

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
“TOULOUSE LAUTREC”**



**ESTRATEGIA DE PREVENCIÓN PARA REDUCIR LOS CASOS DE
ANEMIA INFANTIL EN LIMA METROPOLITANA**

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y
Diseño Gráfico

AUTOR:

PAULA MEGUMI BALLÓN CARRILLO

<https://orcid.org/0009-0008-1411-5083>

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y
Diseño Publicitario

AUTOR:

RODRIGO MAURICIO BUENO ROA

ASESOR:

JORGE LUIS HINOSTROZA CASTRO

<https://orcid.org/0000-0003-4617-8827>

Lima - Perú

2023

NOMBRE DEL TRABAJO

ESTRATEGIA DE PREVENCIÓN PARA REDUCIR LOS CASOS DE ANEMIA INFANTIL EN LIMA METROPOLITANA- T_INVEST -P

RECUENTO DE PALABRAS

8511 Words

RECUENTO DE CARACTERES

46748 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

39 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

725.2KB

FECHA DE ENTREGA

Jul 10, 2024 12:11 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jul 10, 2024 12:12 PM GMT-5**● 19% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 12% Base de datos de trabajos entregados
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado

Resumen

Esta investigación tuvo como objetivo crear una estrategia de prevención que ayude a reducir los casos de anemia infantil en Lima Metropolitana, en donde durante el 2022 aumentó la tasa de esta enfermedad del 27.4% al 33.9%, lo que resalta la necesidad urgente de abordar esta problemática. Se llevaron a cabo 70 encuestas a padres, 14 entrevistas con nutricionistas y profesores, y un taller generativo para investigar el mercado, idear, desarrollar y validar "Ñami", una estrategia consiste en ofrecer una herramienta educativa y gratuita en los distritos más afectados por la anemia, financiada por una plataforma web que vende planes nutricionales y asesoramiento para loncheras ricas en hierro, dirigidos a niños. Se observó como resultado una estrategia que brinda experiencia satisfactoria, con una respuesta positiva mayor al 80%, cumpliendo con los objetivos específicos del reto de diseño. Identificando las limitaciones y necesidades de los arquetipos para llegar a una solución efectiva, que sea empática y que transmita seguridad. Así mismo considerando los recursos económicos, estratégicos, tecnológicos y tradicionales, alianzas y ayuda profesional, para brindar acceso a información valiosa. En conclusión, este proyecto logró promover la concienciación y establecer mecanismos efectivos para abordar la anemia en Lima Metropolitana, mediante una colaboración coordinada entre los sectores público y privado, con la visión de crear una sociedad más saludable y con una mejor calidad de vida, impactando positivamente en el desarrollo y la productividad general de la sociedad.

Palabras clave: Anemia, prevención, estrategia, educación y bienestar.

Abstract

This research aimed to create a prevention strategy that helps reduce cases of childhood anemia in Metropolitan Lima, where during 2022 the rate of this disease increased from 27.4% to 33.9%, which highlights the urgent need to address this problem. According to 70 surveys that were carried out with parents, 14 interviews with nutritionists, teachers, and a generative workshop to investigate the market, devise, develop and validate "Ñami", this strategy consists of offering free educational tool in the districts most affected by anemia, financed by a web platform that sells nutritional plans and advice for iron-rich lunch boxes, aimed at children. A strategy that provides a satisfactory experience was observed as a result, with a positive response greater than 80%, meeting the specific objectives of the design challenge. Identifying the limitations and needs of the archetypes to reach an effective solution that is empathetic and that transmits security. Considering the economic, strategic, technological and traditional resources, alliances and professional help, to provide access to valuable information. Lastly this project managed to promote awareness and establish effective mechanisms to address anemia in Metropolitan Lima, through a coordinated collaboration between the public and private sectors accompanied by the vision of creating a healthier society with a better quality of life, impacting positively on the overall development and productivity of society.

Keywords: Anemia, prevention, strategy, education and well-being.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	2
Abstract.....	3
1. Contextualización del problema.....	6
2. Justificación.....	7
3. Reto de Innovación.....	9
4. Sustento teórico.....	10
4.1 Estudios previos.....	10
4.2 Marco teórico.....	13
5. Beneficiarios.....	18
6. Propuesta de valor.....	20
6.1 Propuesta de valor.....	20
6.2 Segmento de clientes.....	22
6.3 Canales.....	22
6.4 Relación con los clientes.....	23
6.5 Actividades clave.....	23
6.6 Recursos clave.....	24
6.7 Aliados clave.....	24
6.8 Fuentes de ingreso.....	25
6.9 Presupuesto.....	28

7. Resultados.....	31
8. Conclusiones.....	32
Referencias.....	34

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Ingresos mensuales estimados del Plan Simple</i>	26
Tabla 2. <i>Ingresos mensuales estimados del Plan Pro</i>	27
Tabla 3. <i>Ingresos mensuales estimados del Plan Premium</i>	28
Tabla 4. <i>Recursos destinados a cubrir los servicios tecnológicos</i>	28
Tabla 5. <i>Recursos destinados a cubrir los servicios promocionales.</i>	29
Tabla 6. <i>Recursos destinados a cubrir los gastos de producción y distribución de loncheras</i>	30

1. Contextualización del Problema

La anemia representa uno de los desafíos de salud más significativos a nivel mundial, siendo una afección que contribuye a la mortalidad en niños, madres y durante el período perinatal, así como a la discapacidad y una disminución en la productividad. (Alcázar, 2012). Para la Organización Mundial de la Salud, la anemia se convierte en un motivo de preocupación en naciones en vías de desarrollo, afectando a 1620 millones de personas, lo que corresponde al 24,8% de la población, siendo los niños en edad preescolar los más afectados. La deficiencia de hierro es la causa más común de esta condición. En las Américas, la anemia más frecuente es la ferropénica, y puede ser ocasionada por diversas razones, como la falta de folato, vitamina A y vitamina B12, lo que lleva a complicaciones y enfermedades hereditarias o adquiridas, como infecciones, intoxicación por metales pesados y parasitosis. Los niños con problemas nutricionales tienen un mayor riesgo de contraer enfermedades, lo que afecta su bienestar. Por otra parte, la malnutrición representa una carga para las familias y la comunidad, teniendo un impacto negativo en el desarrollo de un país en todos los aspectos, afectando su economía, aumentando los costos de atención médica e impidiendo el logro de uno de los objetivos del milenio: reducir la mortalidad infantil.

