



thinkia
laboratorio ciudadano

RESULTADOS



MINGA por la
NUTRICIÓN

Reto universitario de innovación



Una iniciativa de:





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 multidisciplinar 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 Guasgua 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:** gclopez@flacso.edu.ec

Anexo:
Bases de convocatoria



MINGA por la NUTRICIÓN

Reto universitario de innovación

Una
iniciativa de:



Bases del Reto Junio 2021

ANTECEDENTES

Lo que ocurre durante los primeros años de vida, incide en aspectos sociales y de salud en las etapas posteriores del ciclo de vida. Por ello, promover el desarrollo infantil integral implica generar condiciones para el ejercicio de los derechos de las niñas y los niños, como son el derecho a la salud integral y a la nutrición, al cuidado, a la protección, a una vida libre de violencia y a la educación en el presente; sembrar oportunidades y reducir riesgos en el futuro.

En Ecuador, **la desnutrición crónica infantil (DCI)** es el mayor problema de malnutrición y una de las mayores problemáticas del sector social, tanto por su dimensión en el presente, como por las potenciales repercusiones en el futuro. La última Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2018 revela que 1 de cada 4 niñas y niños (23%) con edades comprendidas entre 0 y 5 años presenta DCI o retardo en talla. Preocupa aún más, el incremento en menores de dos años de 24,8% en el 2012 a 27,2% en el 2018, considerando que los primeros mil días son la ventana de oportunidad para la prevención de la DCI (INEC, 2020) (UNICEF, 2020). Esta realidad ubica al Ecuador como el segundo país de América Latina con mayor proporción de niños y niñas menores de cinco años con DCI (CEPAL, 2020).

En las últimas dos décadas, en el Ecuador se han planteado al menos diez políticas y estrategias diferentes en materia de salud y nutrición. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos y los recursos invertidos, no se ha logrado reducir la desnutrición crónica infantil a la velocidad y en la dimensión esperada. En los 32 años comprendidos entre 1986 y 2018, se redujo en 17.2 puntos porcentuales, un promedio de 0.51 puntos porcentuales por año. (INEC, 2020 b).¹

¹ Información extraída del Policy Paper de Posicionamiento de la DCI trabajada por el Sistema de las Naciones Unidas.



MINGA por la
NUTRICIÓN

Reto universitario de innovación

Una
iniciativa de:



ORGANIZADORES

Diálogos Vitales (DV) nace en marzo del 2020 como una iniciativa ciudadana autoconvocada y promovida por personas de varios sectores, con el objetivo de encontrar el camino a la recuperación justa y sostenible del Ecuador a través de la confianza y la colaboración. Para más información: www.dialogosvital.es.org.

DV cuenta con 10 mesas de trabajo o mingas, una de ellas es la **Minga por la Nutrición en Ecuador**, que busca reducir el 2% anual de **desnutrición crónica infantil** en Ecuador en niños y niñas durante sus primeros 1000 días de vida.

Thinkia - lab de innovación es la herramienta con la cual cuenta el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) para promover la innovación abierta como un método para acelerar los objetivos de desarrollo sostenible. Esta herramienta está gerenciada por diversos actores: Fundación San Francisco Global y OpenlabEC (sociedad civil), IMPAQTO (privado), EPICO (privado) y FLACSCO CTS Lab (academia). Para más información: <https://thinkialab.com/>.

¿QUÉ BUSCA EL RETO UNIVERSITARIO DE INNOVACIÓN?

Diálogos Vitales ha sumado esfuerzos junto a Thinkia - lab de innovación para promover la elaboración y ejecución de una campaña de comunicación que apunte a generar cambios de comportamiento en familias e individuos, para así aportar al objetivo de prevenir y reducir la Desnutrición Crónica Infantil (DCI) en el Ecuador.

Este reto de innovación abierta incluye la identificación de comportamientos que requieren ser transformados para prevenir la DCI en núcleos familiares, de manera que la campaña de comunicación contribuya a su modificación.

