ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Complemento nutritivo Vitapunch para combatir la desnutrición infantil en niños de entre 3 a 6 años del distrito de San Juan de Lurigancho a un precio estable y accesible

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN DIRECCIÓN Y DISEÑO GRÁFICO

PRESENTADA POR

Ariana Milla De Leon Prada
DNI: 72359679, Perú

ASESOR

Brigitte Madelein Perez Ortiz
DNI: 72440572, Perú
ORCID: 0009-0002-4183-6886

JURADO

Vasquez Janampa Hristo Joel
Sen Li Thomas Alexander
Moreno Vásquez Valeria María

Lima, setiembre 2026

Informe-0000028028-MILLA DE LE%C3%93N.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:614381131

Fecha de entrega
14 ago 2026, 1:55 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
14 ago 2026, 2:37 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-0000028028-MILLA DE LEÓN.pdf

Tamaño del archivo
41.7 MB

102 páginas

15.258 palabras

92.371 caracteres

turnitin Página 1 de 113 - Portada Identificador de la entrega trn:oid:::11391:614381131

16% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

13% Fuentes de Internet
6% Publicaciones
14% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

turnitin Página 2 de 113 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trn:oid:::11391:614381131

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general..... 7
1.1 Título del Proyecto de Innovación..... 7
1.2 Resumen del Proyecto de Innovación..... 7
1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación..... 8
II. Descripción de la innovación..... 9
2.1 Planteamiento del Problema..... 9
2.2 Población beneficiaria..... 12
2.3 Objetivo(s) del proyecto..... 14
2.3.1 Objetivo general..... 14
2.3.2 Objetivos específicos..... 14
2.4 Marco referencial..... 14
2.4.1 Antecedentes internacionales..... 16
2.4.2 Antecedentes nacionales..... 17
2.4.3 Conceptos clave..... 18
2.5 Proceso creativo y experimentos..... 19
2.5.1 Información sobre el usuario(s)..... 19
2.5.2 Información sobre el Mercado..... 23
2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor..... 31
2.5.4 Diseño de producto/servicio..... 33
2.5.5 Modelo de Negocio..... 44
2.5.6 Resultados esperados..... 46
2.5.7 Prototipos desarrollados..... 46
2.5.8 Experimentos..... 55
III. Estimación de costos..... 61
3.1 Presupuesto..... 61
IV. Conclusiones y recomendaciones..... 62
4.1 Conclusiones..... 62
4.2 Recomendaciones..... 63
V. Referencias Bibliográficas..... 64
VI. Anexos..... 70
6.1 Anexo 1 - Encuesta a padres de niños de entre 3 a 6 años del distrito de San Juan de Lurigancho..... 70
6.2 Anexo 2 - Encuesta de validación para el boceto inicial del complemento nutritivo Vitapunch..... 79
6.3 Anexo 3 - Encuesta de validación para el prototipo de baja definición del complemento nutritivo Vitapunch..... 85
6.4 Anexo 4 - Encuesta de validación para el prototipo de media y alta definición del complemento nutritivo Vitapunch..... 90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1..... 24

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1..... 9
Figura 2..... 13
Figura 3..... 19
Figura 4..... 20
Figura 5..... 32
Figura 6..... 33
Figura 7..... 34
Figura 8..... 35
Figura 9..... 35
Figura 10..... 36
Figura 11.....36
Figura 12..... 37
Figura 13..... 38
Figura 14..... 38
Figura 15..... 38
Figura 16..... 39
Figura 17..... 39
Figura 18..... 40
Figura 19..... 40
Figura 20..... 41
Figura 21..... 41
Figura 22..... 42
Figura 23..... 43
Figura 24..... 45
Figura 25..... 47
Figura 26..... 48
Figura 27..... 49
Figura 28..... 50
Figura 29..... 50
Figura 30..... 51
Figura 31..... 52
Figura 32..... 53
Figura 33..... 54
Figura 34..... 55
Figura 35..... 60
Figura 36..... 61
Figura 37..... 61

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Complemento nutritivo Vitapunch para combatir la desnutrición infantil en niños de entre 3 a 6 años del distrito de San Juan de Lurigancho a un precio estable y accesible

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Complemento nutritivo Vitapunch para combatir la desnutrición infantil en niños de entre 3 a 6 años del distrito de San Juan de Lurigancho a un precio estable y accesible se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y bienestar social y la actividad económica de Industrias manufactureras y busca resolver la prevalencia de la desnutrición infantil en menores de 3 a 6 años en el distrito de San Juan de Lurigancho, teniendo como población beneficiaria madres de 25 a 40 años con hijos de entre 3 a 6 años en edad preescolar o escolar.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en un complemento nutricional en polvo para cubrir los requerimientos nutricionales de los niños contribuyendo a una alimentación completa y balanceada, se trata de una mezcla de harinas de quinua, maca y cañihua soluble en agua, presentado en un envase fácilmente reconocible por su arte llamativo y equilibrado visualmente que comunica eficientemente los datos de mayor interés para el usuario, quien lo descubrirá a través de estrategias de publicidad ATL y BTL para posteriormente adquirirlo en tiendas físicas o plataformas de compra en línea. La propuesta garantizará la generación de ingresos y empleo para los productores de los insumos, asegurará un buen crecimiento y desarrollo infantil en contextos de inseguridad alimentaria y se emplearán materiales reciclables junto con técnicas agrícolas sostenibles en la obtención de las materias primas.

Para la experimentación se diseñaron prototipos de baja, media y alta definición del envase del complemento en formato de mockups para ser validados mediante encuestas virtuales a los padres de familia, docentes y profesionales en el área de diseño gráfico y diseño de empaques. El producto fue recibido favorablemente con más del 60 % de participantes reconociendo el equilibrio visual y la diagramación correctamente jerarquizada del arte en la etiqueta. La propuesta de valor despertó interés en sus potenciales usuarios, quienes esperan poder adquirirlo para complementar la alimentación de los niños regularmente cuando otras opciones nutritivas no son accesibles.

Se concluye que la solución propuesta goza de una fuerte aceptación entre los potenciales usuarios, quienes hallaron relevantes los datos presentados junto con la diagramación de los elementos en la etiqueta y se recomienda proceder con el diseño de los prototipos de las piezas gráficas con las que Vitapunch se dará a conocer en los diferentes medios para validarlos y así ofrecer una propuesta de valor atractiva para esta nueva etapa.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

San Juan de Lurigancho es un distrito del Cono Este y el más poblado del Perú. Se ubica al noreste de Lima Metropolitana, limitando con Carabayllo (norte), El Agustino y Lima (sur), la provincia de Huarochirí y el distrito de Lurigancho (este) y con Rímac, Independencia y Comas (oeste) (Estado Peruano, 2024a). Posee una cultura de mercados diversa y que para los habitantes representan puntos de encuentro social y económico, pudiendo encontrar productos frescos, alimentos, vestimenta, artículos para el hogar y otros bienes variados a un precio asequible (*San Juan de Lurigancho: descubre el significado detrás de su nombre y por qué vivir aquí*, s.f.).

Este distrito posee un gran porcentaje de niños con distintos grados de desnutrición que afectan su desarrollo cognitivo y rendimiento escolar, como señala en su investigación Sotelo Airampo (2023), quien halló que el 39 % y el 28 % de los niños de la institución educativa luriganchina Karol Wojtyla presentaban respectivamente desnutrición aguda y crónica, derivando en que un gran porcentaje de los menores se encontraran en etapa de inicio en cursos comunicativos y matemáticos.

Igualmente, Barrientos Odias (2024) señala que 3 de cada 4 familias con niños en edad preescolar del distrito han experimentado distintos niveles de inseguridad alimentaria y preocupación por la disponibilidad, cantidad y calidad del alimento en el

hogar. Sostiene además que la desnutrición tiene consecuencias en el aspecto físico, cognitivo y la productividad de los menores al alcanzar la adultez, por lo que es crucial tomar medidas para prevenir estos escenarios. Como corrobora la investigación de Llimpe (2025), en el Perú la desnutrición infantil es un problema relevante que afecta tanto el futuro de los menores como el del país, cuya prevalencia entre 2023 y 2024 en niños de cinco años y menos se elevó de 8,1 % a 8,5 % en zonas urbanas y de 20,3 % a 20,9 % en zonas rurales.

Por otra parte, se debe de considerar la relación entre el incremento de precios en los alimentos y la prevalencia de la desnutrición en los niños. En abril de 2025, alimentos de origen animal fundamentales en la canasta familiar como la carne de res, el pollo eviscerado, el jurel, los huevos y la leche evaporada experimentaron variaciones porcentuales según el Boletín Mensual Indicadores de Precios de la Economía (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2025, p. 12).

Al aumentar el precio de estos productos, que poseen un notable valor nutritivo, su compra y posterior consumo resulta más difícil de mantener, por lo que finalmente es interrumpida trayendo como consecuencia la disminución de micronutrientes y macronutrientes en la alimentación. Junto con la inseguridad alimentaria que limita o vuelve irregular la disponibilidad de alimentos con alto contenido nutricional, es un factor de gran importancia en el surgimiento de la desnutrición infantil (Llimpe, 2025).

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

La prevalencia de la desnutrición infantil en menores de 3 a 6 años en el distrito de San Juan de Lurigancho es una realidad compleja en la que intervienen causas económicas, políticas y sociales como muestra el árbol de análisis de problemas en la figura 1. Conflictos como la actual guerra en Ucrania ocasionan la inflación de precios en los alimentos, incluyendo aquellos que poseen importante valor nutritivo. Al ser los países involucrados dos grandes productores de cereales básicos, semillas oleaginosas y fertilizantes en el mundo, el enfrentamiento altera el curso del suministro en el mundo e incrementa los precios de diversos productos, entre ellos productos terapéuticos para tratar la malnutrición grave en los niños (OMS, 2022).

Figura 1

Árbol de análisis de problemas - Desnutrición infantil en menores de 3 a 6 años en el distrito de San Juan de Lurigancho



Aunado a la situación de pobreza en gran parte del Perú, el objetivo de alimentarse equilibradamente se torna más lejano derivando en inseguridad alimentaria y en un mayor consumo de grasas, sodio y azúcar con los que se intenta calmar el hambre. Según la Organización de las Naciones Unidas (2022) un cuarto del Perú está afectado por la pobreza e impedido de cubrir su canasta básica de alimentos, el 51% sufre de inseguridad alimentaria y de dicho grupo el 20% sufre inseguridad alimentaria aguda. Esto se traduce en una alimentación de poco valor nutritivo y un consumo menor al que se considera necesario.

Otra causa que puede llevar a la desnutrición infantil es el sabor desagradable que algunos alimentos nutritivos poseen y que dificulta su consumo regular por parte de los

niños. De mantenerse este rechazo, sus necesidades nutricionales pueden quedar desatendidas con graves consecuencias para su salud a largo plazo. Estas consecuencias incluyen mayor vulnerabilidad ante enfermedades, crecimiento y peso no acordes a la edad, desarrollo cognitivo deficiente y una menor productividad laboral en la edad adulta. Este proyecto se centra en solucionar esta problemática mediante el lanzamiento de un complemento nutricional a base de quinua, maca y cañihua que contribuya a una mayor aceptación de alimentos nutritivos por parte de los niños para cubrir completamente los nutrientes que necesitan y que resulte accesible para sus familias garantizando su adquisición y consumo regulares.

La solución propuesta toma en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible para lograr un impacto favorable en cuanto a economía, sociedad y ambiente. Está relacionado al objetivo 2 Hambre cero, ya que ante la inseguridad alimentaria el distrito luriganchino, la posibilidad de acceder a un complemento altamente nutricional concuerda con la meta 2.1 de acabar con el hambre y asegurar una alimentación saludable, nutritiva y suficiente para todos, sobre todo para las personas en situación de pobreza y vulnerabilidad de este distrito; a la vez que se relaciona a la meta 2.2 de eliminar toda forma de malnutrición, alcanzar los objetivos convenidos sobre el retraso en el crecimiento y la emaciación en menores de 5 años, como también asegurar la correcta nutrición de las adolescentes, embarazadas, lactantes y personas de la tercera edad para 2030.

Por otra parte, la obtención de los insumos para este producto puede darse de forma sostenible de acuerdo con la meta 2.4 que promueve el aprovechamiento de métodos de producción y prácticas agrícolas resilientes, eficaces y eficientes, la conservación de los ecosistemas, la capacidad de adaptarse al cambio climático y a situaciones desfavorables, además de mejorar la calidad de los terrenos. Al ser considerados ejemplos de sabiduría ancestral en la conservación del entorno natural ante climas extremos y no requerir técnicas invasivas para su producción, se garantiza el mantenimiento del entorno natural y la preservación de los recursos empleados. Gracias a su elevado valor nutricional, la quinua, la maca y la cañihua tienen una gran demanda que permite generar empleo e ingresos económicos para las familias andinas y con ello el acceso regular a un producto nutritivo y un mayor valor agregado para los consumidores.

También está relacionado a la meta 3.2 del objetivo 3 Salud y bienestar, que establece la meta de poner fin a las muertes evitables de recién nacidos y menores de 5 años para 2030, pues gracias a su alto contenido nutricional, su consumo reducirá el

riesgo de desarrollar desnutrición y enfermedades crónicas causadas por una ingesta insuficiente o inadecuada de nutrientes en la población infantil, además de revertir los casos ya existentes de dichos males. Esto creará hábitos saludables en sus vidas y favorecerá su correcto crecimiento, desarrollo físico y cognitivo, permitiéndoles alcanzar su mayor potencial y ponerlo al servicio de su comunidad.

Por último, se relaciona al objetivo 12 Consumo y producción responsables, específicamente con la meta 12.2 que promueve la gestión sostenible y el uso eficiente de recursos naturales, y la meta 12.4 sobre gestionar los productos químicos y los desechos de forma ecológica y racional a lo largo de su vida. Al obtenerse los insumos necesarios para la elaboración del complemento nutritivo, se estarían empleando prácticas de producción sostenibles que no involucran impactos significativos al entorno natural, además de prevenir consecuencias negativas en la salud y el medio ambiente. Estas prácticas favorecen el cambio a una economía circular y a un estilo de vida más sostenible.

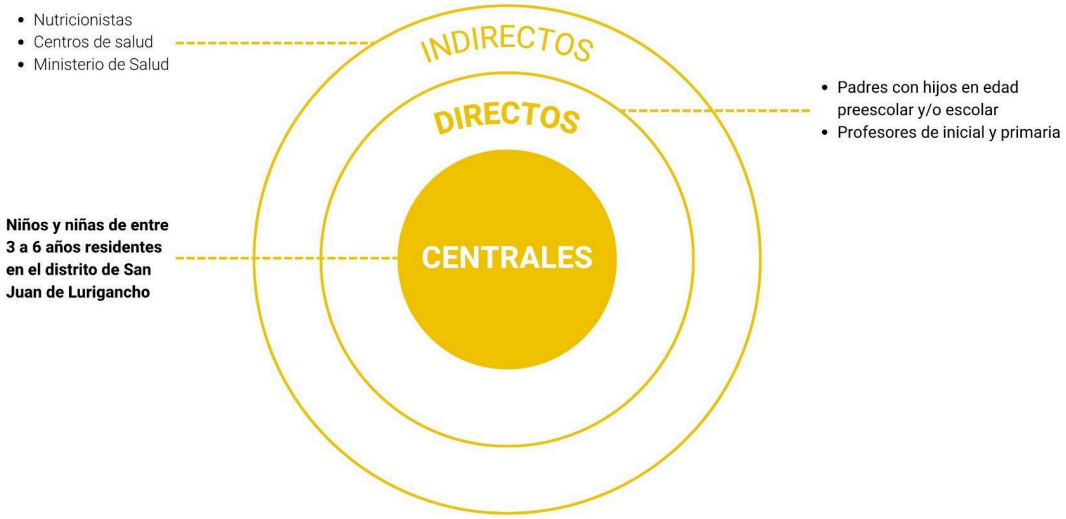
2.2 Población beneficiaria

Diversos actores toman presencia en la problemática abordada en este proyecto. Como muestra la figura 2 los más afectados y por ende población beneficiaria son los menores de entre 3 a 6 años residentes en el distrito de San Juan de Lurigancho al ser quienes sufren directamente las consecuencias de la desnutrición por la inseguridad alimentaria. Al no poder acceder a alimentos nutritivos regularmente, sus requerimientos de micronutrientes y macronutrientes quedan desatendidos, lo cual tendrá efectos nocivos en su salud, futuro y el del Perú.

La baja calidad en la alimentación ocasiona que el sistema inmune de los menores quede debilitado y aumenta hasta 11 veces las probabilidades de morir ante enfermedades graves. También el desarrollo cognitivo se ve afectado dando lugar a retrasos en el aprendizaje y el rendimiento académico, además de ser frecuentes las ausencias escolares por enfermedad. Respecto a las niñas, es más probable que al convertirse en madres sus hijos nazcan con bajo peso y que la lactancia no aporte los nutrientes necesarios para su desarrollo durante los seis primeros meses. Esta situación aumentará el riesgo de que las siguientes generaciones presenten desnutrición y que el ciclo de pobreza se mantenga, afectando así la sostenibilidad y el desarrollo de sus países (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia [UNICEF], s.f.).

Figura 2

Mapa de actores - Desnutrición infantil en menores de 3 a 6 años en el distrito de San Juan de Lurigancho



Otros actores con participación en el problema identificado son los padres de niños en edad preescolar y/o escolar al encargarse de adquirir los alimentos que consumen y quienes más se preocupan cuando notan que la salud de sus niños se está deteriorando. En algunos casos no poseen conocimientos sobre las necesidades nutricionales de los menores y se les dificulta decidir las mejores opciones para ellos. Esta situación genera confusión al notar la menor motivación de sus hijos para jugar y aprender como también preocupación por no estar seguros de cómo combatir el problema, por lo que su capacitación en alimentación saludable resultará importante para asegurar el consumo de alimentos que brinden la nutrición que ellos requieren.

Por otro lado, los docentes de inicial y primaria también tienen un rol directo al enseñar hábitos saludables como la importancia de una alimentación balanceada a sus alumnos, complementando los saberes ya adquiridos en el hogar. Al adquirir estos conocimientos desde una edad temprana, será más probable que estos perduren en la vida de los niños y busquen mantener un equilibrio adecuado en los alimentos que consumen diariamente y los nutrientes que adquieren con ellos.

Los actores indirectos comprenden profesionales en la salud y alimentación infantil como nutricionistas que den recomendaciones para asegurar su salud y orientar a sus padres al respecto. También toma en cuenta centros de salud y entidades

gubernamentales como el Ministerio de Salud, encargados de difundir información veraz sobre el impacto de la inseguridad alimentaria en la salud de los menores, así como también de llevar a cabo programas para asegurar la accesibilidad de toda la población a una alimentación nutritiva y regular, especialmente a quienes viven en situación de pobreza.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

2.3.1 Objetivo general

Reducir la prevalencia de la desnutrición infantil en menores de 3 a 6 años del distrito de San Juan de Lurigancho mediante el complemento nutritivo Vitapunch.

2.3.2 Objetivos específicos

- Identificar insights claves en los padres de los niños de 3 a 6 años del distrito de San Juan de Lurigancho que puedan derivar en una conexión emocional con el complemento nutritivo Vitapunch.
- Desarrollar una estrategia de diseño gráfico para presentar al complemento nutritivo Vitapunch como un aliado contra la desnutrición en niños de 3 a 6 años del distrito de San Juan de Lurigancho y obtener reacciones positivas por parte de los padres.
- Validar la aceptación del complemento nutritivo Vitapunch como aliado en la reducción de la desnutrición en niños de 3 a 6 años del distrito de San Juan de Lurigancho mediante encuestas cuantitativas.

2.4 Marco referencial

Durante la infancia la alimentación influye enormemente en el desarrollo y la salud de los niños al crecer, varios estudios confirman que el consumo balanceado de macronutrientes y micronutrientes es necesario para prevenir la probabilidad de que desarrollen males crónicos en el presente y en el futuro, así como también para favorecer su adecuada evolución en procesos cognitivos, físicos y emocionales (Bernal Regalado, 2024; Franco Naranjo et al., 2025).

Las necesidades nutricionales de los niños durante su etapa escolar son muy específicas y tienen una fuerte influencia en su rendimiento debido a que se encuentran creciendo constantemente a nivel cognitivo y físico. Según Acosta–Arroyo et al. (2025)

su alimentación debe ser variada e incluir proteínas, vitaminas, minerales, entre otros nutrientes que les brindarán la energía necesaria para participar activamente en distintas actividades, desarrollar su cerebro favoreciendo la concentración y en general, disfrutar de buena salud.

En el Perú se pueden obtener numerosos alimentos con un alto valor nutritivo, los cuales han sido aprovechados por los antiguos peruanos desde tiempos ancestrales y que incluso en nuestros días pueden seguir brindando beneficios a grupos de todas las edades, entre ellos los niños. Uno de ellos es la maca, que de acuerdo con la marca Perú (2025) es una raíz rica en carbohidratos, proteínas, hierro y calcio además de una fuente de energía ideal para quienes llevan una vida activa.

En cuanto a semillas, la quinua destaca por su gran aporte de aminoácidos esenciales, fibra y proteína con alto contenido de lisina, por lo que brinda energía duradera y repara los músculos. Por otro lado, aunque menos conocida, la cañihua también posee importantes propiedades nutricionales. Una sola porción de este cereal puede proporcionar el 60 % del valor diario de hierro recomendado, por lo que resulta una poderosa alternativa para combatir la anemia y fortalecer los músculos gracias a su alto contenido de proteínas (Campó, 2024).