En América Latina, se observa una falta de conciencia sobre la gravedad del problema de la anemia infantil y las complicaciones que puede generar tanto a nivel individual como social (Alcázar, 2012). En la actualidad, Perú ocupa el tercer lugar entre los países con la mayor incidencia de anemia infantil en América Latina, después de Haití y Bolivia, lo que refleja un compromiso social y político aún insuficiente para combatir esta problemática. Es importante destacar que los programas de intervención implementados en estos países inicialmente surgieron como respuesta al llamado internacional para erradicar la anemia, ya sea a través de organizaciones sin fines de lucro o iniciativas extranjeras del sector privado.

En la actualidad, los departamentos más afectados son Puno, Junín, Piura, Cusco y Loreto, con más de 35 mil niños padeciendo esta condición en cada uno de ellos. Según los datos proporcionados por la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (Endes) del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en el año 2022, el 42.4% de los niños menores de tres años sufrieron de anemia por déficit de hierro, lo que representa un aumento respecto al 38.8% registrado en 2021, destacando que solo siete regiones experimentaron una disminución de la anemia en 2022, mientras que en otras 19 regiones aumentó en comparación con el año anterior. Los incrementos más significativos se observaron en Huánuco (de 43.3% a 51.8%), Loreto (de 51.7% a 63.1%) y Lima Metropolitana (de 27.4% a 33.9%). Un dato preocupante es el incremento de esta problemática en 6.5 puntos porcentuales en Lima Metropolitana durante 2022. Los distritos de San Juan de Lurigancho, Ate Vitarte y San Martín de Porres son los más afectados, con más de 48 mil menores padeciendo anemia en esta región. Existen investigaciones que documentan que el costo social y económico de la anemia, es de aproximadamente S/. 2 777 millones, y el costo correspondiente a la atención de partos prematuros causados por la anemia alcanza los S/. 360 millones, teniendo como componente a los efectos en la edad adulta de la pérdida cognitiva.

Se había previsto reducir la anemia infantil al 20% hacia el 2016. Sin embargo, hasta la fecha y a pesar de los sucesivos gobiernos, parece que la meta se ha tornado en inalcanzable, porque, luego de seis años y cinco presidentes de la República las cifras son casi las mismas, representando una amenaza para la salud pública.

2. Justificación

Esta investigación tiene como enfoque abordar una problemática crucial en Lima Metropolitana: la anemia infantil, que afecta año tras año a millones de niños y niñas de la

región, especialmente en los distritos con mayores niveles de afectados y oportunidades de desarrollo, como San Juan de Lurigancho, Ate Vitarte y San Martín de Porres. Además, busca contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, centrándose en particular en el objetivo número diez: "Reducción de las desigualdades". La solución que proponemos para enfrentar esta problemática tendrá en cuenta la meta número 10.3 de "garantizar la igualdad de oportunidades y reducir las desigualdades", abordando las disparidades que la anemia provoca en la sociedad. El objetivo principal es permitir que miles de familias puedan proteger a sus hijos e hijas de las consecuencias y desventajas que esta enfermedad puede ocasionar a largo y corto plazo en la calidad de vida de los niños y niñas, y, por ende, en el futuro desarrollo y progreso de nuestro país.

De acuerdo con los objetivos establecidos en el Plan Multisectorial Contra la Anemia, Gobierno del Perú (2018), resulta imprescindible "implementar acciones comunicacionales a nivel nacional dirigidas a familias y madres gestantes para la reducción y prevención de la anemia". Por lo tanto, se deben adoptar medidas de promoción y prevención de riesgos mediante la divulgación y discusión del problema, con el fin de comprender cómo prevenirlo desde las posibilidades de cada familia. (Arroyo Laguna, 2017). Este proyecto de investigación propone como solución la implementación de una estrategia preventiva que informe y oriente a los padres de familia con el objetivo de reducir los casos de anemia infantil en Lima Metropolitana. Para llevar a cabo esta investigación, se empleó la metodología Toulouse Thinking, que permite abordar el problema de manera creativa a través de un proceso que incluye: 1) investigar el contexto del problema, identificando las necesidades y oportunidades relacionadas con él, 2) idear la solución centrada en todos los actores, comprendiendo empáticamente sus estilos de vida, limitaciones y medios de contacto a los que tienen acceso, 3) desarrollar la solución mediante un producto mínimo viable y,

finalmente, 4) transferir y validar el producto o servicio final, sometiéndolo a prueba por los actores para verificar si realmente mejora o beneficia la situación frente a esta problemática. En el marco de este proceso, se realizaron 60 encuestas a padres de familia para indagar sobre la información con la que cuentan, sus necesidades y dificultades frente a esta problemática que podría poner en riesgo a sus hijos. Además, se llevaron a cabo 17 entrevistas a nutricionistas y profesores de educación inicial y primaria para obtener un punto de vista profesional, recomendaciones y conocer casos de anemia en el día a día. Asimismo, se realizó un taller generativo para validar la propuesta, obtener reflexiones menos evidentes y observar el comportamiento real de los actores principales, obteniendo así información más profunda e integral (insights).

3. Reto de innovación

Pregunta General:

¿Cómo se podría ayudar a reducir los casos de anemia infantil en Lima Metropolitana?

Preguntas específicas:

1. ¿Qué recursos se necesitan para implementar una estrategia de prevención, comunicación y guía efectiva que ayuden a reducir los casos de anemia infantil en Lima Metropolitana?
2. ¿Qué factores o limitaciones del contexto debemos tomar en cuenta al crear una plataforma de comunicación y prevención para reducir los casos de anemia infantil en Lima Metropolitana?
3. ¿Qué tan efectivo será crear una estrategia de prevención dónde se brinde información y orientación para reducir los casos de anemia infantil en Lima Metropolitana?

Objetivo General:

Crear una estrategia de prevención que ayude a reducir los casos de anemia infantil en Lima Metropolitana.

Objetivos específicos:

1. Identificar los recursos que se necesitan para crear una estrategia de prevención, comunicación y guía efectiva que ayuden a reducir los casos de anemia infantil en Lima Metropolitana.
2. Determinar los factores o limitaciones del contexto que debemos tomar en cuenta al crear una plataforma de comunicación y prevención para reducir los casos de anemia infantil en Lima Metropolitana.
3. Demostrar que tan efectivo será crear una una estrategia de prevención dónde se brinde información y orientación para reducir los casos de anemia infantil en Lima Metropolitana.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

Como primer antecedente Lizano (2019), realizó un estudio cuyo objetivo fue identificar el impacto de la estrategia de comunicación digital y las herramientas de capacitación e información en la promoción de la prevención de la anemia infantil en el Perú. Además, se examinó el funcionamiento de la aplicación ALMA del Ministerio de Salud. La investigación incluyó 381 madres de familia de San Juan de Lurigancho, San Martín de Porres, Ate y Comas. Se utilizaron diversos métodos, como observación de variables, análisis de la aplicación ALMA del Ministerio de Salud, encuestas virtuales y entrevistas a expertos. Los resultados mostraron que la estrategia digital no tuvo el impacto deseado, ya que el público objetivo prefería métodos tradicionales de comunicación, como volantes y afiches. Los

profesionales de la salud también mencionaron falta de comunicación efectiva sobre la estrategia. Este proyecto utilizará la información obtenida para desarrollar una estrategia de promoción y comunicación adecuada, garantizando la sostenibilidad económica para brindar información y ayuda gratuita en los distritos más afectados con menor capacidad económica. Se adaptará la información a formatos amigables y accesibles para cada sector, tanto en medios digitales como impresos, buscando generar mayor recordación e impacto sobre la prevención de la anemia infantil.

