

**ICA**

**PROGRAMA ANEMIA CERO**

Resultados - CAMPAÑA 2024



**Peruanos  
por  
Peruanos**

# PROGRAMA ANEMIA CERO

RESULTADOS 2024 - REGIÓN ICA

**Más de 6,000 niños y gestantes tamizados. 823,000 personas alcanzadas en medios digitales. Un 30% de anemia detectada en niños de 0 a 3 años, reflejando la urgencia de nuestras acciones.**

En 2024, el programa Anemia Cero marcó un antes y un después en la región Ica. A través de ferias estratégicamente organizadas y una campaña digital sin precedentes, logramos no solo identificar casos de anemia de manera temprana, sino también concientizar a miles de familias sobre los peligros de esta enfermedad y los daños irreversibles que puede causar.

Con el respaldo de empresas comprometidas con el cambio social, transformamos la preocupación en acción. Las ferias llegaron a 26 locaciones, impactando comunidades clave, mientras los mensajes digitales resonaron en más de 823,000 personas únicas, reforzando el llamado a la prevención y el diagnóstico temprano.

Este documento presenta los resultados de un esfuerzo colectivo que ha impactado vidas, reforzado la responsabilidad social empresarial y dejado un legado tangible para construir un futuro más saludable. Te invitamos a conocer cada logro y a ser parte del cambio.





# DATOS DE LA OPERACIÓN

Programa Anemia Cero - ICA 2024

# RESULTADOS CLAVE

## ANEMIA CERO - REGIÓN ICA

**6,126**

TAMIZAJES REALIZADOS

Detectamos anemia de manera temprana en niños menores de 5 años y gestantes, garantizando una atención oportuna para prevenir daños irreversibles en su desarrollo físico y cognitivo.

**4,468**

ASESORÍAS NUTRICIONALES

Se brindaron consejos personalizados a las familias, empoderando a las madres con herramientas prácticas para mejorar la alimentación y fomentar hábitos saludables en el hogar.

**72**

DÍAS DE FERIA ACTIVADOS

Se llevaron a cabo ferias en 26 distintas locaciones estratégicas, garantizando que las evaluaciones y la orientación llegaran a las comunidades más necesitadas de Ica y Pisco.

**12.1 g/dL**

HEMOGLOBINA PROMEDIO

El nivel detectado refleja los desafíos en la región y subraya la importancia de nuestras intervenciones para mejorar la salud de la población vulnerable.

**30%**

ANEMIA EN NIÑOS 0-3 AÑOS

Un dato alarmante que refuerza la importancia de nuestras acciones para prevenir y tratar la anemia en esta etapa crucial para el desarrollo infantil.

**45%**

GESTANTES CON ANEMIA

La anemia en gestantes pone en riesgo tanto a la madre como al bebé, haciendo indispensable la detección temprana y el apoyo nutricional que brindamos.

# DATOS SEGÚN LA OPERACIÓN

26

Locaciones distintas

35

Fines de semana

72

Días de operación

6,126

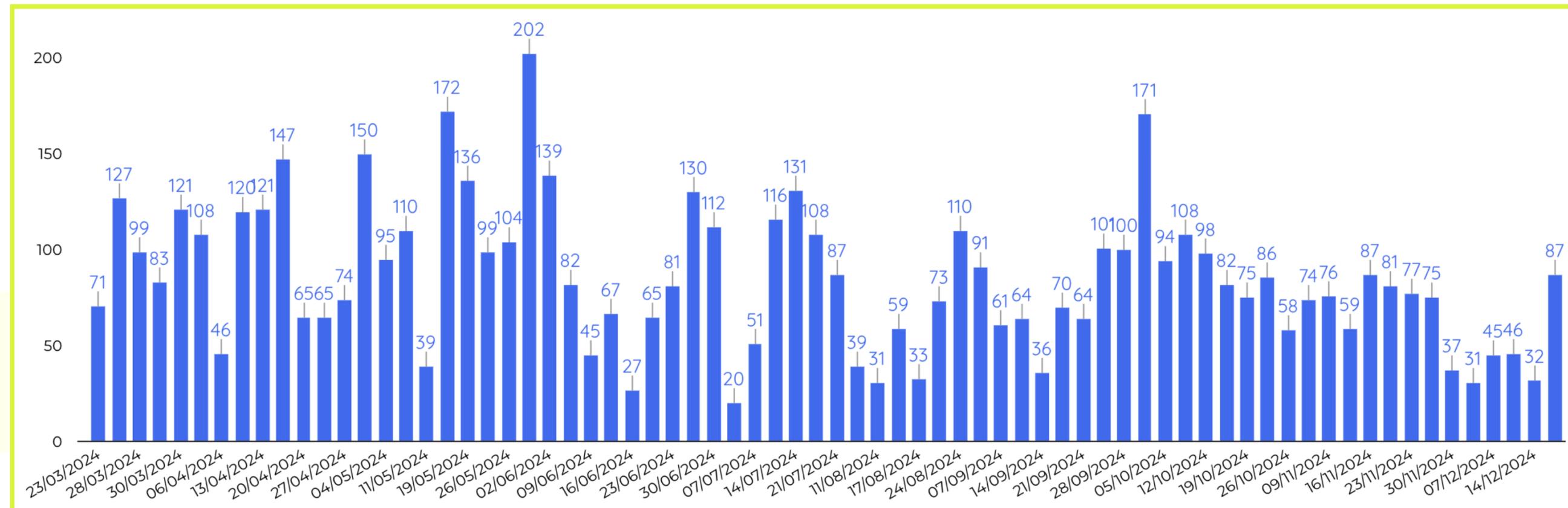
Descartes de anemia gratuitos

4,468

Asesorías y educación nutricional

## TAMIZAJES REALIZADOS POR FECHA

Se logró un despliegue estratégico que aseguró un alcance amplio y sostenido en las comunidades. El gráfico destaca la capacidad del programa para mantener un flujo constante de atención, con momentos clave que reflejan una alta participación, resultado de la planificación efectiva y el compromiso de las familias. Esta constancia permitió no solo identificar casos de anemia, sino también fortalecer la relación con las comunidades impactadas.



# DATOS SEGÚN LA OPERACIÓN

## PROVINCIA ICA

### ZONAS ACTIVADAS SEGÚN FECHA

58

DÍAS DE FERIA

10

DISTRITOS  
IMPACTADOS

21

LOCACIONES  
ACTIVADAS

Este cuadro detalla el alcance logrado en la provincia de Ica, donde se llevaron a cabo 58 días de feria en 21 locaciones, abarcando un total de 10 distritos impactados. La planificación estratégica permitió maximizar el alcance en comunidades clave, asegurando que las evaluaciones y asesorías llegaran a las zonas con mayor necesidad de atención.

