



thinkia
laboratorio ciudadano

RESULTADOS



MINGA por la
NUTRICIÓN

Reto universitario de innovación



Una iniciativa de:

DIÁLOGOS
VITALES

thinkia
laboratorio ciudadano



1. Antecedentes

El “Reto de Innovación: Minga por la Nutrición” fue un proceso de construcción creativa que buscó incentivar a jóvenes estudiantes de instituciones de educación superior a desarrollar campañas de comunicación que contribuyan en la reducción de la Desnutrición Crónica Infantil (DCI) en Ecuador. Asimismo, buscó de forma paralela promover la elaboración y ejecución de una campaña de comunicación que apuntara a generar cambios de comportamiento en familias e individuos, para así aportar al objetivo de prevenir y reducir la DCI. La campaña abordó los siguientes ejes:

- Lactancia y alimentación complementaria.
- Agua, saneamiento e higiene.
- Chequeos de salud para madres y niños.

Este Reto fue implementado en coordinación entre Diálogos Vitales y el grupo multiactor que conforma “Thinkia: Laboratorio Ciudadano”.

2. Cronograma del reto

El Reto se realizó de forma virtual que incluyó tres etapas.

- **Inscripción:** realizada del 26 de junio al 31 de agosto de 2021, en donde se llevó a cabo una sesión informativa para la inscripción de equipos.
- **Participación:** durando los meses de septiembre y octubre de 2021, en donde se implementaron ocho sesiones a partir de la metodología de Pensamiento de Diseño, que incluyó el desarrollo de laboratorios de ideas, mentorías y tutorías, con una fecha final para la entrega de las propuestas finales.
- **Cierre:** realizada el 18 de octubre de 2021, en la que se realizó el anuncio de resultados y premiación, seguido del lanzamiento de la campaña de comunicación que duró los meses de octubre y noviembre.

3. Estadísticas de participación

Tras el cierre de la etapa de inscripción, 55 equipos fueron habilitados para participar, al cumplir los requerimientos mínimos establecidos en las [bases de la convocatoria](#). De estos, 19 confirmaron su participación en el reto, teniendo al final los siguientes resultados:



- 67 participantes (73% hombres, 27% mujeres).
- El 62% fueron personas entre los 18 y 22 años, el 33% con edades entre 23 y 27 años, y el 5% con edades de 28 años o más.
- Se registraron 32 carreras diferentes, siendo Nutrición y Dietética (25%) la de mayor participación, seguida de Medicina (14%), Comunicación (13%), Ingeniería (6%) y Educación (5%).
- 4 propuestas enviadas a evaluación.
- En total, hubo 25 universidades involucradas.

4. Equipos y propuestas ganadoras

La evaluación de las propuestas se realizó a través de un Comité Evaluador multidisciplinario conformado por 5 personas (40% mujeres, 60% hombres) con perfiles académicos relacionados a Nutrición, Medicina y Comunicación. Todas las propuestas fueron compartidas al Comité Evaluador de manera anónima para que fueran evaluadas en una escala de 1 a 100 a partir de los siguientes criterios:

- **Claridad y coherencia:** La propuesta conceptual integra efectivamente los tres ejes de DCI abordados en las bases.
- **Pertinencia y potencial de impacto:** La propuesta indica con claridad qué comportamientos frente a la problemática busca modificar.
- **Comunicación creativa y efectiva:** La propuesta plantea y sigue una línea gráfica clara que apunta al cumplimiento de sus objetivos y que logra conectar con su grupo objetivo.
- **Innovación:** La propuesta de campaña es innovadora, propone acciones de comunicación efectivas y que generan valor agregado.
- **Replicabilidad:** Los productos de comunicación tiene potencial de ser replicables en contextos culturales y zonas geográficas similares a las del grupo/ población objetivo.
- **Factibilidad:** Es factible implementar la estrategia de comunicación con el presupuesto estimado por el equipo.

Con base a este proceso de evaluación, los equipos ganadores fueron:



Primer Lugar - Equipo 15: Mi Guagua Fuerte (puntaje de 83.5/100)

- **Integrantes:** Jheyfer Guasga y Ana Isabel Aguilar Mayanquer.
- **Resumen propuesta:** Proporcionaremos información que permita implementar prácticas más adecuadas en nuestro público objetivo, enfocándonos en el embarazo, lactancia y cuidados para los infantes y así contribuir en la mejora de la calidad de vida de estos.
- **Contacto:** yeiferxita@gmail.com

Segundo Lugar – Equipo 45: PRONUVI: Alimentación Sana y Responsable (puntaje 59/100)

- **Integrantes:** Anais Galindo Álvarez, Doménica Vinueza y Juan Romero.
- **Resumen propuesta:** Cambiar comportamientos en núcleos familiares a través de una campaña de comunicación enfocada en los primeros mil días de vida (desde la gestación hasta los dos años) lo cual es clave para la prevención de la DCI.
- **Contacto:** anaisgali94@gmail.com

Tercer Lugar - Equipo 25: Súper Alimentos (puntaje de 38.1/100)

- **Integrantes:** Grace López y Pamela Chávez.
- **Resumen propuesta:** Las frutas y verduras nos brindan minerales, vitaminas y nutrientes por lo que son los súper héroes de nuestra nutrición. Al consumirlos combatimos enfermedades como la Desnutrición Crónica Infantil y protegemos el crecimiento de los niños y niñas. Nuestra propuesta es cambiar hábitos de alimentación, higiene y cuidado de la salud; mediante la imagen divertida de los súper héroes. Y de esta forma activar los súper poderes de niños y niñas.
- **Contacto:** glopez@flacso.edu.ec