Aunque se considera que la economía peruana es capaz de producir lo necesario, según la Organización de las Naciones Unidas (2022) más de la mitad del Perú no puede acceder a alimentos nutritivos con regularidad, siendo la pobreza y la subida de precios derivada por la guerra entre Rusia y Ucrania dos causas importantes de la dificultad para adquirir productos básicos. Por ello, optan por satisfacer el hambre con los alimentos que puedan permitirse, lo que al mismo tiempo deja desatendidas sus necesidades nutricionales reales y deriva en distintos casos de malnutrición y enfermedades por deficiencia de nutrientes.

En su reporte sobre desnutrición en la primera infancia, el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (2024) señala que los niños que sufren desnutrición no obtienen nutrientes necesarios para su salud ósea, muscular, cerebral e inmunitaria, lo que les dificulta jugar, aprender y aprovechar oportunidades sociales. También se incrementa el riesgo de muerte, enfermedades, crecimiento deficiente y menor desarrollo cognitivo con consecuencias que perdurarán toda su vida. Una de las más graves es que al verse afectado su rendimiento escolar, tanto su productividad laboral como la capacidad para generar ingresos en la adultez serán menores, perpetuando la pobreza y con ella el desarrollo económico nacional.

Ante la economía limitada en la adquisición de alimentos nutritivos y la necesidad de ofrecer a los niños una alimentación balanceada que favorezca su desarrollo saludable, surge la oportunidad para el lanzamiento de un producto que complemente su alimentación y se encuentre dentro del poder adquisitivo de los padres. Grijalba Pérez et al. (2025) reconocen que a la vez que aporta nutrientes importantes para los menores, es importante que el complemento nutritivo tenga un gusto agradable ya que el sabor de algunos alimentos nutritivos les pueden generar repulsión y volver más difícil su consumo; además de ser elaborado con ingredientes naturales atendiendo a la tendencia de optar por productos sin aditivos químicos perjudiciales para la salud.

2.4.1 Antecedentes internacionales

La desnutrición infantil y sus repercusiones en el futuro de los niños ha sido un tema recogido por múltiples autores, al cual se le suele dar como solución la creación de productos suplementarios a la alimentación en sectores con menores recursos, como se hizo en el estudio en México de Talavera et al. (2020) que evaluó el desempeño de un suplemento en formato de galleta al prevenir la evolución de desnutrición aguda leve a moderada en preescolares de comunidades rurales. Como resultado se obtuvo una recuperación favorable en hasta el 82.2 % de los niños que consumieron el suplemento en comparación con el 52.1 % de los que no lo consumieron, lo que demuestra que los productos complementarios pueden ser efectivos para disminuir casos de desnutrición graves e impedir su agravamiento. Aplicado a un entorno con bajo acceso a una alimentación balanceada como San Juan de Lurigancho tendría resultados muy favorables para la nutrición adecuada de su población infantil.

Zambrano Moreira et al. (2024) analizaron los determinantes de la salud en la desnutrición infantil y sus consecuencias en menores ecuatorianos de 2 años en el periodo 2020-2023, encontrando factores de riesgo como educación deficiente de las madres, una alimentación no adecuada, experimentar maltrato infantil, falta de acceso a atención médica y prácticas de higiene deficientes. Las consecuencias incluyen adquisición de enfermedades, menor capacidad cognitiva que compromete su rendimiento escolar y comportamientos agresivos y antisociales que afectarán la interacción con otros. Esto pone de manifiesto la relevancia del estudio de los desencadenantes y efectos de la desnutrición infantil en miras de reducir su impacto en distintos ámbitos de la vida de los niños, además de brindar información clara y verídica

a las personas a cargo de su alimentación sobre los beneficios que tendría el consumo del complemento nutricional para ellos.

Sanchez Sinchiguano y Fernández Nieto (2024) determinaron que diversos factores demográficos y socioeconómicos influyen en la probabilidad de que los escolares de la Unidad Educativa General Básica República de Colombia, del cantón Saquisilí padezcan desnutrición y el impacto que tendrá en su proceso de enseñanza-aprendizaje. Es evidente entonces que a mayor desconocimiento materno sobre el tema, mayor probabilidad de consecuencias graves en el desarrollo y crecimiento, además de que el porcentaje más alto de desnutrición está en el quintil de pobreza más bajo por lo que son necesarias políticas de redistribución de ingresos para revertir el problema.

2.4.2 Antecedentes nacionales

La investigación de Barandiarán Falla et al. (2022) pone de manifiesto el efecto de la inseguridad alimentaria tras la pandemia en el departamento de Lambayeque, causada principalmente por alteraciones climáticas y el escaso poder adquisitivo de la población que deriva en el consumo de alimentos ultraprocesados. Tanto la insuficiencia como el exceso de nutrientes derivan en el aumento de condiciones como sobrepeso, obesidad, desnutrición y anemia junto con las complicaciones que acarrean, por lo que es necesario promover opciones de alimentos nutritivos e inocuos y, en caso de ser necesarios, complementos nutricionales que puedan adquirirse fácilmente para no recurrir a opciones dañinas para la salud.

Además de garantizar alimentos de calidad suficientes y su accesibilidad para los padres a fin de incluirlos en la alimentación de sus hijos, resulta valioso tener en cuenta los gustos y opiniones de los niños para lograr la aceptación de nuevos productos como soluciones para la desnutrición. Dicho aspecto fue clave para Grijalba Pérez et al. (2025) al desarrollar el suplemento nutricional ProDuke para revertir la falta de seguridad alimentaria en la provincia de Trujillo. Al estar destinado a un público infantil, incluyó cáscara de cacao en polvo entre sus ingredientes con el propósito de mejorar su sabor y hacerlo más agradable de consumir.

Barrientos Odias (2024) determinó cómo se relacionaban la seguridad alimentaria con el estado nutricional de 77 menores de 5 años de una institución educativa inicial pública en el distrito de San Juan de Lurigancho. Tomando en cuenta las relaciones entre los indicadores antropométricos peso/talla, talla/edad y peso/edad, halló la fuerte

influencia de la seguridad alimentaria en el deterioro de la salud del grupo estudiado, lo que confirma el valor de asegurar el alcance regular a alimentos de calidad, principalmente en las zonas de mayor pobreza y con escasos recursos. En este contexto, la propuesta de un complemento que aprovecha los beneficios de alimentos peruanos excepcionalmente nutritivos se encuentra dentro de dicho objetivo.

2.4.3 Conceptos clave

El presente proyecto recoge los siguientes términos clave para guiar la investigación hacia los objetivos establecidos. La desnutrición se entiende como la deficiencia o exceso nutricional en la alimentación, la ausencia de equilibrio en los nutrientes esenciales o la alteración en el empleo de los mismos. Puede manifestarse en cualquiera de las siguientes formas: emaciación (bajo peso para la altura), retraso del crecimiento, bajo peso o deficiencias de micronutrientes (World Health Organization [WHO], s.f.).

Por otro lado, se define como seguridad alimentaria a la situación en la que la población puede acceder a suficientes productos alimenticios nutritivos que favorecen el crecimiento adecuado, el desarrollo y la salud. Según Anthem (2025), es un imperativo moral y una inversión en estabilidad, que de no estar presente deriva en desplazamientos, enfrentamientos e inestabilidad que pueden extenderse más allá de las fronteras.

De acuerdo con Universidad Europea (2023) el desarrollo cognitivo se entiende como el proceso evolutivo del pensamiento, aprendizaje y percepción del entorno, el cual abarca desde la infancia hasta la adultez de un individuo, especialmente en las áreas de la percepción, la memoria, la lógica y la resolución de problemas.

El rendimiento escolar está comprendido como el resultado de la integración y asimilación del estudio que se manifiesta a través de los resultados académicos. De acuerdo con Torres Cardona (s.f.) puede reflejarse en ámbitos generales, como los hábitos que el estudiante practica al estudiar, o específicos como puede ser su desenvolvimiento en el ámbito personal y social.

Según Coulson (2025) se entiende por alimentos ultraprocesados a aquellos alimentos que han sido sometidos a procesos industriales intensivos y se les ha añadido sustancias como conservantes químicos, emulsionantes, edulcorantes, colorantes y saborizantes artificiales para aumentar su palatabilidad, tiempo de conservación y reducir su tiempo de preparación haciéndolos más prácticos para el consumo.

Por último, por complemento nutritivo se entiende a aquellos productos con el propósito de brindar nutrientes específicos para suplementar la alimentación y garantizar que las necesidades nutricionales del consumidor sean satisfechas sin que éstos sustituyan a los alimentos ingeridos para mantener una dieta saludable (U.S. Food and Drug Administration, 2022).

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

Debido a que los usuarios finales de Vitapunch son niños de entre 3 a 6 años de edad, la estrategia de lanzamiento se enfoca en sus madres al ser ellas quienes mayormente deciden los productos que se incorporarán al consumo diario en el hogar. Se encuestó virtualmente a 41 padres de familia que vivieran en el distrito de San Juan de Lurigancho y que tuvieran hijos cuyas edades estén comprendidas dentro de este rango (véase el anexo 1). Como se muestra en la figura 3, el arquetipo de usuario es Carla García, ama de casa de 35 años perteneciente al nivel socioeconómico C que vive en dicho distrito con su esposo y tiene dos hijos en edad escolar. Su principal preocupación es la calidad de los alimentos que sus hijos consumen, la cual considera un factor determinante en su salud, como también le molesta que los alimentos más nutritivos tengan precios altos a los que no puede acceder de forma constante ya que su presupuesto es limitado. Esta situación también le crea incertidumbre por lo que comerá su familia y percibe la necesidad de poder acceder a alimentos suficientes para su hogar, como también que estos no representen un daño para la salud y que aporten gran cantidad de nutrientes necesarios para su bienestar.

Figura 3

Arquetipo de usuario

Nombre: Carla García



Edad: 35 años **NSE:** C **Ubicación:** Distrito de San Juan de Lurigancho

Su apariencia es sencilla pero bien cuidada. Prefiere vestir con ropa cómoda y funcional, y suele llevar una coleta práctica. Es una mujer amorosa, protectora y responsable, profundamente motivada por el bienestar y el futuro de sus hijos.

Marcas que consume/ropa/alimentación:

Consume marcas de cuidado personal comprometidas con la sostenibilidad y las necesidades de los consumidores como **Natura** y **Amarás.** Prefiere marcas conocidas por su fuerte presencia en el mercado como **Gloria** y supermercados como **Plaza Vea** y **Tottus** donde puede adquirir productos para el hogar a precios cómodos. Prefiere marcas innovadoras y tecnológicas como **Xiaomi** y suele elegir prendas de **H&M** por su accesibilidad económica a gran variedad de estilos.

Profesión/estudia: Ama de casa

Entorno familiar/amigos: Vive con su esposo y sus dos hijos en edad escolar. Mantiene una relación cercana con su madre y hermanas, quienes también son madres, lo que fortalece una red de apoyo familiar. Los fines de semana suele reunirse con amigas o vecinas para conversar, compartir experiencias y consejos sobre crianza y alimentación.

Redes sociales que usa y cómo las usa/dispositivos: Consume contenido digital de distintas redes sociales en su celular, siendo este el dispositivo que más utiliza.

Sigue páginas con recetas, consejos de salud y crianza que la inspiran diariamente.

Coordina con el colegio de sus hijos y mantiene contacto con su entorno cercano.

Encuentra ideas de loncheras y productos prácticos para el día a día.

Tipo de ocio/descanso: En su tiempo libre disfruta ver novelas o programas familiares en la televisión, escuchar música mientras cocina, salir al parque con sus hijos y hacer compras con sus amigas en ferias locales o supermercados.

En relación con la propuesta

¿Qué le duele y le molesta?

- Le preocupa que la alimentación de sus hijos no les esté brindando todos los nutrientes que necesitan.
- En ocasiones experimenta incertidumbre por su acceso a alimentos suficientes, seguros y nutritivos.
- Le frustra que muchas opciones saludables sean costosas y poco accesibles.
- Está preocupada por la salud física y mental de sus hijos porque opina que la alimentación influye mucho en ambas.

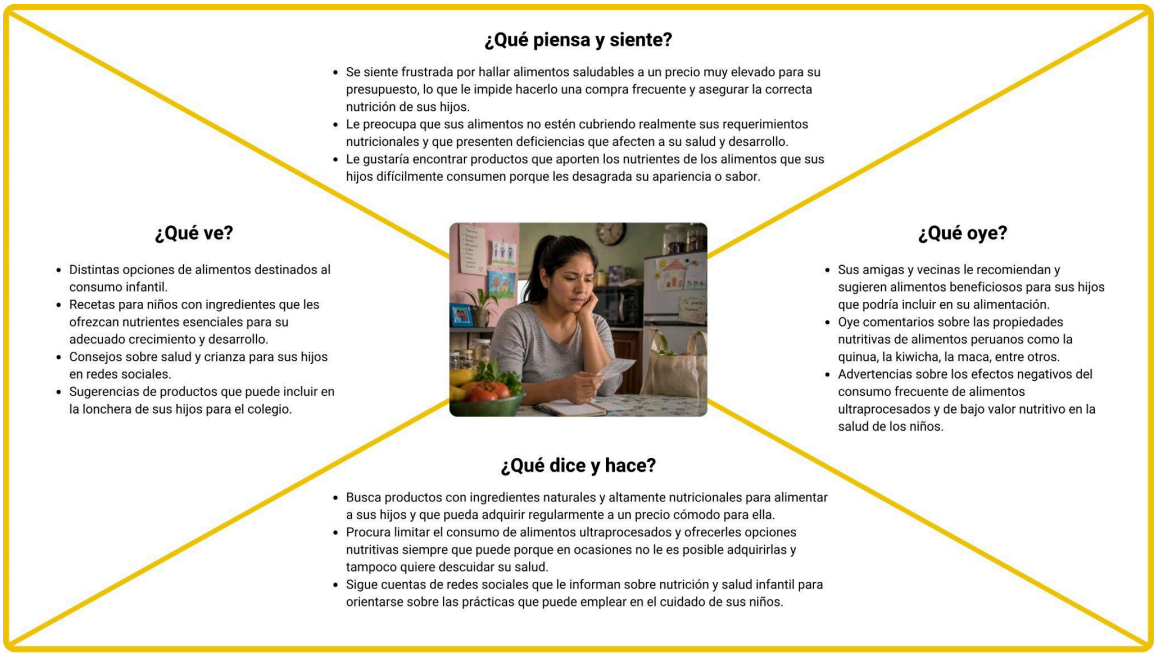
¿Qué necesita y espera?

- Productos infantiles con alto valor nutricional que cubran todos los requerimientos de sus hijos.
- Poder encontrar opciones de alimentos seguros y nutritivos cuando sus alternativas habituales dejan de estar dentro de sus posibilidades.
- Necesita opciones de alimentos saludables que pueda adquirir a un precio económico y accesible para ella.
- Espera poder encontrar alimentos ricos en nutrientes esenciales que sean beneficiosos para la salud de sus hijos.

En base a los resultados se construyó también el mapa de empatía que se presenta en la figura 4, donde se desglosan las percepciones y deseos del arquetipo para encontrar verdades ocultas, a partir de las cuales se logre generar una propuesta de valor que permita dar solución a la necesidad insatisfecha.

Figura 4

Mapa de empatía



De los 41 padres de familia encuestados, el 82,9 % tenía al menos un hijo o hija de entre 3 a 6 años, seguido por el 14,6 % que tenía dos y un caso en el que habían cinco.

Todos los menores asistían a un nido, jardín de infantes o colegio, lo cual permitiría determinar la calidad de su alimentación según su rendimiento en las actividades y cursos, el cual era mayormente alto con solo un 19,5 % de niños que presentaban bajo rendimiento y un 14,6 % con dificultades para aprender. Un 14,6 % de los padres afirmó que las enfermedades en sus niños eran frecuentes, uno indicó que tenían un peso muy bajo para su talla y tres que su talla era inferior a la considerada adecuada para su edad. Por otra parte, algunos también refirieron que sus hijos presentaban deficiencias de un nutriente en específico como proteínas (12,2 %), hierro (7,3 %), calorías (7,3 %) o vitaminas (2,4 %).

En la mayoría de casos es la madre quien gestiona y decide los alimentos que consumirá la familia, en ocasiones con apoyo del padre. Un 51,2 % de los encuestados reconocía haber pasado momentos frecuentes de incertidumbre sobre su alimentación o su disponibilidad de alimentos saludables y nutritivos. Sus niños mostraban distintos hábitos de consumo de estos alimentos: el 34,1 % los consumía siempre, el 56,1 % casi siempre, el 7,3 % a veces y el 2,4 % casi nunca. Nueve encuestados refirieron tener dificultades para lograr que sus hijos coman saludablemente por factores como el rechazo de algunos sabores o colores que les parecen desagradables, la selectividad en la alimentación propia de la infancia o recursos económicos limitados en la adquisición de alimentos, mientras que los demás encuentran esta labor sencilla al haber acostumbrado a los niños a comer alimentos nutritivos desde muy temprana edad, en algunos casos incluso les parecen agradables.

Por otra parte, los alimentos ultraprocesados y/o comida chatarra son consumidos mayormente de forma ocasional teniendo solo dos casos en los que este tipo de alimentos está muy presente en la alimentación de los niños. El 22 % de encuestados reconocía que la compra frecuente de alimentos nutritivos para sus hijos era un gasto demasiado alto para sus familias mientras que el 39 % sólo lo consideraba alto en algunas ocasiones. En cuanto al nivel de familiarización con el término desnutrición infantil, el 51,2 % de los padres encuestados tenía fuertes conocimientos sobre esta condición en comparación con el 48,8 % que estaba poco o nada familiarizado con ella. El contenido digital fue el formato más consumido por los padres de familia, quienes empleaban las redes sociales como una fuente importante de información para investigar sobre nutrición, alimentación saludable y salud infantil.

En su totalidad, los encuestados reconocían que la alimentación tenía un gran impacto sobre la salud y el desarrollo de los niños, por lo que esta debía ser variada y cubrir todos sus requerimientos nutricionales. La mayoría también poseían conocimientos altos sobre las propiedades nutritivas de la quinua, la maca y la cañihua en la alimentación infantil, con solo un encuestado que poseía saberes escasos al respecto. Consideraban que un complemento nutritivo con estos insumos sería de mucha utilidad para combatir la desnutrición en los niños del distrito de San Juan de Lurigancho y estarían dispuestos a pagar un monto de entre S/10 a S/20 o de menos de S/10 por este producto para obtenerlo de forma recurrente y no incurrir en gastos que excedan sus posibilidades económicas.

En conclusión, los padres están convencidos de que la alimentación tiene gran importancia en la salud de sus hijos y por eso prestan mucha atención a los alimentos que consumen buscando que en todo momento les garanticen un desarrollo adecuado. Constantemente investigan opciones altamente nutritivas y las consecuencias de una alimentación poco variada guiándose de datos publicados en redes sociales, su aceptación y respaldo entre los usuarios. De este modo, el nivel de conocimiento sobre alimentación saludable será determinante en la calidad del rendimiento educativo, la resistencia ante las enfermedades y el crecimiento del niño. Al haber casos en que los padres no estaban seguros de si sus hijos presentaban un peso adecuado o una talla acorde a su edad, recibir información relacionada les permitirá darse cuenta de la relevancia del problema y actuar para remediarlo.

Los encuestados refieren que algunos productos saludables son demasiado costosos y percibidos como un gasto que sobrepasa los recursos de la familia si se realiza con frecuencia, lo cual se convierte en un obstáculo para ofrecer a los menores todos los nutrientes que requieren. También está comprobado que cuanto más pronto se introduzcan alimentos nutritivos en la vida del menor, más probable será que los acepte fácilmente y aproveche sus propiedades conforme crezca. Es importante considerar que algunos niños pueden ser quisquillosos con la comida y rechazar alimentos con colores, sabores o apariencias específicas que no les agraden, lo cual es normal a su edad pero puede influir en la deficiencia de nutrientes a largo plazo. Al ser muy sensibles al aspecto visual, conviene mostrar un resultado final atractivo tras preparar el producto y procurar que tenga un sabor agradable para ellos.

2.5.2 Información sobre el Mercado

La necesidad detectada es la dificultad para adquirir regularmente alimentos nutritivos para niños de entre 3 y 6 años de edad en el distrito de San Juan de Lurigancho por parte de sus madres debido a los altos precios que este tipo de productos tienen en el mercado y que vuelven insostenible su compra frecuente. Por otro lado, algunos niños encuentran desagradables los sabores de los alimentos saludables o son selectivos en su alimentación rechazando comidas con características específicas, lo que vuelve más difícil lograr que los consuman y aumenta la probabilidad de experimentar deficiencias de nutrientes esenciales para su adecuado crecimiento y desarrollo, pudiendo llegar a la desnutrición en casos graves.

Vitapunch se enfrenta a productos existentes con funciones iguales o similares dirigidas al mismo público objetivo, por lo cual la diferenciación de su propuesta de valor resultará imprescindible para ser percibido como una solución relevante y efectiva. La tabla 1 recoge los competidores más probables de encontrarse en el mercado cuando se dé a conocer.

Tabla 1

Competencia del complemento nutritivo Vitapunch

	Producto	Definición	Fortalezas	Debilidades
Competidores directos	Plumpy'Nut	Alimento terapéutico listo para usar. Pasta de maní, azúcar, aceite vegetal y leche en polvo.	No requiere ninguna preparación previa y es fácil de administrar en casa. Alta densidad energética y nutricional para la recuperación de la desnutrición infantil. Sabor y textura aceptable para los niños.	El acceso a Plumpy'Nut se está viendo amenazado por escasez global de fondos y suministros.
	Plumpy'Doz	Suplemento Nutricional a Base de Lípidos – Cantidad Media. Elaborado a base de maní, soya y leche.	Previene el riesgo de desnutrición aguda durante periodos prolongados de inseguridad alimentaria. El consumo de un sobre diario logra satisfacer los requerimientos nutricionales de los niños. Efectivamente empleado en programas de suplementación alimentaria y situaciones de emergencia.	No es recomendable administrarlo a niños con alergias al maní, a la soya o a los lácteos.