DISTRITO	FECHA	DÍAS ACTIVADOS	LOCACIÓN
ICA	23 y 24 de marzo	2	PLAZA DEL SOL
ICA	28 y 29 de marzo	2	PLAZA DEL SOL
ICA	30 y 31 de marzo	2	PLAZA DEL SOL
ICA	6 y 7 de abril	2	PLAZA DEL SOL
ICA	13 y 14 de abril	2	PLAZA DEL SOL
ICA	20 y 21 de abril	2	PLAZA DEL SOL
ICA	27 y 28 de abril	2	PLAZA DEL SOL
ICA	4 y 5 de mayo	2	PLAZA DEL SOL
ICA	11 de mayo	1	PLAZA DEL SOL
SALAS	18 y 19 de mayo	2	VILLACURI
GUADALUPE	25 y 26 de mayo	2	NVA. ESPERANZA
GUADALUPE	1 y 2 de junio	2	EXPANSIÓN
SUBTANJALLA	8 y 9 de junio	2	SUBTANJALLA
SANTIAGO	15 y 16 de junio	2	SANTIAGO
PACHACUTEC	22 y 23 de junio	2	PACHACUTEC
LOS AQUIJES	29 y 30 de junio	2	LOS AQUIJES
PUEBLO NUEVO	6 y 7 de julio	2	PUEBLO NUEVO
ICA	13 y 14 de julio	2	MEGAPLAZA
GUADALUPE	20 y 21 de julio	2	SALAS GUADALUPE 2
GUADALUPE	10 y 11 de agosto	2	SALAS GUADALUPE 1
PACHACUTEC	16, 17 y 18 de agosto	3	PACHACUTEC 2
SANTIAGO	24 y 25 de agosto	2	VENTA BAJA
SANTIAGO	7 y 8 de septiembre	2	CASABLANCA
LOS AQUIJES	14 y 15 de septiembre	2	LOS AQUIJES
SALAS	21 y 22 de septiembre	2	VILLACURI
LA TINGUIÑA	28 y 29 de septiembre	2	PRECIO UNO
LA TINGUIÑA	05 y 06 de octubre	2	PRECIO UNO
SAN JOSE DE LOS MOLINOS	07 y 08 de diciembre	2	LOS MOLINOS - ICA
SUBTANJALLA	14 y 15 de diciembre	2	SUBTANJALLA - ICA

# DATOS SEGÚN LA OPERACIÓN

## PROVINCIA PISCO

### ZONAS ACTIVADAS SEGÚN FECHA

14

DÍAS DE FERIA

4

DISTRITOS  
IMPACTADOS

5

LOCACIONES  
ACTIVADAS

En la provincia de Pisco, la campaña se extendió a 14 días de feria, con intervenciones en 5 locaciones estratégicas que beneficiaron a 4 distritos. Estas acciones reforzaron el compromiso de llevar servicios de calidad a las familias más vulnerables de la región.

DISTRITO	FECHA	DÍAS ACTIVADOS	LOCACIÓN
PISCO	12 y 13 de octubre	2	PRECIO UNO PISCO
PISCO	19 y 20 de octubre	2	MEGAPLAZA PISCO
PISCO	26 y 27 de octubre	2	MEGAPLAZA PISCO
SAN CLEMENTE	09 y 10 de noviembre	2	SAN CLEMENTE
PISCO	16 y 17 de noviembre	2	PRECIO UNO PISCO
INDEPENDENCIA	23 y 24 de noviembre	2	INDEPENDENCIA
TUPAC AMARU INCA	30 nov. y 01 de diciembre	2	TUPAC AMARU INCA

# DATOS SEGÚN LA POBLACIÓN

Se brindaron 4,468 asesorías nutricionales, destacando que el 87% de los acompañantes fueron madres, reafirmando su rol central en el cuidado de la salud infantil. En cuanto a la población tamizada, la mayoría fueron niños menores de 5 años (5,930), con una distribución uniforme entre las edades de 1 a 5 años. Además, se atendió a 196 gestantes, fortaleciendo el enfoque integral de la campaña.

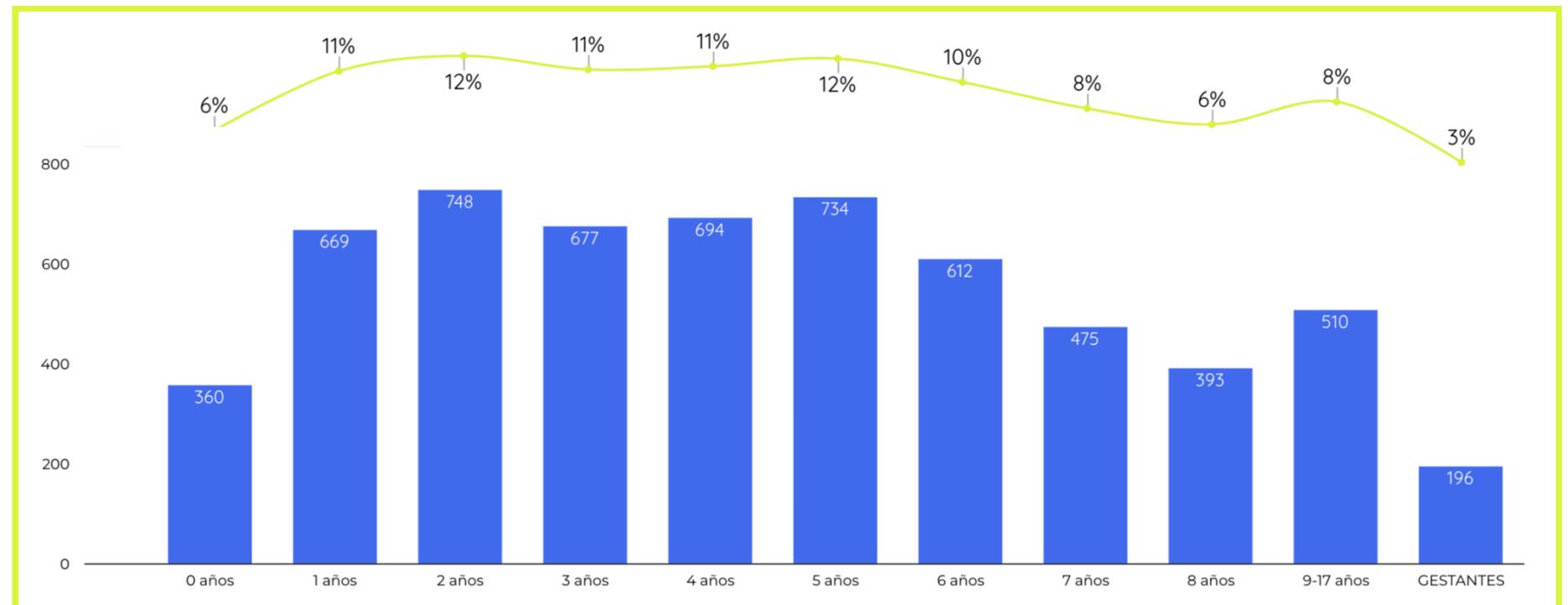
**Asesorías nutricionales\***  
**4,468**