Como segundo antecedente Montesinos & Vidal (2019), se enfocaron en informar a las madres de niños de 0-2 años en Sullana, Piura, sobre la importancia de prevenir la anemia mediante cambios sostenibles en los hábitos alimenticios. Para lograrlo, implementaron dos líneas de comunicación: la primera se centró en material educativo como spots radiales informativos, tapers con porciones adecuadas, planificador de recetas y calendarios para madres, y rotafolios para agentes comunitarios. La segunda estrategia buscó aumentar la visibilidad y el posicionamiento del proyecto, involucrando actores políticos clave. Los resultados mostraron que el principal problema de la anemia es la falta de sostenibilidad en el plan de trabajo. Se destacó la importancia de enfocarse no solo en el hierro, sino en cómo incorporar el consumo de hierro en diversas comidas a lo largo del tiempo. Además, se encontró que las madres buscaban un aprendizaje familiar y valoraban el acompañamiento constante de los agentes comunitarios en los cambios de hábitos. Se recomendó establecer proyectos sostenibles a lo largo del tiempo. Basándonos en estos resultados, proponemos una solución colaborativa que involucre a madres, niños, instituciones educativas y profesionales de la salud. Destacamos la importancia de una comunicación efectiva para que los actores conozcan y accedan a nuestra solución como un recurso disponible que puede beneficiar la salud de los niños en la región y, por ende, reducir los casos de anemia infantil en Lima.

Como tercer antecedente Quispe (2018), realizó una investigación con el objetivo de examinar cómo actúan las madres de comunidades campesinas cuyos niños menores de 3 años reciben suplementos alimenticios para combatir la desnutrición infantil y la anemia, siguiendo el "Plan Nacional para la reducción de la desnutrición crónica infantil y la prevención de la anemia en el país, periodo 2014 – 2016" del MINDA. Se observó un aumento de casos de anemia y desnutrición crónica en niños menores de 3 años en la provincia de Puno, donde 8 de cada 10 niños se veían afectados por la anemia. Las barreras culturales y lingüísticas dificultan la intervención en salud en la región. El proyecto "Nutriwawa" tuvo un impacto positivo, ya que el 80% de los niños mostró mejoras en su salud y aumentó el consumo de frutas y verduras. La participación de las madres en el proyecto contribuyó a modificar ciertas costumbres alimenticias de las familias para mejorar su alimentación. Las madres involucradas en la investigación cumplieron con los controles y evaluaciones médicas. Con base en estos resultados, se busca proporcionar soluciones prácticas y sostenibles para beneficiar a las familias y brindar acceso a las personas involucradas en el desarrollo de los niños, mediante la integración de conocimientos de profesionales de la salud para mejorar la alimentación de los niños y compartir la información adquirida con otras personas.

Como cuarto antecedente Chávez et al. (2019) buscó determinar la efectividad de las estrategias comunicacionales para posicionar la suplementación con micronutrientes en el tratamiento de la anemia, según la normatividad peruana. Se realizaron entrevistas a profundidad con 27 madres, y se colocaron módulos informativos en establecimientos de salud para brindar información sobre la importancia de la suplementación y los beneficios de los micronutrientes. Las acciones comunicacionales permitieron que las madres se

informaran sobre el tema y conocieran cómo preparar platos ricos en hierro. Además, se emplearon juegos educativos para captar su atención. Los resultados indicaron que las estrategias comunicacionales fueron efectivas en empoderar a las madres en los cuidados para prevenir y combatir la anemia. Tras revisar los resultados de este estudio, tendremos en cuenta crear estrategias de comunicación prácticas en nuestra propuestas. Que sean lúdicas para mejorar la recordación de las madres sobre cómo combatir la anemia en sus hijos y mejorar el sistema de diálogo directo con nutricionistas.

Como último antecedente Sharpin (2021) tenía como objetivo desarrollar un plan de marketing para el lanzamiento del servicio "Coaching Nutricional" dentro del consultorio de la Lic. En Nutrición Alejandra Casco. Se centró en abordar el problema del abandono frecuente en pacientes durante sus planes alimentarios y aprovechar las horas inactivas en el consultorio para actividades productivas, lo que podría aumentar las ganancias en un 90%. Al mejorar la efectividad del tratamiento nutricional, se esperaba aumentar la satisfacción del consultante y, a su vez, retener más pacientes a mediano y largo plazo. Concluye que el contexto actual, con un enfoque creciente en temas de salud, nutrición y bienestar, brinda una oportunidad para ofrecer un servicio que resuelva necesidades evidentes del segmento target. Basándonos en esta información, se buscará para nuestro proyecto, el integrar nutricionistas a una plataforma digital mediante el sistema de "coaching nutricional" para aumentar la cantidad de clientes y mejorar la calidad y continuidad de la atención a los pacientes. Las ganancias generadas por el servicio podrían utilizarse para financiar la producción de loncheras contra la anemia infantil.

4.2.Marco teórico

4.2.1. Anemia.

Según Durand (2022), la anemia representa una preocupante cuestión de salud pública, ya que tiene un impacto especialmente negativo en niños, niñas, adolescentes, mujeres en edad fértil y gestantes, con consecuencias significativas a nivel social y económico, además de ocasionar daños permanentes para la salud. Es imperativo identificar y comprender estos factores asociados como la escasa adopción de lactancia materna exclusiva, la introducción temprana de sustitutos de la leche materna, prácticas de crianza y alimentación inapropiadas, acceso limitado a servicios esenciales como agua potable y consumo de agua contaminada, y también el parasitismo intestinal, entre otros factores que afectan el desarrollo físico y emocional del niño o niña.