	PediaSure	Complemento alimenticio diseñado específicamente para niños de 1 a 10 años. Disponible en formato en polvo y líquido listo para tomar.	Recomendado para casos de desnutrición, ingesta reducida de alimentos, enfermedad o trastornos en la conducta alimentaria. Contenido nutricional de alta calidad necesario para los niños. Beneficios en la salud y el crecimiento clínicamente comprobados en 4 meses.	Riesgo de caries, sobrepeso y obesidad por su consumo frecuente al ser un producto azucarado. Su consumo está desaconsejado si el niño puede asimilar nutrientes de la forma tradicional y si la deficiencia nutricional solo se debe a su selectividad con los alimentos.
Competidores indirectos	Sobres de micronutrientes contra la anemia	Suplemento en polvo que contiene hierro, zinc, vitaminas A y C y ácido fólico. Ayuda en la prevención de la anemia por deficiencia de hierro en niños de 6 a 35 meses.	Fáciles de camuflar e incorporar en las comidas habituales. Cada dosis cubre los requerimientos de hierro de cada niño.	Algunos niños llegan a percibir cambios desagradables en el aroma y el sabor de los alimentos en los que se añadieron, lo que lleva a no querer consumirlos. Aparición de efectos secundarios como estreñimiento o diarrea leve que generan desconfianza o suspensión del consumo.
	Galletas Nutri H	Galletas con alto contenido de hierro y proteínas para combatir la anemia. Incluye súper alimentos como quinua, kiwicha y cacao.	Elevan el nivel de hemoglobina en sangre, favorecen un buen desarrollo cerebral y permiten el mejor aprovechamiento de los nutrientes esenciales.	Son un producto poco conocido fuera de la región donde se producen. Difusión y distribución limitadas.

		Alta efectividad. El consumo de un paquete basta para erradicar la anemia infantil en menos de dos meses.

Uno de sus competidores directos son los suplementos nutricionales distribuidos por la UNICEF a poblaciones vulnerables que experimentan mayor dificultad de acceso a alimentos nutritivos regularmente. Dos de estos suplementos denominados Plumpy'Nut y Plumpy'Doz fueron entregados a la Dirección Regional de Salud - DIRESA Tumbes para su distribución como medida de prevención y tratamiento de la desnutrición aguda en niños y niñas de entre 6 meses y 5 años, priorizando zonas con población vulnerable y migrantes en tránsito (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, 2023).

Específicamente, Plumpy'Doz es un suplemento nutricional listo para el consumo caracterizado como Suplemento Nutricional a Base de Lípidos – Cantidad Media, diseñado para prevenir el riesgo de desnutrición aguda en niños mayores de seis meses durante periodos prolongados de inseguridad alimentaria, aunque no reemplaza la lactancia materna ni una dieta variada y nutritiva (Nutriset, s.f.). Está compuesto de maní, leche y soya, y cubre los requerimientos de nutrientes de los niños consumiendo un sobre diario, razón por la cual se emplea en programas generales de suplementación alimentaria y en situaciones de emergencia según edad y características demográficas de los menores. Dados sus ingredientes, es recomendable no administrar Plumpy'Doz a personas con alergias al maní, soya o lácteos (Edesia, s.f.; Pharma, s.f.).

También se enfrenta directamente a PediaSure, una fórmula dirigida puntualmente a niños de 1-10 años en versión en polvo o en versión líquida lista para tomar, pudiendo formar parte de una dieta equilibrada apoyando el consumo de nutrientes durante y entre comidas. De acuerdo con el programa Contigo de Abbott Nutrición (s.f.) se recomienda su consumo en niños que presentan desnutrición, ingesta de alimentos reducida, enfermedades o trastornos en la conducta alimentaria, teniendo en cuenta la orientación de un nutricionista o pediatra para determinar la dosis adecuada, complementando con actividad física y una alimentación variada.

El contenido nutricional de PediaSure comprende proteínas de alto valor biológico para el crecimiento muscular y reparación de tejidos, carbohidratos complejos que ofrecen energía sostenida, vitaminas D, K2 y calcio importantes para una buena salud ósea y arginina que favorece el crecimiento. De este modo, su consumo trae múltiples beneficios en la salud infantil: apoya el crecimiento y ganancia de peso, favorece la salud cognitiva y ocular gracias a su contenido en DHA, fortalece el sistema inmunológico reduciendo los días de enfermedad en casos de riesgo nutricional, mejora

el apetito facilitando la incorporación de alimentos más variados en la dieta y les permite experimentar un crecimiento clínicamente comprobado en 4 meses.

No obstante, debe tenerse en cuenta que PediaSure es un producto azucarado cuyo consumo frecuente podría traer consecuencias negativas imprevistas. Diversos especialistas de la salud, entre ellos Castillo Sánchez (s.f.) concuerdan en que si la deficiencia de nutrientes se debe principalmente a que el niño es selectivo con sus alimentos y no presenta una condición crítica que le impida asimilar nutrientes de la forma tradicional, es mejor evitar incorporar este producto a su dieta. De igual forma desaconseja el consumo de azúcares a temprana edad por el riesgo de desarrollar caries, obesidad y sobrepeso.

Es pertinente considerar como competidores indirectos los sobres de suplementos de micronutrientes para combatir la anemia como consecuencia de la desnutrición infantil, los cuales son entregados gratuitamente en centros de salud de todo el Perú y están destinados para niños menores de 5 años. En apariencia se perciben como un granulado blanco, siendo cada grano una cápsula que contiene hierro, vitaminas A y C, zinc y ácido fólico encerrados en una capa lipídica protectora, que se mezcla con parte de la comida habitual del niño a temperatura tibia para ser consumida primero. Cada unidad representa una dosis exacta individual, cubriendo por completo el hierro requerido cuando la alimentación y la lactancia materna no resultan suficientes (Estado Peruano, 2022; Instituto Nacional de Salud, s.f.).

Sin embargo, según menciona Ramírez Arnao (2022), en algunos casos pueden presentarse ligeros efectos adversos como estreñimiento o diarrea leve que no constituyen un riesgo grave en la salud. Aún así, al percibir estos efectos algunas madres optan por suspender el consumo de los suplementos por temor a que sean señal de que el producto le hace daño a sus hijos. También hay casos de niños mayores de 15 meses que no quieren consumirlo al sentir que le da un sabor y olor diferente a su comida (Aparco y Huamán-Espino, 2017).

Por otro lado, la marca Nutri H ofrece galletas ricas en hierro y proteína para combatir la anemia y mejorar la nutrición de los niños. Permiten elevar el nivel de hemoglobina en sangre, favorecen su buen desarrollo cerebral y rendimiento escolar y les permiten aprovechar nutrientes esenciales de súper alimentos peruanos incluidos en su composición como la quinua, la kiwicha y el cacao (Nutri H, s.f.). Cada paquete de sus

galletas Nutri H Clásicas contiene 4 unidades y su consumo es suficiente para combatir la anemia en niños en un periodo no mayor a dos meses gracias a sus ingredientes altamente nutritivos, incluyendo harina de quinua, harina de kiwicha, hemoglobina bovina, semillas de ajonjolí, sal yodada, entre otros. A pesar de su gran importancia en la lucha contra la anemia en Perú, estas galletas tienen una distribución y difusión limitadas, pues fuera de su región de origen la marca es poco conocida al igual que su proceso de comercialización tras sus primeros lanzamientos (Cusiyupanqui Quispe et al., 2022; Polo Salinas y Ramos Mori, 2021).

Barreras Sociales

La propuesta enfrenta diversas barreras para su adopción como el posible desconocimiento del público sobre los beneficios de la quinua, maca y cañihua, ingredientes del complemento nutricional, así como su menor frecuencia de consumo en comparación con otros alimentos con similar valor nutritivo. También existe poca familiarización con la desnutrición infantil en el distrito estudiado e incluso opiniones negativas sobre la efectividad del producto para combatir esta condición. Estos obstáculos pueden superarse incluyendo datos verídicos sobre la importancia de que los niños reciban regularmente todos los nutrientes que su correcto desarrollo requiere al igual que las consecuencias que tendría una prolongada deficiencia de estos en su salud, de modo que su desconfianza ante alimentos desconocidos se reduzca y se despierte su curiosidad por los tres componentes del nuevo producto. Para prevenir el rechazo de Vitapunch en los niños por un sabor percibido como desagradable se puede añadir a su composición algún endulzante natural que mejore su experiencia de consumo y a la vez no les genere riesgo de enfermedades causadas por un alto consumo de azúcar.

Barreras Legales

Con respecto al ámbito legal, según el Estado Peruano (2026) el Instituto Nacional de Calidad (Inacal), adscrito al Ministerio de la Producción, aprobó la Norma Técnica Peruana *"NTP-CODEX CAC/GL 8 (revisada en 2025). Directrices sobre preparados alimenticios complementarios para lactantes de más edad y niños pequeños"*, que orienta con respecto a las condiciones sobre los preparados alimenticios complementarios para niños de 12 meses a 3 años. Esta norma es aplicable a alimentos infantiles, sectores de nutrición y de salud pública. Especifica que las materias primas para la preparación de estos productos deben ser ingredientes idóneos para ello, entre los cuales se incluyen cereales como la quinua y la cañihua que deben procesarse

adecuadamente para eliminar sustancias que puedan afectar la calidad y asimilación de sus nutrientes. El Estado Peruano (2026) resalta la importancia de la eliminación o reducción al mínimo posible de restos de plaguicidas en estos, la conservación de condiciones higiénicas y calidad en el envasado, como también el etiquetado nutricional con información clara.

Específicamente en el caso de la cañihua, al ser el formato de harina el más cercano a su presentación final como componente de Vitapunch, está sujeto a la Norma Técnica Peruana 011.455:2024, según el Estado Peruano (2024b) esta no debe tener sustancias ni cuerpos extraños, olores o sabores extraños o desagradables, como tampoco debe sobrepasar los límites de residuos de plaguicidas. Junto con la quinua debe cumplir la Norma Técnica Peruana 011.453:2024, que recomienda el envasado en recipientes que les permitan conservar sus cualidades higiénicas, nutritivas y tecnológicas, almacenarse en condiciones óptimas que eviten su descomposición y contaminación, además de transportarse en vehículos que no hayan sido utilizados para el traslado de bienes tóxicos o que emitan olores o sabores desagradables (Estado Peruano, 2024b).

Teniendo en cuenta el reportaje de Ugarte Mamani (2025) es importante considerar que si el complemento nutritivo presenta un nivel de azúcar superior al valor máximo permitido en la Ley N° 30021 deberá llevar el octógono de advertencia correspondiente sin excepción en cuanto al tamaño de su envase, en caso de que el área frontal de la etiqueta es menor a 20 cm^2 deberá ubicarse según las disposiciones en el Manual de Advertencias Publicitarias. Estas normativas tienen el objetivo de impulsar un consumo consciente y saludable de productos alimenticios procesados previniendo el desarrollo de enfermedades como sobrepeso u obesidad (Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa [UNSA], 2024).

Vitapunch se dirige a las madres de menores con edades entre los 3 a 6 años habitantes del distrito de San Juan de Lurigancho pertenecientes principalmente al nivel socioeconómico C, a quienes les preocupa la salud y el bienestar de sus hijos al considerarla muy influenciada por la calidad de la alimentación. Son amas de casa amorosas, protectoras y responsables, buscan constantemente información respecto al valor nutricional de los productos que son consumidos en sus hogares y adquirir los más saludables siempre que su poder adquisitivo lo permita.

El factor económico suele representar un obstáculo frecuente para la alimentación nutritiva de sus niños, pues el alto precio de los productos saludables los convierte en una inversión que no siempre se pueden permitir y ante la dificultad de mantener este gasto, optan por interrumpirlo. Les preocupa no poder disponer de alimentos seguros y beneficiosos durante largos periodos de tiempo, así como también descuidar los requerimientos nutricionales de sus hijos y deteriorar gravemente su salud.

Según el Ministerio de Salud (2025) la población infantil de San Juan de Lurigancho se compone de 67 245 niños de 0 a 4 años y 96 119 niños de 5 a 8 años, obteniendo una población total de aproximadamente 163 364 niños comprendidos dentro del rango de edad al que Vitapunch se está dirigiendo y al que podrá brindar los beneficios nutritivos de la quinua, la maca y la cañihua para combatir la desnutrición infantil. Parte de las estrategias para introducir el producto también estarán orientadas a sus madres con el objetivo de que conozcan más sobre el poder nutricional de sus tres ingredientes y cómo estos pueden contribuir a la salud de sus hijos.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

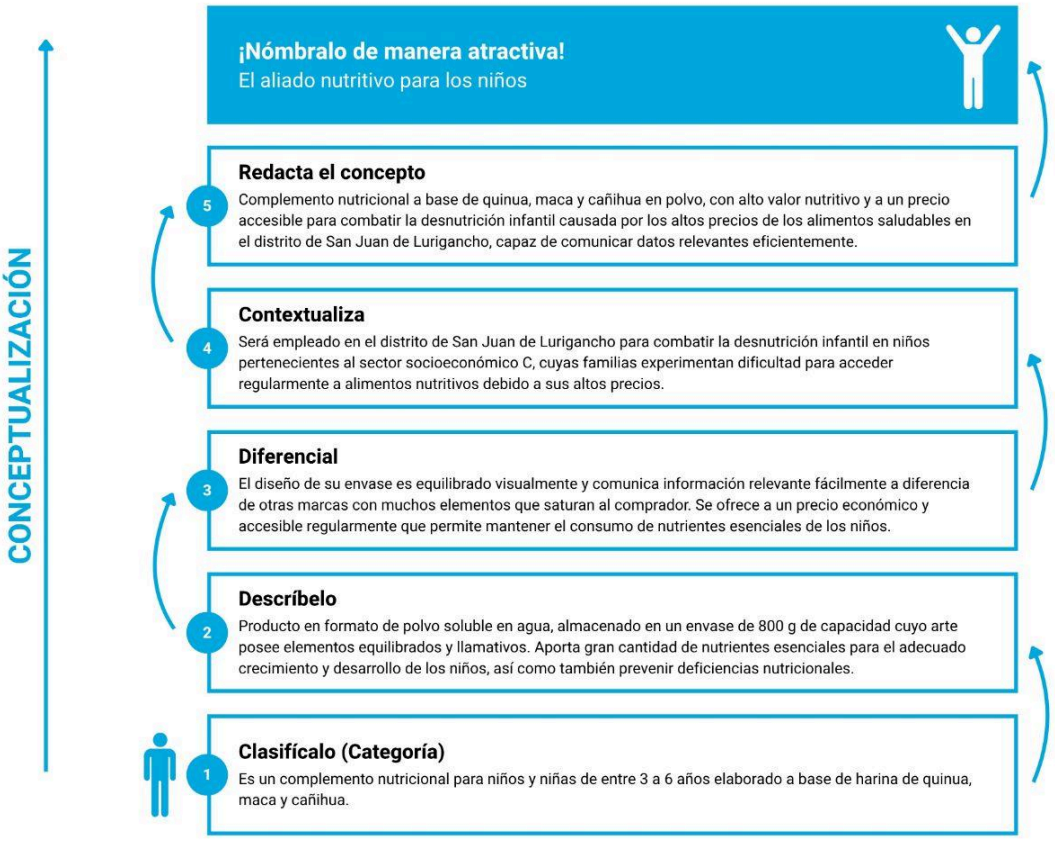
Se propone un producto consistente en un complemento nutricional en polvo, soluble en agua y preparado con harina de quinua, maca y cañihua. Viene en presentación de 800 g y su aporte nutricional es significativo para combatir la desnutrición infantil. Incluye aminoácidos y proteínas que favorecen el fortalecimiento y la reparación muscular, ayuda a regular el tránsito intestinal gracias a su contenido de fibra, aporta carbohidratos que representan una fuente de energía valiosa, contiene calcio que contribuye a una buena salud ósea, ácidos grasos necesarios para prevenir problemas con la tensión arterial, como también antioxidantes que disminuyen la probabilidad de desarrollar enfermedades cardiovasculares y hierro que ayuda a prevenir la anemia.

Será adquirido por madres de familia residentes en el distrito de San Juan de Lurigancho, quienes en ocasiones tienen dificultades para adquirir alimentos saludables para sus hijos de 3 a 6 años por sus altos precios, por lo que su valor está fijado en S/9.90 tomando como referencia las preferencias recopiladas en la encuesta. Estará disponible en bodegas, farmacias, supermercados y plataformas de compra en línea durante todo el año, aunque es posible que el inventario sea menor durante algunos meses por la diferencia en los tiempos de cosecha de sus ingredientes. Como muestra la figura 5 y en base a la información recabada anteriormente, los atributos del bien propuesto se

desglosan en la ruta para conceptualizar con el objetivo de encontrar una forma precisa de referirse a él.

Figura 5

Ruta para conceptualizar



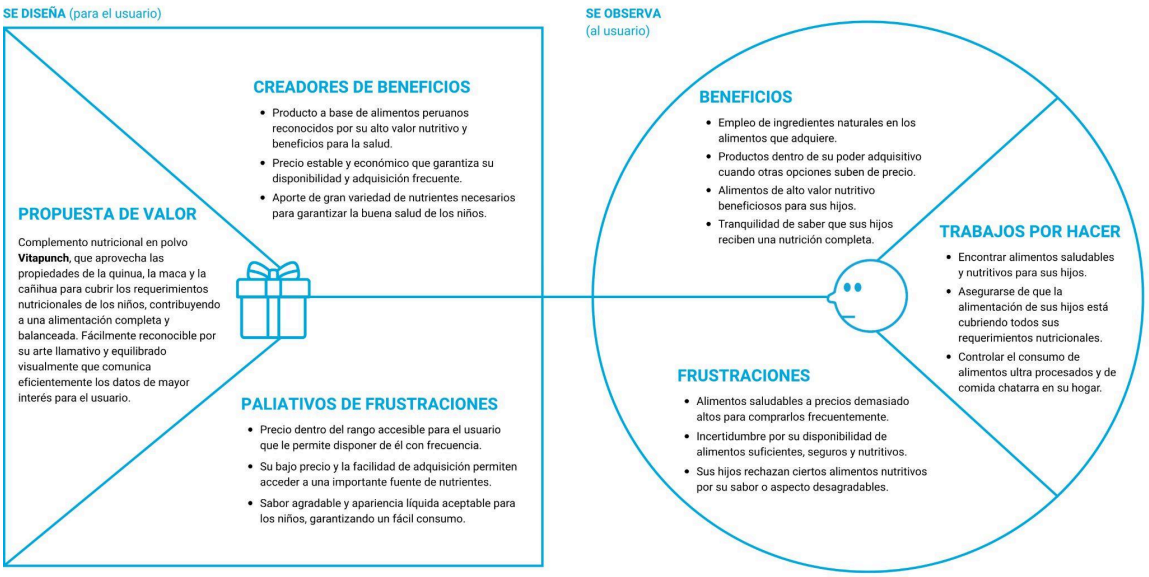
El concepto propuesto comunica que el complemento Vitapunch representa una marca en la que las madres comprometidas con la salud de sus hijos pueden confiar para brindarles una alimentación completa y equilibrada. Su valor diferencial radica en que su envase tiene una distribución equilibrada de elementos gráficos en su arte final, incluyendo colores, textos, ilustraciones, etc., además de ser capaz de comunicar la información relevante para un potencial comprador de forma eficiente sin necesidad de emplear excesivos elementos. El producto también se destaca por poner a su alcance una fuente valiosa de nutrientes que en comparación con otras opciones similares como PediaSure y fórmulas para apoyar el crecimiento infantil, tiene un precio significativamente menor. Esta característica permite la compra y consumo constantes del producto sin llegar a resultar excesivo para los recursos del hogar.

Se distingue por su contenido mínimo de azúcar, la cual suele añadirse a productos similares para mejorar su sabor y hacerlos más agradables al gusto de los niños, pero consumida con frecuencia junto con los nutrientes que el complemento les aporta puede derivar en enfermedades como obesidad, diabetes y el desarrollo de caries. De este modo, Vitapunch tiene fuertes ventajas por sobre otras opciones al aprovechar el poder nutritivo de los alimentos peruanos para favorecer un buen crecimiento y desarrollo en niños con un consumo irregular de alimentos saludables, previniendo el deterioro de su salud y con ello, el de capacidades que requerirán en la edad adulta.

Como se muestra a continuación en la figura 6, la solución planteada a la desnutrición infantil en el distrito de San Juan de Lurigancho representa una propuesta relevante para los potenciales usuarios por su capacidad de reducir sus frustraciones y generar beneficios.

Figura 6

Propuesta de valor - Complemento nutritivo Vitapunch



2.5.4 Diseño de producto/servicio

El producto se presenta en un envase cilíndrico de 800 g hecho de hojalata (acero recubierto con una capa fina de estaño) de 12.7 cm de diámetro y 23.5 cm de alto con recubrimiento interior de barniz grado alimenticio, posee una sobretapa de plástico roja que facilita su apertura cuando ya se ha estado consumiendo y garantiza su conservación contra agentes extraños. La etiqueta que envuelve la lata está elaborada de polipropileno biorientado blanco (BOPP), un material muy resistente y con un acabado brillante. El

color principal del envase es el azul, sobre el que se aprecian el logo de Vitapunch junto con una ilustración de Súper Punchy, la mascota de la marca, además de incluir datos como el contenido, ingredientes, información nutricional e instrucciones de preparación.