OBJETIVO DEL RETO

El objetivo del reto es incentivar a jóvenes estudiantes de instituciones de educación superior a desarrollar campañas de comunicación que contribuyan en la reducción de la DCI.

Contribuir a la generación y difusión de conocimiento, y al involucramiento de la comunidad académica.



OBJETIVO DE LA CAMPAÑA

Cambiar comportamientos de las familias con niñas y niños con y en riesgo de desnutrición a través de una campaña de comunicación que aborde los siguientes ejes:

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

La campaña de comunicación debe tener un alcance nacional e ir dirigida a los grupos priorizados en Costa, Sierra y Amazonía: **madres y padres de familia y personas a cargo del cuidado de los niños y niñas con o en riesgo de desnutrición.**

CONDICIONES PARA PARTICIPAR

- ▼ Personas ecuatorianas mayores de 18 años.
- ▼ Ser estudiante o egresado de cualquier universidad o instituto técnico y tecnológico del país.
- ▼ Deben conformarse equipos de mínimo dos personas sin un máximo de participantes. Se sugiere que los equipos sean interdisciplinarios, integrando a estudiantes de carreras relacionadas al tema.
- ▼ Personas que no tengan relación laboral con la Minga de Nutrición de Diálogos Vitales o las entidades organizadoras: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD, Fundación San Francisco Global, ÉPICO, IMPAQTO, FLACSO CTS LAB, y OpenlabEC.

Se recomienda, más no es obligatorio, que los equipos obtengan respaldo institucional de sus universidades o institutos técnicos/ tecnológicos para acceder a herramientas y equipos que les permita generar piezas comunicacionales.



ENTREGABLES

Campaña basada en medios digitales y radio (podría contemplar acciones en otros medios tradicionales, si es necesario), que incluya:

- ▼ **Mapa de cambios de comportamientos** (resultado obtenido de la participación en los Laboratorios).
- ▼ **Racional creativo.**
- ▼ **Nombre, logotipo, eslogan.**
- ▼ **Key visual:** propuesta gráfica general.
- ▼ **Herramientas y medios a utilizarse:** videos, cuñas, podcasts, memes, material impreso, material para redes sociales y activaciones, entre otros.
- ▼ **Narrativa:** línea argumental y mensajes complementarios.
- ▼ **Plan de medios ajustado al presupuesto*:** estrategia de pauta digital y radio, detallando redes, estaciones de radio y frecuencia de pauta en cada área de enfoque, con datos y cifras reales, lo que implica que los equipos hagan contacto con cada medio.
- ▼ Un **video resumen** presentando la **propuesta.**

*El presupuesto se indica más adelante en este documento.





FECHAS CLAVE

El Reto Universitario de Innovación se realizará de forma virtual e incluye las siguientes actividades:

Inscripción	Junio 26, 2021	Arranque del proceso de inscripción de equipos
	Agosto 05, 2021	Sesión informativa sobre el Reto Universitario de Innovación
	Agosto 31, 2021	Cierre de inscripciones de equipos
Participación	Septiembre - Octubre 2021	Participación de los equipos inscritos en los laboratorios de innovación
		Mentorías y Tutorías
	Octubre 10, 2021	Entrega de las propuestas finales
Cierre	Octubre 18, 2021	Anuncio de resultados y premiación
	Octubre - Noviembre 2021	Lanzamiento de la campaña de comunicación.