## EDAD DE LOS TAMIZADOS

**NIÑOS**  
**5, 930**

**GESTANTES**  
**196**

ACOMPañANTE	PERSONAS	%
MADRE	5154	87%
PADRE	433	7%
ABUELA/O	174	3%
TIA/O	150	3%
HERMANA/O	19	0%

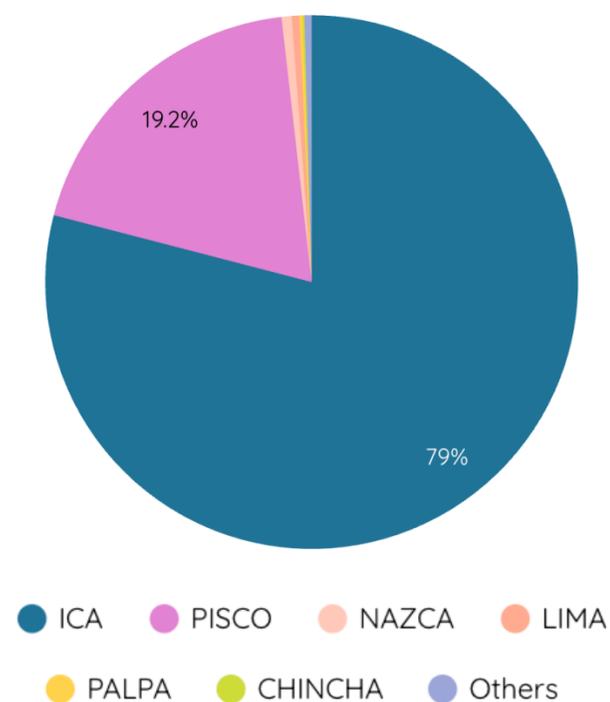


(\*) Asesorías nutricionales: Calculado mediante el conteo único de DNIs de los acompañantes

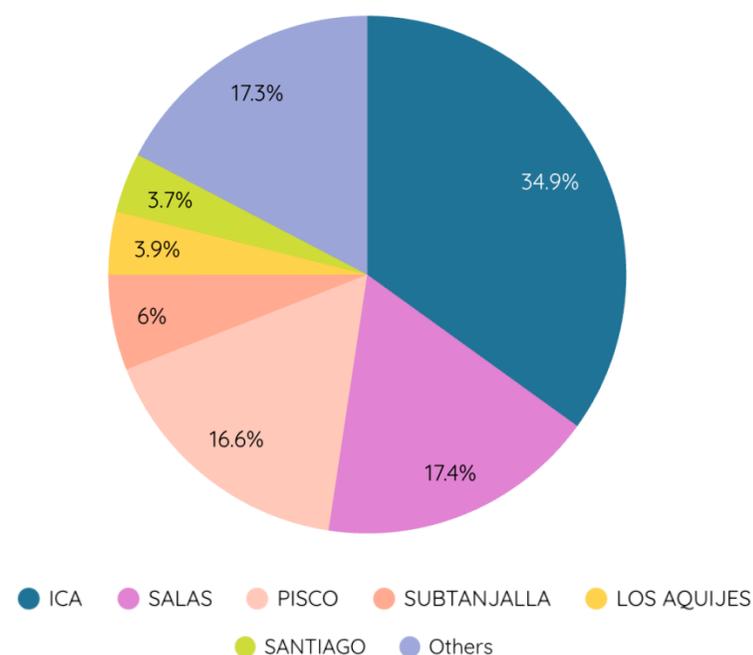
# DATOS SEGÚN LA POBLACIÓN

La mayoría de los tamizados vive en Ica (79%) y Pisco (19.2%), con una menor representación de otras provincias. A nivel distrital, destacan Ica (34.9%) y Salas (16.6%), lo que evidencia un enfoque en las comunidades más representativas de la región. Esta información permite identificar claramente las áreas de mayor impacto de la campaña.

## PROVINCIA DE LOS TAMIZADOS



## DISTRITO DE LOS TAMIZADOS



### OTROS - 17%

ICA - PACHACUTEC	132	2%
ICA - LA TINGUIÑA	128	2%
ICA - YAUCA DEL ROSARIO	127	2%
ICA - PARCONA	115	2%
ICA - TATE	103	2%
ICA - PUEBLO NUEVO	88	1%
PISCO - SAN CLEMENTE	86	1%
ICA - SAN JOSÉ DE LOS MOLINOS	77	1%
PISCO - INDEPENDENCIA	57	1%
NAZCA - NAZCA	18	0%
LIMA - LIMA	15	0%
ICA - SAN JUAN BAUTISTA	14	0%
PALPA - PALPA	12	0%
NAZCA - VISTA ALEGRE	11	0%