El usuario podrá disponer de él las 24 horas del día y comprarlo a S/9.90 en tiendas físicas como bodegas, farmacias y supermercados, como también en plataformas de compra en línea de otras marcas. Al introducirse por primera vez al mercado se dará a conocer mediante medios de publicidad OTL como los anuncios de display en formatos desktop y mobile en los sitios web más visitados por las madres de familia, especialmente aquellos relacionados a nutrición y salud infantil. Igualmente se presentará a través de publicaciones, stories, posts y colaboraciones con influencers en cuentas oficiales de Instagram, Tik Tok y YouTube donde ellas podrán conocer acerca del poder nutricional de sus ingredientes y comprobar su efectividad, despertando así su interés por el gran beneficio a la salud que el consumo de Vitapunch representaría para sus niños. Las figuras de la 7 a la 12 ilustran el aspecto que tendrán algunas de estas piezas al momento de su lanzamiento.

Figura 7

Anuncio de display para Vitapunch en formato desktop



Nota. Imagen referencial.

Figura 8

Anuncio de display para Vitapunch en formato mobile



Nota. Imagen referencial.

Figura 9

Post de Vitapunch en Instagram



Nota. Imagen referencial.

Figura 10

Post de Vitapunch en Tik Tok



Nota. Imagen referencial.

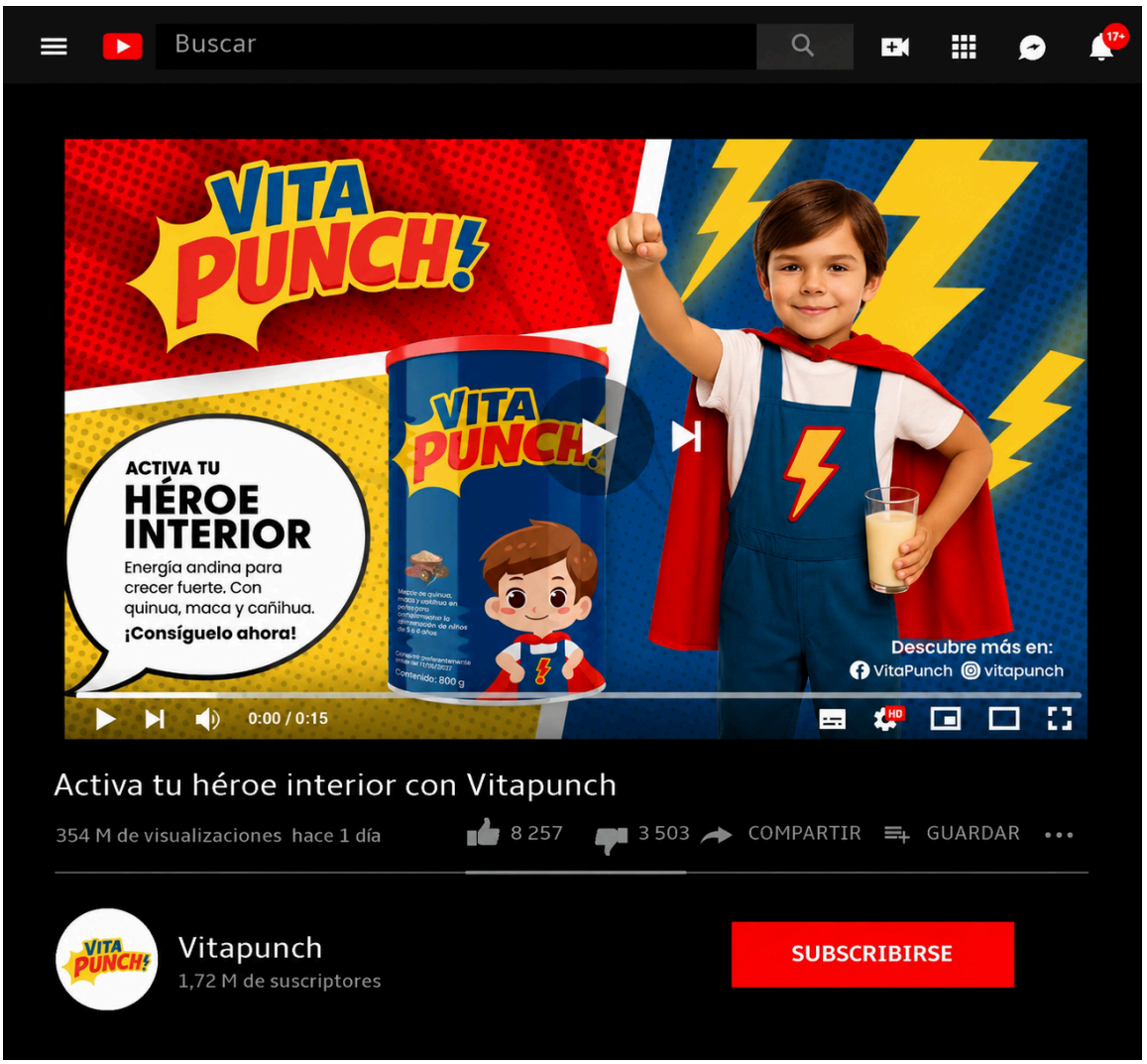
Figura 11

Colaboración de Vitapunch con la influencer Karen Scharwz en Tik Tok



Figura 12

Video publicitario de Vitapunch en YouTube



Nota. Imagen referencial.

Además de familiarizarse con el lanzamiento del nuevo producto por medios digitales, se brindarán más detalles al respecto por medio de publicidad ATL buscando conectar con las inquietudes y necesidades de un público mucho más grande a la vez que se refuerza el mensaje recibido por redes sociales. Las madres tomarán contacto con Vitapunch en su hogar a través de publicidad estática, auspicios y sobreimpresiones durante la emisión de distintos programas de televisión; spots, auspicios y menciones en radio; anuncios en prensa y revistas, como también por medio de formatos de publicidad en la vía pública. Les compartirán experiencias positivas como consecuencia del consumo de Vitapunch para motivarlas a adquirirlo en tiendas e incluirlo en la alimentación de sus hijos, brindándoles tranquilidad y confianza sobre su efectividad.

Las figuras 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19 y 20 ilustran el aspecto y la estructura que tendrán estas publicaciones tras su lanzamiento.

Figura 13

Publicidad estática de Vitapunch en un partido de fútbol emitido por televisión



Nota. Imagen referencial.

Figura 14

Sobreimpresión de Vitapunch en un partido de vóley emitido por televisión



Nota. Imagen referencial.

Figura 15

Estructura de spot radial para Vitapunch

ACTO	NARRACIÓN / DIÁLOGO	EFECTO DE SONIDO / MÚSICA	TIPO DE VOZ	PERSONAJE
1	— Mamá... me siento cansado...	Pasos lentos, suspiro infantil	Voz infantil débil	Niño (Pablo)
2	— ¿Ahora qué le doy?...	Silencio breve con fondo suave de preocupación	Voz femenina con tono preocupado	Mamá
3	— Con VitaPunch, todo cambia. Hecho con quinua, maca y cañihua, es el suplemento natural que da el punch que los niños necesitan.	Música mágica y ascendente	Voz femenina cálida y confiable	Narradora
4	— ¡Ahora sí! ¡Estoy listo! Vamos a jugar	Splash (beber) + sonido tipo transformación + música tipo superhéroe	Voz infantil enérgica	Niño (Pablo)
5	— VitaPunch: ¡Sabe bien, hace bien! Pídelo ya en tu bodega favorita.	Música alegre final (cierre)	Voz femenina cálida	Narradora

Figura 16

Estructura de auspicio para Vitapunch durante el programa "Regina y tú" emitido por Radio Felicidad

ELEMENTO	CONTENIDO
LOCUCIÓN	Ya son las 9 y seguimos aquí, acompañándote con lo mejor para tu familia. Este momento llega gracias a Vitapunch, el complemento alimenticio en polvo que tus hijos van a amar. Con quinua, maca y cañihua, es 100% natural y ¡sabe delicioso! Vitapunch. Sabe bien, hace bien.
TIPO DE VOZ	Voz femenina cálida, con tono informativo
EFECTO	Música instrumental suave o fondo dinámico corto

Figura 17

Estructura de mención de Vitapunch durante el programa "Regina y tú" emitido por Radio Felicidad

ELEMENTO	CONTENIDO
LOCUCIÓN	Y justo pensaba en esas mamás que me escriben preocupadas porque sus hijos llegan del cole rendidos, sin energía, sin ganas de jugar... ¡Yo también he pasado por eso! Por eso quiero contarles un secreto que encontré: Vitapunch. Es un complemento en polvo con quinua, maca y cañihua. ¡Delicioso y lleno de nutrientes! A los peques les encanta y les da ese 'punch' de energía para seguir su día con alegría. Ya lo saben mamitas: Vitapunch, sabe bien, hace bien."
TIPO DE VOZ	Voz femenina natural, tono alegre
EFECTO	Ninguno o fondo musical breve tipo loop infantil

Figura 18

Publicidad de Vitapunch en un periódico



Nota. Imagen referencial.

Figura 19

Publicidad de Vitapunch en una revista



Nota. Imagen referencial.

Figura 20

Publicidad de Vitapunch en un paradero



Nota. Imagen referencial.

Tras la adopción del producto ellas podrán acceder a un podcast informativo con datos relevantes sobre alimentos nutritivos, consejos de alimentación infantil y recomendaciones de crianza que pueden aplicar con sus pequeños. Esta será una estrategia fidelizadora con la que su experiencia se complementa aún más y pueden ampliar su conocimiento y experiencia como madres. Por otro lado, sus hijos podrán interactuar con la marca a través de Súper Punchy en activaciones de marca realizadas en espacios públicos y malls de alto tráfico del distrito. Ellos podrán conectar con la personalidad enérgica del personaje mediante experiencias divertidas y memorables, teniendo la oportunidad de llevarse piezas de merch de recuerdo o como premio tras ganar concursos. En las figuras 21, 22 y 23 se aprecian los conceptos de dos activaciones pensadas para la marca y los productos de su respectivo merchandising disponibles para los niños que participen en ellas.

Figura 21

Activación "El Súper Carro de Súper Punchy"



Nota. Imagen referencial.

Figura 22

Activación "Punch Point" en centro comercial de San Juan de Lurigancho



Nota. Imagen referencial.

Figura 23

Variedad de piezas disponibles en el merchandising de Vitapunch



Analizando el impacto económico de la propuesta, el reconocido valor nutricional y los beneficios que el consumo de quinua, maca y cañihua aporta a la salud crea una alta demanda de estos productos para el consumo nacional y la mantención de la seguridad alimentaria, situaciones que permiten la generación de ingresos y empleo para los agricultores conservacionistas de la región andina donde serían producidos los insumos requeridos para la elaboración de Vitapunch (Estado Peruano, 2025).

Este complemento tiene el objetivo social de disminuir el riesgo de desnutrición en los niños de San Juan de Lurigancho, cuyas familias experimentan episodios de inseguridad alimentaria que dificultan su consumo frecuente de alimentos nutritivos por sus precios altos, los cuales con el tiempo impiden continuar la adquisición. Al fijarse el precio del nuevo producto en S/9.90 este resulta accesible para las madres que se encuentren interesadas en la mejora de la alimentación de sus hijos y asegurar su buen crecimiento y desarrollo cubriendo todos sus requerimientos nutricionales.

En el caso del impacto ambiental, el envase de Vitapunch está hecho de hojalata, un material 100% reciclable que reduce la necesidad de generar materias primas y la cantidad de residuos generados, contribuyendo así a la sostenibilidad (Eurobox, 2023). Igualmente su etiqueta y sobretapa son perfectamente reciclables. Por otra parte, la obtención de los insumos principales sigue procedimientos como la rotación de cultivos para mantener la buena salud de los suelos y, en el caso de la maca, el secado al sol para conservarla antes de su procesamiento. Estas técnicas garantizan la conservación de la agrobiodiversidad frente a climas extremos y una producción sostenible guiada por el conocimiento ancestral (Codeage, 2025; Estado Peruano, 2025).

En conclusión, el complemento nutritivo Vitapunch mantiene el equilibrio entre su impacto económico, social y ambiental, condiciones clave para contribuir al desarrollo sostenible más allá del beneficio individual y generar un mayor valor agregado en su público objetivo.

2.5.5 Modelo de Negocio

Se empleó el Tablero Modelo de Negocio que recoge aspectos esenciales de la propuesta, entre ellos el segmento del público al que se dirige, los canales por los que se dará a conocer, los socios clave y los recursos de los que podrá disponer para su viabilidad.

Figura 24

Tablero Modelo de Negocio - Complemento nutritivo Vitapunch



2.5.6 Resultados esperados

Una vez lanzado al mercado, se espera principalmente que el complemento nutricional Vitapunch incremente en un 45 % la ingesta de nutrientes esenciales en los niños de entre 3 a 6 años de San Juan de Lurigancho, permitiéndoles fortalecer sus defensas ante enfermedades, mantener un buen rendimiento en sus actividades académicas y reducir el riesgo de desarrollar síntomas de desnutrición que comprometan su salud y su futuro. Por otra parte, se prevé que la capacidad de las madres de familia para mantener la compra de este producto se incremente disminuyendo así la preocupación por el posible descuido de las necesidades nutricionales de sus hijos.

Vitapunch también reducirá la inseguridad alimentaria en poco menos del total de 163 364 niños que residen en San Juan de Lurigancho con edades comprendidas entre los 0 y 8 años según datos del Ministerio de Salud (2025). Al conocer más acerca de los beneficios que la quinua, maca y cañihua traerán a aquellos menores cuya alimentación difícilmente llega a ser equilibrada, la preocupación de sus madres por el impacto de la insuficiencia de nutrientes en su salud se disipará generando una relación de confianza en la efectividad de la marca.

Estos resultados responden directamente al problema de la prevalencia de desnutrición infantil en San Juan de Lurigancho y a la preocupación de las madres de familia como usuario diagnosticado, por el precio muchas veces alto e inaccesible de los alimentos nutritivos y la insuficiencia de nutrientes importantes en la alimentación de sus hijos. Al considerar esta como un factor muy influyente en su salud y ser ellas quienes gestionan los alimentos que se adquieren para el consumo de su familia, siempre buscan informarse cuidadosamente al respecto basándose en datos verificados. De esta forma, el impacto proyectado para Vitapunch cumplirá el objetivo general de este proyecto y permite la conexión entre el problema planteado, la solución propuesta y el resultado que se espera obtener con ella.

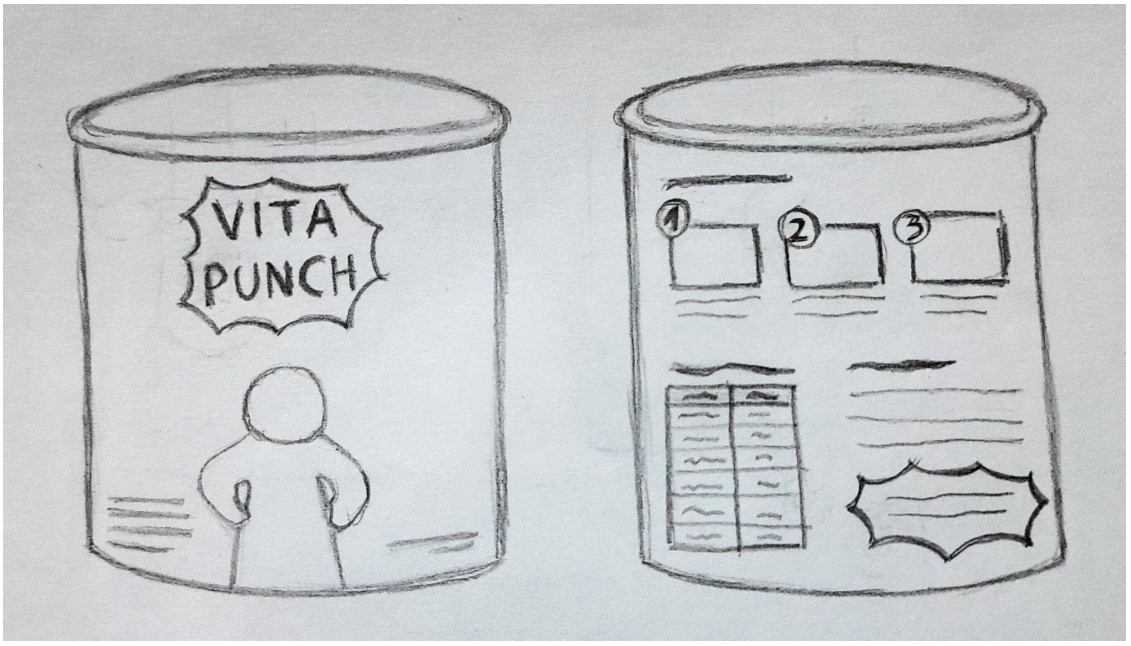
2.5.7 Prototipos desarrollados

Para tener una mejor idea del producto propuesto como solución a la problemática identificada, se desarrollaron diversos prototipos con los que se evaluará la respuesta del usuario al interactuar con él y recibir retroalimentación que será tomada en cuenta en futuras iteraciones para garantizar una mejor experiencia. La figura 25 presenta el boceto inicial dibujado a lápiz, el cual permite apreciar el formato básico del envase en

la parte anterior (izquierda) y posterior (derecha), los elementos presentados en su etiqueta y la distribución de la información que ofrece.

Figura 25

Boceto inicial a lápiz del complemento nutritivo Vitapunch



Se optó por presentar el producto en un envase cilíndrico por la comodidad que brinda en el momento de sostenerlo y por su alta resistencia a golpes y a la manipulación que pueda experimentar. El contenido gráfico de la etiqueta está distribuido procurando equilibrio para no sobrecargar de información al consumidor y brindarle datos puntuales sobre lo que está adquiriendo. Se presentó el boceto a padres de niños de entre 3 y 6 años de San Juan de Lurigancho mediante una encuesta virtual para recoger sus impresiones sobre esta primera versión del producto en el rol de potenciales usuarios (véase el anexo 2). Esta retroalimentación será tomada en cuenta para la elaboración del prototipo de baja definición.

Los encuestados asocian el nombre de Vitapunch con energía, vitalidad, fuerza, lo perciben como un producto con contenido de vitaminas y nutritivo. La mayoría aprueban su envase cilíndrico y consideran que los elementos mostrados en la etiqueta son suficientes para brindar información relevante sin resultar sobrecargada, entre los cuales perciben como los más relevantes una tabla de contenido nutricional, el grupo de edad al que se enfoca, instrucciones de preparación y la lista de ingredientes, según su opinión dichos datos son imprescindibles. El lugar de preferencia para adquirirlo son las bodegas y consideran accesible el precio de S/9.90 para adquirirlo de forma frecuente,

específicamente varias veces a la semana. También sugieren que tenga un sabor agradable para el gusto de los niños y que sea natural para garantizar su salud en el consumo recurrente.

La figura 26 muestra el prototipo en baja definición del complemento nutritivo Vitapunch en sus vistas frontal y trasera. Fue realizado mediante el software Adobe Illustrator y muestra una idea de la paleta de color que podría tener en su versión final, los datos que mostraría al usuario interesado en comprarlo, además de una nueva diagramación que no le resulte sobrecargada. Por estar dirigido a un público infantil, se eligió una triada de colores primarios llamativos y alegres junto con el personaje Súper Punchy con el que los niños se sientan identificados al consumir el producto. En el caso del público adulto, el azul empleado en la mayor parte del envase transmite confianza y credibilidad en el producto, lo que favorecerá una mayor disposición a adquirir Vitapunch para complementar la alimentación de sus hijos.

Este prototipo fue validado con una segunda encuesta virtual a padres de familia que tuvieran igualmente hijos de entre 3 y 6 años y vivieran en San Juan de Lurigancho (véase el anexo 3). En base a este y a los prototipos posteriores que resultaron de las iteraciones, se adjuntan en cada caso los checklists de prototipado con los que se evaluó su posibilidad de hacer tangible el concepto, experimentar con los usuarios y comunicar la idea claramente, considerando que mientras más criterios cumplan, mayor será su nivel de fidelidad a la versión final del producto.

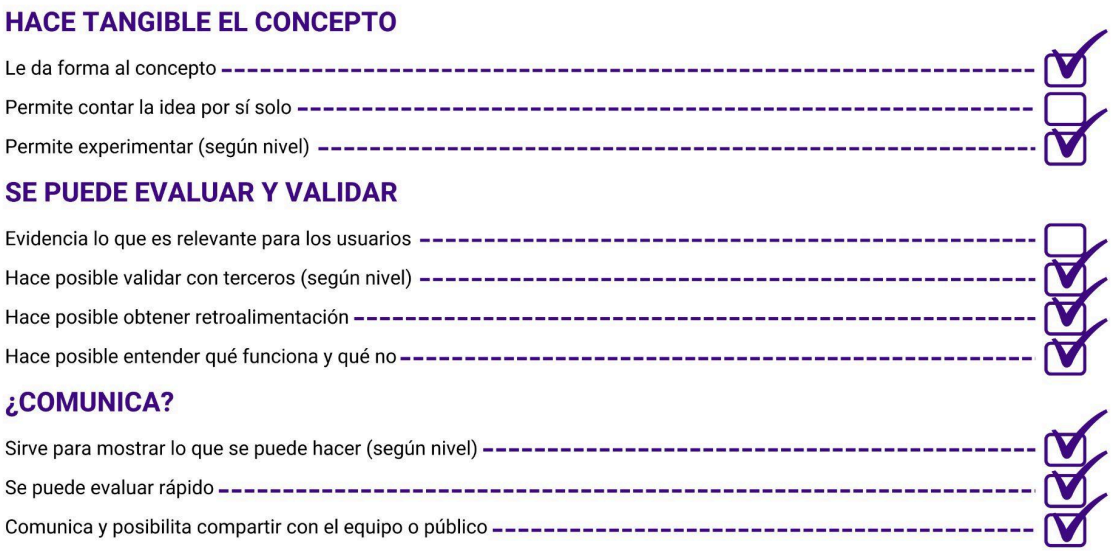
Figura 26

Prototipo de baja definición del complemento nutritivo Vitapunch



Figura 27

Checklist de prototipado - Nivel de baja definición



En base a la retroalimentación recibida, se diseñó el prototipo de media definición presentado en las figuras 28 y 29. Este consiste en un mockup elaborado con el software Adobe Photoshop que permitió evaluar el desempeño de la identidad gráfica en una simulación de su formato final, de modo que los usuarios podrán hacerse una idea más precisa del producto presentado y de datos relevantes como la información nutricional o los ingredientes y fue validado mediante una tercera encuesta dirigida tanto a padres de

familia como profesionales en diseño gráfico y de empaques (véase el anexo 4) con el objetivo de que el arte final sea evaluado y aprobado por expertos afines a la propuesta.