4.2.2. Riesgo de Anemia Infantil.

Según Narvárez et al. (2022), el riesgo de padecer anemia infantil es determinado por varios factores y determinantes socioculturales, incluyendo una ingesta inadecuada y deficiente de hierro en la alimentación, así como una alta prevalencia de enfermedades diarreicas y parasitosis. Además, los niños enfrentan riesgos adicionales debido a la pobreza, las condiciones de vivienda, las prácticas de higiene, el saneamiento básico y la falta de conocimiento sobre la anemia.

4.2.3. Malnutrición Infantil.

Según World Health Organization (2021), la principal causa del retraso en el desarrollo durante la infancia. Los niños afectados por la desnutrición experimentan una disminución en su potencial desde una edad temprana, lo que los coloca en una situación desfavorable, su sistema inmunológico se debilita, lo que los hace más propensos a sufrir retrasos en el desarrollo a largo plazo y aumenta su riesgo de mortalidad. Enfrentan dificultades en su

aprendizaje escolar, obtienen menores ingresos en su vida adulta y tienen obstáculos para participar activamente en sus comunidades.

4.2.4. Deficiencia de Hierro.

Según Durand (2022), la deficiencia de hierro es una de las carencias nutricionales más comunes, especialmente en la primera infancia de países desarrollados. Se produce cuando no se ingiere suficiente hierro, se pierde en exceso, las reservas son limitadas o los requerimientos de hierro aumentan. La deficiencia de hierro sigue una evolución con tres etapas: disminuyen los depósitos de hierro, aparece la ferropenia y, finalmente, se reduce la cifra de hemoglobina, provocando anemia ferropénica. Para abordar este problema, es crucial aumentar el consumo de alimentos como sangrecita, vísceras, hígado, bazo, entre otros, y combinarlos con alimentos cítricos para mejorar la absorción de hierro. También se recomienda mejorar la consistencia y aumentar la frecuencia de las comidas, consumir alimentos ricos en vitamina C y evitar sustancias que inhiben la absorción de hierro, como bebidas gaseosas, infusiones y café. Estas medidas pueden contribuir efectivamente a prevenir y tratar la deficiencia de hierro.

4.2.5. Vulnerabilidad.

Según Yañez et al. (2020), la vulnerabilidad se refiere a la amenaza ambiental y social que afecta la salud humana y la susceptibilidad a sufrir daños. Es una herramienta común para estudiar fenómenos como la pobreza y el desarrollo. Abarca diversos factores que determinan las desigualdades, como nivel de ingresos, ocupación, educación, estructura familiar, procesos de urbanización o ruralidad, migración y condiciones de infraestructura, entre otros. Estos indicadores pueden tener un impacto significativo en el rendimiento cognitivo, como la alimentación, la estimulación temprana proporcionada por los padres, la educación de los

padres y docentes, y otros factores que pueden marcar diferencias importantes en los contextos estudiados.

4.2.6. Nutrición.

Según Villa (2020), la nutrición es esencial para la salud y el desarrollo, y consiste en proporcionar nutrientes al organismo a través de una dieta equilibrada. Se evalúa el estado nutricional mediante medidas como peso, talla y edad del niño. Es crucial cultivar hábitos alimentarios saludables desde temprana edad, y la lactancia materna es especialmente beneficiosa para el crecimiento y desarrollo cognitivo del niño, así como para reducir el riesgo de sobrepeso, obesidad y enfermedades no transmisibles en el futuro. Una alimentación adecuada en calidad y cantidad es fundamental para el crecimiento infantil, ya que los nutrientes contribuyen a la formación de tejidos y proporcionan la energía necesaria para el correcto funcionamiento de los órganos. Además, una buena nutrición juega un papel importante en la prevención de enfermedades asociadas con deficiencias o excesos alimenticios.

4.2.7. Prevención.

Según Abanto (2019), la prevención implica estar preparado con antelación para evitar peligros y riesgos. Se relaciona con el conocimiento, habilidades y actitudes de las personas. Tiene un papel importante en la salud, seguridad y medio ambiente, ayudando a evitar consecuencias negativas y promoviendo el bienestar. La prevención implica adoptar una actitud proactiva y tomar medidas preventivas, lo que puede mejorar la seguridad, reducir accidentes y proteger el medio ambiente. Es esencial promover una cultura de prevención para preservar el bienestar de todos.

4.2.8. Accesibilidad.

Según Bardales (2021), la accesibilidad a salud se refiere a la interacción de diversas condiciones, como la programación de citas, la ubicación geográfica, las características individuales de los usuarios y la disponibilidad de servicios. Identifica tres aspectos clave de la accesibilidad: los desafíos al implementar políticas públicas, la perspectiva de la OMS para garantizar la disponibilidad de servicios para toda la población y la importancia de establecer condiciones para que los usuarios puedan acceder a los servicios de manera adecuada.

4.2.9. Consejería Nutricional.

Según Dipaz (2023), la consejería nutricional se basa en una interacción bidireccional entre un cliente y un consejero capacitado, quienes interpretan los resultados de una evaluación nutricional, identifican necesidades y metas nutricionales individuales, y discuten alternativas para alcanzar dichas metas, acordando los próximos pasos a seguir. El objetivo principal del asesoramiento nutricional es ayudar a los clientes a comprender información relevante sobre su salud y enfocarse en acciones prácticas para abordar sus necesidades nutricionales. Los consejeros de nutrición pueden ser enfermeros u otros profesionales de la salud que trabajen en el centro.

4.2.10. Practicidad.

Según León (2022), la practicidad se convierte en un elemento fundamental a considerar en la preparación de loncheras saludables. Es un tema de gran importancia que ha cobrado relevancia en la actualidad debido a su impacto en la alimentación y bienestar de los niños, por lo que se busca simplificar el proceso de preparación, de manera que los padres de familia puedan ahorrar tiempo en su agitada rutina diaria y, al mismo tiempo, asegurarse de que sus hijos reciban una nutrición adecuada.

4.2.11 Medios de comunicación

Según Turpo (2023), son canales utilizados para distribuir y difundir mensajes relacionados con temas específicos. La selección y dimensionamiento de estos medios se basan en diferentes aspectos, como el público objetivo, la estrategia de comunicación y las metas esperadas. Estos medios se dividen en varias categorías: los Medios Masivos y digitales, que tienen un alcance amplio y se miden según el control de su audiencia y alcance; los Medios Auxiliares y complementarios, que se utilizan para segmentos más específicos, lo que dificulta determinar su impacto; y los Medios alternativos, que tienen un alcance limitado y se emplean para acciones y estrategias específicas, destacándose por su enfoque innovador y creativo.

5. Beneficiarios

Nuestro arquetipo principal son las familias con niños de entre 5 y 10 años que se encuentran en etapa escolar y pertenecen al sector socioeconómico C y D de los distritos Ate Vitarte, San Juan de Lurigancho y San Martín de Porres. Estos se verían beneficiados con una herramienta de prevención e información didáctica sobre la anemia infantil completamente gratuita, que distribuiremos en los colegios de los distritos mencionados.

El segundo arquetipo más importante son los padres de familia con niños entre 0 y 10 años que residen en Lima Metropolitana. Estos usuarios representan la fuente principal de ingresos para nuestra estrategia, ya que estarían dispuestos a pagar por planes nutricionales digitales accesibles económicamente. Comprendemos que necesitan soluciones rápidas, nutritivas y adecuadas para su ajustado tiempo y presupuesto al preparar las loncheras diarias para sus hijos.

Identificamos también a escuelas públicas pertenecientes al sector socioeconómico C y D de los distritos Ate Vitarte, San Juan de Lurigancho y San Martín de Porres. Centros de salud, Municipalidades y Ministerios de Lima Metropolitana como posibles colaboradores y beneficiarios a largo plazo.

Como actores centrales tenemos a las familias de Lima Metropolitana, tanto a las que cuentan con un mayor poder adquisitivo, como las que necesitan ayuda gratuita para combatir la anemia. Lo más importante para todo padre es la salud de sus hijos por ello intentan protegerlos desde sus posibilidades y conocimientos. Se preocupan por el correcto desarrollo de sus niños, su rendimiento académico, su crecimiento, y su bienestar actual y a futuro. Sin embargo, se complican a la hora de prevenir enfermedades como la anemia, desde la nutrición. Piensan que es costoso o les toma mucho tiempo preparar algo sano para sus hijos, por lo que el mayor reto es demostrarles que aprender sobre la anemia infantil no es complicado, y se puede prevenir de manera económica y sencilla. También identificamos a nutricionistas, quienes brindarán sus servicios e información profesional y por último a los profesores quienes desde las instituciones educativas harían posible la entrega de la herramienta planteada y dar seguimiento con padres y niños.

Y finalmente pero no menos importantes, se reconoció los actores indirectos como lo son los proveedores de servicios básicos de luz y agua en lima, imprentas, industria farmacéutica, el sector agricultor, la industria farmacéutica, el sector transportista, publicistas, agencias de marketing, bodegas y supermercados en Lima metropolitana.

Con la información previamente recolectada se espera llegar a 381 familias aproximadamente cuyos hijos tengan entre 0 a 10 años y que estén ubicados en los distritos de Ate Vitarte, San Juan de Lurigancho y San Martín de Porres. Se tiene entendido que la promoción por medios digitales tiene un impacto mayor en personas que pueden acceder a este tipo de herramientas;

sin embargo, el caso es distinto para personas que no se pueden permitir un celular. Siendo parte de nuestra solución el abarcar ambos casos podremos tratar con personas que se puedan permitir el uso de dispositivos móviles y/o computadoras ya que las estrategias de comunicación a través de medios digitales rinden frutos si son planteadas de manera adecuada y bien enfocadas al público al que se dirigen, además de proporcionar información valiosa de manera rápida y sencilla. Por otro lado, tratamos con personas que no pueden permitirse el uso de un celular a través de medios tradicionales y/o gráficos ya que generan mayor recordación en el usuario. Se contribuirá al bienestar general de la comunidad y combatir la anemia de manera proactiva para que cada uno de los actores identificados se involucre y colabore con la reducción de los casos de anemia en Lima metropolitana.

6. Propuesta de Valor

6.1. Propuesta de valor

La presente propuesta consiste en el desarrollo de “Ñami“, loncheras contra la anemia, una herramienta gratuita y didáctica de información y orientación para prevenir esta enfermedad a través de alimentos nutritivos y económicos, serán entregadas de manera gratuita a niños de colegios nacionales ubicados en los distritos Ate Vitarte, San Juan de Lurigancho y San Martín de Porres, ya que son los más afectados por la anemia infantil en Lima. Estas loncheras hechas de material reciclado contienen información confiable y de valor proporcionada por nutricionistas para educar tanto a padres y niños de manera conjunta y dinámica sobre la prevención de la anemia infantil. La estructura de la lonchera se convierte en un tablero de ludo educativo para jugar en familia y aprender un poco más sobre la importancia de una buena alimentación para prevenir esta enfermedad, además en su interior contiene las fichas y tarjetas que se necesitan para el juego y un recetario con recetas altas en

hierro bastante económicas y prácticas para el día a día para de igual forma informar a los padres de familia sobre la correcta alimentación de sus hijos.

Para hacer posible este producto de manera gratuita y sostenible, nuestra estrategia sigue el modelo de sostenibilidad “Plan B” en el que ofreceremos otro producto a un sector con mayor poder adquisitivo. Para financiar nuestro proyecto de innovación social se desarrolla un sitio web de Ñami, en el cual se ofrecen planes y asesorías nutricionales mensuales con recetas prácticas para una lonchera nutritiva, rica y alta en hierro para prevenir la anemia desde la dieta diaria de los niños. Trabajaremos en conjunto con nutricionistas quienes estarán detrás de la guía nutricional que brinda la plataforma, podrán registrarse de manera gratuita y brindar sus servicios, pagando a la plataforma una comisión por el contacto con el paciente. Por otro lado, es importante destacar la personalización y trato cercano en la guía que brindamos a los usuarios. Al comprar cualquiera de nuestros planes se realiza una evaluación previa mediante un formulario o cita con el nutricionista (dependiendo del plan comprado por el usuario) para la personalización y adaptación de los planes a las necesidades, gustos, restricciones alimenticias y presupuesto de cada usuario y sus hijos.

Todo la información difundida en esta estrategia, tanto para la lonchera como para la web, estará avalada por profesionales de la salud y/o nutrición, es decir, que los métodos de prevención, recetas, entre otros, tendrán el respaldo y validez de estos profesionales con el fin de proporcionar información de calidad y, sobretodo, verídica, transmitiendo así seguridad a toda familia que entre en contacto con cualquiera de nuestros proyectos. Esto a su vez permite que escale a mayores temas en relación a la salud, en primera instancia abarcamos el tema de la anemia como problemática principal, pero dado a la flexibilidad del proyecto se ve la posibilidad de abarcar temas como la obesidad, anemia, bulimia, etc.

6.1. Segmento de clientes

- **Padres de familia de niños de entre 3 a 10 años pertenecientes a los sectores C y D.** Usuarios a quienes irían dirigidas las loncheras para proporcionar información de valor y verídica sobre cómo prevenir la anemia infantil y presentar alternativas de comidas que puedan costearse.
- **Padres de familia de niños de entre 3 a 10 años en etapa escolar pertenecientes al sector B:** Para estos usuarios iría destinado el sitio web dónde tendrán acceso a información y alternativas sobre la prevención de la anemia infantil mediante planes de suscripción mensual, estos permitirán costearse las loncheras que irán destinadas al sector presentado en primera instancia.