**ICA**  
4,810

**PISCO**  
1,147

**ICA**  
ICA  
4,810

**SALAS**  
ICA  
1,048

**PISCO**  
PISCO  
995

**SUBTANJALLA**  
ICA  
364

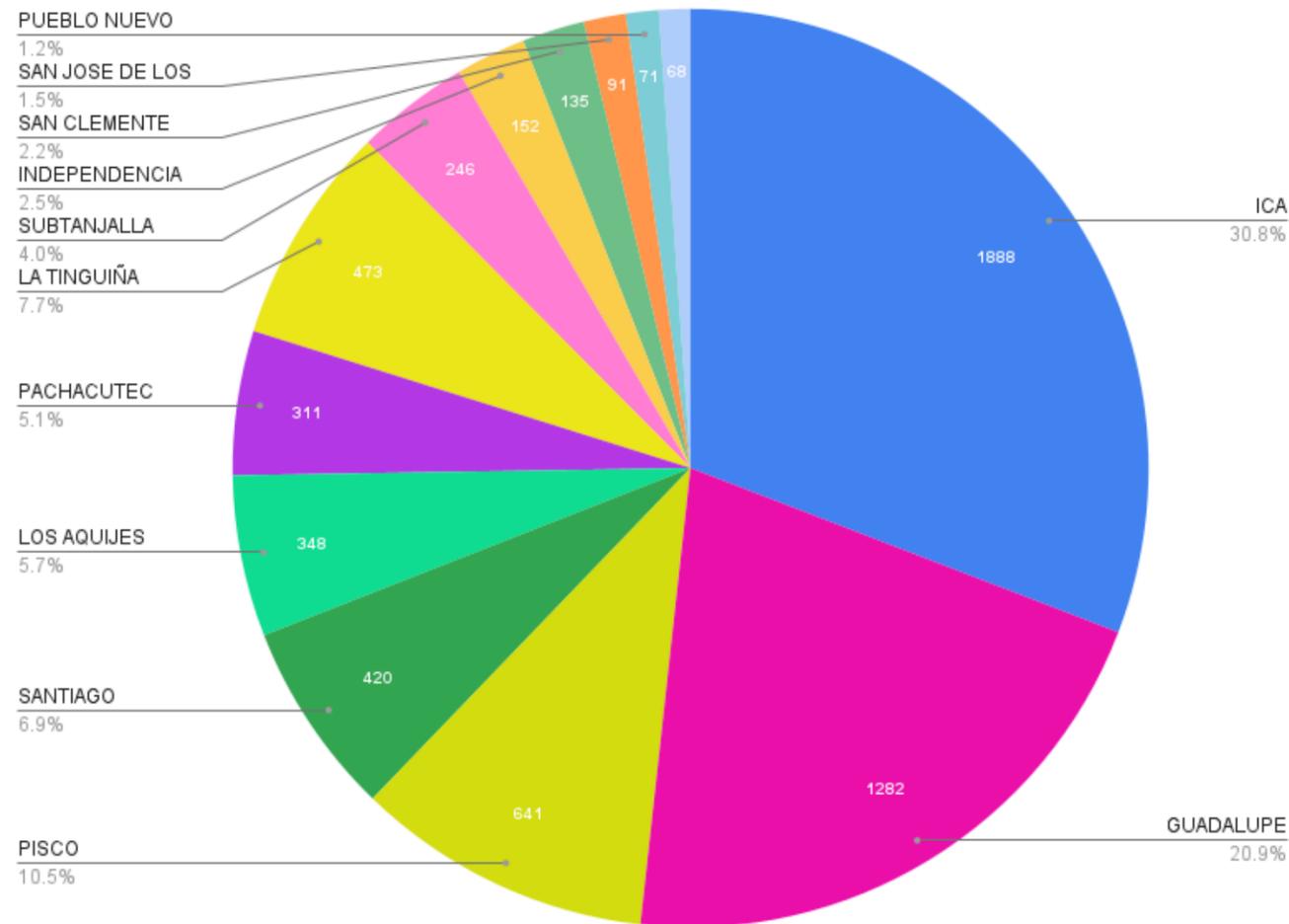
**LOS QUIJES**  
ICA  
238

**SANTIAGO**  
ICA  
229

# DATOS SEGÚN LA OPERACIÓN

El gráfico de la izquierda refleja la cantidad de tamizajes realizados en los distritos donde se ejecutaron las ferias, destacando Ica (30.8%) y Guadalupe (20.9%) como las zonas con mayor participación. Por su parte, el cuadro de la derecha resalta los porcentajes de anemia detectados entre los tamizados, con distritos como San Clemente (36%) e Independencia (28%) superando el 20%, considerado un problema de salud pública según la OMS. Estos resultados ofrecen un panorama valioso sobre las áreas donde es prioritario continuar con acciones de diagnóstico y prevención.

## Nº TAMIZAJES POR DISTRITO ACTIVADO



## % DE ANEMIA ENCONTRADO POR DISTRITO

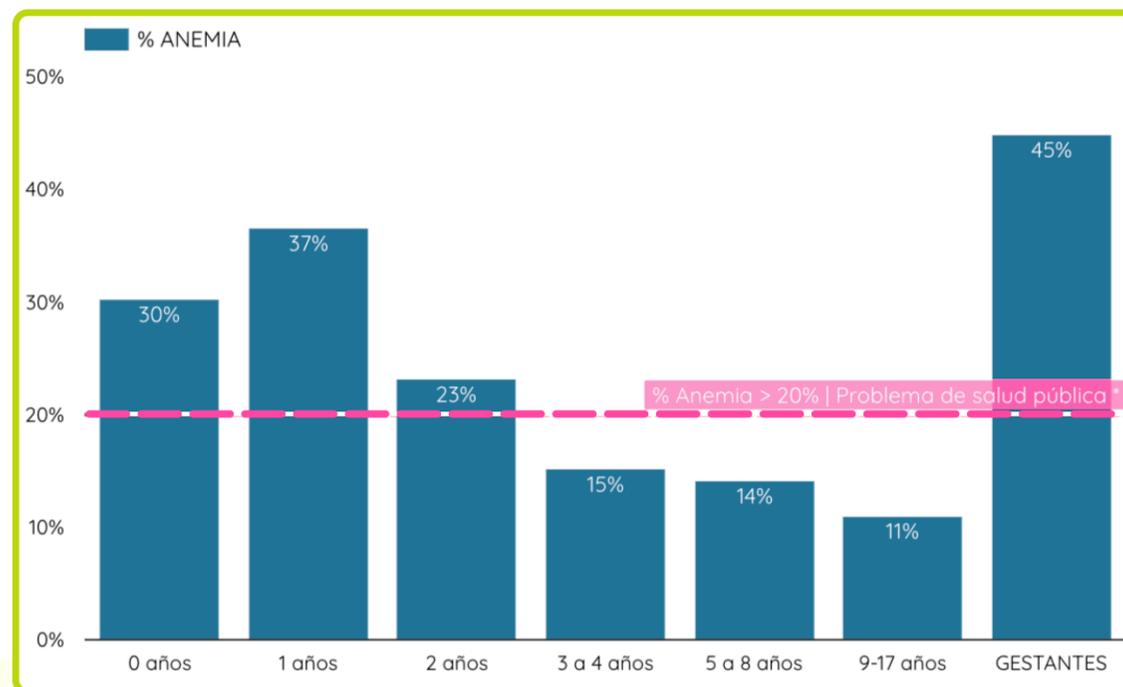
PROVINCIA	DISTRITO	% ANEMIA NIÑOS 0-3 AÑOS
PISCO	SAN CLEMENTE	57%
ICA	PACHACUTEC	39%
ICA	SAN JOSE DE LOS MOLINOS	37%
ICA	GUADALUPE	35%
ICA	LOS AQUIJES	33%
ICA	PUEBLO NUEVO	30%
ICA	ICA	28%
ICA	SANTIAGO	28%
PISCO	INDEPENDENCIA	27%
PISCO	TUPAC AMARU INCA	26%
ICA	LA TINGUIÑA	25%
ICA	SUBTANJALLA	24%
PISCO	PISCO	20%

→ % Anemia > 20% | Problema de salud pública \*

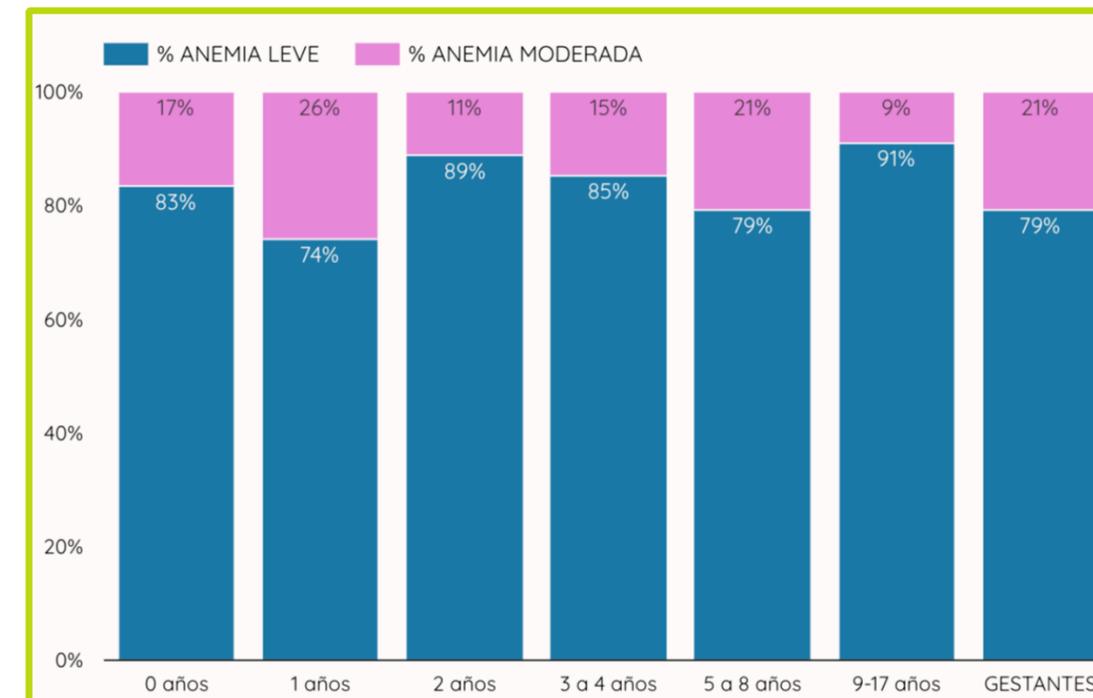
# DATOS SEGÚN ANEMIA ENCONTRADA

Los gráficos muestran la anemia detectada según edad y tipo. Los grupos más afectados son los niños de 1 año (37%) y las gestantes (45%), evidenciando la necesidad de priorizar intervenciones en estas poblaciones vulnerables. Además, la mayoría de los casos corresponden a anemia leve (81%), mientras que un 18% son moderados, resaltando la importancia de continuar con acciones preventivas y educativas.