Figura 28

Prototipo de media definición del complemento nutritivo Vitapunch - vista frontal



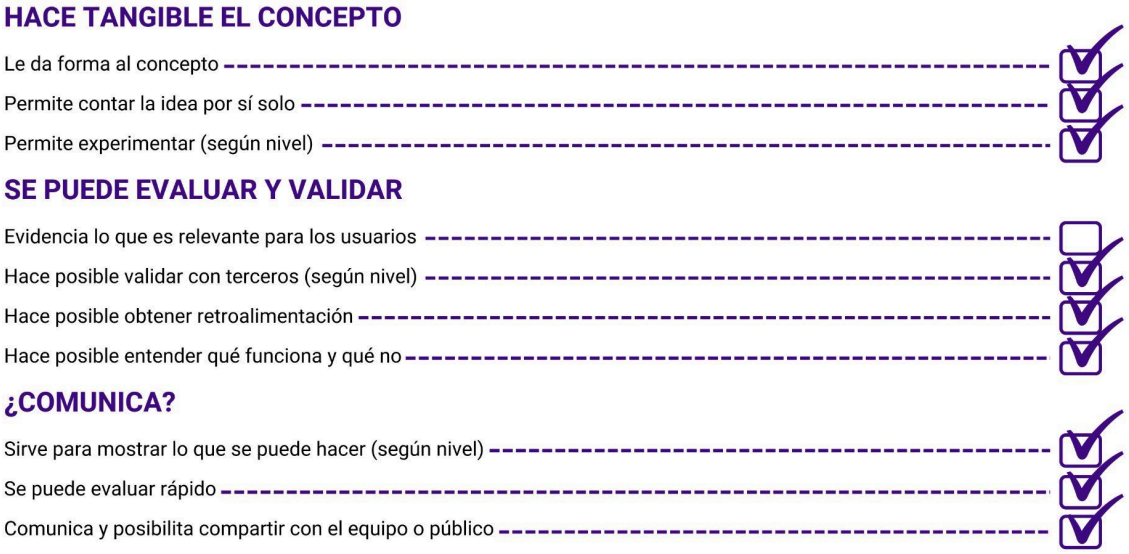
Figura 29

Prototipo de media definición del complemento nutritivo Vitapunch - vista posterior



Figura 30

Checklist de prototipado - Nivel de media definición



Teniendo en cuenta las sugerencias y comentarios recibidos durante la validación del prototipo con expertos en diseño gráfico, este fue mejorado para obtener finalmente el prototipo de alta definición que se muestra en las figuras 31 y 32. Se incrementó el tamaño de los textos y su grosor para garantizar su legibilidad, así como también el de algunos elementos gráficos para evitar espacios vacíos innecesarios.

Figura 31

Prototipo de alta definición del complemento nutritivo Vitapunch - vista frontal



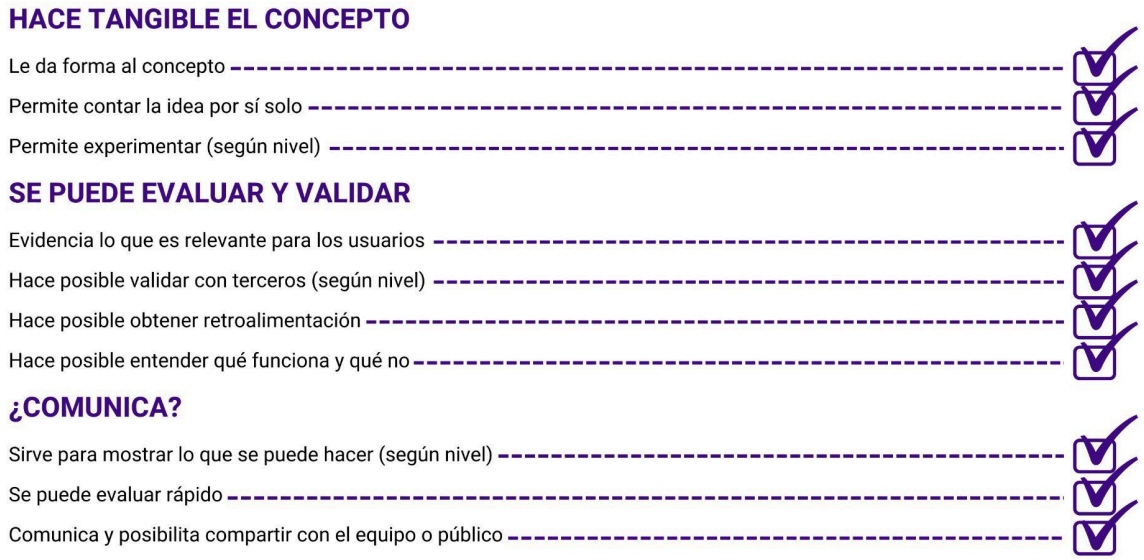
Figura 32

Prototipo de alta definición del complemento nutritivo Vitapunch - vista posterior



Figura 33

Checklist de prototipado - Nivel de alta definición



2.5.8 Experimentos

La figura 34 muestra el Tablero UX mediante el cual se puede visualizar la experiencia del usuario antes, durante y después de interactuar con el complemento nutricional Vitapunch.

Figura 34

Tablero UX - Complemento nutritivo Vitapunch



Para validar el interés del público objetivo en Vitapunch y la primera impresión que les da, se presentó el boceto inicial del producto a 15 padres de familia residentes en el distrito de San Juan de Lurigancho que tuvieran hijos de entre 3 a 6 años mediante una

encuesta virtual. Se midió su nivel de satisfacción con el formato en envase cilíndrico, la percepción de la densidad visual en la etiqueta y el precio sugerido; como también la relevancia de los datos mostrados como potenciales compradores y la frecuencia con la que lo adquirirán. Como resultado, se obtuvo que:

- Los encuestados asocian el nombre de Vitapunch con conceptos como nutrición, fuerza, vitaminas y vitalidad. Entienden que es un producto orientado a un público infantil con el objetivo de complementar la alimentación de los niños para asegurar su buena salud, por lo que esperan que sea una opción natural, al alcance de su bolsillo y desean poder saber más sobre este nuevo complemento nutricional.

- El 73,3 % de los encuestados estuvo conforme con la presentación en envase cilíndrico del producto mientras que el 26,7 % preferían otro tipo de envase como vidrio, caja o Tetra Pak.

- En cuanto a la percepción de densidad visual, el 73,3 % consideró que habían elementos suficientes en la etiqueta para calificarla como equilibrada y dos participantes (el 13,3 % del total) respondieron que habían demasiados elementos, igual que quienes consideraron que habían muy pocos elementos.

- El 80 % de los padres encuestados considera relevante encontrar en el envase una tabla con el contenido nutricional del producto y el rango de edad específico al que se dirige, seguido por las instrucciones de preparación, la lista de ingredientes (ambos representando el 73,3 %), la descripción breve del producto, la cantidad contenida en el envase e información breve sobre las propiedades de los ingredientes (con el 60 %).

- Más de la mitad de los participantes (53,3 %) prefería encontrar y comprar Vitapunch en una bodega. La preferencia por la adquisición en una farmacia o supermercado alcanzó un porcentaje del 20 % en ambos casos. Uno de los entrevistados recomendó que esté disponible en centros comerciales y cadenas de supermercados reconocidas como Metro o Tottus para dar una imagen confiable del producto

- El precio estimado de S/ 9.90 para Vitapunch es percibido como dentro del presupuesto del 60 % de los entrevistados que lo comprarían siempre. Un

participante (6,7 %) lo percibe elevado pero igual lo compraría, mientras que el 33,3 % solo lo compraría si se le hace posible asumir el gasto en un momento dado. Aunque solo un 6,7 % compraría Vitapunch todos los días, el 46,7 % lo compraría varias veces en la semana y el 40 % una vez a la semana.

Quedó demostrado que los usuarios están interesados en los beneficios y la propuesta de valor de Vitapunch como un alimento natural y altamente nutritivo que puedan adquirir regularmente sin tener que interrumpir su compra por factores económicos. Están conformes con el formato de envase propuesto, el cual puede ser aprovechado para brindarles datos relevantes sobre los ingredientes, valor nutricional, rango de edad al que está enfocado, modo de preparación y contenido. Por otra parte, la confianza en la efectividad del complemento se verá incrementada al estar disponible en tiendas reconocidas que demuestran la calidad de sus productos, representando una gran oportunidad para Vitapunch.

Esta retroalimentación fue aplicada en el diseño del prototipo de baja definición, al cual se le asignó una paleta de colores primarios saturados, se definieron el logo de la marca, los datos sobre el producto, los pasos para su preparación, el contenido nutricional e ingredientes, así como el rango de edad en que puede ser consumido y la capacidad del envase. Tras estos cambios, el prototipo fue validado mediante una segunda encuesta a 19 padres de familia también residentes en el distrito de San Juan de Lurigancho y con hijos de entre 3 a 6 años. Se evaluó el nivel de satisfacción de los participantes respecto a la propuesta gráfica para la etiqueta del envase, lo cual incluye la vivacidad de sus colores, la legibilidad de los textos, el nivel de relevancia de los datos que presenta y el equilibrio visual en sus elementos. Esta encuesta tuvo los siguientes resultados:

- El 94,7 % de los encuestados consideraron que los colores del envase son llamativos, con solo un 5,3 % que no se sintieron atraídos por estos. Un porcentaje de 89,5 % percibió los textos como claros y de lectura cómoda en comparación con el 10,5 % que estuvo en desacuerdo por tres principales motivos: textos muy pequeños (37,5 %), letras muy delgadas que se perdían en el fondo (37,5 %) o color poco contrastante (25 %).
- Respecto a la relevancia de los datos presentes en el envase, un 84,2 % afirmó que los encontraba relevantes y útiles para conocer más a Vitapunch. Por otra

parte, el 15,8 % percibió que habían datos de su interés que no aparecían y que principalmente se relacionaban a especificaciones de la fecha de vencimiento, la temperatura del agua para preparar el complemento y si requería octógonos de advertencia por algún nutriente que podría resultar perjudicial para la salud al ser consumido en exceso.

- La distribución de los textos y elementos gráficos es percibida como cómoda y equilibrada a la vista por un 89,5 % de los participantes, solo un 5,3 % la encontró muy cargada o con muchos espacios vacíos innecesarios. El 73,7 % afirmó estar dispuesto a comprar Vitapunch si estuviera disponible en el mercado, el 15,8 % se encontraba en duda y el 10,5 % no lo compraría.

Este experimento demostró que la primera versión del arte de la etiqueta para el complemento nutricional Vitapunch es bien recibida por potenciales usuarios, quienes en su mayoría lo perciben equilibrado, relevante y agradable a la vista. Los datos presentados en algunos casos requieren pequeñas especificaciones para que los padres de familia puedan tener ideas precisas sobre cómo preparar el complemento, e incluir datos técnicos puntuales como la fecha de vencimiento o advertencias sobre nutrientes críticos incrementará su confianza en Vitapunch y en los beneficios que traerá para la nutrición de sus hijos.

De la misma forma, en la iteración a prototipo de media definición se definieron aún más los datos presentes en el envase, especificando el tipo de producto que es Vitapunch, los pasos para su preparación, la información nutricional por cada 100 g y por porción, los ingredientes junto con una imagen ilustrativa y una fecha referencial antes de la cual sea preferente consumirlo, como también se definió la forma definitiva del contenedor. Esta versión final fue validada con una tercera encuesta a 101 personas entre padres de familia, profesionales en diseño gráfico y docentes de la Escuela Superior Toulouse Lautrec con conocimientos en esta área. Los principales aspectos medidos incluyeron el nivel de satisfacción y relevancia del envase, sus elementos gráficos y los datos mostrados a los usuarios; la legibilidad y claridad de la información; la percepción de equilibrio visual en la diagramación y las preferencias en medios y plazas donde encontrar Vitapunch disponible. Se obtuvieron los siguientes resultados:

- El 80,2 % de los encuestados encuentra llamativo el diseño del envase en comparación con el 19,8 % que opina diferente. El elemento más llamativo es

el logo de Vitapunch con un porcentaje del 30,7 %. La información brindada es mayormente considerada útil para conocer mejor a Vitapunch, estando compuesta por el porcentaje de encuestados que la consideraban completa y relevante (62,4 %) junto con quienes la veían completa a pesar de que ciertos datos de su interés no aparecieran (32,7 %).

- El 74,3 % percibe los textos claros y fáciles de leer. Los principales motivos de discrepancia percibidos entre el 25,7 % restante fueron los textos muy pequeños (48,9 %), textos poco contrastantes con el fondo (17,8 %) y tipografía con letras muy delgadas (11,1 %). Estos factores dificultaron la comprensión de algunos datos presentados en los potenciales usuarios.
- La distribución de los elementos en el diseño fue percibida como equilibrada por un 70,3 % de los participantes. En algunos casos los textos y la ilustración del personaje de la marca (Súper Punchy) fueron percibidos como muy pequeños, debido a lo cual dejaban grandes espacios vacíos en la composición que los potenciales usuarios sugerían reducir escalando los elementos antes mencionados, como también ocuparlos con elementos afines a la marca que no resulten invasivos.
- Un 78,2 % de los participantes está dispuesto a comprar el producto Vitapunch si estuviera disponible en el mercado mientras que el 21,8 % no está convencido de adquirirlo. El punto de venta más solicitado para el hallazgo y la compra del complemento son los supermercados, que obtuvieron el 72,3 % de los votos. Las redes sociales son el medio más frecuente por el que los potenciales usuarios esperarían recibir promociones, contenido e información relacionada a Vitapunch con el 80,2 % de votos, seguido por otros medios tradicionales como los anuncios en televisión (49,5 %), anuncios en páginas web (46,5 %) y publicidad en la vía pública (33,7 %).

La encuesta demostró que el complemento nutritivo Vitapunch recibirá muy buena acogida tanto en medios físicos como digitales, su arte final es percibido como equilibrado, llamativo y relevante por la información completa que brinda, motivando a un alto porcentaje de usuarios a adquirirlo principalmente en supermercados al ser uno de los canales más recurridos para la compra de alimentos. Los encuestados esperaban que este producto sea una solución efectiva al problema de la desnutrición en el Perú

accesible especialmente para los niños de bajos recursos, animaron su pronto lanzamiento y el desarrollo de piezas que contribuyan a difundir su marca.

Un aspecto a mejorar que muchos de los participantes señalaron fueron los excesivos espacios en blanco entre algunos elementos percibidos como muy vacíos, igualmente el tamaño pequeño de algunos textos dificulta su lectura y la comprensión de los datos que brindaban a los potenciales usuarios. Tomando en cuenta estos aprendizajes, la distribución del prototipo fue modificada ligeramente para dar más espacio a los elementos que requerían aumentar de tamaño, reduciendo así los espacios en blanco. Los textos referentes a descripciones, contenido, pasos de preparación e ingredientes fueron escalados para mantener su legibilidad ya que al ser delgada, la tipografía se perdía con el fondo en un tamaño pequeño. De este modo, se obtuvo el prototipo de alta definición y la versión final del complemento nutritivo Vitapunch (véanse las figuras 31 y 32).

Para facilitar la sistematización de los aprendizajes, estos fueron organizados en la Tabla Receptora en la figura 35 para determinar lo que funciona en el prototipo, las críticas que recibió, dudas de los usuarios y las nuevas ideas que surgieron tras la retroalimentación.

Figura 35

Tabla Receptora - Complemento nutritivo Vitapunch



Se empleó la herramienta de la Experimentación Ágil, detallada en la figura 36, que estructura el proceso de validación con usuarios mediante hipótesis, experimentos, métricas y lecciones aprendidas.

Figura 36

Experimentación Ágil - Complemento nutritivo Vitapunch



III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

Se consideraron la inversión en maquinaria necesaria para procesar las materias primas, el costo de ingredientes necesarios para la producción de las primeras 350 unidades, gastos indirectos relacionados a la adquisición del packaging y la impresión de sus etiquetas, como también la inversión en registros y trámites legales necesarios para la producción formal del complemento nutritivo Vitapunch. Como se detalla en la figura 37, se planea recuperar lo invertido mediante la venta mensual de 3500 unidades a S/9.90 cada una durante el primer año de operación.

Figura 37

Presupuesto estimado para el proyecto

CÁLCULO 1

INVERSIONES

Máquinas	Cantidad	Precio	Total sin IGV	Total con IGV
Despedradora D - 500 - COM	2	12.240	24.480	28.886
Secador Solar Tipo Invernadero 68E8 – PM	1	492	492	580
Escarificador QUI – 300 – NAC	1	7.000	7.000	8.260
Tostadora TGNPO 200 AIX	1	8.983	8.983	10.600
Molinos de martillos MNP – 45 – 45 IX	2	14.840	29.680	35.022
Máquina Automática de Llenado de Polvo AT - FZX - 02	1	18.217	18.217	21.496
Selladora de Latas Automática LPE-FVC10	1	37.875	37.875	44.693
TOTAL			**S/. 126.727**	**S/. 149.537**

CÁLCULO 2

COSTOS DE PRODUCCIÓN

Costo de Ingredientes (350 unidades)	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Quinua blanca	6615	6615	6615	6615	6615	6615	6615	6615	6615	6615	6615	6615
Harina de maca negra	13475	13475	13475	13475	13475	13475	13475	13475	13475	13475	13475	13475
Cañihua	6930	6930	6930	6930	6930	6930	6930	6930	6930	6930	6930	6930
Total de costos de ingredientes	**27020**	**27020**	**27020**	**27020**	**27020**	**27020**	**27020**	**27020**	**27020**	**27020**	**27020**	**27020**

Gastos indirectos (packaging)	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Impresión de las etiquetas	52,5	52,5	52,5	52,5	52,5	52,5	52,5	52,5	52,5	52,5	52,5	52,5
Latas	847,5	847,5	847,5	847,5	847,5	847,5	847,5	847,5	847,5	847,5	847,5	847,5
Sobretapas	1412,5	1412,5	1412,5	1412,5	1412,5	1412,5	1412,5	1412,5	1412,5	1412,5	1412,5	1412,5
Total de gastos indirectos	**2312,5**	**2312,5**	**2312,5**	**2312,5**	**2312,5**	**2312,5**	**2312,5**	**2312,5**	**2312,5**	**2312,5**	**2312,5**	**2312,5**
TOTAL COSTOS	29332,5	29332,5	29332,5	29332,5	29332,5	29332,5	29332,5	29332,5	29332,5	29332,5	29332,5	29332,5

CÁLCULO 3

Inversión inicial	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Análisis de laboratorio + Tasa administrativa DIGESA	390	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Servicio de trámite	236	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Registro de marca en Indecopi	534,99	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Maquinaria	149,537	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total de Gastos de Venta	**1310,527**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL DE GASTOS	1310,527	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

CÁLCULO 4

VENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Unidades a vender (servicios)	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00
Precio Unitario sin IGV	9,90	9,90	9,90	9,90	9,90	9,90	9,90	9,90	9,90	9,90	9,90	9,90
Ingreso Total sin IGV	**34.650,00**	**34.650,00**	**34.650,00**	**34.650,00**	**34.650,00**	**34.650,00**	**34.650,00**	**34.650,00**	**34.650,00**	**34.650,00**	**34.650,00**	**34.650,00**

CÁLCULO 5

RESULTADOS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Valor de Ventas sin IGV	34.650,00	34.650,00	34.650,00	34.650,00	34.650,00	34.650,00	34.650,00	34.650,00	34.650,00	34.650,00	34.650,00	34.650,00
Total de Costos	29.332,50	29.332,50	29.332,50	29.332,50	29.332,50	29.332,50	29.332,50	29.332,50	29.332,50	29.332,50	29.332,50	29.332,50
Total de Gastos	1310,527	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad	**S/ 4.006,97**	**S/ 5.317,50**	**S/ 5.317,50**	**S/ 5.317,50**	**S/ 5.317,50**	**S/ 5.317,50**	**S/ 5.317,50**	**S/ 5.317,50**	**S/5.317,50**	**S/ 5.317,50**	**S/ 5.317,50**	**S/ 5.317,50**
Margen	**12%**	**15%**	**15%**	**15%**	**15%**	**15%**	**15%**	**15%**	**15%**	**15%**	**15%**	**15%**

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

Se concluye que la relación entre los padres de niños de 3 a 6 años del distrito de San Juan de Lurigancho con la propuesta de valor del complemento nutritivo Vitapunch se construyó favorablemente en base a su preocupación por la calidad de la alimentación de sus hijos, puesto que frecuentemente la economía del hogar no era suficiente para cubrir la inversión en alimentos nutritivos de forma constante.

El diseño gráfico propuesto para dicho producto fue correctamente relacionado por el público objetivo como un recurso de apoyo en la alimentación de los menores y una fuente importante de nutrientes esenciales para asegurar su salud y adecuado desarrollo, así como también motivó la curiosidad de los padres desde el primer contacto y los motivó a conocer más al respecto.