6.2. Canales

- **Plataforma web.** Dónde se tendrá acceso a información y planes sobre la anemia infantil.
- **Linktree.** Dónde podrán encontrar todo material relacionado a nuestro proyecto.
- **Material impreso.** Ya que este puede ser ubicado en puntos estratégicos donde la información llegue a la mayor cantidad de usuarios posibles.
- **Colegios.** Dado a que por este canal se hará la entrega de las loncheras contra la anemia.
- **Redes sociales.** Como Facebook e Instagram para la difusión de nuestro proyecto a través de medios masivos.
- **Televisión y radio.** Con el fin de abarcar y brindar información a familias que prefieren el uso de medios tradicionales.

- **Plataformas de videollamada y WhatsApp.** Dónde podrán realizar consultas respecto a los planes de suscripción así como acudir a profesionales de la nutrición asociados a nuestro proyecto.

6.3. Relación con los clientes

A través del desarrollo y ejecución de este proyecto buscamos ser percibidos por nuestros usuarios como una red de información y guía práctica, efectiva y accesible para todas las familias, aportando en el aprendizaje y costumbres sobre la prevención de la anemia infantil en las familias, así como también darles las herramientas para proteger a sus hijos y asegurar que ningún niño se encuentre en desventaja o tenga menores oportunidades de bienestar a futuro.

6.4. Actividades clave

- Investigación del mercado y las necesidades.
- Diseño y programación del sitio web.
- Recolección de información avalada por profesionales.
- Búsqueda de aliados directos como nutricionistas e instituciones educativas nacionales.
- Determinar preguntas para conocer al usuario.
- Armar, junto a nutricionistas, los planes nutricionales e ideas con las comidas que se van a vender.
- Estrategia en redes sociales para la promoción de la web y la iniciativa.
- Captación y contacto con clientes.
- Compra digital de los planes y brindar el servicio.
- Diseño de las "loncheras contra la anemia" y el material que contienen.
- Producción de loncheras.

- Distribución de loncheras para los niños en las instituciones educativas.

6.5. Recursos clave.

Los recursos necesarios para el desarrollo de nuestro proyecto se dividen en tres grandes puntos:

- **Recursos Tecnológicos.** Servicio de internet, computadoras, laptops, celulares, hardware, landing, servidores, programadores y tienda virtual.
- **Recursos para producción de loncheras.** Manual virtual e impreso, loncheras, planchas de cartón liso biodegradable, regla, fichas de ludo, cartas.
- **Recursos Humanos.** Nutricionistas, diseñadores web y gráficos, publicistas, diseñadores de producto y distribuidores.

6.6. Aliados clave

- **Nutricionistas.** Quienes ofrecerán sus servicios y captarán clientes mediante la web y trabajarán de la mano con Ñami para brindar información verídica y de valor
- **Municipios.** Control y manejo adecuado de los recursos a utilizar así como prestación de personal.
- **Colegios Nacionales y privados.** Acceso fácil y rápido de las loncheras para los estudiantes.
- **ONG's.** Mayor impulso y alcance del proyecto hacia el público objetivo.
- **Influencers del rubro nutrición y salud.** Alcance hacia personas interesadas en información acerca de la salud y alimentación nutritiva.
- **Influencers de paternidad y familia.** Alcance hacia un público más familiar interesado en el bienestar de sus menores hijos.

6.7. Fuentes de ingresos.

Nuestro modelo de sostenibilidad es el "Plan B" que consiste en la venta de planes y asesorías nutricionales al usuario con mayor poder adquisitivo para así financiar la herramienta con información nutricional gratuita en los distritos más afectados. Contamos con tres opciones de planes:

- **Plan Simple (Mensual S/.25).** Incluye el formulario inicial para adaptar el plan a cada usuario, 2 planes con recetas de loncheras contra la anemia al mes entregados el primer y tercer sábado del mes.
- **Plan Pro (Trimestral S/.65).** Incluye el formulario inicial especial para adaptar el plan a cada usuario, 2 planes con recetas de loncheras contra la anemia al mes personalizadas a las preferencias del usuario entregados el primer y tercer sábado del mes.
- **Plan Premium (Asesorías personalizadas S/.60).** Incluye la consulta inicial con el padre para conocer al cliente y adaptar el plan al mismo, 2 planes con recetas de loncheras contra la anemia al mes personalizadas a las preferencias del usuario entregados el primer y tercer sábado del mes, 1 consulta para darle seguimiento y evaluación al menor.

Las formas de pago a emplear serían a través de tarjeta de crédito o débito como VISA, MasterCard, American Express, Diners Club, BBVA e Interbank. De igual forma se contará con el método de pago mediante Pago Efectivo.

Tabla 1

Ingresos mensuales estimados del Plan Simple.

Mes	Costo unitario	Estimado de ventas por mes	Ingreso mensual	Acumulado
1	S/.25	1000	S/.25,000	S/.25,000
2	S/.25	1000	S/.25,000	S/.50,000
3	S/.25	1000	S/.25,000	S/.75,000
4	S/.25	1000	S/.25,000	S/.100,000
5	S/.25	1000	S/.25,000	S/.125,000
6	S/.25	1000	S/.25,000	S/.150,000
7	S/.25	1000	S/.25,000	S/.175,000
8	S/.25	1000	S/.25,000	S/.200,000
9	S/.25	1000	S/.25,000	S/.225,000
10	S/.25	1000	S/.25,000	S/.250,000
11	S/.25	1000	S/.25,000	S/.275,000
12	S/.25	1000	S/.25,000	S/.300,000

Nota: Esta tabla muestra puntos a considerar como lo son el costo por unidad del plan, las ventas que se estiman tener por mes, el ingreso mensual que se espera conseguir producto de las ventas y el acumulado total de contando todos los meses.

Tabla 2

Ingresos mensuales estimados del Plan Pro.

Mes	Costo unitario	Estimado de ventas por mes	Ingreso mensual	Acumulado
1	S/.65	800	S/.52,000	S/.52,000
2	S/.65	800	S/.52,000	S/.104,000
3	S/.65	800	S/.52,000	S/.156,000
4	S/.65	800	S/.52,000	S/.208,000
5	S/.65	800	S/.52,000	S/.260,000
6	S/.65	800	S/.52,000	S/.312,000
7	S/.65	800	S/.52,000	S/.364,000
8	S/.65	800	S/.52,000	S/.416,000
9	S/.65	800	S/.52,000	S/.468,000
10	S/.65	800	S/.52,000	S/.520,000
11	S/.65	800	S/.52,000	S/.572,000
12	S/.65	800	S/.52,000	S/.624,000

Tabla 3

Ingresos mensuales estimados del Plan Premium.

Mes	Costo Unitario	Estimado de ventas por mes	Ingreso mensual	Acumulado
1	S/.60	300	S/.18,000	S/.18,000

2	S/.60	300	S/.18,000	S/.36,000
3	S/.60	300	S/.18,000	S/.72,000
4	S/.60	300	S/.18,000	S/.90,000
5	S/.60	300	S/.18,000	S/.108,000
6	S/.60	300	S/.18,000	S/.126,000
7	S/.60	300	S/.18,000	S/.144,000
8	S/.60	300	S/.18,000	S/.162,000
9	S/.60	300	S/.18,000	S/.180,000
10	S/.60	300	S/.18,000	S/.198,000
11	S/.60	300	S/.18,000	S/.216,000
12	S/.60	300	S/.18,000	S/.234,000

6.8. Presupuestos

Tabla 4

Recursos destinados a cubrir los servicios tecnológicos.

Recursos	Unidad	Costo
Diseñador gráfico	1	S/.1,054
Publicista	1	S/.1,721

Fotógrafo	1	S/.2,030
Panel publicitario	3	S/.4,500
Influencers	4	S/.3,700
Landing	1	S/.500
Google Ads	1	S/.742
Total		S/.14,247

Nota: Esta tabla muestra aquellos recursos que se buscan conseguir con el fin de desarrollar el sitio web previamente mencionado.

Tabla 5

Recursos destinados a cubrir los servicios promocionales.

Recursos	Unidad	Costo
Diseñador gráfico	1	S/.1,054
Publicista	1	S/.1,721
Fotógrafo	1	S/.2,030
Panel publicitario	3	S/.4,500
Influencers	4	S/.3,700
Landing	1	S/.500
Google Ads	1	S/.742
Total		S/.14,247

Nota: Esta tabla muestra aquellos recursos que serán necesarios conseguir para lograr una difusión efectiva en medios tanto digitales como tradicionales.

Tabla 6

Recursos destinados a cubrir los gastos de producción y distribución de loncheras.

Recursos	Unidad	Costo
Impresora	5	S/. 7,500
Paquete papel Bond A4	10	S/. 170
Plancha de cartón	10	S/. 100
Ludo	30	S/. 900
Tijera	5	S/. 60
Silicona	5	S/. 50
Regla	5	S/. 20
Cutter	5	S/. 132,50
Loncheras	100	S/. 236
Distribuidor	1	S/. 1,527
Diseñador de productos	5	S/. 6,995
Total		S/. 17 690,50

Nota: Esta tabla muestra todo aquel recurso que será indispensable para la producción y distribución de las loncheras.

De acuerdo a las tablas presentadas, para este proyecto necesitamos una inversión inicial de S/ 28,494 para costear equipos tecnológicos, personal, desarrollo de la web y posicionamiento mediante una campaña promocional. Con los ingresos generados en los dos primeros meses

se solventará esta inversión y se financiará la producción y distribución del primer ciento de loncheras. A partir del tercer mes nuestros ingresos mensuales se estiman en S/.95.000 y nuestros gastos suman un total de S/.46,184.50 por lo que generamos ganancias de más del 50% logrando así la viabilidad del negocio.

Resultados

Se logró cumplir con el reto de innovación, ayudando a reducir los casos de anemia infantil en Lima Metropolitana, mediante la creación de una estrategia de información y orientación y guía para los padres de familia en la prevención de la misma en sus hijos, desde sus posibilidades. Se realizó un análisis de la experiencia de padres de familia y nutricionistas mediante una encuesta, evaluando los prototipos, la plataforma, el producto y las características de un proyecto de innovación. Se consideraron aspectos como el modelo de negocio, la innovación, la colaboración, la practicidad, la seguridad, el diseño, la interfaz y la accesibilidad. Los resultados muestran una experiencia satisfactoria, ya que en todos los factores evaluados, más del 70% de los participantes obtuvo resultados positivos. Además, el 80% de los encuestados afirmó haberse suscrito a los planes y confiar en el proyecto, el cual ofrece orientación profesional en línea para combatir la anemia infantil.

Así mismo se logró cumplir satisfactoriamente con los tres objetivos específicos del reto de diseño. Primero, se identificaron los recursos necesarios para crear una estrategia de prevención, comunicación y guía efectiva para reducir la anemia infantil en Lima Metropolitana, considerando los recursos económicos, estratégicos, humanos, tecnológicos y tradicionales para brindar acceso a información valiosa. Segundo, se determinaron los factores y limitaciones contextuales para desarrollar una plataforma de comunicación y prevención, comprendiendo las necesidades y restricciones de los arquetipos a través de

encuestas, talleres y entrevistas, generando una solución segura y efectiva. Tercero, se demostró la efectividad de la estrategia de prevención, involucrando la importancia de la prevención en el hogar, escuelas y comunidad, al utilizar una combinación de recursos didácticos, tecnológicos, tradicionales y ayuda profesional para abordar el problema.

7. Conclusiones

Este proyecto ha revelado la grave problemática de la anemia en Lima Metropolitana, destacando sus consecuencias negativas en la región y futuras generaciones. Es crucial que los gobiernos implementen programas de salud pública y acciones para abordar su impacto en miles de familias. Sin embargo, la falta de información y el escaso respaldo de las instituciones gubernamentales y empresas privadas dificultan la eficacia de los esfuerzos para reducir la anemia en la zona. Es por ello que se destaca la necesidad de nuevas estrategias como Ñami para abordar la anemia, que ayuden de manera beneficiosa a reducir los casos de anemia infantil, teniendo en cuenta los factores o limitaciones del contexto para aprovechar los recursos que se necesitan para brindar guía efectiva, y sostenible, contribuyendo al crecimiento económico, mejorando la calidad de los servicios nutricionales y generando beneficios sociales mediante herramientas educativas, lúdicas y gratuitas.

Es crucial incluir guías alimentarias en los programas de salud pública integrales para combatir la anemia en Lima Metropolitana. Estas campañas y acciones sociales no solo abordan la anemia, sino que también contribuyen a reducir el hambre, mejorar la salud y el bienestar, y disminuir la pobreza en la sociedad. Estudios demuestran que la anemia tiene un alto costo en términos de aumento de la pobreza en todos los sectores, lo que afecta la productividad y el desarrollo económico en la sociedad.

En conclusión, este proyecto logró promover la concienciación y establecer mecanismos efectivos para abordar la anemia en Lima Metropolitana, mediante una colaboración coordinada entre los sectores público y privado, con la visión de crear una sociedad más saludable y con una mejor calidad de vida, impactando positivamente en el desarrollo y la productividad general de la sociedad.

Referencias

Lorena Alcázar (2012). *Impacto económico de la anemia en el Perú*.

Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2022). *Perú: Encuesta Demográfica y de Salud Familiar. ENDES 2022. Nacional y Departamental*.

https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1898/libro.pdf

Gobierno del Perú (2018). *Plan Multisectorial de Lucha Contra La Anemia*.

Arroyo Laguna, J. (2017). Hacia un Perú sin anemia. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 34(4), 586.

<https://doi.org/10.17843/rpmesp.2017.344.3279>

Vladimir Bryan Lizano Vega (2019). *Estrategia de comunicación digital en la prevención y reducción de la anemia infantil en Perú. Caso Aplicación Móvil Alma 2018*.

[Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de Bachiller en Comunicaciones, Universidad San Ignacio de Loyola].

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/910f6f68-ffae-47e1-8808-9e0155a5151e/content>

Montesinos Cama, S. M. y Vidal Villafuerte, G. L. (2019). *Proyecto de intervención comunicacional para promover un cambio de actitud en madres de niños de 0 a 2 años de Cieneguillo Centro – Sullana, Piura*.

[Trabajo de suficiencia profesional para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación, Universidad de Lima.]. <http://doi.org/10.26439/ulima.tesis/10266>

Efraín Marcelo Guzmán Revelo, Carlos Efrén Pilamunga Poveda (2022). Estrategias publicitarias como método de prevención y concientización de la desnutrición infantil en la provincia de Tungurahua dirigida a padres adolescentes. [Proyecto previo a la obtención del Título de Licenciado en Diseño Gráfico, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/36183>

Rocio Vanessa Quispe Humpiri (2018). *Evaluación de estrategias comunicacionales del Proyecto Nutriwawa en el tratamiento de la anemia infantil en Puno 2015*. [Tesis para optar por el grado de Bachiller, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa] <https://repositorio.unsa.edu.pe/server/api/core/bitstreams/2cbf1f8c-72db-4c58-aa98-c314a1cfd853/content>

María Angélica Chávez Chuquimango, Moisés Rojas Ramos, Daniel Barredo Ibáñez (2019) Análisis de la percepción de las madres frente a la estrategia comunicacional intramural para combatir la anemia en Perú. Estudio de caso sobre la suplementación de micronutrientes a partir de un centro de salud en Lima. *Revista Salud Uninorte*, 35(3), 374-384. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-55522019000300374&lng=en&tlng=es.

Barbara Sharpin (2021). *Plan de Marketing para el lanzamiento de un nuevo servicio: Coaching Nutricional*. [Tesis de Maestría en Márketing y Comunicación, Universidad de San Andrés] <https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/handle/10908/18622>

Organización Mundial de la Salud. (2022) *Anemia*. https://www.who.int/es/health-topics/anaemia#tab=tab_1

Roxana Durand Illanes (2022). *Factores asociados a la anemia en niños menores de 03 años que acuden al centro de salud San Salvador, Cusco 2022*. [Tesis para optar al Título Profesional de Licenciada en Enfermería, Universidad Andina del Cusco] https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/5038/Roxana_Tesis_bachiller_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20organizaci%C3%B3n%20Mundial%20de%20la,su%20desarrollo%20social%20y%20econ%C3%B3mico.

Reyes Narváez, S. E., Valderrama Rios, O. G., Atoche Benavides, R. D. P., & Ponte Valverde, S. I. (2022). Factores asociados a la anemia infantil en una zona rural de Huaraz. *Comunicación: Revista De Investigación En Comunicación Y Desarrollo*, 13(4), 301–309. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.4.782>

World Health Organization (2021) *Levels and trends in child malnutrition: UNICEF /WHO / The World Bank Group joint child malnutrition estimates: key findings of the 2021 edition*. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240025257>

Vanesa Corazon Villa Anampa (2022). *Hábitos alimenticios y estado nutricional en niños de 1 a 5 años de edad en el puesto de salud Condorillo Alto, Chinca 2020*. [Tesis para optar al Título Profesional de Licenciada en Enfermería, Universidad Autónoma de Ica]. <http://repositorio.autonmadeica.edu.pe/bitstream/autonmadeica/1071/1/VANESA%20CORAZON%20VILLA%20ANAMPA%20%28TESIS%29.pdf>

Adrian Israel Yañez Quijada, Beatriz Olivia Camarena Gómez y Raúl Morales Villegas (2020) . *Evaluación de tareas cognitivas de infantes en vulnerabilidad socioambiental utilizando una versión corta del WISC IV* , 34-51. <https://doi.org/10.29059/rpcc.20200617-102>

Wigmara Bardales Vega (2021). *Evaluación de las estrategias en la aplicación del Programa Juntos para la disminución de anemia en la Red de Salud Chachapoyas*. [Tesis para obtener el grado académico de Doctora en Gestión Pública y Gobernabilidad, Universidad Cesar Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54563/Bardales_VW-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fredy Dipaz Vasquez (2023) , *Calidad de consejería nutricional y adherencia al tratamiento de la anemia en niños de un centro de salud ubicado en La Molina*. [Tesis para obtener el grado académico de e Maestro en Salud Pública, Universidad Norbert Wiener].
https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/8452/T061_46674447_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y

María Doris Abanto de Santos (2019). *Plan de intervención educativa en la prevención de anemia en niños de 6 a 24 meses en el centro de salud aguas verdes en Tumbes*. [Tesis para optar por el Título de Segunda Especialidad Profesional de Enfermería, Universidad Nacional del Callao].
<http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/6862/MARIA%20DORIS%20ABANTO%20DE%20SANTOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Alejandro Mauricio Turpo Rodríguez (2023). *Relación entre las estrategias de comunicación para el desarrollo y el desempeño de los actores sociales durante las visitas domiciliarias para la prevención de la anemia en la primera infancia, en el distrito de Cerro Colorado, Arequipa*. [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación Social, Universidad Católica de Santa María].

<https://repositorio.ucsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12920/12775/51.1191.CS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Edith Leon Apaza (2022). *Efectividad de una intervención educativa sobre preparación de loncheras saludables en las madres de niños de edad preescolar de la institución educativa inicial N°.25 Nancy Emilia Ponce de Leon Garcia - Antabamba*. [Tesis para optar por el Título de Segunda Especialidad Profesional de Enfermería, Universidad Nacional del Callao].

<http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/7649/EDITH%20LEON%20APAZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>