## % DE ANEMIA ENCONTRADA SEGÚN EDAD



## % DE ANEMIA ENCONTRADA SEGÚN TIPO



30%

De anemia en niños de 0 años

37%

De anemia en niños de 1 año

45%

De anemia en madres gestantes

81%

De casos de anemia leve

18%

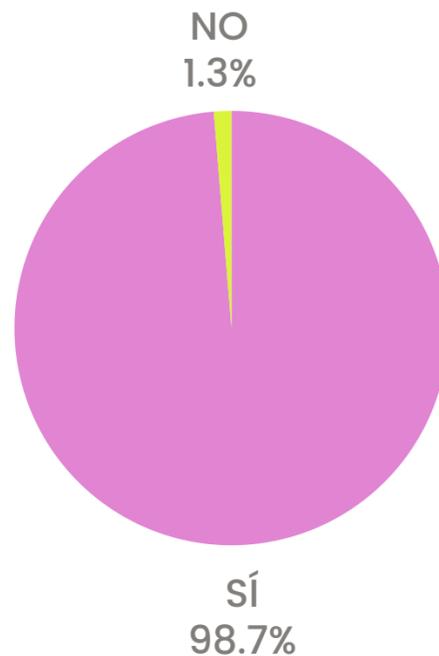
De casos de anemia moderada

# ALTO NIVEL DE SATISFACCIÓN Y DEMANDA DE INFORMACIÓN SOBRE ANEMIA

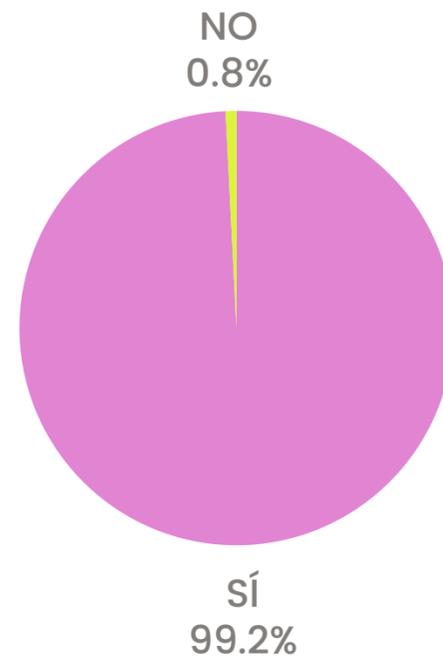
La campaña Anemia Cero no solo brindó tamizajes y asesorías, sino que también generó un alto nivel de satisfacción entre las madres que participaron. De una encuesta realizada a 1,888 madres, el 98.7% consideró útil la asesoría nutricional y el 99.2% desea recibir más información sobre prevención de la anemia.

Además, el proceso de tamizaje recibió una calificación promedio de 4.8 sobre 5, mientras que la campaña en general alcanzó una puntuación perfecta de 5.0, demostrando el impacto positivo y la confianza generada en las familias beneficiadas.

¿CREES QUE LA ASESORÍA BRINDADA TE VA A SER ÚTIL PARA CUIDAR MEJOR A TUS HIJOS?



¿TE GUSTARÍA RECIBIR MÁS INFORMACIÓN DE ESTE TIPO DE PARTE DE PXP?

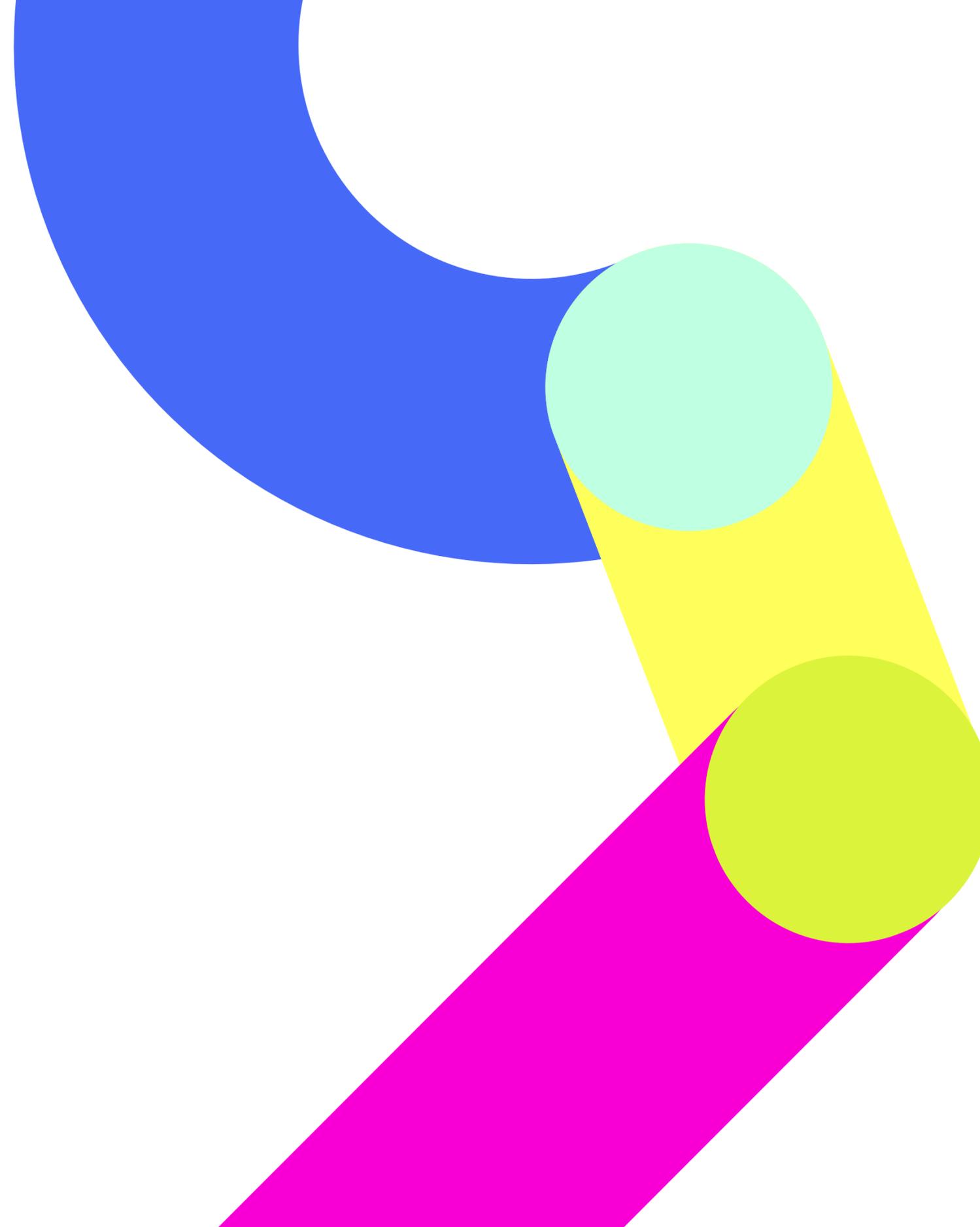


DEL 1 AL 5, ¿CÓMO CALIFICARÍAS EL PROCESO DE TAMIZAJE?