Inscríbete en: <https://forms.gle/v97jEicw5pVFxd4E9>



FASES DEL RETO

Los equipos inscritos en la Reto Universitario de Innovación participarán de los siguientes Laboratorios

Fases	Descripción	Objetivo
Laboratorio de Ideas	Presentación de la dinámica de trabajo del Reto.	Los equipos conocerán el alcance que tiene el Reto Universitario de Innovación.
	Presentaciones por expertos de la problemática de desnutrición infantil.	Los equipos entenderán la problemática y el problema a definir.
	Presentación por expertos de la teoría de cambio de comportamiento.	Los equipos aprenderán sobre cambio de comportamiento y cómo utilizarlo en la práctica.
	Taller práctico para conocer cómo se identifica un cambio de comportamiento.	
Prototipando mi Idea	Taller para la diagramación sistemática del problema.	Los equipos colaboran con base en sus investigaciones individuales entendiendo el problema de desnutrición de manera sistemática y compleja.
	Taller para la generación de diagramas de "acciones y decisiones" de comportamiento.	De manera individual los equipos identifican las acciones y comportamientos a cambiar.
	Taller para la generación de contenido de la campaña comunicacional.	De manera individual los equipos generan el contenido de los mensajes comunicacionales.
	Acompañamiento a través de mentorías y tutorías	Cada equipo tendrá un tutor al cual puede acudir libremente. Además, se abrirán mentorías específicas en función de las necesidades de los equipos levantadas durante los talleres.

*** El material y detalle de los mismos será compartido más adelante.



MINGA por la
NUTRICIÓN

Reto universitario de innovación

Una iniciativa de:  

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Las cinco mejores propuestas y la propuesta ganadora serán seleccionadas por medio de un equipo evaluador y un jurado calificador respectivamente, compuesto por representantes de las entidades organizadoras y personas expertas en el tema. El jurado podrá elegir más de una propuesta ganadora, en caso de existir empate y de considerar que son complementarias.

Las propuestas serán calificadas a partir de una rúbrica que contempla los siguientes aspectos:

- ▼ **Puntualidad de entrega:** no se revisarán propuestas fuera del plazo establecido.
- ▼ **Cumplimiento de requisitos:** si la propuesta no cumple con los requisitos, queda descartada.
- ▼ **Participación en los dos laboratorios de innovación convocados por Thinkia - lab y Diálogos Vitales:** es fundamental que los equipos inscritos participen en estos espacios que forman parte de la construcción de la propuesta.
- ▼ **Innovación y creatividad (10 puntos):** se evaluará la calidad de cambio introduciendo novedades en el desarrollo de la campaña.
- ▼ **Nivel de impacto proyectado en el cambio de comportamientos (10 puntos):** se evaluará si la campaña promueve un cambio en la toma de decisiones relacionadas a la desnutrición.
- ▼ **Nivel de replicabilidad (10 puntos):** se refiere a la calidad del proyecto para ser replicado en otras localidades, regiones y países para resolver problemáticas similares.

PREMIO Y RECONOCIMIENTOS

La propuesta ganadora será anunciada en un evento virtual y su plan de medios será pautado de acuerdo al presupuesto asignado de **doce mil dólares (US \$12.000)**, el que será entregado directamente a los medios de comunicación por parte de Diálogos Vitales.

Diálogos Vitales y Thinkia - lab se reservan el derecho de contrastar los montos económicos planteados en el plan de medios directamente con los medios de comunicación, y a realizar los ajustes que considere pertinentes para el pautaje planificado.



PROPIEDAD INTELECTUAL

Los derechos de autoría serán del equipo ganador. Los derechos de uso y reproducción serán cedidos a Diálogos Vitales y Thinkia-lab con una licencia *Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0)*.

El equipo ganador y las organizaciones mencionadas serán libres de:

- ▼ **Compartir:** copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato.
- ▼ **Adaptar:** remezclar, transformar y construir a partir del material.

La licencia no puede revocar estas libertades, en tanto se sigan los siguientes términos:

- ▼ **Atribución:** se debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Se lo puede hacer en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que se tiene su uso o tienen el apoyo de la licenciante.
- ▼ **No comercial:** no puede hacerse uso del material con propósitos comerciales.
- ▼ **No hay restricciones adicionales:** no pueden aplicarse términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia.
- ▼ **Más información sobre la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0):**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.es>