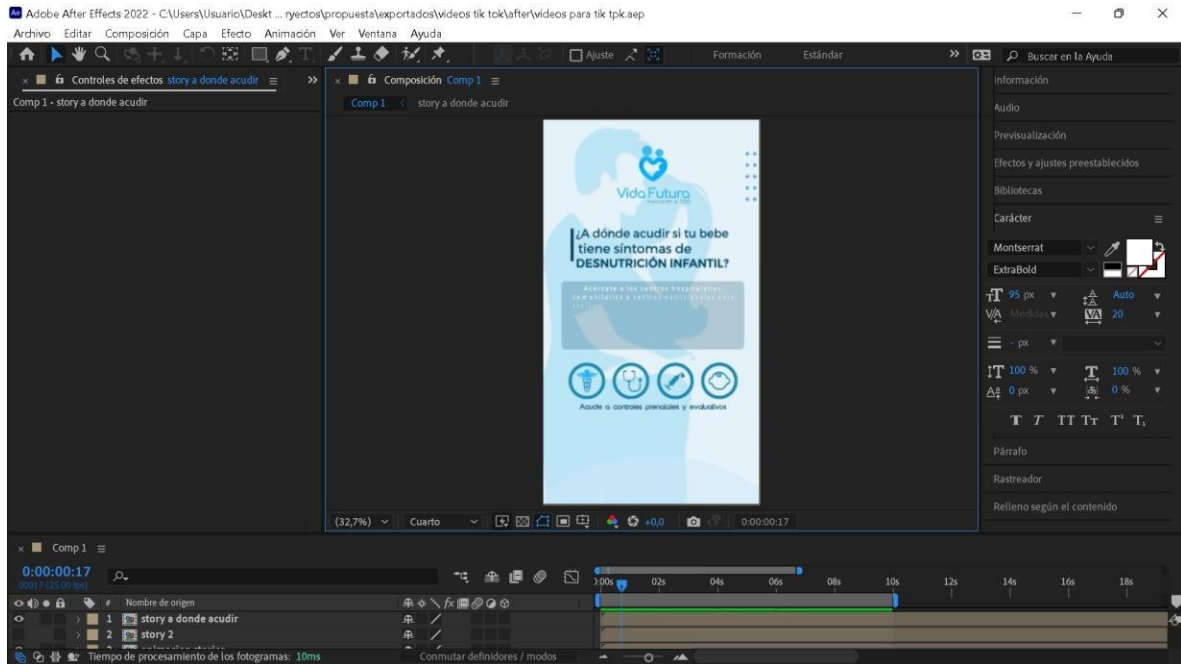


Gráfico 38 – animación de Story (A dónde acudir)

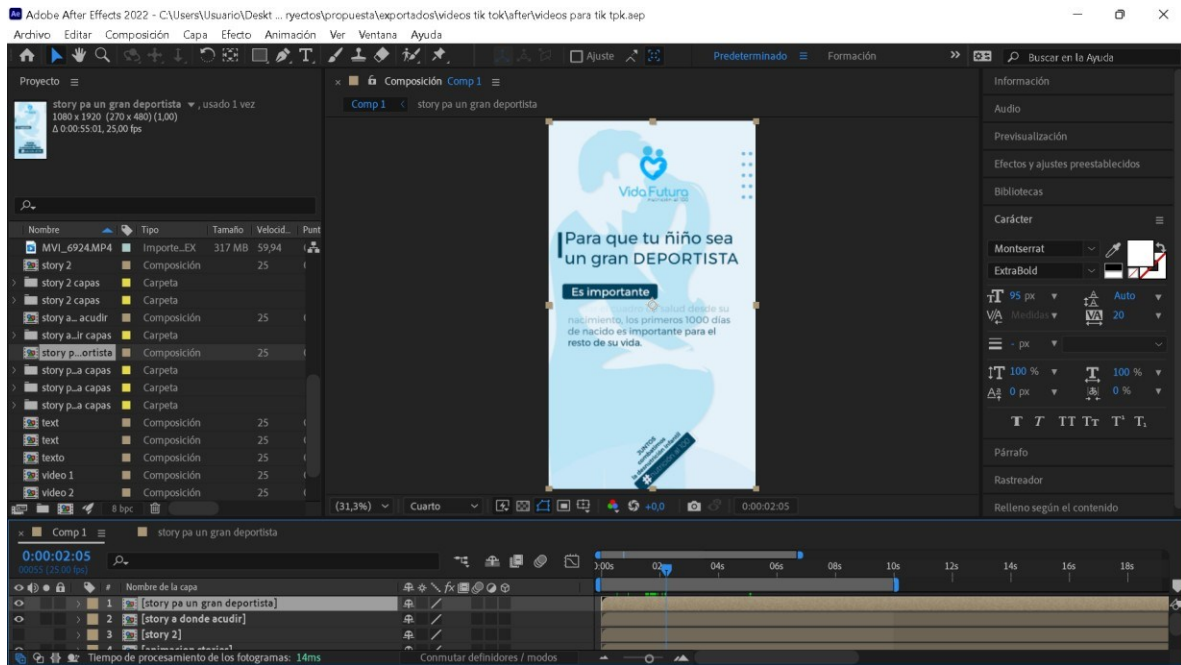


Gráfico 39 – animación de Story (Para que tu niño sea un gran deportista)

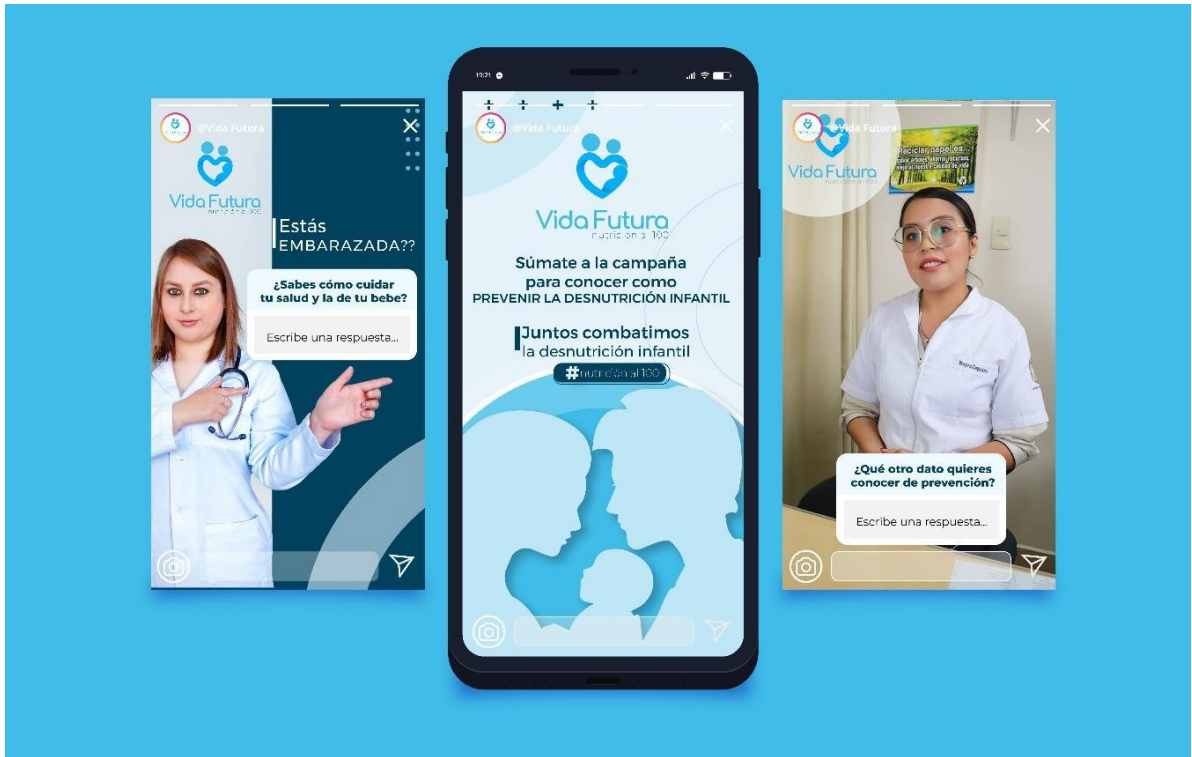


Gráfico 40 – Mockup Stories para Instagram

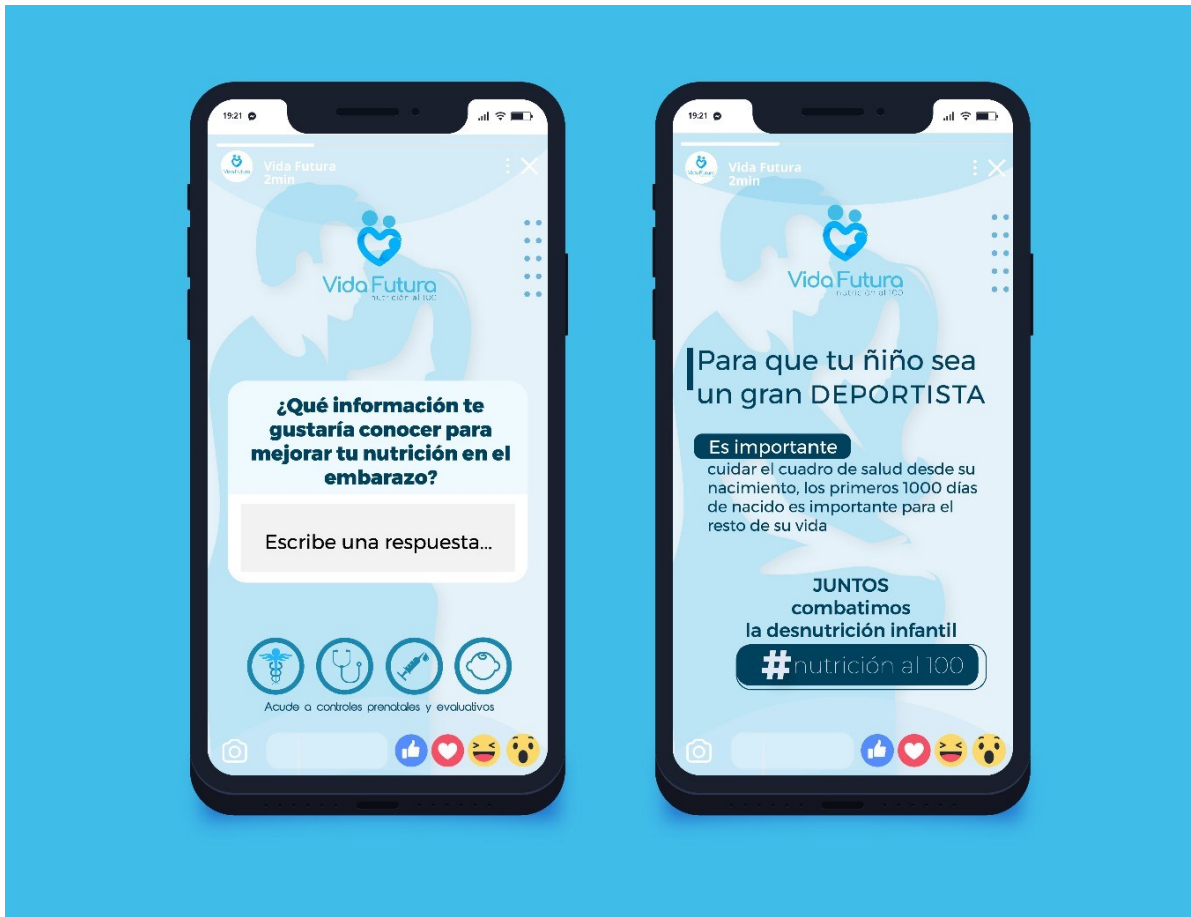


Gráfico 41 – Mockup Stories para Facebook

5.42 Anuncio para Facebook e Instagram:

Los anuncios al igual que las stories tendrán animación de textos y de los elementos gráficos, en base a entrevistas realizadas se aplicará la estrategia de crear un anuncio con

duración de 5 segundos para que el usuario recpte la información antes de poder saltar el anuncio.

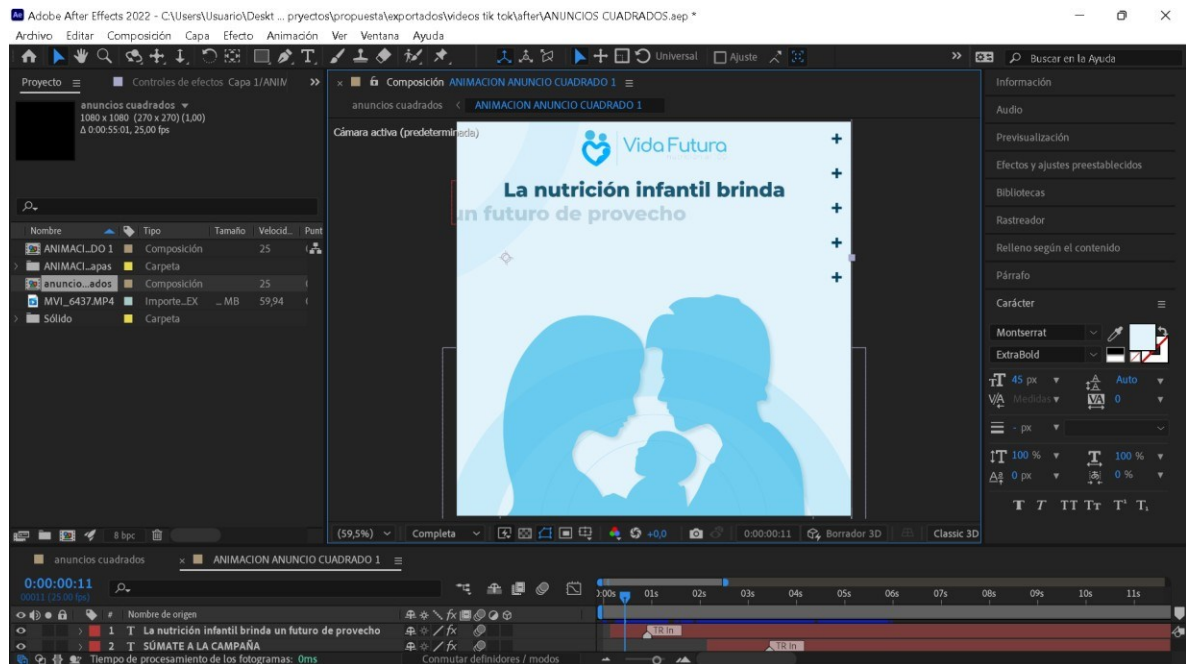


Gráfico 42 - Animación de anuncio



Gráfico 43 – Anuncios en formato cuadrado

5.43 TikTok:

En esta red social los títulos tendrán una fuente tipografía y encasillado de gran proporción para la rápida lectura, las tomas de video presentan al personal medico en un plano medio en su área de trabajo. La información que se comparte no utiliza palabras técnicas de difícil comprensión, el tiempo determinado para los videos es menor a 1 min.

Edición de videos

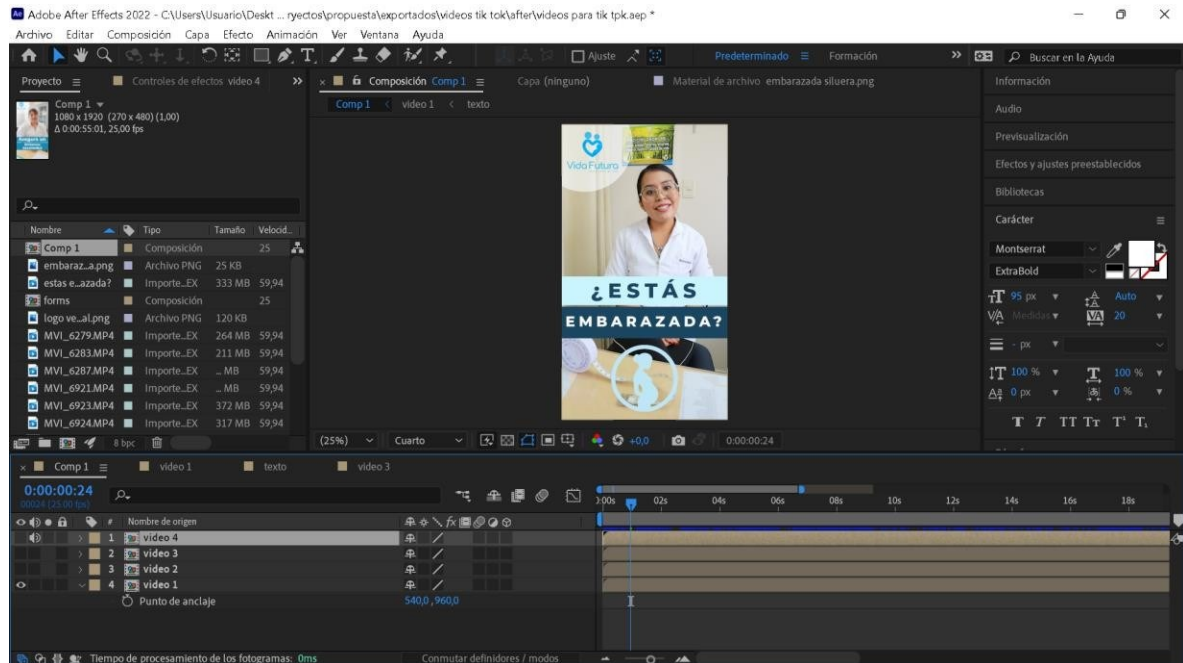


Gráfico 44 – Edición de video ¿Estás Embarazada?

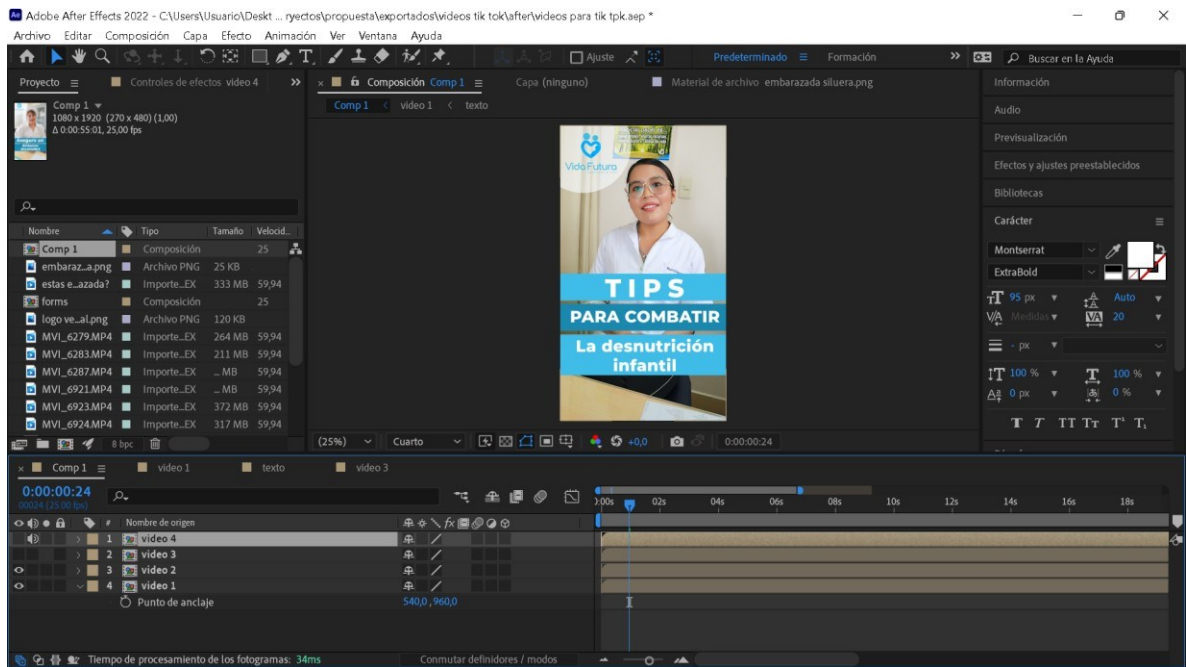


Gráfico 45 - Edición de video Tips para combatir la desnutrición infantil

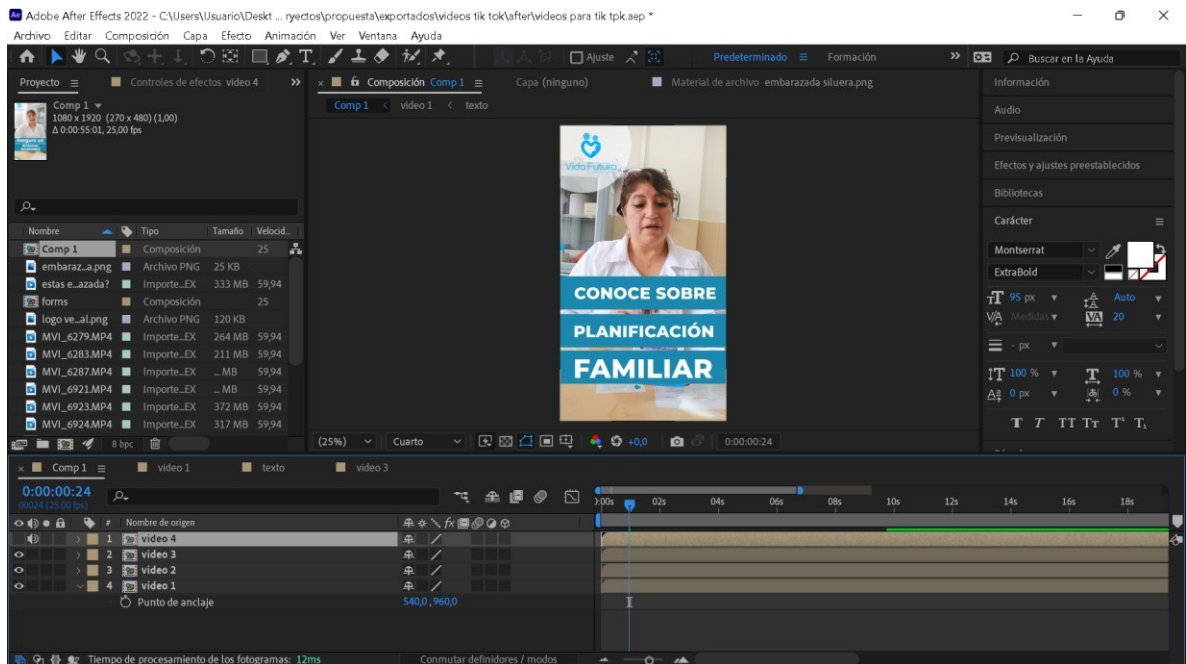


Gráfico 46 - Edición de video Conoce sobre la planificación familiar

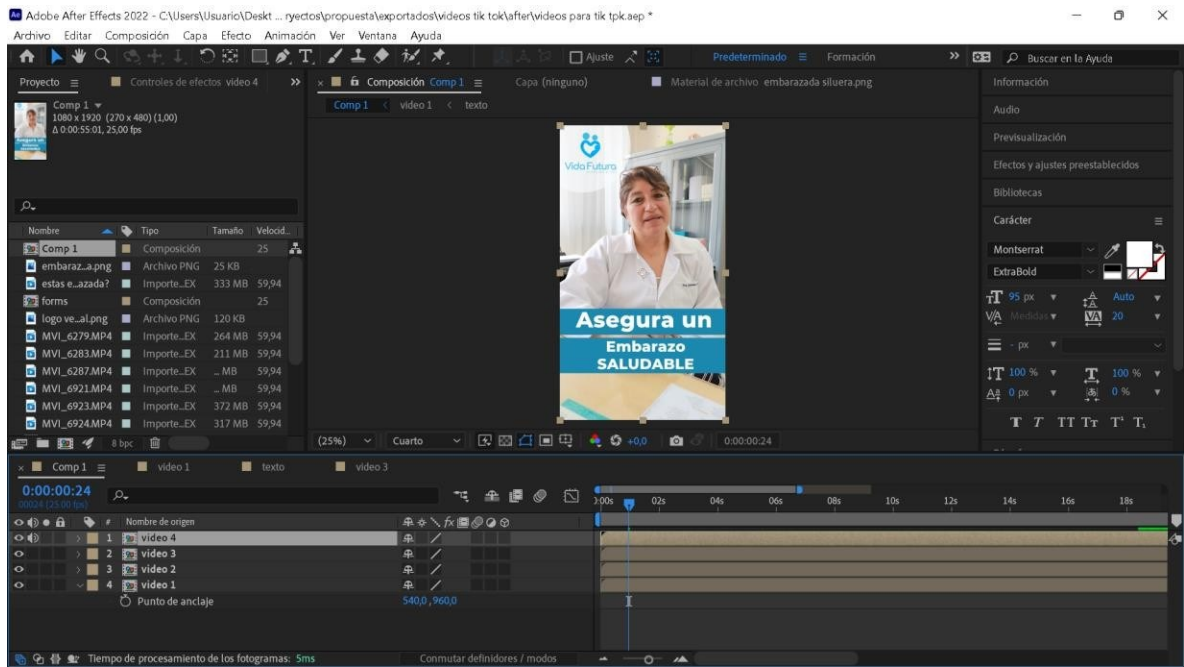


Gráfico 47 - Edición de video Asegura un embarazo saludable



Gráfico 48 - TikTok

5.44 Meta Busiines:

Para la organización y publicación automática de los contenidos a las redes sociales se utiliza la herramienta meta bussines que permite llevar un correcto cronograma.

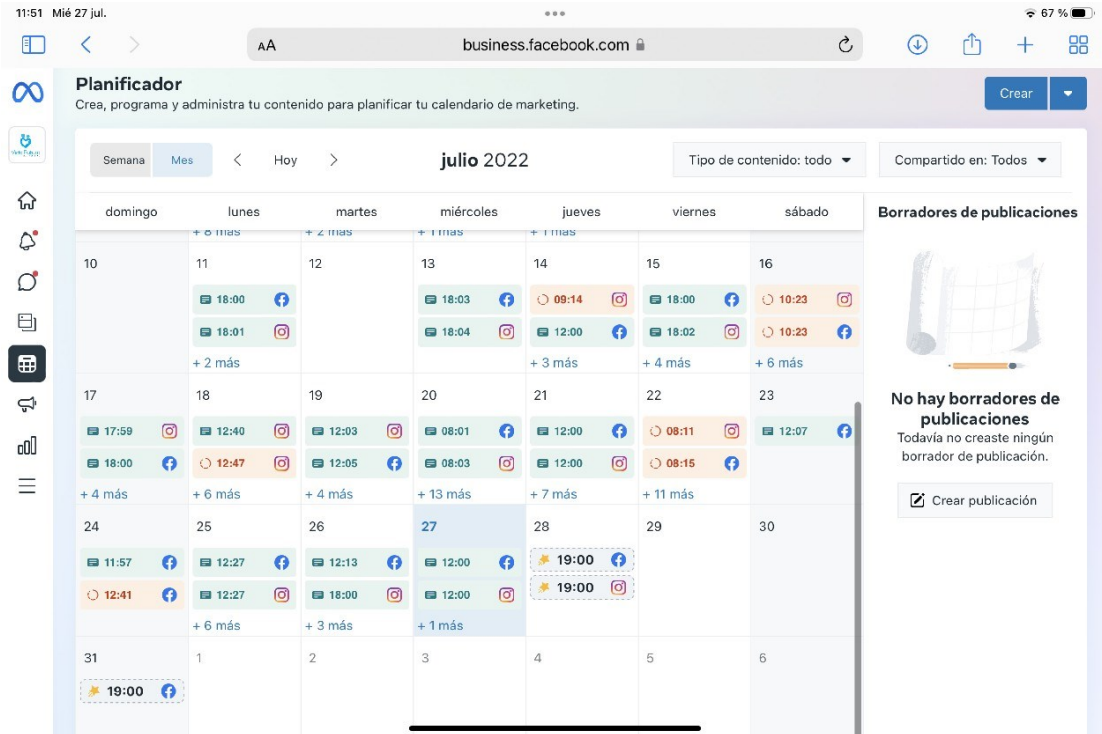
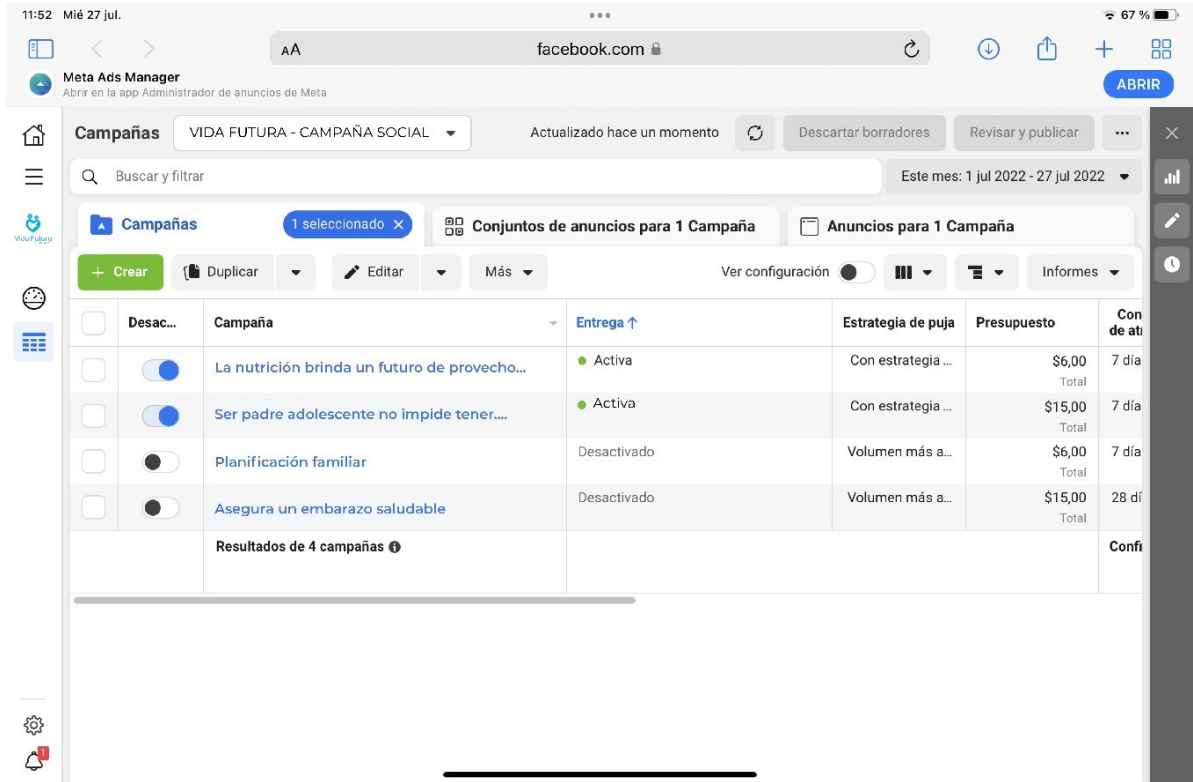


Gráfico 49 – Meta bussines

5.45 Pauta:

Para llegar directamente al público objetivo se paga publicidad en redes sociales, de esta manera se puede establecer los parámetros y segmentación requerida.



The screenshot displays the Meta Ads Manager interface. At the top, it shows the account name 'VIDA FUTURA - CAMPAÑA SOCIAL' and the status 'Actualizado hace un momento'. Below this, there are search and filter options, and a date range of 'Este mes: 1 jul 2022 - 27 jul 2022'. The main content area shows a table of campaigns with columns for 'Desac...', 'Campaña', 'Entrega', 'Estrategia de puja', 'Presupuesto', and 'Con de at'. There are four campaigns listed, two of which are active and two are deactivated. The active campaigns have budgets of \$6,00 and \$15,00, and durations of 7 days. The deactivated campaigns have budgets of \$6,00 and \$15,00, and durations of 7 days and 28 days respectively. A summary row at the bottom indicates 'Resultados de 4 campañas'.

Desac...	Campaña	Entrega ↑	Estrategia de puja	Presupuesto	Con de at
<input type="checkbox"/>	La nutrición brinda un futuro de provecho...	● Activa	Con estrategia ...	\$6,00 Total	7 día
<input type="checkbox"/>	Ser padre adolescente no impide tener....	● Activa	Con estrategia ...	\$15,00 Total	7 día
<input type="checkbox"/>	Planificación familiar	● Desactivado	Volumen más a...	\$6,00 Total	7 día
<input type="checkbox"/>	Asegura un embarazo saludable	● Desactivado	Volumen más a...	\$15,00 Total	28 dí
Resultados de 4 campañas ⓘ					Confi

Gráfico 50 – Publicidad pagada

CAPÍTULO VI.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6. Conclusiones

Organismos como la UNICEF, leyes de marco legal como el código de la niñez y adolescencia, ley orgánica de la salud o la constitución del Ecuador amparan la salud y bienestar de este grupo social, por ello se da la creación de proyectos como Infancia con Futuro que busca mitigar las problemáticas que afecten de manera directa o indirecta a los niños y adolescentes.

Tras realizar la investigación sobre la problemática social que afecta al Ecuador durante varios años ciertamente entendemos que no es una situación de tomarlo a la ligera, requiere un conocimiento para prevenir la desnutrición infantil, comenzando por la parte de cuidados ante una vida sexual activa, las jóvenes parejas al desconocer de temas importantes para la erradicación de esta problemática hacen caso omiso por no saber a las complicaciones que se puede llegar en caso de un embarazo no deseado, seguido por un descuido en el estado nutricional previo y durante el embarazo obteniendo como resultado un nuevo caso de desnutrición. La recolección de información fue importante en el público objetivo para conocer hasta dónde llega su conocimiento del problema social, en la mayoría de los casos predominaba el desconocimiento, el apoyo de la parte profesional del área nutricional y de salud aporta en gran medida con las indicaciones del que hacer antes, durante y después del alumbramiento.

De esta manera y apuntando hacia un público objetivo joven nativo de las redes sociales y apegados constantemente a un teléfono celular se aplicaron acabados digitales que impartan el conocimiento apropiado y profesional en temas nutricionales y de salud, con social ads se llega de manera directa al objetivo segmentado en todas las redes sociales, la interacción y el contenido diario son vitales para el crecimiento constante de la campaña, la interacción de preguntas y respuestas para saber que temas adicionales le gustaría al público conocer son vitales para otorgar una respuesta. La planificación para un manejo y publicación de contenido variado se realiza a través de Meta bussines que permite la programación

automática de publicaciones, utilizar tendencias de contenido son igual de importantes para un mayor alcance.

6.1 Recomendaciones

El embarazo en tempranas edades genera afectaciones económicas a las jóvenes familias, y aún más si sus niños llegan a contraer desnutrición infantil por ello esta campaña es útil para ayudar con datos profesionales para educar y guiar sobre la realidad que el país atraviesa, con mayor asentamiento en áreas rurales, por medio de plataformas digitales el alcance que se llega a tener es el esperado por su amplia difusión y usuarios que lo visualizan desde cualquier punto de ubicación.

Para próximas campañas enfocadas al bienestar de niños y adolescentes se recomienda continuar aplicando estrategias digitales por el alcance que se puede llegar a tener, a más de que son los jóvenes quienes crecieron en un nuevo ambiente comunicacional, aplicar las herramientas y nuevas tendencias de difusión de contenido para tener un mayor éxito en campañas sociales.

Buscar convenios con casas de salud, profesionales en el área de nutrición y planificación familiar aportaran en gran medida a la educación sexual y responsabilidad que recae sobre la misma.

7. BIBLIOGRAFÍA

Referencias

(s.f.).

Acción Contra el Hambre. (2022). *Acción Contra el Hambre*. Obtenido de Prevención de la desnutrición: <https://www.accioncontraelhambre.org/es/prevencion-de-la-desnutricion>

Alvarado, M. (2005). *La publicidad social: concepto, objeto y objetivos*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3662339>

Andreasen, A. (2002). *Ética y marketing social*. Sao Paulo: Futura.

CEPAL. (02 de 04 de 2018). *Malnutrición en niños y niñas en América Latina y el Caribe*. Obtenido de NACIONES UNIDAS: <https://www.cepal.org/es/enfoques/malnutricion-ninos-ninas-america-latina-caribe>

Consejo Nacional de Planificación. (2017). *Plan nacional de Desarrollo 2017 - 2021*. Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Del Hierro, R. (2012). Campaña contra la desnutrición infantil "Alimenta su vida cosecha sus sueños". *Sueño Tricolor*. Universidad San Francisco de Quito, Quito.

EL COMERCIO. (3 de diciembre de 2021). Política. *Venta del Banco del Pacífico busca financiar plan de desnutrición crónica*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/politica/banco-pacifico-venta-desnutricion-cronica.html>

EL UNIVERSO. (23 de 05 de 2021). *Desnutrición crónica infantil, otro de los problemas que afecta a Ecuador y que va en aumento por la pandemia*. Obtenido de EL UNIVERSO: <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/desnutricion-cronica-infantil-otro-de-los-problemas-que-afecta-a-ecuador-y-que-va-en-aumento-por-la-pandemia-nota/>

Erickson, B. F. (2010). *La publicidad*. Firms Press.

Espuny, M. (17 de 03 de 2021). *Las redes sociales como medio de comunicación*. Obtenido de COMMA: <https://agenciacomma.com/analisis-de-datos/las-redes-sociales-como-medio-de-comunicacion/>

FAO. (2004). *FAO*. Obtenido de FAO: <https://www.fao.org/in-action/pesa-centroamerica/temas/conceptos-basicos/en/>

García, J. (17 de enero de 2011). *Derecho Ecuador*. Obtenido de EL DERECHO CONSTITUCIONAL A LA SALUD: <https://derechoecuador.com/el-derecho-constitucional-a-la-salud/>

GESTION DIGITAL. (21 de 01 de 2021). *MULTIPLICA EDICIONES*. Obtenido de <https://www.revistagestion.ec/sociedad-analisis/la-desnutricion-infantil-le-pasara-una-severa-factura-al-ecuador>

Gobierno Nacional De La República Del Ecuador. (2008). *Desnutrición cero*. Obtenido de PROYECTO DESNUTRICION CERO: http://instituciones.msp.gob.ec/dps/morona_santiago/index.php?option=com_content&view=article&id=149:proyecto-desnutricion-cero&catid=38:desnutricion-cero&Itemid=161

Healthy Children. (2021). *American Academy of Pediatrics*. Obtenido de [healthychildren.org: https://www.healthychildren.org/Spanish/ages-stages/teen/dating-sex/Paginas/Teen-Parents.aspx](https://www.healthychildren.org/Spanish/ages-stages/teen/dating-sex/Paginas/Teen-Parents.aspx)

Jordán, V. (19 de febrero de 2015). *Revista Psicología Científica*. Obtenido de Padres adolescentes, ¿crianza conflictiva?: <https://www.psicologiacientifica.com/padres-adolescentes-crianza-conflictiva>

LA HORA. (22 de 01 de 2021). NOTCIAS TUNGURAHUA. *Desnutrición infantil en Tungurahua supera cifras de la media nacional*.

López, Y. (30 de septiembre de 2011). Embarazo en la adolescencia y su repercusión biopsicosocial sobre el organismo de la madre y de su futuro hijo. *Revista Cubana de Enfermería*. Obtenido de https://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03192011000400011

Martinez, D. (11 de septiembre de 2020). *Loud*. Obtenido de Importancia de contar con una línea grafica para tu marca o negocio: [https://www.loudcr.com/importancia-de-contar-con-una-linea-grafica/#:~:text=Una%20l%C3%ADnea%20gr%C3%A1fica%20representa%20la,nuestra%20marca%20con%20el%](https://www.loudcr.com/importancia-de-contar-con-una-linea-grafica/#:~:text=Una%20l%C3%ADnea%20gr%C3%A1fica%20representa%20la,nuestra%20marca%20con%20el%20)

Ministerio de Economía y Finanzas. (2020). *INFORME SEMESTRAL DE EJECUCIÓN*. Quito.

Ministerio de Economía y Finanzas. (30 de octubre de 2021). *Gobierno del encuentro*. Obtenido de Gobierno Nacional envía a la Legislatura la Proforma Presupuestaria del año 2022: [https://www.finanzas.gob.ec/gobierno-nacional-envia-a-la-legislatura-la-proforma-presupuestaria-del-anos-2022/#:~:text=Dando%20cumplimiento%20a%20los%20plazos,Derivados%20Deficitarios%20%E2%80%93%20CFDD\)%20y%20que](https://www.finanzas.gob.ec/gobierno-nacional-envia-a-la-legislatura-la-proforma-presupuestaria-del-anos-2022/#:~:text=Dando%20cumplimiento%20a%20los%20plazos,Derivados%20Deficitarios%20%E2%80%93%20CFDD)%20y%20que)

MINISTERIO DE SALUD. (2018). *Plan intersectorial de Alimentación y Nutrición Ecuador*. Quito, Ecuador.

Ministerio de Salud Pública. (04 de 06 de 2018). *Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de Ministerio de Salud Pública: <https://www.salud.gob.ec/las-acciones-a-favor-de-los-ninos-son-prioridad-del-ministerio-de-salud-publica/>

Ministerio de Salud Pública. (2018). *Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de Las acciones a favor de los niños son prioridad del Ministerio de Salud Pública: <https://www.salud.gob.ec/las-acciones-a-favor-de-los-ninos-son-prioridad-del-ministerio-de-salud-publica/>

MINISTERIO DE TELECOMUNICACIONES. (14 de 07 de 2021). *MINISTERIO DE TELECOMUNICACIONES*. Obtenido de MINISTERIO DE TELECOMUNICACIONES: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/autoridades-del-gobierno-del-encuentro-firmaron-acuerdo-para-combatir-la-desnutricion-infantil/>

Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2016). *Gobierno del Encuentro*. Obtenido de 91% de ecuatorianos utiliza las redes sociales en su teléfono inteligente: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/91-de-ecuatorianos-utiliza-las-redes-sociales-en-su-telefono-inteligente/>

Morgan, P. V. (2000). *Marketing Communications (Imc) in a Social Marketing Context*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/877/87724146003.pdf>

MSP, M. M. (2018). *Política intersectorial de prevención de Embarazo de niñas y adolescentes*. Obtenido de <https://www.unicef.org/ecuador/media/5606/file/MILENA-Consecuencias-socioeconomicas-del-Embarazo-Adolescente-en-Ecuador.pdf.pdf>

Munari, B. (2016). *Diseño y comunicación visual (2da. ed)*. GG.

NEDIGER, M. (21 de 10 de 2020). *Comunicación Visual: Definición, Ejemplos y Plantillas*. Obtenido de VENNGAGE: <https://es.venngage.com/blog/comunicacion-visual/>

- Nuevo Periódico. (11 de diciembre de 2020). *Nuevo Periódico*. Obtenido de 7 tendencias principales en publicidad social para 2021: <https://nuevoperiodico.com/7-tendencias-principales-en-publicidad-social-para-2021/>
- Ortiz, D. (20 de enero de 2022). *Cyberclick*. Obtenido de Estrategias de publicidad: qué son, tipos y 10 ejemplos: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategias-de-publicidad-que-son-tipos-y-ejemplos>
- PRENSA LATINA. (30 de 11 de 2021). *Nuevo plan busca disminuir desnutrición infantil crónica en Ecuador*. Obtenido de PRENSA LATINA: <https://www.prensa-latina.cu/2021/11/30/nuevo-plan-busca-disminuir-desnutricion-infantil-cronica-en-ecuador>
- Prensa Latina. (30 de noviembre de 2021). *Prensa Latina*. Obtenido de Nuevo plan busca disminuir desnutrición infantil crónica en Ecuador: <https://www.prensa-latina.cu/2021/11/30/nuevo-plan-busca-disminuir-desnutricion-infantil-cronica-en-ecuador>
- Primicias.ec. (13 de 10 de 2021). *Violencia sexual y mala alimentación*. Obtenido de PRIMICIAS: <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/hacinamiento-ninas-ecuador-pobreza-violencia-clases/>
- Rivera, J. (2019). *La malnutrición infantil en Ecuador: una mirada desde las*. Obtenido de <https://doi.org/10.5354/0719-6296.2019.51170>
- Rubio, R. (2013). *Introducción al Marketing*. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/62288>
- Rubio, R. S. (20013). *Introducción al marketing*. ECU.
- Salvador, L. G. (06 de 09 de 2021). *INFORMES DEL OBSERVATORIO*. Obtenido de OBSERVATORIO DE GASTO PÚBLICO: <https://www.gastopublico.org/informes-del-observatorio/el-primer-presupuesto-elaborado-por-el-gobierno-de-guillermo-lasso-en-que-se-gasta-y-de-donde-sale-el-dinero>

Tassino, B. (2020). *Comunicación Visual*. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/51949_207271.pdf

UNFPA Ecuador. (13 de octubre de 2021). *El Fondo de Población de las Naciones Unidas*. Obtenido de El embarazo adolescente impacta en la economía de las mujeres y tiene un alto costo socioeconómico para el Estado: <https://ecuador.unfpa.org/es/news/el-embarazo-adolescente-impacta-en-la-econom%C3%ADa-de-las-mujeres-y-tiene-un-alto-costo>

UNICEF. (14 de JULIO de 2019). *ESTADO MUNDIAL DE LA INFANCIA 2019*. Obtenido de UNICEF: <https://www.unicef.org/media/62486/file/Estado-mundial-de-la-infancia-2019.pdf>

UNICEF. (15 de octubre de 2019). *Para cada infancia*. Obtenido de UNICEF: <https://www.unicef.org/es/comunicados-prensa/la-mala-alimentaci%C3%B3n-perjudica-la-salud-de-los-ni%C3%B1os-en-todo-el-mundo-advierte>

Unicef. (11 de mayo de 2021). *unicef.org*. Obtenido de unicef.org: <https://www.unicef.org/ecuador/comunicados-prensa/la-desnutrici%C3%B3n-cr%C3%B3nica-es-un-problema-que-va-m%C3%A1s-all%C3%A1-del-hambre>

UNICEF España. (2011). LA DESNUTRICIÓN INFANTIL. *UNICEF*, 32.

Vaz, G. N. (2003). *Marketing Institucional*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/877/87724146003.pdf>

Walker, E. S. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Mexico. Obtenido de https://www.academia.edu/51048891/Stanton_W_Etzel_M_and_Walker_Bruce_2007_Fundamentos_de_marketing_14e_McGraw_Hill_Interamericana_M%C3%A9xico

8. ANEXOS

Anexo 1: Encuesta al Público objetivo

- EDAD
- ¿Cuáles son las redes sociales que más frecuenta?
- ¿A través de que contenido prefiere informarse en redes sociales?
- ¿Cuánto tiempo le invierte a las redes sociales?
- ¿Qué aspectos conoce sobre desnutrición infantil?
- En la escala del 1 al 5, siendo 1 nada y 5 mucho ¿Cuánto conoce sobre los riesgos de la desnutrición infantil en menores de 2 años?
- En la escala del 1 al 5, siendo 1 nada y 5 mucho ¿Cuánto conoce sobre los tipos de tratamientos existentes para la desnutrición infantil en menores de 2 años?
- En la escala del 1 al 5, siendo 1 nada y 5 mucho ¿Cuánto conoce sobre métodos para prevención de la desnutrición infantil en menores de 2 años?
- Si encuentra en alguna red social el tema de desnutrición infantil, ¿Qué información le gustaría conocer?
¿Apoyaría a la difusión de una campaña social para concientizar a padres adolescentes sobre la desnutrición infantil en Tungurahua?

Anexo 2: Entrevista a profesionales de la salud

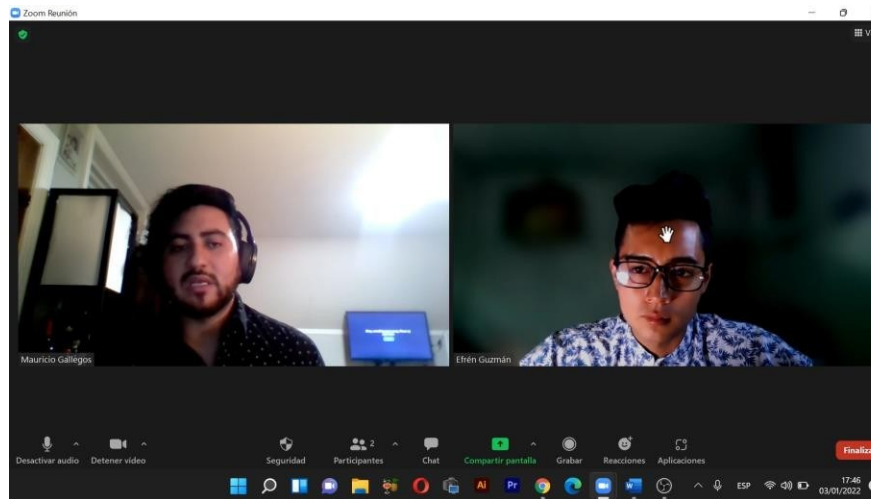
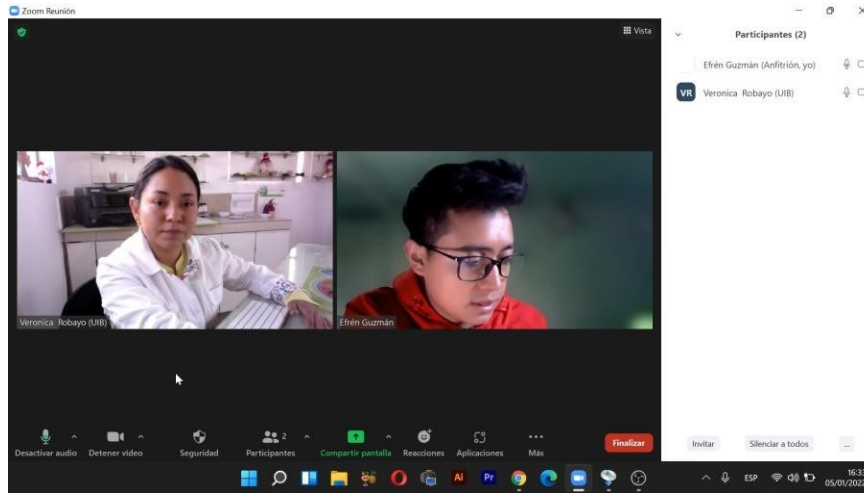
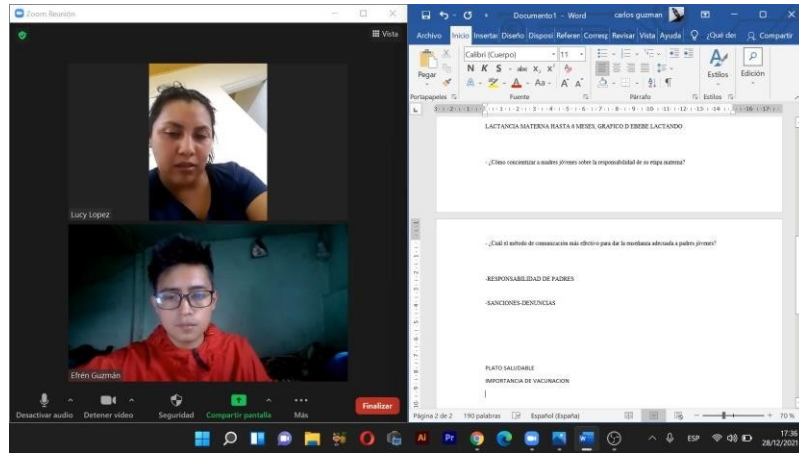
¿Cuál es la situación real de desnutrición infantil dentro de la provincia de Tungurahua?
¿Cuál es la principal razón de la desnutrición infantil?
¿Qué tipos de desnutrición existen?
¿Cuál es el riesgo de tener desnutrición infantil?
¿Cuál es el tipo de desnutrición más predominante dentro de la provincia?
¿Cuál es el rango de padres adolescentes con niños en etapa de desnutrición?

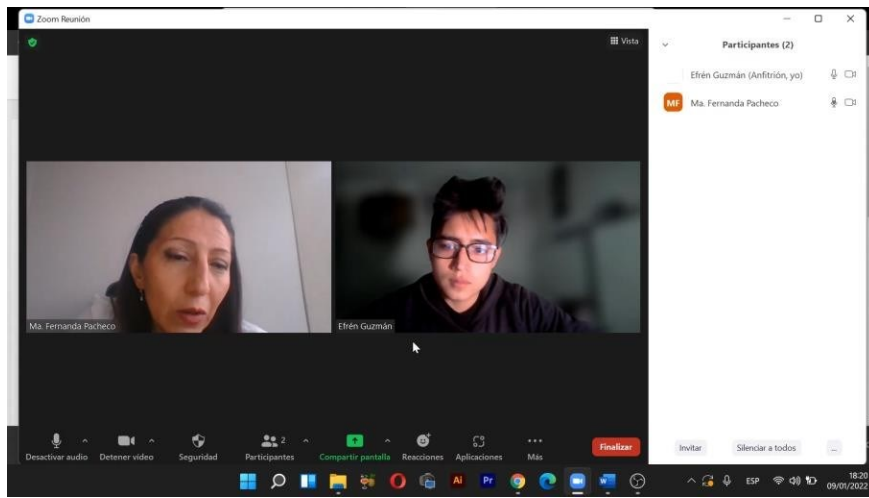
¿Cuáles son los tratamientos para seguir cuando el niño tiene desnutrición infantil?
¿Cuál es el mayor desconocimiento por parte de las madres sobre el cuidado de sus niños?
¿Cuál sería la guía correcta para prevención de niños/as con desnutrición infantil, enfocado a padres adolescentes?
¿Cómo concientizar a madres jóvenes sobre la responsabilidad de su etapa materna?

Anexo 3: Entrevista a profesionales del Diseño

¿Qué se debe tener en cuenta al momento de ejecutar una campaña social?
¿Cómo llegar de manera rápida y efectiva a público objetivo?
¿Cuáles son las mejores redes sociales para difundir una campaña de concientización a jóvenes de 15 a 19 años?
¿Cómo se plantea el mensaje a difundir en redes sociales cuando se trata de un problema social?
¿Qué recomienda para el diseño del identificador gráfico, cromática y línea gráfica?
¿Cuál sería la mejor composición fotográfica para concientizar sobre la desnutrición infantil?
¿Cuál es el tiempo estimado y recomendaciones para un video a través de redes sociales?
¿Cuál sería su recomendación para contenido y estrategias dirigido a jóvenes entre 15 a 19 años de edad?
¿Qué tomaría en consideración para generar conciencia en adolescentes?

Anexo 4: Entrevistas



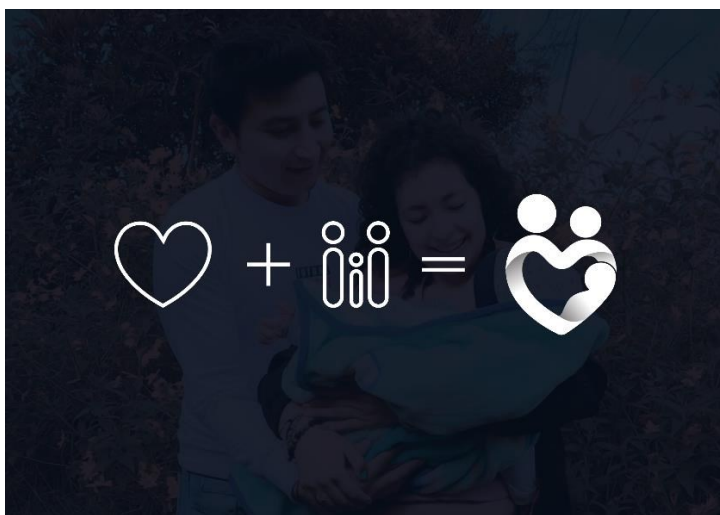


Anexo 5: Manual de identidad Corporativa



Este manual de Identidad Corporativa tiene como fin, demostrar al público lector el establecimiento de las normas de aplicación de los elementos visuales de la marca que conforma la imagen corporativa de la campaña social, Vida Futura.

Este documento pretende servir como punto de partida para definir el estilo completo, ya que en él se desarrollan las normas generales que afectan a los elementos principales de la marca, incluyendo colores, tipografía, posibles aplicaciones y variaciones.



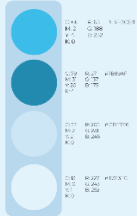
Identificador Cráfico



Versión color blanco negro



Colores



Tipografía



Iconografía



Versión Horizontal



Descripción del identificador



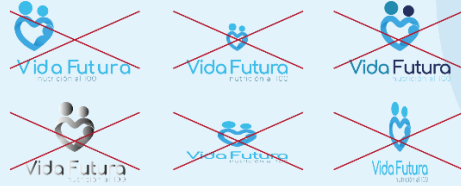
Área de protección

Para evitar que el logotipo pierda su significado e importancia es necesario aislarlo de cualquier objeto que pueda interferir con su estructura y forma



Usos incorrectos

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad. En ningún momento se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones



Íconos

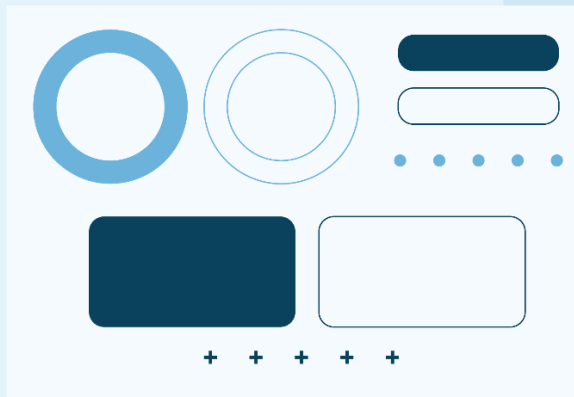
Los íconos que se manejan dentro de los elementos gráficos llevarán el mensaje de: Asistir a controles evaluativos y nutricionales, estos pueden ser utilizados de manera grupal por la forma en que engloba la frase a los íconos.



Acude a controles evaluativos y nutricionales

Formas

Las formas geométricas tendrán presencia en diversos contenidos como post o stories, acordes a la cromática establecida estas formas podrán ser utilizadas de diversas maneras como transparencias, duplicados, variación de tamaño, animación.



Estilo de ilustración

Para representar tanto al público objetivo como a niños para la transmisión del mensaje se aplicará el manejo de ilustraciones, esto como medida de respetar las normas y políticas de comunidad que manejan las redes sociales al prohibir el contenido de fotografía y videos de menores de edad. Sin embargo, el uso de personal médico en los diversos contenidos, son transmitidos con fotografías reales por la importancia de mostrar el trabajo en conjunto con profesionales de la salud.



Máximo contraste

Para asegurar un correcto uso sobre fondos o imágenes la aplicación del identificador requiere un máximo contraste para distinguirse entre la composición



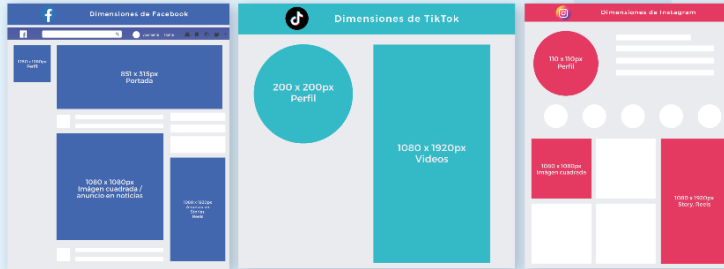
Tamaños mínimos

La proporción del identificador no debe ser inferior a la que se presenta en la gráfica, esto para evitar falta de legibilidad en los elementos que la componen



Post para redes

Dimensiones: Las proporciones para los diversos contenidos de las redes sociales utilizadas se presentan en las siguientes gráficas



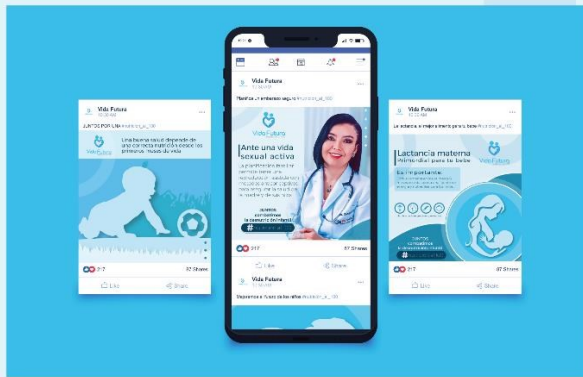
Post para redes



Post para redes



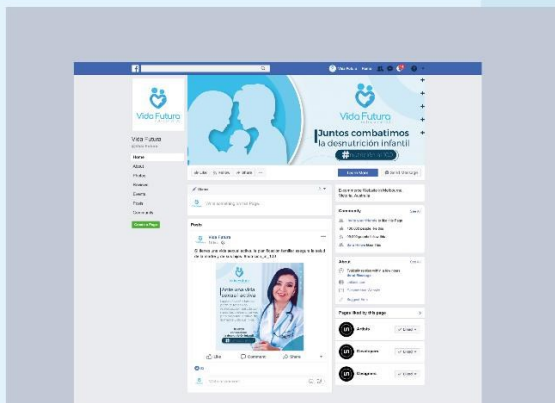
Post para redes



Post para redes



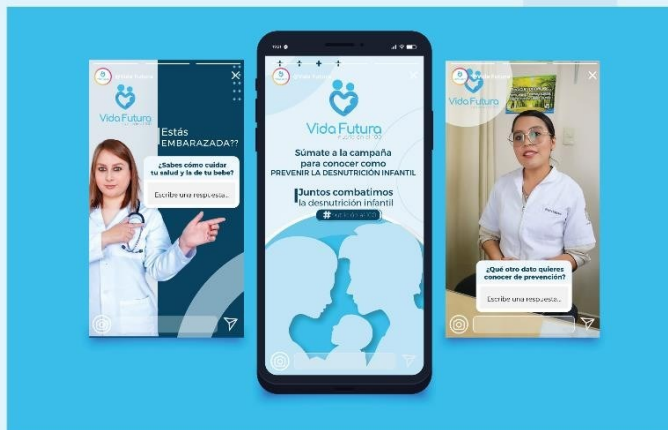
Fan page



Tik Tok



Stories



Stories