DEL 1 AL 5, EN GENERAL, ¿QUÉ OPINIÓN LE GENERÓ ESTA CAMPAÑA Y FERIA DE DESCARTE GRATUITO DE ANEMIA PARA NIÑOS Y GESTANTES





# MEDIOS DIGITALES

Programa Anemia Cero - ICA 2024

# ESTRATEGIA DIGITAL MULTIPLATAFORMA

Como parte del compromiso de combatir la anemia infantil y resaltar la responsabilidad social empresarial, desarrollamos una estrategia digital diseñada para maximizar el alcance y la efectividad de los mensajes. Segmentamos cuidadosamente a las audiencias según sus perfiles y necesidades, y desplegamos la campaña en las siguientes plataformas digitales:



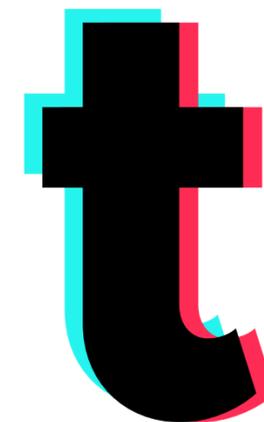
Instagram



Facebook



YouTube



TikTok



Google Display

# OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA DIGITAL

La campaña digital fue diseñada para conectar estratégicamente con audiencias clave en Ica, enfocándose en los grupos más relevantes para maximizar el impacto del mensaje y promover acciones concretas contra la anemia infantil.

## Público segmentado:

### Madres de familia

Target 1

Principal:  
Mujeres - 18 a 35 años

Secundario:  
Mujeres - 36 a 65 años

### Población de Ica

Target 2

Principal:  
Pobladores de Pisco e Ica mayores de 23 años

### Sector profesional de Lima

Target 3

Profesionales tomadores de decisiones corporativas y con interés en iniciativas de impacto social.

## Metas de comunicación:



1

Mejorar la calidad de vida de los niños, promoviendo acciones concretas para reducir la anemia infantil y fomentando hábitos saludables.



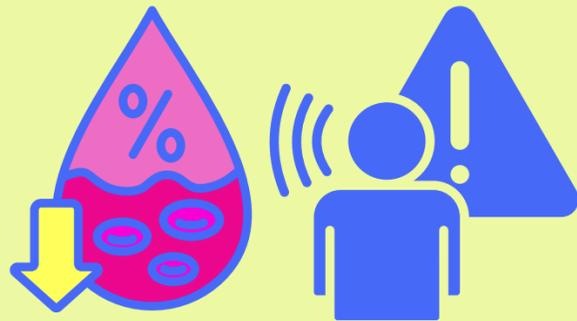
2

Reforzar la percepción de la empresa privada como un agente de cambio social comprometido con las comunidades.

# EJES DE COMUNICACIÓN

Para garantizar el impacto deseado, se definieron cuatro ejes principales que guiaron la estrategia de comunicación de la campaña.

1



## Crear conciencia sobre la anemia infantil

Sensibilizar a las audiencias acerca de la magnitud del problema y sus consecuencias en el desarrollo físico y cognitivo de los niños.

2



## Incentivar la asistencia a las ferias

Llamar a padres y madres de familia a participar activamente en las ferias de descarte de anemia como una solución inmediata y accesible.

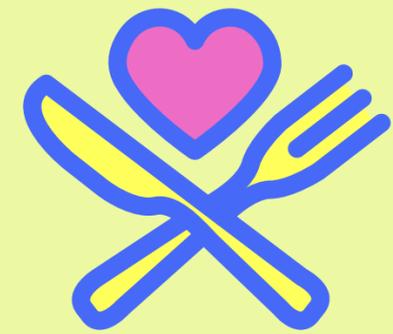
3



## Comunicar la responsabilidad de las empresas privadas

Destacar el rol de las organizaciones involucradas en liderar estas acciones, reforzando su imagen como agentes comprometidos con el cambio social.

4



## Fomentar la alimentación adecuada

Educar a las familias sobre alimentos ricos en hierro y promover prácticas alimenticias saludables y sostenibles.

# RESULTADOS DE LA CAMPAÑA

La campaña digital, desarrollada entre el 4 de abril y el 30 de noviembre, logró resultados significativos que reflejan el impacto de los mensajes clave en las audiencias objetivo:

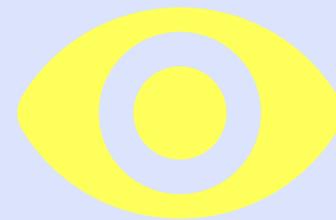


**ALCANCE**

**823,000**

personas únicas  
impactadas

Número de personas que interactuaron directamente con la campaña a través de las plataformas digitales.



**IMPRESIONES**

**42'000,000**

impresiones generadas

Total de veces que los mensajes de la campaña fueron visualizados, asegurando una exposición sostenida.



**FRECUENCIA  
PROMEDIO**

**51**

impactos por persona

Promedio de veces que cada persona vio el mensaje, reforzando su recordación y efectividad.