Las encuestas de validación del prototipo del producto en sus distintas fases permitieron obtener hallazgos y aprendizajes importantes para su futuro lanzamiento. Aproximadamente un 29,7 % de los potenciales usuarios recomendó mejorar la distribución para no dejar excesivos espacios en blanco que dieran la sensación de vacío en la composición, lo cual permitió dar más presencia a datos relevantes para ellos como su descripción, el contenido o la fecha de consumo preferente.

Por último, es posible afirmar que el complemento nutritivo Vitapunch logrará reducir la prevalencia de la desnutrición infantil en menores de 3 a 6 años del distrito de San Juan de Lurigancho mediante una atractiva e innovadora propuesta gráfica que conecte con los más profundos deseos y preocupaciones de su público objetivo.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda proceder con el diseño de las piezas gráficas y publicitarias con las que la marca se dará a conocer en los diferentes medios, recibiendo validación y abriendo así una nueva etapa para la entrega de la propuesta de valor del complemento nutritivo Vitapunch a sus usuarios.

Se propone realizar nuevas iteraciones con una versión física del envase intervenido con el diseño gráfico desarrollado en el presente proyecto, esto permitiría al público objetivo tener una idea mucho más definida del producto final, convencerlo de su efectividad en la alimentación de los niños y evaluar su respuesta ante el primer contacto con el producto real.

En futuras campañas con Vitapunch se sugiere implementar un sistema de feedback o servicio post venta con el consumidor que permita recoger testimonios, sugerencias, reseñas y propuestas de mejora con respecto al producto, esto permitirá la formación de una comunidad de usuarios que a futuro podría apoyar el crecimiento y la difusión de la marca entre otros sectores del público.

V. Referencias Bibliográficas

5 alimentos peruanos imprescindibles para recargar energías. (26 de marzo de 2025). Marca Perú. https://peru.info/es-pe/gastronomia/blogperu/2/12/5-alimentos-peruanos-imprescindibles-para-recargar-energias

Abbott Nutrición. (s.f.). Beneficios nutricionales de Pediasure®. *Contigo*. https://www.contigo.abbott/es-mx/blog/beneficios-nutricionales-pediasure

Acción contra el Hambre. (2 de julio de 2025). Plumpy'Nut: El alimento terapéutico que salva vidas. https://accioncontraelhambre.org/es/actualidad/plumpynut

Acosta–Arroyo, P., De Loor–Justillo, E., Pasquel Yaranga, M. B. y Quelal–Monroy, M. (6 de enero de 2025). REVISIÓN SISTEMÁTICA: LA ALIMENTACIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL RENDIMIENTO ESCOLAR EN LOS NIÑOS DE INICIAL. *PSICOLOGÍA UNEMI*, *9*(16), 141–152. https://ojs.unemi.edu.ec/index.php/faso-unemi/article/view/1967

Anthem, P. (11 de abril de 2025). *Seguridad alimentaria: qué significa y por qué importa*. Programa Mundial de Alimentos. Recuperado el 20 de abril de 2026 de https://es.wfp.org/historias/seguridad-alimentaria-que-significa-y-por-que-importa

Aparco, J. P., y Huamán-Espino, L. (2017). BARRERAS Y FACILITADORES A LA SUPLEMENTACIÓN CON MICRONUTRIENTES EN POLVO. PERCEPCIONES MATERNAS Y DINÁMICA DE LOS SERVICIOS DE SALUD. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública, 34*(4), 590-600. https://www.scielosp.org/article/rpmesp/2017.v34n4/590-600/es/#

Barandiarán Falla, J. M., Cuyo Gonzales, E. S., Medina Aguilar, D., Medina Simpertigues, M., y Tuesta Tello, R. J. (31 de enero de 2022).. *Revista Científica CURAE*, *4*(2), 1–11. https://doi.org/10.26495/curae.v4i2.2059

Barrientos Odias, N. F. (2024) *Relación entre seguridad alimentaria y estado nutricional en preescolares de una institución educativa inicial del distrito de San Juan de Lurigancho, Lima 2023* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/bb6c657a-7741-4d67-bf78-a764a9e6b75b/content

Bernal Regalado, L. O. (24 de julio de 2024). Importancia del estado nutricional de la niñez en su desarrollo cognitivo. *Alerta, Revista científica Del Instituto Nacional De Salud*, *7*(2), 191–197. https://doi.org/10.5377/alerta.v7i2.17862

Campó, S. (18 de agosto de 2024). Cañihua: el superalimento de los Andes peruanos que aumenta la masa muscular, es libre de gluten y combate la anemia. *Infobae*. https://www.infobae.com/peru/2024/08/17/este-es-el-superalimento-de-los-andes-peruanos-que-aumenta-la-masa-muscular-es-libre-de-gluten-y-combate-la-anemia/

Castillo Sánchez, L. (s.f.). Asesoría nutricional en línea - Información, expertos y preguntas frecuentes. *Doctoralia*. https://www.doctoralia.com.mx/preguntas-respuestas/que-tan-bueno-en-que-casos-es-recomendable-el-pediasure-mi-hijo-padece-de-constantes-caries-y-la-odontopediatra

Codeage. (14 de febrero de 2025). *Maca negra: una raíz resistente con un profundo legado cultural.* Recuperado el 19 de mayo de 2026 de https://www.codeage.com/es/blogs/education/black-maca-a-resilient-root-with-a-deep-cultural-legacy?srsltid=AfmBOoqnQWJ-UxZoYhq3Jn3s7wVKidqSjlRUk0wg94uqlpDZmzHE-jB2

Coulson, M. (10 de noviembre de 2025). *Most of the Foods We Eat Are Ultra-Processed. Are They All Unhealthy?* Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health. Recuperado el 19 de abril de 2026 de https://publichealth.jhu.edu/2025/what-are-ultra-processed-foods

Cusiyupanqui Quispe, C. S., Diaz Zuluaga, R. S., Mesco Velasco, K. J., Valcarcel Morveli, C. A., Velazquez Carbajal, A. L. G., Vera Pacco, S. V. (2022). *GALLETAS ANTI ANÉMICAS (Nutri H)* [Trabajo de investigación, Universidad Andina del Cusco]. https://www.scribd.com/document/627653729/Grupo-2-GALLETAS-ANTI-ANEMICAS

Edesia. (s.f.). *Lifesaving Foods*. https://www.edesianutrition.org/global-foods/

Estado Peruano. (24 de mayo de 2022). *Minsa garantiza entrega gratuita de suplementos de hierro y micronutrientes para prevenir y tratar la anemia* [Comunicado de prensa]. Recuperado el 3 de mayo de 2026 de https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/610151-minsa-garantiza-entrega-gr

atuita-de-suplementos-de-hierro-y-micronutrientes-para-prevenir-y-tratar-la-anemia

Estado Peruano. (14 de enero de 2024a). *Historia del distrito de San Juan De Lurigancho*. Gob.pe. Recuperado el 7 de abril de 2026 de https://www.gob.pe/40165-municipalidad-distrital-de-san-juan-de-lurigancho-historia-del-distrito-de-san-juan-de-lurigancho

Estado Peruano. (19 de junio de 2024b). *Produce: Inacal aprueba cuatro normas técnicas para elevar estándares de calidad de la cañihua* [Comunicado de prensa]. Recuperado el 11 de mayo de 2026 de https://www.gob.pe/institucion/inacal/noticias/974873-produce-inacal-aprueba-cuatro-normas-tecnicas-para-elevar-estandares-de-calidad-de-la-canihua

Estado Peruano. (30 de junio de 2025). *Conservación de granos andinos es fundamental para la seguridad alimentaria de la población y el desarrollo sostenible del país* [Comunicado de prensa]. Recuperado el 19 de mayo de 2026 de https://www.gob.pe/institucion/minam/noticias/1198657-conservacion-de-granos-andinos-es-fundamental-para-la-seguridad-alimentaria-de-la-poblacion-y-el-desarrollo-sostenible-del-pais

Estado Peruano. (9 de abril de 2026). *Inacal aprobó norma técnica sobre alimentación complementaria para lactantes y niños pequeños* [Comunicado de prensa]. Recuperado el 11 de mayo de 2026 de https://www.gob.pe/institucion/inacal/noticias/1376711-inacal-aprobo-norma-tecnica-sobre-alimentacion-complementaria-para-lactantes-y-ninos-pequenos

Eurobox. (27 de diciembre de 2023). ¿Qué es la hojalata? Características y beneficios de este material clave en la fabricación. https://www.euroboxpackaging.com/blog/que-es-hojalata-caracteristicas-beneficios-material-clave-en-fabricacion/

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (3 de enero de 2023). *UNICEF entrega a la DIRESA Tumbes suplementos nutricionales para combatir la desnutrición aguda infantil* [Comunicado de prensa]. https://www.unicef.org/peru/comunicados-prensa/unicef-entrega-diresa-tumbes-suplementos-nutricionales-combatir-desnutricion-aguda-infantil

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (2024). *Child food poverty: Nutrition deprivation in early childhood*.

https://www.unicef.org/media/157661/file/Child-food-poverty-2024.pdf#:~:text=Child%20food%20poverty%20harms%20all%20children,

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (s.f.). *Desnutrición infantil*. https://www.unicef.es/causas/desnutricion-infantil

Franco Naranjo, A. E., Ronquillo Dume, K. M. y Zambrano Zambrano, V. I. (22 de marzo de 2025). La relación entre la salud alimentaria y el desarrollo integral en niños de 3 a 5 años del nivel inicial en la urbanización brisas, y su impacto en el aprendizaje y bienestar infantil. *Revista Académica YACHAKUNA*, *2*(2), 121–133. https://doi.org/10.70557/2025.ychkn.2.2.p121-133

Grijalba Pérez, J. J., Peralta Calcina, R., Miranda Torres, J. L. O. y Ormachea Baca, K. J. (13 de octubre de 2025). *Modelo Prolab suplemento nutricional Produke, una solución para los problemas nutricionales de niños de uno a seis años en el norte del Perú* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. http://hdl.handle.net/20.500.12404/31971

Instituto Nacional de Estadística e Informática (14 de mayo de 2025). *Boletín Mensual Indicadores de Precios de la Economía*, (4), 1-143. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/8060179/6764157-indicadores-de-precios-de-la-economia-abril-2025.pdf?v=1747231545

Instituto Nacional de Salud. (s.f.). *Suplementación con micronutrientes para niños de 6 a 35 meses de edad*. https://anemia.ins.gob.pe/suplementacion-con-micronutrientes-para-ninos-de-6-35-meses-de-edad

Llimpe, M. (25 de junio de 2025). *Perú: Más del 43% de niños padece anemia infantil y la desnutrición crónica se eleva al 12% en menores de cinco años*. Punto Seguido - UPC. https://puntoseguido.upc.edu.pe/peru-mas-del-43-de-ninos-padece-anemia-infantil-y-la-desnutricion-cronica-se-eleva-al-12-en-menores-de-cinco-anos/

NutriH (s.f.-a). *Nosotros*. Recuperado el 5 de mayo de 2026 de https://nutrih.pe/nosotros/

NutriH (s.f.-b). *Galletas Nutri H – Sixpack*. Recuperado el 5 de mayo de 2026 de https://nutrih.pe/producto/galletas-nutri-h-sixpack/

Nutriset. (s.f.). *Prevention of acute malnutrition*. https://nutriset.fr/en/products/plumpydoz-en/

Organización de las Naciones Unidas. (22 de noviembre de 2022). *La crisis alimentaria avanza en Perú, más de la mitad de la población carece de comida suficiente*

[Comunicado de prensa]. https://peru.un.org/es/208354-la-crisis-alimentaria-avanza-en-per%C3%BA-m%C3%A1s-de-la-mitad-de-la-poblaci%C3%B3n-carece-de-comida

Organización Mundial de la Salud. (6 de julio de 2022). *Informe de las Naciones Unidas: las cifras del hambre en el mundo aumentaron hasta alcanzar los 828 millones de personas en 2021* [Comunicado de prensa]. https://www.who.int/es/news/item/06-07-2022-un-report--global-hunger-numbers-rose-to-as-many-as-828-million-in-2021

Pharma. (s.f.). *Plumpy'Doz™*. https://www.pharmaintgroup.com/product-plumpy-doz/

Polo Salinas, C. A. y Ramos Mori, E. (2021) *Estudio de prefactibilidad para la instalación de una planta productora de galletas ricas en hierro para prevenir la anemia* [Tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial, Universidad de Lima]. Repositorio institucional de la Universidad de Lima. https://hdl.handle.net/20.500.12724/14266

Ramírez Arnao, P. E. (2022). *Efectividad de la suplementación con micronutrientes en polvo en el estado nutricional en niños de 06 a 36 meses de edad en el Centro Materno Ollantay- San Juan de Miraflores 2019* [Tesis de maestría, Universidad Privada San Juan Bautista]. https://hdl.handle.net/20.500.14308/3823

Registro Sanitario Perú. (s.f.). *Obtén tu Registro Sanitario DIGESA con un Ingeniero Certificado*. https://registrosanitarioperu.com/#faq

San Juan de Lurigancho: descubre el significado detrás de su nombre y por qué vivir aquí. (s.f.). *Ciudad Munay El Mirador*. https://ciudadmunay.com/blog/distrito-de-san-juan-de-lurigancho/

Sanchez Sinchiguano, J. M., y Fernández Nieto, M. I. (29 de febrero de 2024). The impact of child malnutrition on the teaching-learning process of schoolchildren. *Salud, Ciencia y Tecnología*, *4*(721), 1–8. https://doi.org/10.56294/saludcyt2024721

Sotelo Airampo, I. I. (21 de julio de 2023) *La desnutrición y el aprendizaje de los alumnos de 5 años de edad de la I.E.I. N° 092 Karol Wojtyla – UGEL N° 05 - San Juan de Lurigancho - Lima – 2018* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. http://hdl.handle.net/20.500.14067/8449

Talavera, J. O., García-Vilchis, M. J., Labrada-Alba, T. S., Olvera-Flores, F., Martínez-Jaureguiberry, M. F., y Salgado-Enríquez, B. (2020). Prevención de desnutrición aguda moderada con un suplemento alimenticio listo para consumir

en niños preescolares de comunidades rurales. *Gaceta Médica de México*, *156*(6), 509–518. https://doi.org/10.24875/GMM.20000285

Torres Cardona, L. (s.f.). El rendimiento académico y su relación con los problemas emocionales y conductuales en el aula. *Blog de ISEP*. https://www.isep.es/actualidad/rendimiento-academico-problemas-emocionales-conductuales-aula/

U.S. Food and Drug Administration. (2 de junio de 2022). *Introducción básica a los suplementos dietético*s. https://www.fda.gov/consumers/articulos-para-el-consumidor-en-espanol/introduccion-basica-los-suplementos-dieteticos

Ugarte Mamani, J. K. (14 de octubre de 2025). *Todos los alimentos altos en azúcar, sodio o grasas deberán contar con octógonos*. Congreso de la República. Recuperado el 12 de mayo de 2026 de https://comunicaciones.congreso.gob.pe/damos-cuenta/todos-los-alimentos-altos-en-azucar-sodio-o-grasas-deberan-contar-con-octogonos/

Universidad Europea. (20 de julio de 2023). ¿Qué es el desarrollo cognitivo y en qué consiste?. *Blog de Salud y Medicina*. Recuperado el 19 de abril de 2026 de https://universidadeuropea.com/blog/que-es-desarrollo-cognitivo/

Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa (20 de agosto de 2024). *Advertencias Nutricionales en Perú: Un camino hacia la alimentación consciente*. Recuperado el 12 de mayo de 2026 https://www.unsa.edu.pe/advertencias-nutricionales-en-peru-un-camino-hacia-la-alimentacion-consciente/

World Health Organization. (s.f.). *Malnutrition*. Recuperado el 19 de abril de 2026 de https://www.who.int/health-topics/malnutrition#tab=tab_1

Zambrano Moreira, K. G., Viteri Toalombo, J. E., Chango Gadvay, M. T., & Fernández Alfonso, A. (5 de julio de 2024). Determinantes de la salud en la desnutrición infantil: impacto e implicaciones. *Ibero-American Journal of Education & Society Research*, *4*(S), 85–94. https://doi.org/10.56183/iberoeds.v4iS.677

VI. Anexos

6.1 Anexo 1 - Encuesta a padres de niños de entre 3 a 6 años del distrito de San Juan de Lurigancho

Complemento nutritivo para combatir la desnutrición infantil en niños de entre 3 a 6 años del distrito de San Juan de Lurigancho

¡Hola!

Como parte de mi proyecto de innovación para la obtención del grado de bachiller en Dirección y Diseño Gráfico estoy reuniendo datos esenciales sobre el público objetivo de un complemento nutritivo que ayudará a combatir la desnutrición infantil en niños de entre 3 a 6 años del distrito de San Juan de Lurigancho.

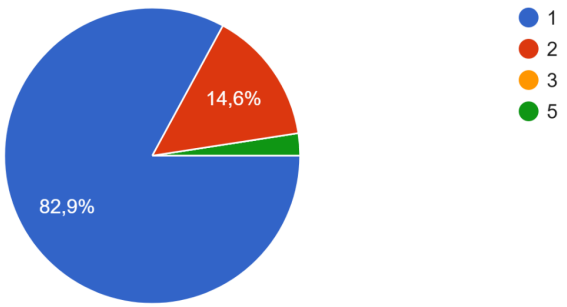
Tu opinión es muy valiosa y me ayudará a entender mejor el panorama actual y a desarrollar estrategias más efectivas. Este cuestionario es anónimo y te tomará solo unos minutos.

¡Muchas gracias por tu tiempo!

* Indica que la pregunta es obligatoria

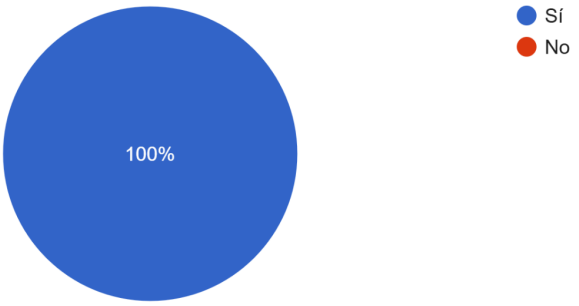
¿Cuántos hijos de entre 3 a 6 años tienes?

41 respuestas



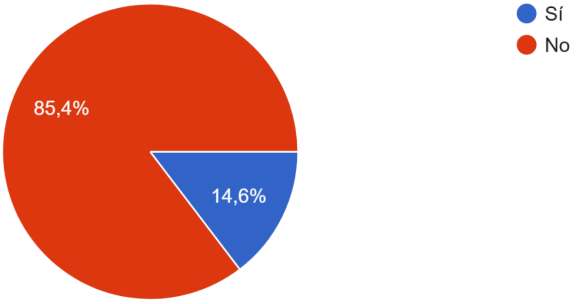
¿Asisten a un nido, jardín de infantes o colegio?

41 respuestas



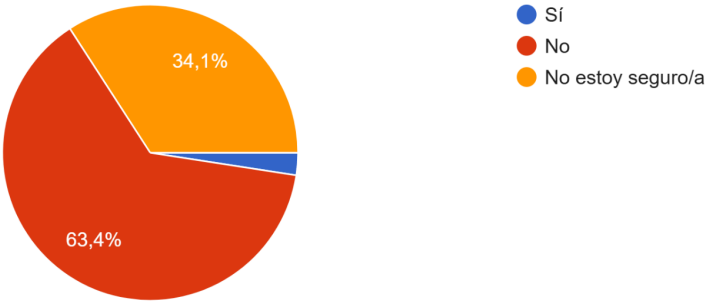
¿Tus hijos se enferman frecuentemente?

41 respuestas



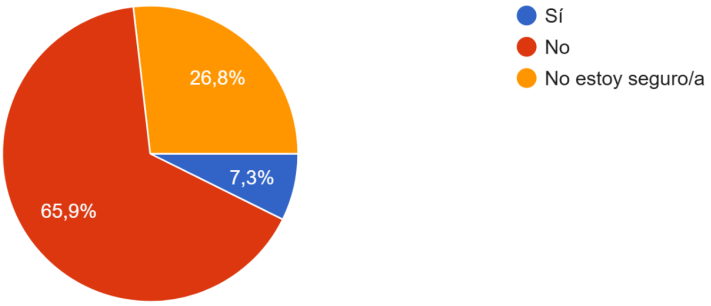
¿Presentan un peso muy bajo para su talla?

41 respuestas



¿Presentan una talla muy baja para su edad?

41 respuestas



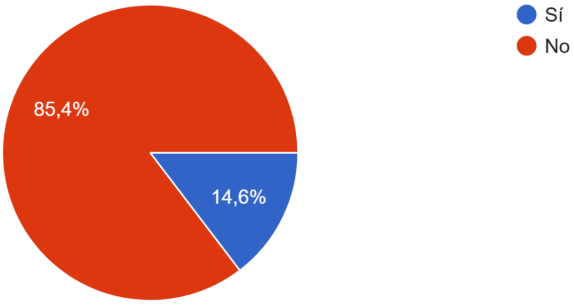
¿Presentan alguna deficiencia de nutrientes? ¿Cuál?

41 respuestas



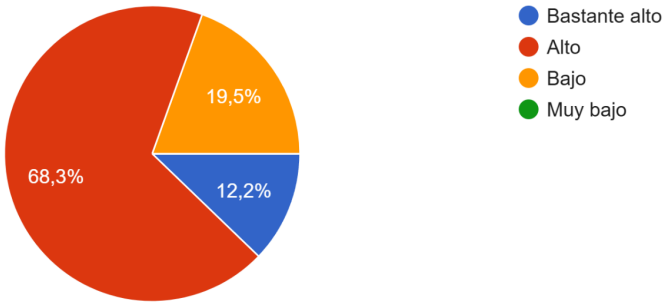
¿Se les dificulta aprender?

41 respuestas



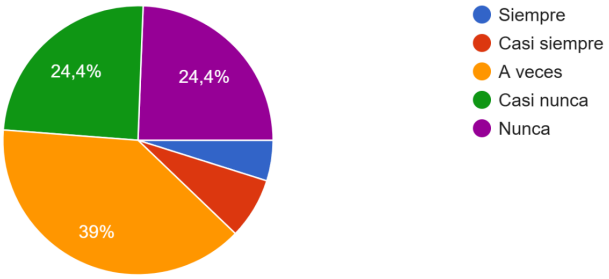
¿Qué tan bueno es su rendimiento en los cursos y actividades?

41 respuestas



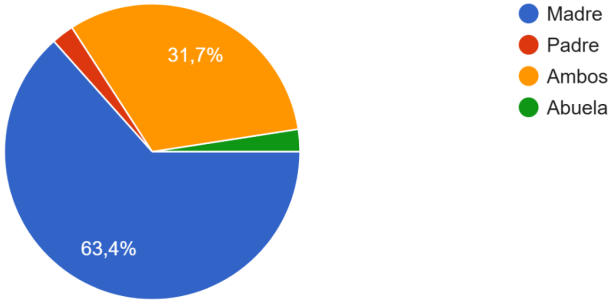
¿Tu familia pasa por momentos de incertidumbre sobre su alimentación o su acceso a alimentos suficientes, seguros y nutritivos?

41 respuestas



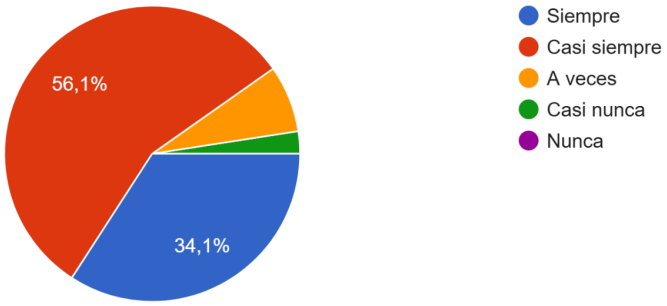
¿En quién recae la elección de los alimentos para el consumo familiar?

41 respuestas



¿Con qué frecuencia tus hijos consumen alimentos saludables y nutritivos?

41 respuestas



¿Te resulta sencillo lograr que tus hijos coman estos alimentos? ¿Por qué?

41 respuestas

- No
- Si
- Si
- Cómodas nutritivas
- Si , comen todo lo que le preparo
- Le gusta, ya que siempre come
- No.por que no quiere comer las verduras
- Se le acostumbro desde pequeña
- Si por qué son nutritivos

Desde chicos le enseñé a comer saludable

Si porque desde pequeño le di para que le gustará

No, no les gusta

si , por qué les enseñe. desde pequeñas

si ya que desde pequeño come alimentos saludables y tolera en su mayoria

Si x

No porque ellas comen todo loque yo les doy

Si, porque en mi casa ay reglas de comer todo

Si porque le digo que la comida es saludable

Si porque son saludables

Por que lo ayuda a nutrirse más

No .. porque no comen nada de carne solo huevos y vegetales Yun poco de arroz

si

Aveces

Porque sin vitaminas

Aveces si pero aveces el color no les gusta o el sabor

Si porque le doy cosas saludables

No le gusta la verduras

A veces los medios econominoco no me lo permiten

Un poco sencillo, porque los cocino con otros sabores

Si por que ellos ya están acostumbrados a comer saludable y no tienen problema en el consumo

Din vitaminas

Aveces, pero no son de comer muchas verduras, en caso estén bien sancochadas

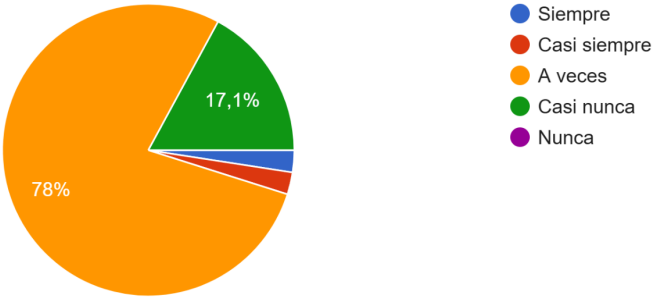
Si para que tienen buena defensa

Si las muestras y verduras no le agrada mucho

Pescado

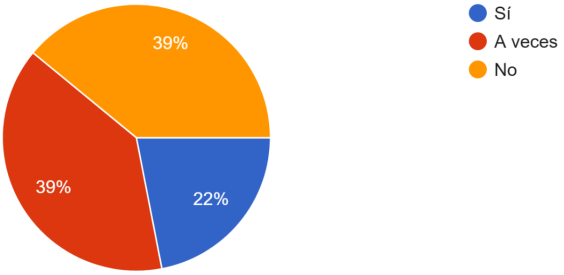
¿Con qué frecuencia tus hijos consumen alimentos ultra procesados y/o comida chatarra?

41 respuestas



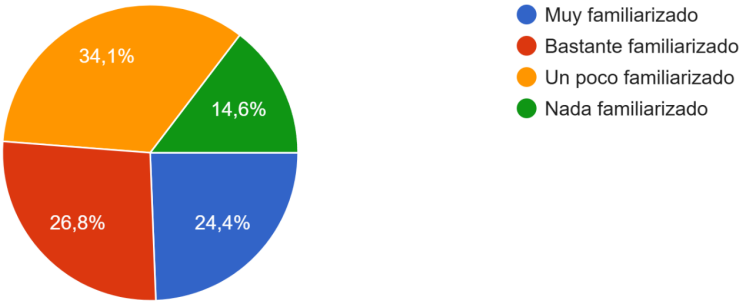
¿La compra frecuente de alimentos nutritivos para tus hijos resulta demasiado costosa para tu familia?

41 respuestas



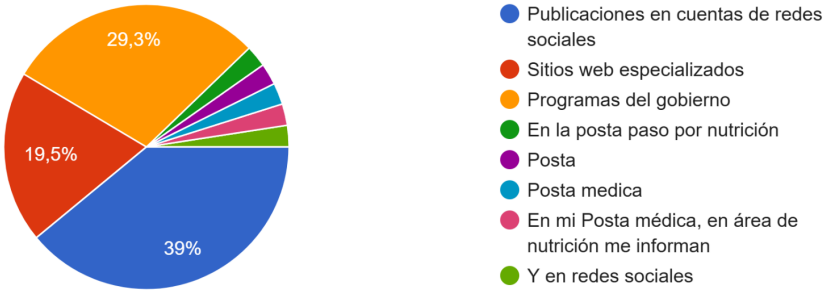
¿Qué tan familiarizado estás con el término desnutrición infantil?

41 respuestas



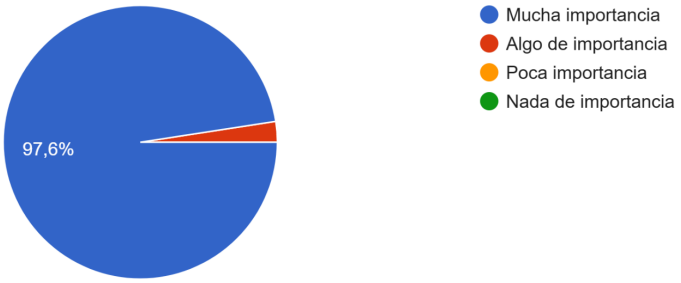
¿Dónde sueles informarte sobre nutrición, alimentación saludable y salud infantil?

41 respuestas



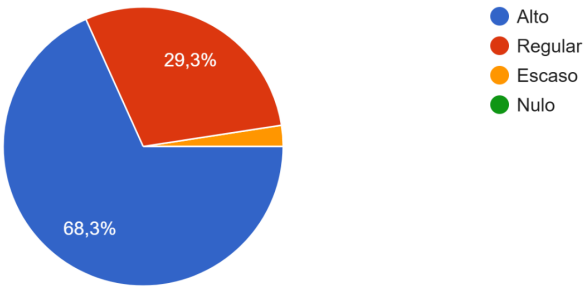
¿Qué tanta importancia crees que tiene la calidad de la alimentación sobre la salud y el desarrollo de los niños?

41 respuestas



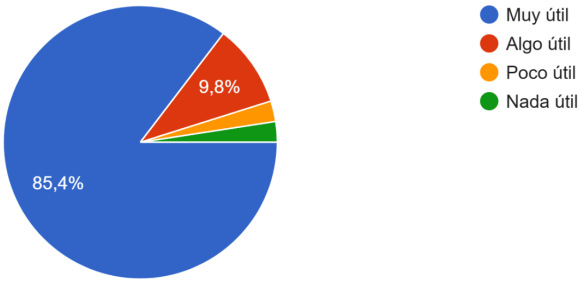
¿Cómo es tu nivel de conocimiento sobre las propiedades y beneficios de la quinua, la maca y la cañihua en la alimentación de los niños?

41 respuestas



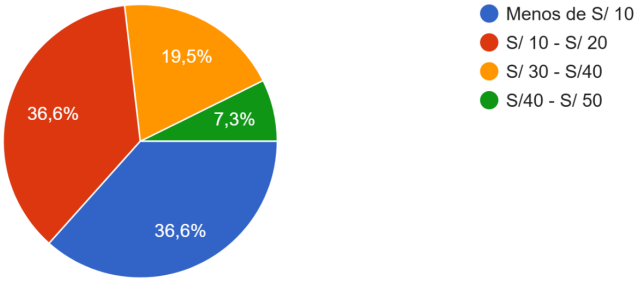
¿Qué tan útil consideras que sería un complemento nutritivo a base de quinua, maca y cañihua para combatir la desnutrición infantil en niños de entre 3 a 6 años del distrito de San Juan de Lurigancho?

41 respuestas



¿Qué rango de precios está dentro de tus posibilidades para que este complemento nutritivo para tus hijos sea una compra recurrente?

41 respuestas



6.2 Anexo 2 - Encuesta de validación para el boceto inicial del complemento nutritivo Vitapunch

Complemento nutritivo Vitapunch contra la desnutrición infantil - Boceto inicial

¡Hola!

Mi proyecto de innovación para la obtención del grado de bachiller en Dirección y Diseño Gráfico propone el nuevo Vitapunch, un complemento nutritivo a base de harina de quinua, maca y cañihua para ayudar a combatir la desnutrición en niños de 3 a 6 años del distrito de San Juan de Lurigancho.

Presentaré a continuación el boceto de la primera versión del producto para validarlo contigo como posible consumidor. Tu opinión es muy valiosa y me ayudará a evaluar la experiencia del público al interactuar con Vitapunch por primera vez, entender mejor lo que se espera de él y recibir sugerencias de mejora para aplicarlas en la próxima versión del prototipo.

Este cuestionario solo te tomará unos minutos ¡Muchas gracias por tu tiempo!

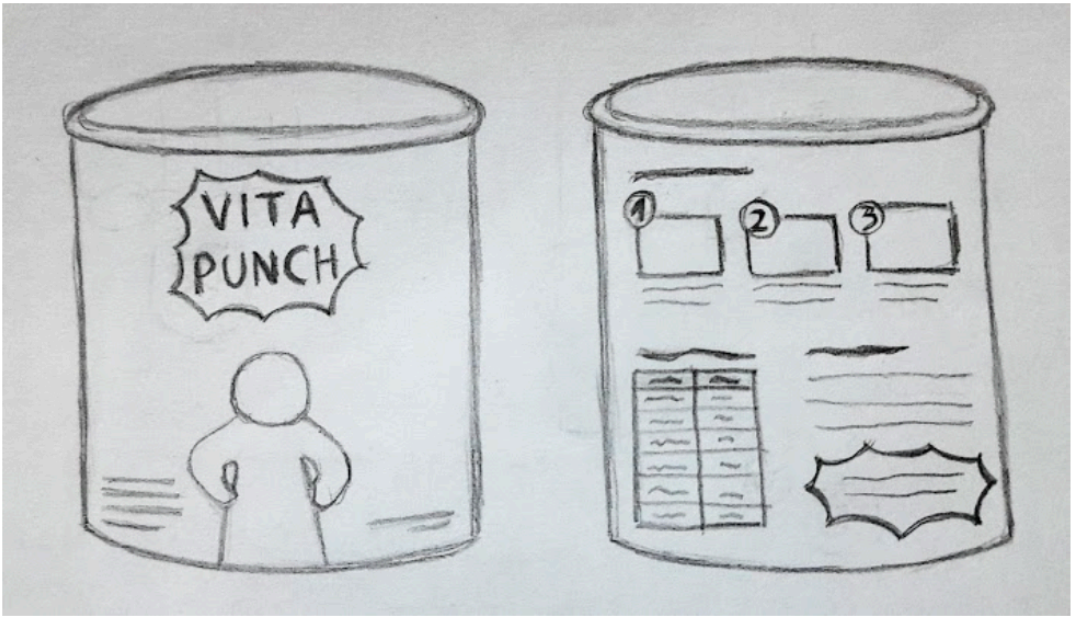
* Indica que la pregunta es obligatoria

Correo *

Tu dirección de correo electrónico

Boceto inicial a lápiz del complemento nutritivo Vitapunch

Izquierda, parte frontal del envase. Derecha, parte posterior del envase.



¿Qué te transmite el nombre Vitapunch?

15 respuestas

- Complemento nutritivo para la desnutrición en niños menores a 6 años
- Un producto vitaminico
- Estar fuerte
- Una bebida nutritiva
- Un suplemento que es completo de nutrientes .
- Una vitamina con nutrientes
- Que es nutritiva
- Complemento nutricional que dará energía, vitalidad y fuerza
- Vitaminas que fortalece

A vitamitas

Interés y curiosidad

Nutricion

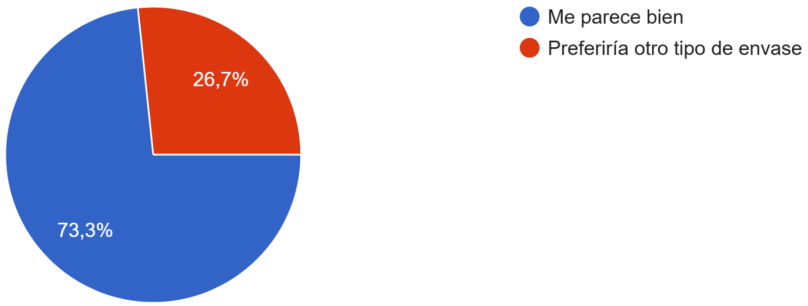
Fuerza

De fuerza

Transmite varios productos por ejemplo las bebidas o suplementos

¿Qué opinas de la presentación en envase cilíndrico?

15 respuestas



En caso de preferir otro tipo de envase ¿Cuál propondrías?

9 respuestas

Pomo de vidrio

Vita punch nutritiva

Conforme con la presentación

Embolsado

Tetrapack

Vidrio

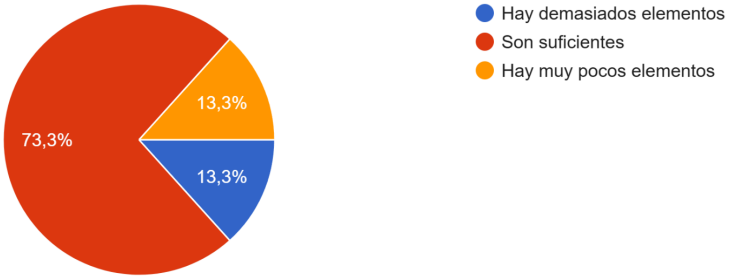
La verdad me parece bien ese

De caja como las leches

En caja

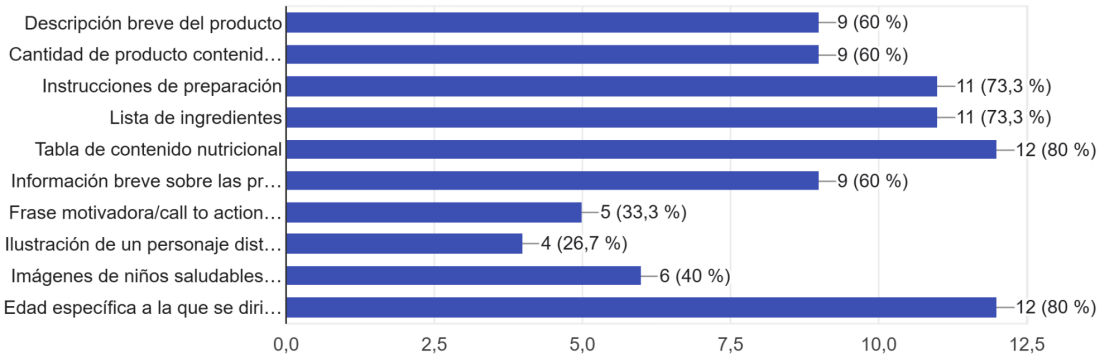
¿Qué opinas de la cantidad de elementos gráficos (textos, imágenes, ilustraciones) presentes en la etiqueta?

15 respuestas



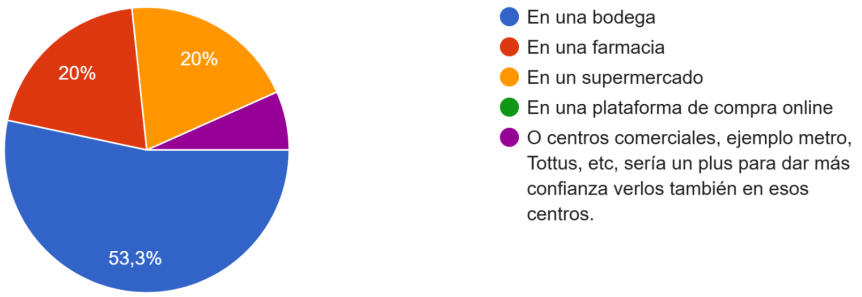
¿Qué elementos o datos esperas encontrar en el envase de Vitapunch? Marca todas los que consideres importantes

15 respuestas



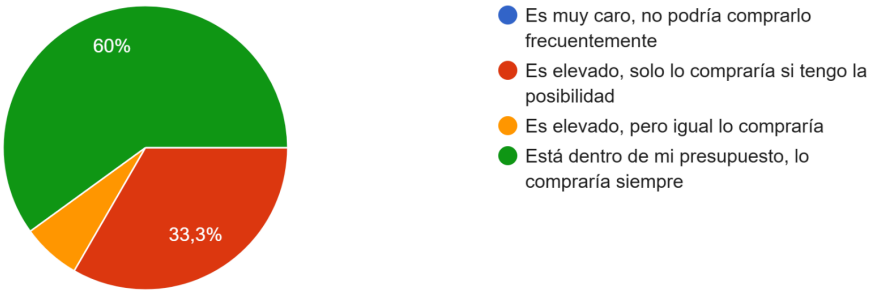
¿Dónde preferirías encontrar y comprar el complemento Vitapunch en la vida real?

15 respuestas



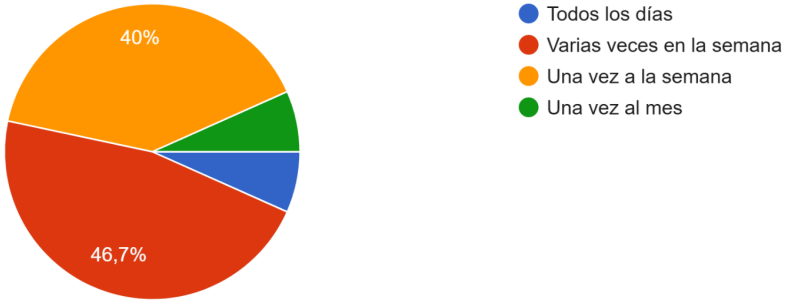
¿Cómo percibes un precio de S/9.90 para Vitapunch?

15 respuestas



¿Con qué frecuencia lo comprarías?

15 respuestas



¿Tienes alguna sugerencia o recomendación final para el complemento nutritivo Vitapunch?

12 respuestas

- No, ninguna
- Que tenga un sabor agradable , para el consumo de los niños
- Es nutritiva para los niños
- Que no tenga preservantes ni conservantes
- Me gustaría ver videos referente al producto mostrando, tutoriales como es su consumo y como cuidar y cuánto tiempo puede esperar hasta ser bebido por los pequeños, y demostrando la seguridad en los padres para poder brindarnos la confianza para poder darle a nuestro pequeños, que tenga todo lo de salubridad y un QR o algo q certifique su valor y consumo diario.
- Que salga al mercado ya
- Me parece muy buena propuesta, y que hagan en versiones de niños y adultos
- Que sea un producto saludable Pero al alcance del bolsillo

No

Está bien

Que el producto se más natural que artificial para poder consumir más frecuente .tantos productos artificiales que hay .sería interesante

Tomarlo junto con la comida y estar atenta de la hidratacion

6.3 Anexo 3 - Encuesta de validación para el prototipo de baja definición del complemento nutritivo Vitapunch

Primer prototipo - Complemento nutritivo Vitapunch

¡Hola!

Mi proyecto de innovación para la obtención del grado de bachiller en Dirección y Diseño Gráfico propone el nuevo Vitapunch, un complemento nutritivo a base de harina de quinua, maca y cañihua para ayudar a combatir la desnutrición en niños de 3 a 6 años del distrito de San Juan de Lurigancho.

Con la finalidad de brindar una solución relevante al demostrar sus beneficios nutritivos y ofrecer información comprensible gráficamente, se propuso un prototipo que presentaré a posibles compradores. Tu opinión es muy valiosa y me ayudará a evaluar tu experiencia al interactuar con la identidad gráfica de Vitapunch además de recibir sugerencias de mejora para aplicarlas en el futuro.

Este cuestionario solo te tomará unos minutos ¡Muchas gracias por tu tiempo!

* Indica que la pregunta es obligatoria

Correo *

Tu dirección de correo electrónico

Primer prototipo - Complemento nutritivo Vitapunch

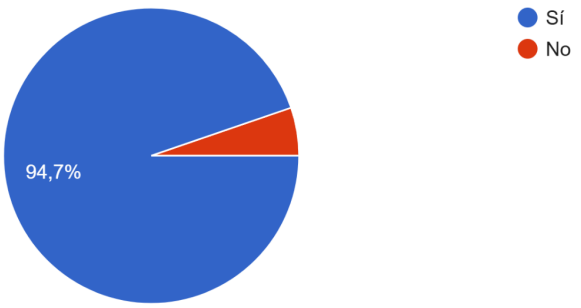
Izquierda, parte frontal del envase. Derecha, parte posterior del envase.





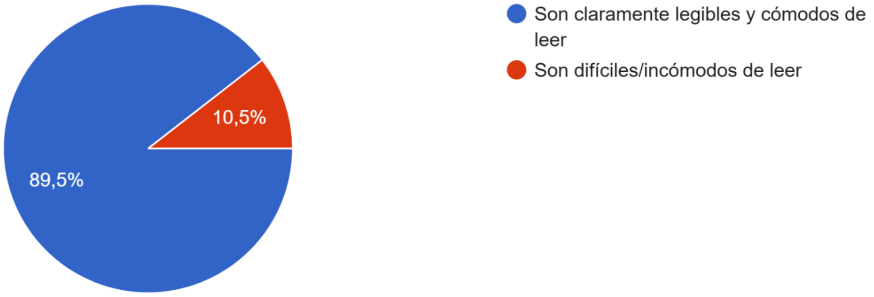
¿Los colores del envase llaman tu atención?

19 respuestas



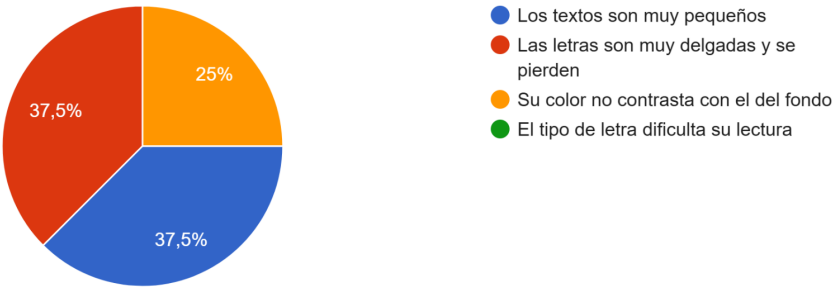
¿Los textos te son claros y cómodos de leer?

19 respuestas



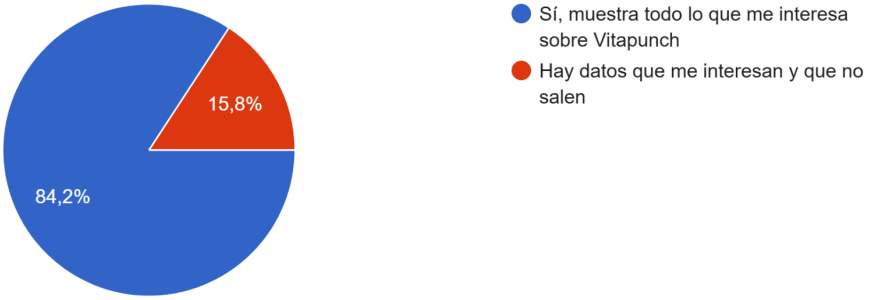
Si respondiste que los textos te resultan difíciles o incómodos de leer, marca el principal motivo

8 respuestas



¿La información que brinda el envase es relevante?

19 respuestas



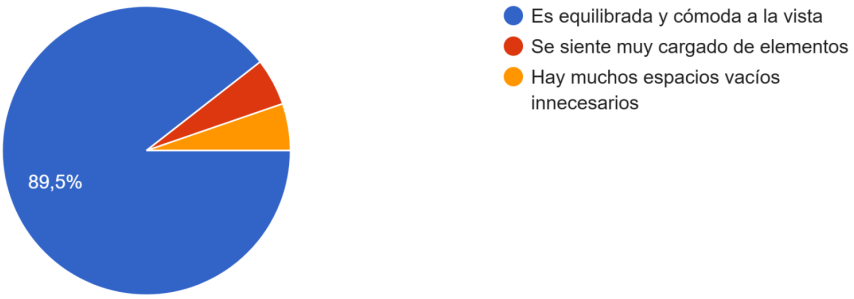
Si respondiste que hay datos de tu interés que no salen en el envase, especifica cuáles son

8 respuestas

- Todo v abien
- Imagen del producto qud contiene
- Que ayuda con la nutrición
- Fecha de vencimiento,no dice si es agua fría o caliente,
- Todo está bien
- Ingredientes
- No
- Si es que son altos en algo, por ejemplo, alto en azúcar, etc.

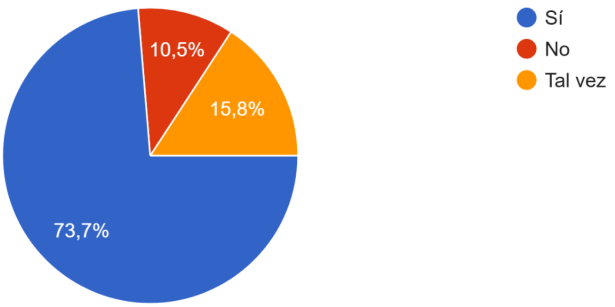
¿Cómo percibes la forma en que se presentan los textos y elementos gráficos en el envase?

19 respuestas



¿Si encontraras este producto disponible en el mercado, lo comprarías?

19 respuestas



¿Tienes alguna última sugerencia o comentario?

14 respuestas

No

Ninguna

Que sea econonica

No

Que el precio sea al alcance de todos

Imagen pra saber que es

Que tenga más dibujos

Que ese bien para los niños

La color del envase no me gusta le siento muy fuerte el color siento que no va a corde del producto bueno es mi opinión gracias

No la verdad

Colocarle en el envase más imágenes de los ingredientes que contiene para que llame más la atencion

No, gracias

Publicidad para el producto

6.4 Anexo 4 - Encuesta de validación para el prototipo de media y alta definición del complemento nutritivo Vitapunch

Prototipo final - Complemento nutritivo Vitapunch

¡Hola!

Mi proyecto de innovación para la obtención del grado de bachiller en Dirección y Diseño Gráfico propone el nuevo Vitapunch, un complemento nutritivo a base de harina de quinua, maca y cañihua para ayudar a combatir la desnutrición en niños de 3 a 6 años del distrito de San Juan de Lurigancho.

Esta encuesta busca conocer tu percepción sobre el diseño del envase propuesto para este producto. Tu opinión es muy valiosa y me ayudará a evaluar tu experiencia al interactuar con la identidad gráfica de Vitapunch además de recibir sugerencias de mejora útiles. Responde este cuestionario con honestidad, solo te tomará unos minutos ¡Muchas gracias por tu tiempo!

* Indica que la pregunta es obligatoria

Correo *

Tu dirección de correo electrónico

Prototipo

Parte frontal

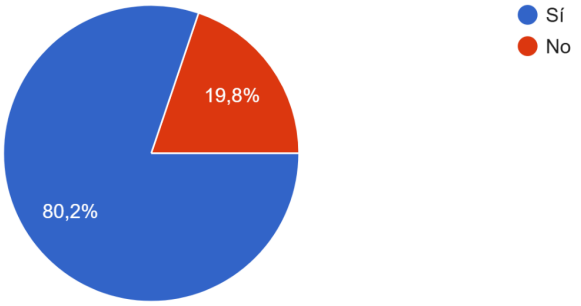


Parte posterior



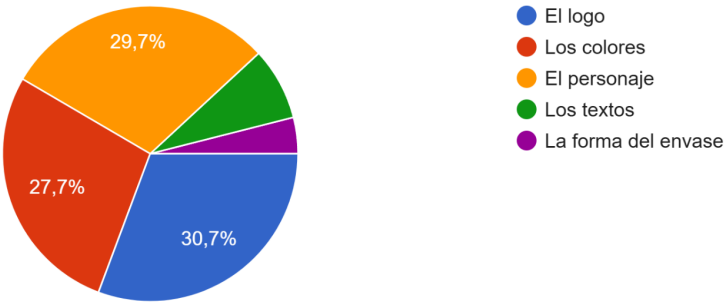
¿El diseño del envase te resulta llamativo?

101 respuestas



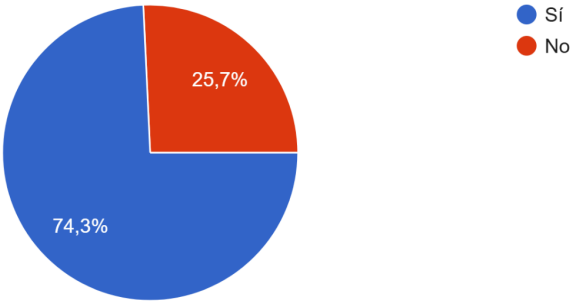
¿Qué es lo que más te llama la atención de él?

101 respuestas



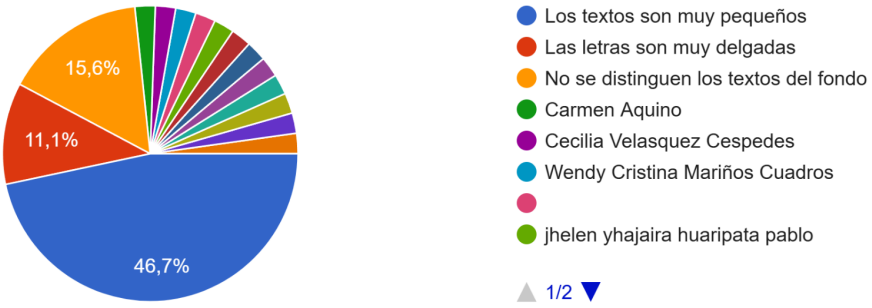
¿Los textos mostrados te resultan claros y fáciles de leer?

101 respuestas



Si en la pregunta anterior respondiste que no, especifica el principal motivo de tu respuesta

45 respuestas



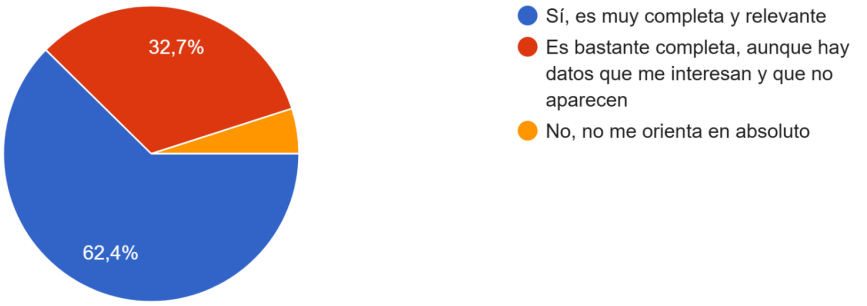
Si en la pregunta anterior respondiste que no, especifica el principal motivo de tu respuesta

45 respuestas



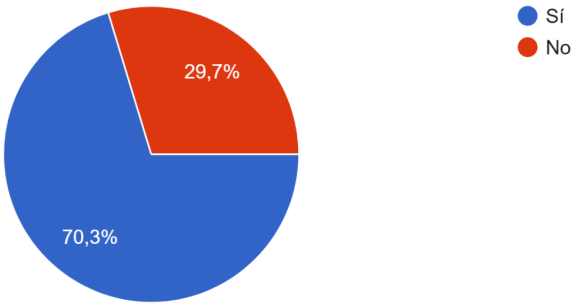
¿La información que brinda te resulta útil para conocer bien a Vitapunch?

101 respuestas



¿La forma en que los elementos del diseño se muestran en el envase te parece equilibrada?

101 respuestas



Si en la pregunta anterior respondiste que no, especifica el principal motivo de tu respuesta

90 respuestas

.

No

.

Ninguna

Todo está claro

Ninguna

-

Que fuera más llamativo

Están equilibrados

Nnn

Si me parece equilibrado

xqe la letra son muy pequeñas

Un poco más llamativa por qué está basado para niños. Como los colores y un poco más información con dibujos en la parte frontal .

La imagen del niño es pequeña

Se ve vacío entre el logo y el personaje

Es que no se llega a ver bien los textos porque son pequeños

La parte delantera se ve un poco vacía, quizás alguna imagen de la quinua, cañihua, etc para saber q contiene

Buen enpaque

No entiendo porque esta la linea celeste

El fondo es muy oscuro

He respondido que sí, debido a que estoy de acuerdo con la pregunta

Siendo un producto natural debería mostrar más los colores alegres del campo y la naturaleza.

Dije si

La parte delantera aún se ve un poco vacía.

Desdemona q edad pueden tomar los niños

Solo opinión personal me parece está vacío la primera imagen del producto

esta algo plano que se siente vacio

Creo que debería ir algo más al lado de la imagen del niño, se ve un poco vacío

Nada

Me parece muy interesante el diseño, pero por ejemplo, en la primera imagen, siento que el espacio entre el logotipo y el personaje es amplio, tanto así que se siente un poco vacío en el centro. Yo diría que el logo se podría bajar un poco al centro y el personaje se podría agrandar un poco.

Respondí que si

Todo bien

No te go ningunas todo bien

si

Hay espacios vacíos pero me gustan los colores implementados.

El color muy oscuro

Si

Veo muy separado los elementos

Considero que en la parte frontal hay espacio donde se puede incorporar información clave que pueda ayudar a entender el producto y ser comprado

me parece una lata de pintura

Solo la perece posterior del envase me es llamativa

muy básico, de bajo impacto, no es diferenciador con otras marcas

Puse sí

Respondí si

Indique si

No tomo ese empaque

Podría ser más llamativo los productos que componen la mezcla, más legible en tanto espacio que se tiene en la parte frontal. Se debe analizar la combinación de colores entre el color del envase y el color de las letras para que estás puedan ser leídas y apreciadas

Demasiado vacío en la parte principal si bien se sabe que menos es más creo que la portada se podría modificar un poco más

Ninguno

Siento que hay mucho espacio vacío

El color de fondo me parece que no es tan llamativo

Si me parece equilibrada

Respondí que SI

Los elementos están bien diseñados

Me parece que si esta equilibrada

Me parece completa

Los colores lo siento muy oscuro, apagado

Respondí que si

Me parece bn

Na

Donde esta echo y de que est echo la leche en polvo

Letras muy chicas

Hay espacios vacíos

Me parece que le falta algo que le de vida

Mi respuesta fue sí

Faltan más elementos con diseño original al frente del tarro.

Np

Regular la proporción diseño de los ingredientes e información nutricional.

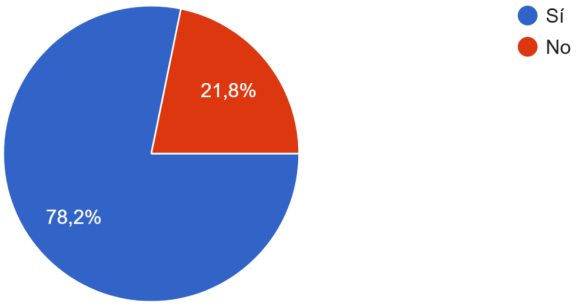
Si está equilibrada

No respondí no

Dije si

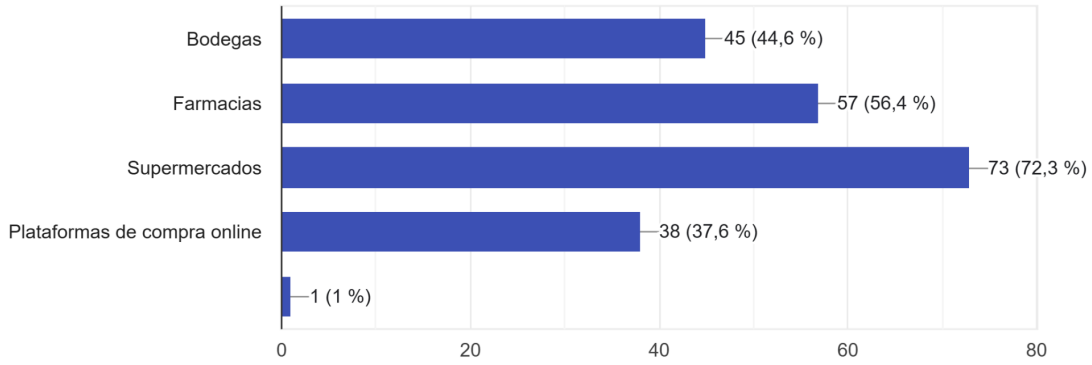
¿Comprarías este producto si se encontrara a la venta en la realidad?

101 respuestas



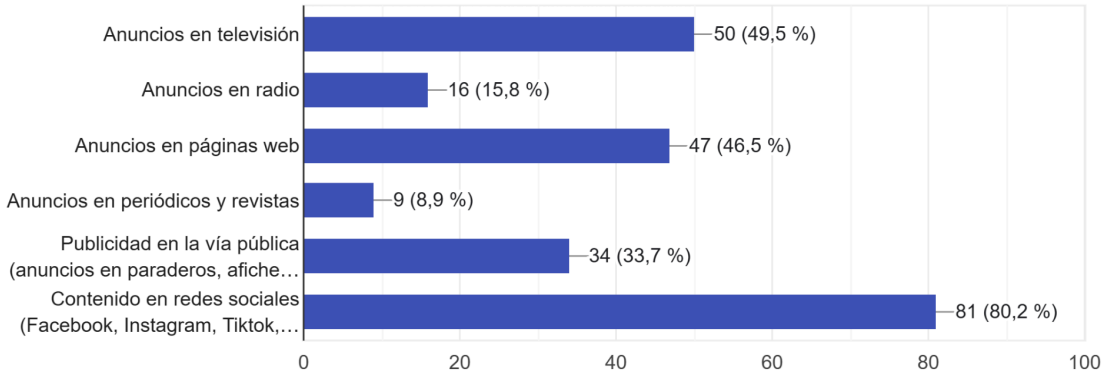
¿Dónde esperas encontrar y comprar Vitapunch? Marca todas las opciones de tu interés

101 respuestas



¿En qué medios esperarías recibir promociones, contenido e información relacionada al complemento nutritivo Vitapunch? Marca todas las opciones de tu interés

101 respuestas



¿Tienes alguna última sugerencia o comentario con respecto a Vitapunch? (opcional)

44 respuestas

No

Parece bien

espero que sea buena produto

Que vita punch sea un producto diferente al de otros suplementos que están a la venta en farmacias que tienen un costo muy alto y no todos pueden acceder a su consumo , ya que las personas que más lo necesitan son niños de bajos recursos para complementar su nutrición.
Podrían elaborar para ese público o general y que lo puedan encontrar en bodegas a un costo razonable asi ayúdenos a un país sin desnutrición.

En la parte frontal de tu envase deberìa haber texto que refuerce los beneficios del contenido como por ejemplo que vitaminas son las que trae, veo que hay texto pequeño pero debe haber un contenido que no se pelee con el logo pero que si refuerce el contenido del envase y sobre todo que refuerce el signidicado del nombre que es vitapunch

Se podría intentar el fondo con una textura sutil e infantil

Tienes que explicar las bondades del componente

El personaje está llamativo pero debería ser más grande como el personaje principal y podrían hacer merch del personaje para que sus consumidores(que son niños) tengan un vínculo con el producto.

El color azul de fondo se vería mejor en un azul eléctrico, llama más la atención

Parece ser un producto interesante e importante para la nutrición de loe niños, y como los niños siempre usan la imaginación y son observadores,sugiero se les dé algo de la historia andina.

Considero que el fondo azul es muy fuerte para un producto dirigido a los niños. Por lo general para niños se utiliza colores más suaves.

Ingredientes Principales , adicionar en el texto

Y en q farmcias lo puedo encontra

Nop

agregar o mejora distribución para que no se sienta vacio

Cambiar los colores del envase

Me gusta mucho la primera imagen , pero siente que hay un gran vacío el cual lo abarca el color azul , siento que algo podría hacerse

Evitar dejar espacios notorios. Lo demás están bien.

Multivitamina

Ni

Que diga que no reemplaza la alimentación

Ninguna

Sería bueno mostrar el precio

Incluir imagen de una niña

No nada

Podría haber más armonía en la tabla nutricional

Ninguno

La parte frontal del prototipo me parece un poco vacío

Siento como que en la parte frontal faltaría algo acompañando al personaje.

En la parte frontal como un subtitulo

Colocarle más imagenes

Me parece bn

Que se haga conosido la marca por todos lados y que venga llano qué no venga menos contenido como otras marcas gracias

Ok

Mejorar la composición y agregar elementos más llamativos en la parte frontal

Trata de hacer cambios para que llame un poco más la atención la parte de adelante se ve vacío

Faltaría un subtítulo explicando el producto

El diseño está bueno, es un buen comienzo, pero falta agrandar cosas y poner más elementos originales.

Me parece ke es nutritivo y kisiera ke ya este a la venta para probarlo

Proyecto excelente. Buen producto nutricional para el mercado.

La imágen principal le falta más vida está muy simple

La parte frontal creo que queda un poco vacía y tiene espacios aprovechables en los cuales se puede añadir algún o algunos elementos no invasivos que lo hagan más atractivo.
Recomiendo evaluar el color azul, ya que es para niños, tal vez usar alguno que sea más atractivo y menos serio puede ser más funcional.