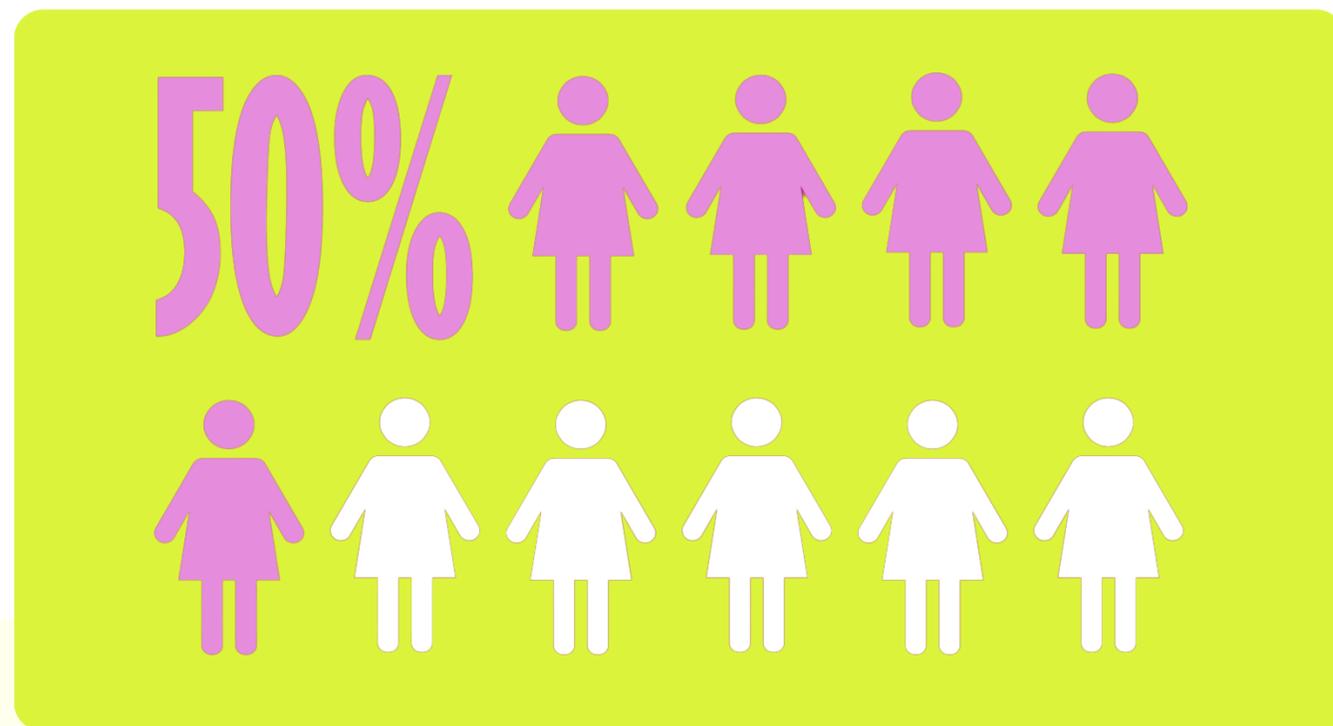
# EFFECTIVIDAD DE LA CAMPAÑA

Programa Anemia Cero - ICA 2024

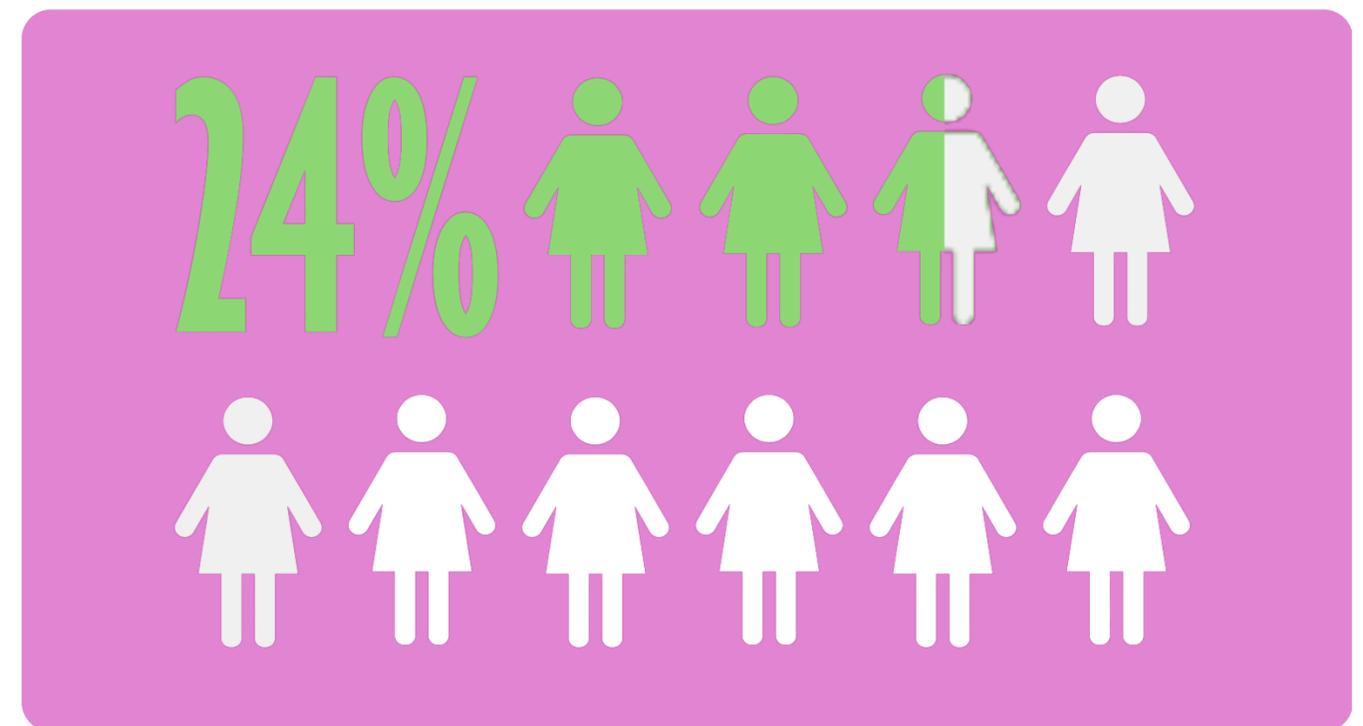
# EFFECTIVIDAD DE LA CAMPAÑA\*

Para medir la efectividad de la campaña Anemia Cero, realizamos un estudio en colaboración con DATUM Internacional que arrojó diversos resultados clave. Uno de ellos muestra que 5 de cada 10 madres en la zona de Ica recuerdan la campaña, y de estas, el 24% acudió al descarte gratuito de anemia.

## RECORDACIÓN DE LA CAMPAÑA



## ACUDIERON A LA CAMPAÑA



Estos indicadores reflejan el alcance logrado en la difusión del mensaje y la movilización hacia la prevención y atención de la anemia infantil.

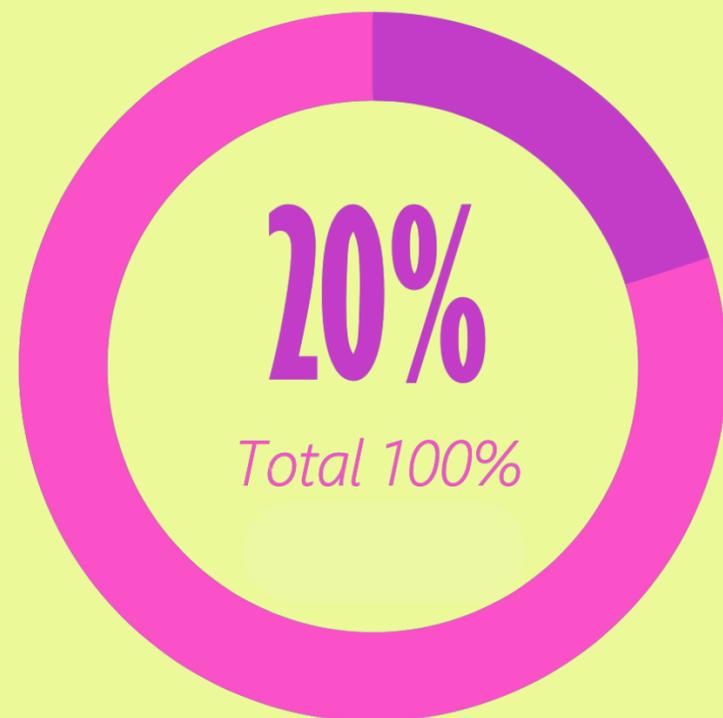
(\*) Información del estudio realizado por DATUM INTERNACIONAL sobre los resultados del impacto de la Campaña Anemia Cero, ejecutada en la ciudad de Ica de abril a setiembre de 2024, por encargo de Peruanos por Peruanos.

# EFECTIVIDAD DE LA CAMPAÑA\*

Otro de los resultados obtenidos en el estudio refleja que 2 de cada 10 madres realizaron el descarte gratuito de anemia para sus hijos de 0 a 5 años, demostrando el impacto de las estrategias de convocatoria. En términos de visibilidad, el 74% de las participantes recordó la campaña a través de canales presenciales como colegios, ferias y perifoneo, mientras que un 52% lo hizo a través de canales digitales como redes sociales y plataformas en línea.

## REALIZARON EL DESCARTE

2 de cada 10 madres realizaron el descarte gratuito de anemia a sus hijos en edades de 0 a 5 años.



## MEDIO DE VISIBILIDAD

A través del cual se recuerda haber visto la campaña.

**74%** CANALES PRESENCIALES

*Colegios, postas médicas, ferias de tamizaje, folletos, perifoneo, paneles, amigos y familiares*



**52%** CANALES DIGITALES

*Facebook + TikTok + páginas de internet + YouTube*



# CONOCIMIENTO DEL PÚBLICO SOBRE LA ANEMIA INFANTIL\*

¿Conoce o ha escuchado hablar sobre la anemia infantil, sí o no?.

El 83% de la población encuestada en Ica afirmó conocer o haber escuchado sobre la anemia infantil, destacando un alto nivel de conciencia general. En el gráfico lateral, se observa que entre quienes asistieron a las ferias (muestra impactada), el nivel de conocimiento alcanza un 91%, mientras que entre quienes no asistieron (muestra no impactada), el porcentaje es menor, con un 75%.



Respuesta según público impactado en ferias

**91%** Muestra impactada en ferias, SÍ CONOCE



**75%** Muestra no impactada en ferias, SÍ CONOCE



# CONOCIMIENTO DEL PÚBLICO SOBRE LAS CONSECUENCIAS DE LA ANEMIA INFANTIL\*

¿Conoce o ha escuchado hablar sobre las consecuencias que la anemia genera en los niños de 0 a 5 años?

El 68% de la población encuestada en Ica conoce las consecuencias que la anemia genera en los niños de 0 a 5 años. Este conocimiento es mayor entre quienes asistieron a las ferias (impactados), con un 78%, en comparación con quienes no asistieron, que alcanzan un 58%.

Respuesta según público impactado en ferias



**78%** Muestra impactada en ferias, SÍ CONOCE



**58%** Muestra no impactada en ferias, SÍ CONOCE



# CONOCIMIENTO DEL PÚBLICO SOBRE SALUD NUTRICIONAL\*

¿Ha implementado nuevas acciones o cambios de hábito en la rutina dentro del hogar, pensando en la salud de su hijo o hijos de 0 a 5 años, si o no?

El 44% de las madres encuestadas en Ica afirmaron haber implementado cambios de hábito en la rutina del hogar, pensando en la salud de sus hijos de 0 a 5 años. Este porcentaje aumenta al 52% entre quienes asistieron a las ferias, evidenciando el impacto positivo de las actividades educativas realizadas.

**44%** Han cambiado de hábito en Ica

Respuesta según público impactado en ferias

**52%** Muestra impactada en ferias, HAN CAMBIADO DE HÁBITO



# CONOCIMIENTO DEL PÚBLICO SOBRE SALUD NUTRICIONAL\*

Su hijo o hijos de 0 a 5 años, ¿están tomando refuerzos de hierro?

En cuanto al consumo de suplementos de hierro, el 32% de los hijos de las madres encuestadas en Ica los están tomando. Este dato es ligeramente mayor entre las madres impactadas por las ferias, alcanzando un 34%, reflejando un avance en la adopción de medidas preventivas para combatir la anemia infantil.



Respuesta según público impactado en ferias

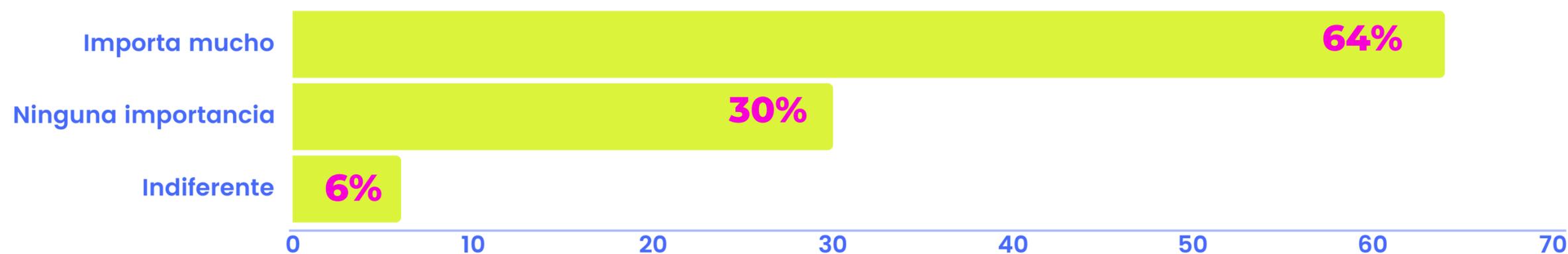


(\*) Información del estudio realizado por DATUM INTERNACIONAL sobre los resultados del impacto de la Campana Anemia Cero, ejecutada en la ciudad de Ica de abril a setiembre de 2024, por encargo de Peruanos por Peruanos.

# INTERÉS DE LAS EMPRESAS PRIVADAS POR LAS PERSONAS DE SU ZONA\*

¿En qué medida considera que a las empresas privadas les importan las personas de esta zona?

El resultado muestra que el 64% de los encuestados considera que las empresas privadas tienen un gran interés por las personas de su zona, porcentaje que aumenta al 72% entre quienes participaron en las ferias. Este indicador valida la relevancia de programas como Anemia Cero, reforzando su impacto positivo en la percepción de la población hacia el sector privado y destacando la importancia de mantener estas iniciativas en beneficio mutuo.



Respuesta según público impactado en ferias

**72%** Muestra impactada en ferias,  
LES IMPORTA MUCHO



**56%** Muestra no impactada en ferias,  
LES IMPORTA MUCHO





# REGISTRO FOTOGRAFICO

Programa Anemia Cero - ICA 2024

# CIRCUITO DE LAS FERIAS

1

Se registra a la madre gestante o menor y al adulto acompañante.



2

En la estación de descarte se toma la muestra capilar de sangre.



3

La familia recibe la asesoría nutricional personalizada en base al resultado.



4

Se entrega una cartilla con el resultado de anemia y recomendaciones.



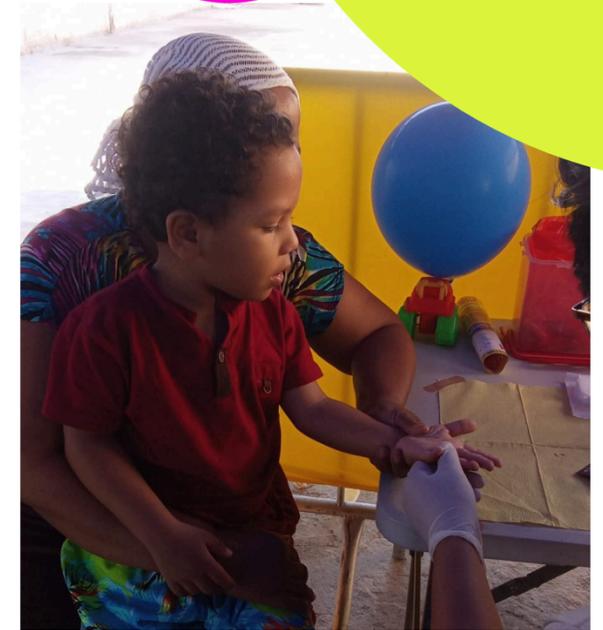
# CONOCE NUESTRAS FERIAS – ICA



Plaza del sol Ica



Salas Guadalupe



Santiago



La Tinguiña



# CONOCE NUESTRAS FERIAS – PISCO



Hiper bodega Precio Uno



Megaplaza



San Clemente



Independencia



## GRACIAS AL COMPROMISO DE:



## Medios Aliados:

