

# Evaluación de Campaña publicitaria Mis Primeros Tres

Informe Final  
Fecha: 13/09/2019

Realizado por

INSTITUTO DE  
OPINIÓN  
PÚBLICA



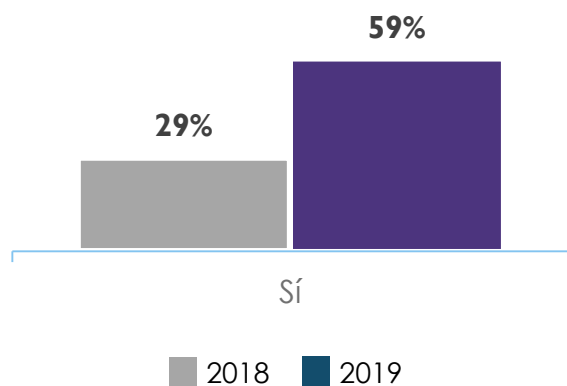
**PUCP**

## “El trabajo en conjunto con la pareja”



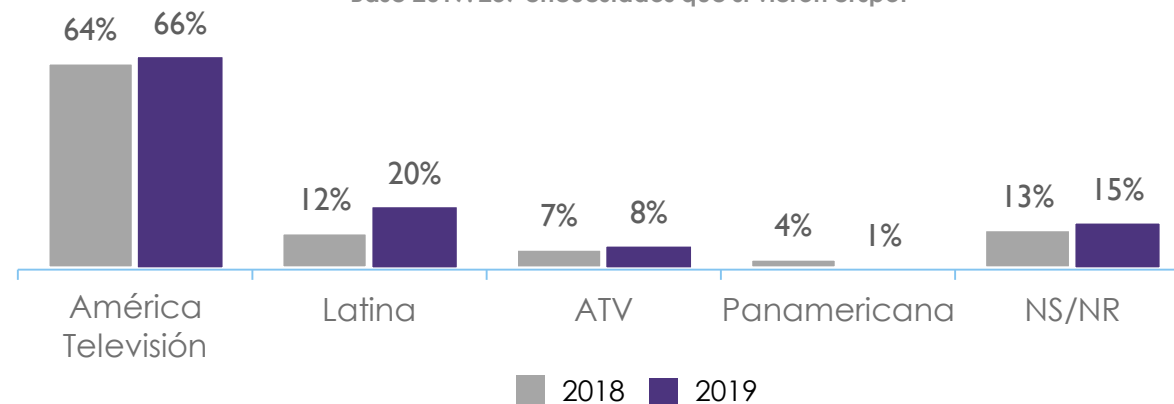
## Evaluación de los comerciales: Madres y/o gestantes

¿Recuerda haber visto este video en la televisión?



¿En qué canal lo vio?

Base 2018: 116 encuestados que sí vieron el spot  
Base 2019: 237 encuestados que sí vieron el spot

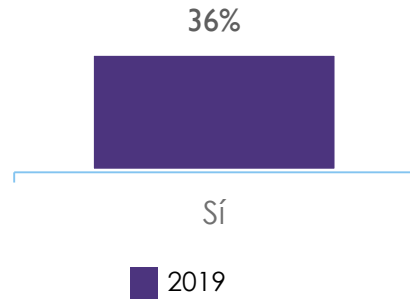


¿Qué tan de acuerdo en desacuerdo está con el siguiente mensaje?  
“El llanto de su bebé es una oportunidad para fortalecer la relación entre los padres y el bebé”



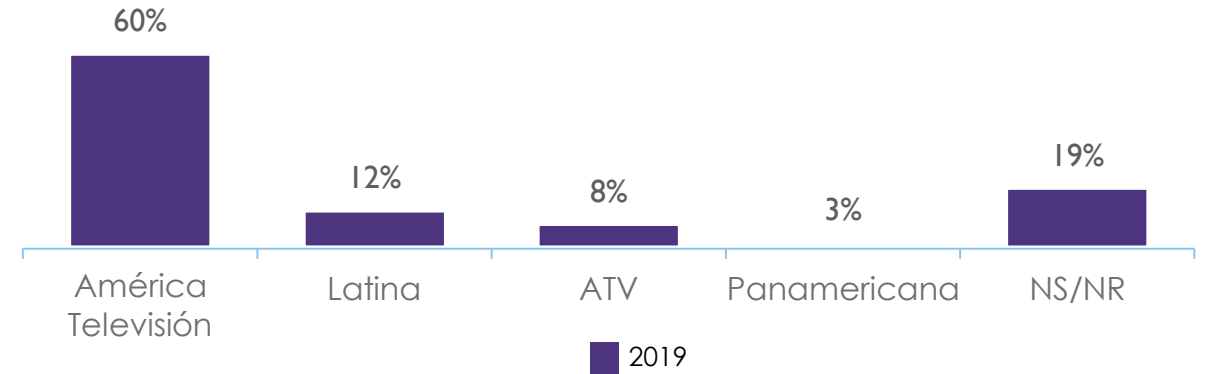
## Evaluación de los comerciales: Padres

¿Recuerda haber visto este video en la televisión?



¿En qué canal lo vio?

Base Padres: 73 encuestados que sí vieron el spot



¿Qué tan de acuerdo en desacuerdo está con el siguiente mensaje?  
“El llanto de su bebé es una oportunidad para fortalecer la relación entre los padres y el bebé”



Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo

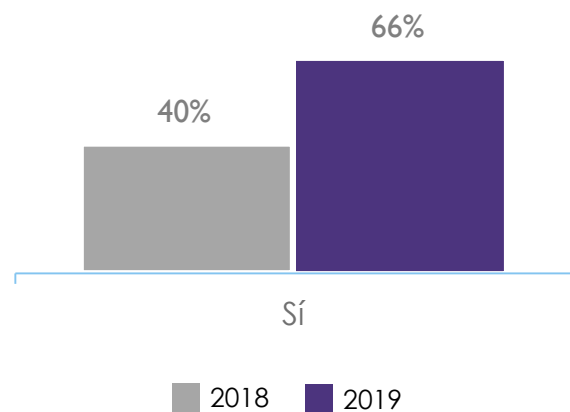


## “El momento de la comida del bebé”



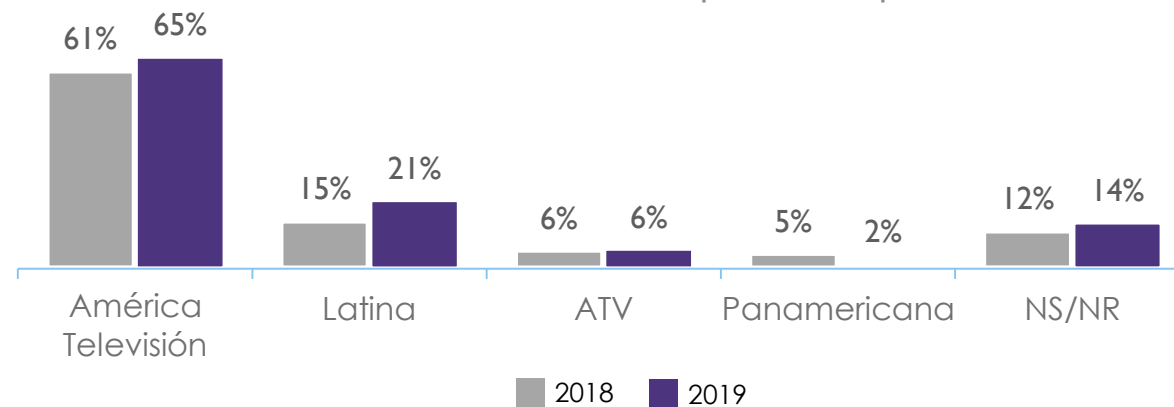
## Evaluación de los comerciales: Madres y/o gestantes

¿Recuerda haber visto este video en la televisión?



¿En qué canal lo vio?

Base 2018: 161 encuestados que sí vieron el spot  
Base 2019: 264 encuestados que sí vieron el spot



¿Qué tan de acuerdo en desacuerdo está con el siguiente mensaje?

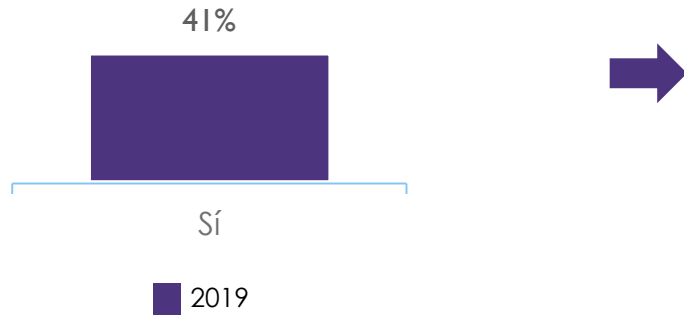
“El momento de la comida del bebé es una oportunidad para mejorar la relación entre los padres y el bebé”



Muy de acuerdo
  De acuerdo
  Ni de acuerdo ni en desacuerdo
  En desacuerdo
  Muy en desacuerdo

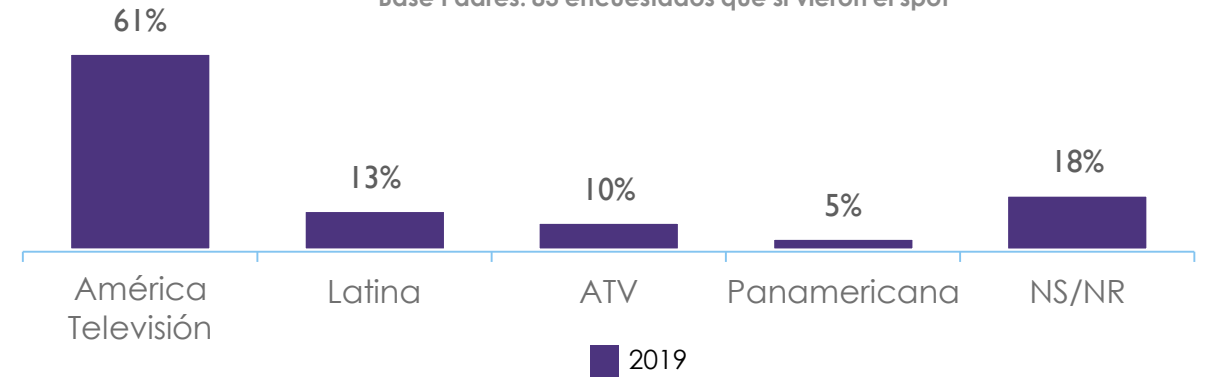
## Evaluación de los comerciales: Padres

¿Recuerda haber visto este video en la televisión?



¿En qué canal lo vio?

Base Padres: 83 encuestados que sí vieron el spot



¿Qué tan de acuerdo en desacuerdo está con el siguiente mensaje?

“El momento de la comida del bebé es una oportunidad para mejorar la relación entre los padres y el bebé”



Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo



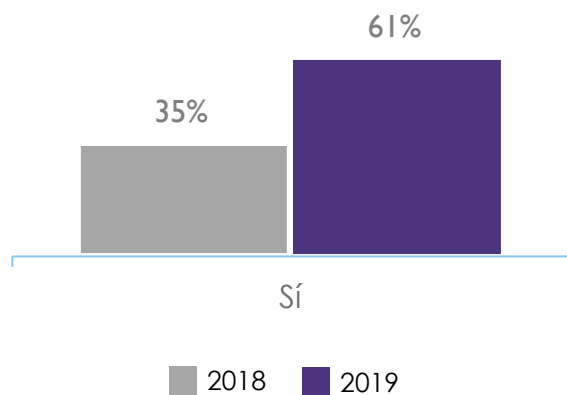
## El momento del baño





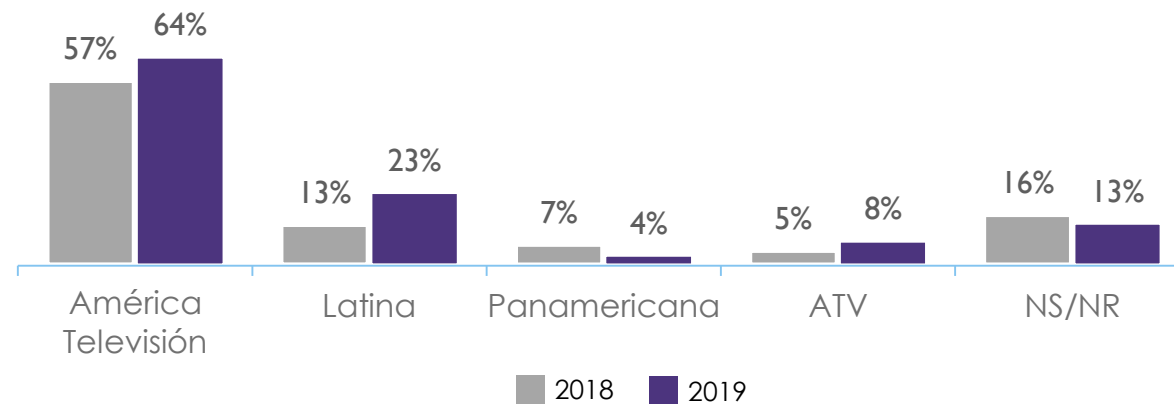
## Evaluación de los comerciales: Madres y/o gestantes

¿Recuerda haber visto este video en la televisión?

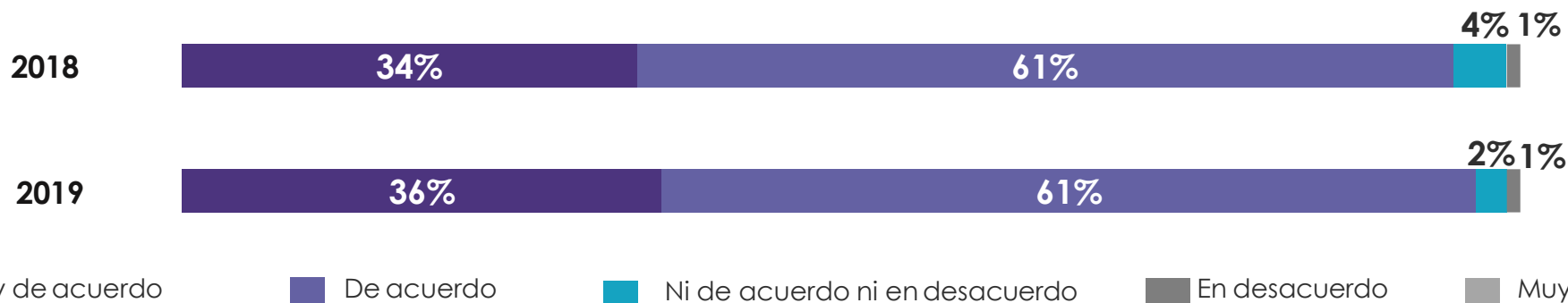


¿En qué canal lo vio?

Base 2018: 142 encuestados que sí vieron el spot  
Base 2019: 245 encuestados que sí vieron el spot



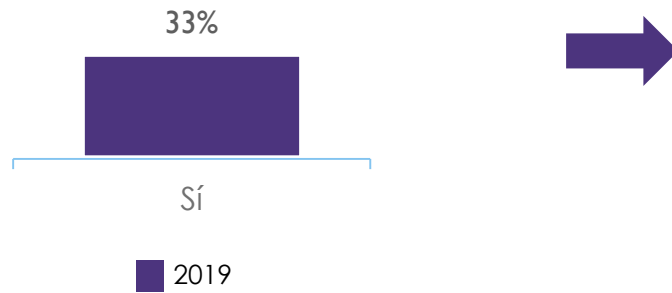
¿Qué tan de acuerdo en desacuerdo está con el siguiente mensaje?  
“El tiempo del baño del bebé es una oportunidad para mejorar la relación entre los padres y el bebé”



■ Muy de acuerdo   
 ■ De acuerdo   
 ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo   
 ■ En desacuerdo   
 ■ Muy en desacuerdo

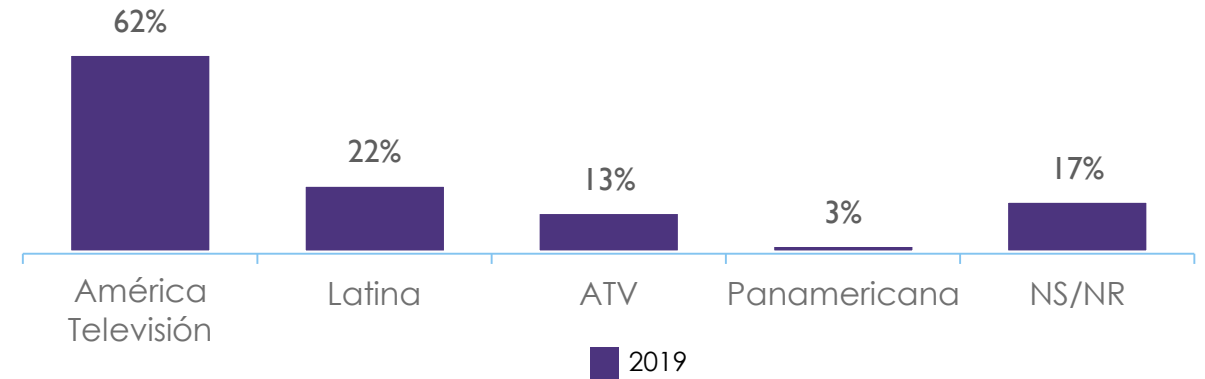
## Evaluación de los comerciales: Padres

¿Recuerda haber visto este video en la televisión?



¿En qué canal lo vio?

Base Padres: 60 encuestados que sí vieron el spot



¿Qué tan de acuerdo en desacuerdo está con el siguiente mensaje?  
 “El tiempo del baño del bebé es una oportunidad para mejorar la relación entre los padres y el bebé”



Muy de acuerdo
  De acuerdo
  Ni de acuerdo ni en desacuerdo
  En desacuerdo
  Muy en desacuerdo

Presentación Spots

**Antes de los 3 años:**

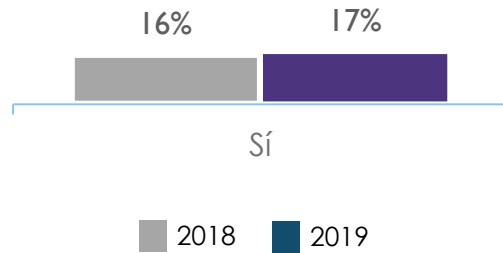
**Tu bebé quiere explorar.  
Juega con él.**

**[misprimerostres.org](http://misprimerostres.org)**

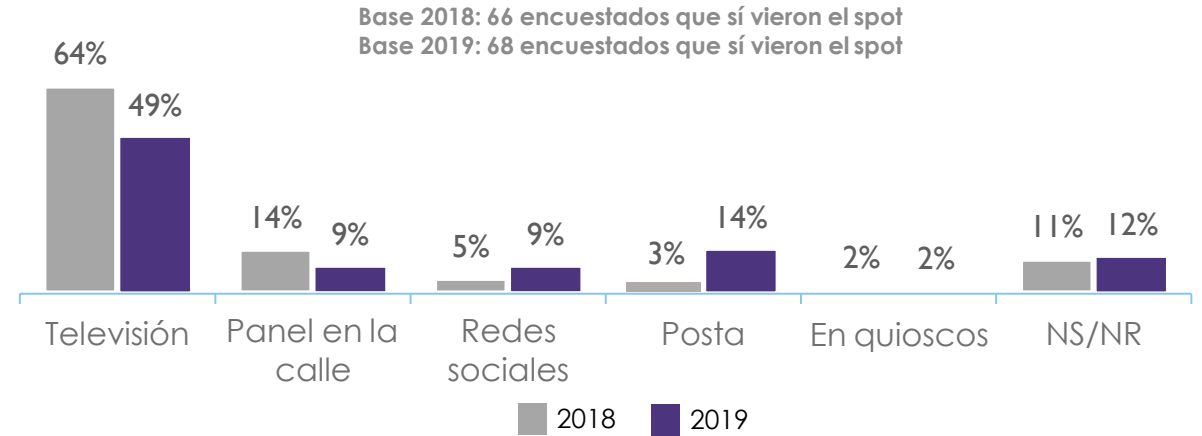
FUNDACION  
BALTAZAR Y  
NICOLAS

## Evaluación de paneles: Madres y/o gestantes

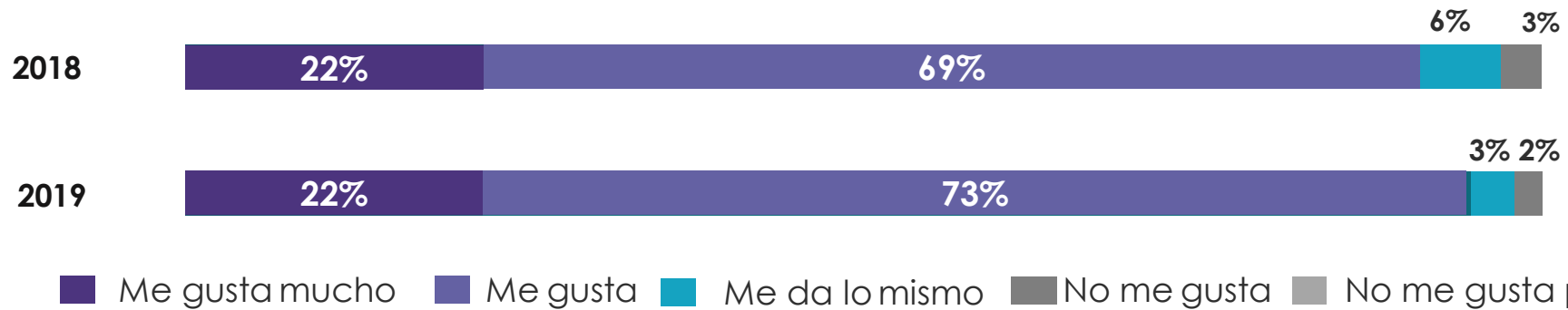
¿Recuerda haber visto esta imagen?



¿Recuerda en dónde vio esta imagen?



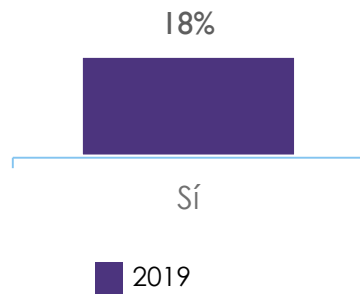
¿Qué tanto le agrada esta imagen de la Fundación Baltazar y Nicolás?





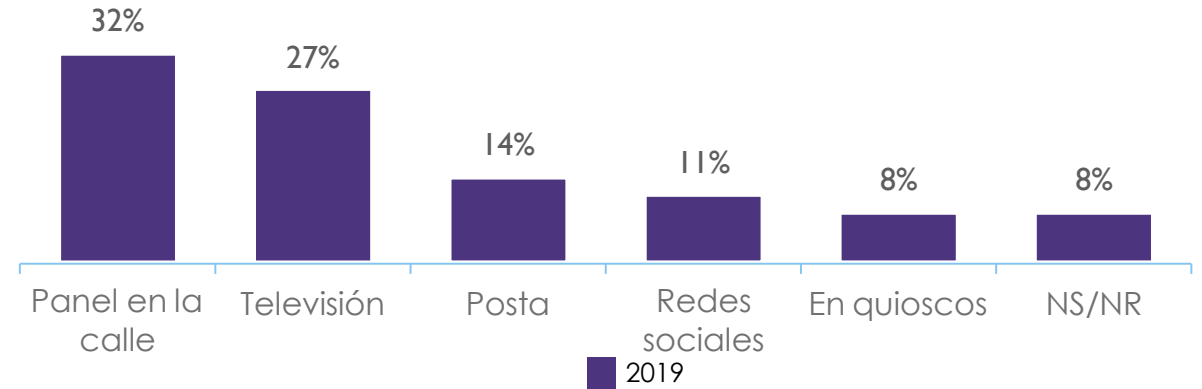
## Evaluación de paneles: Padres

¿Recuerda haber visto esta imagen?



¿Recuerda en dónde vio esta imagen?

Base Padres: 37 encuestados que sí vieron el spot



¿Qué tanto le agrada esta imagen de la Fundación Baltazar y Nicolás?



■ Me gusta mucho ■ Me gusta ■ Me da lo mismo ■ No me gusta ■ No me gusta para nada

## Presentación Spots

**Antes de los 3 años:**

**Tu bebé te necesita.**

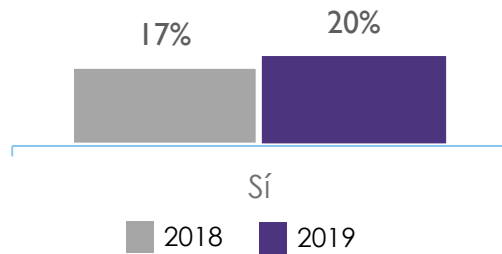
**Atiéndelo siempre con cariño.**

**[misprimerostres.org](http://misprimerostres.org)**

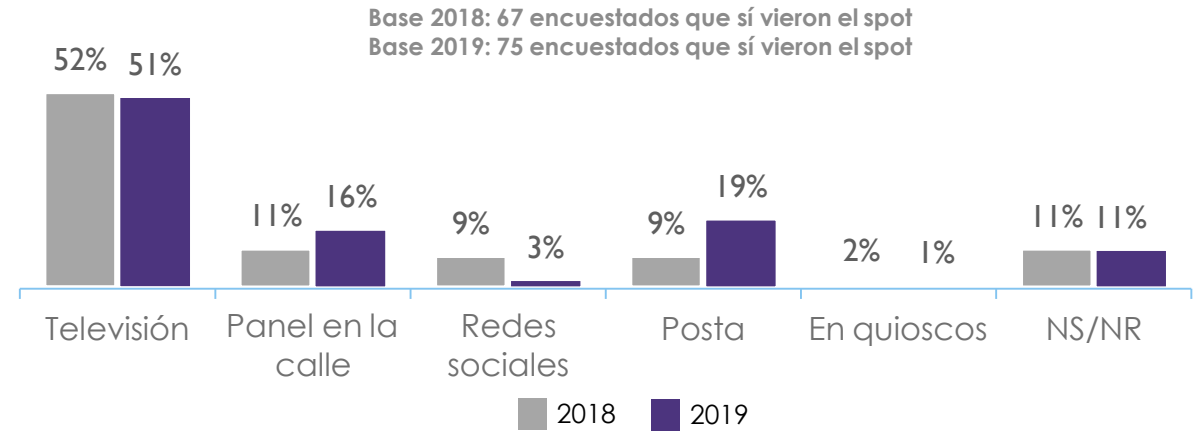
FUNDACION  
BALTAZAR Y  
NICOLAS

## Evaluación de paneles: Madres y/o gestantes

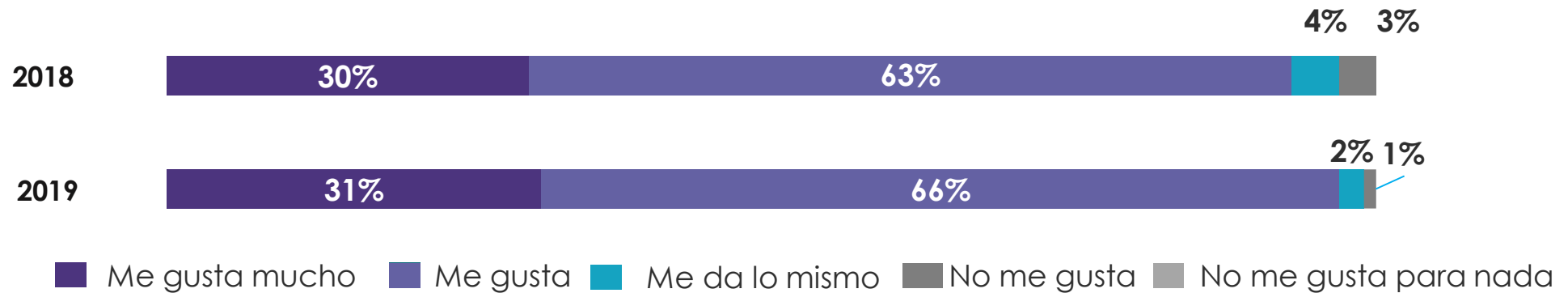
¿Recuerda haber visto esta imagen?



¿Recuerda en dónde vio esta imagen?

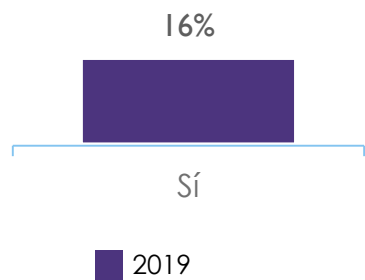


¿Qué tanto le agrada esta imagen de la Fundación Baltazar y Nicolás?



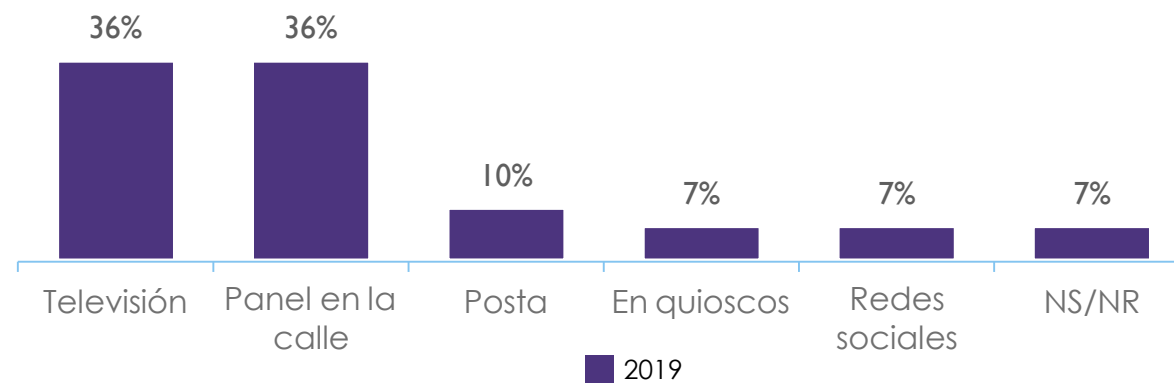
## Evaluación de paneles: Padres

¿Recuerda haber visto esta imagen?



¿Recuerda en dónde vio esta imagen?

Base Padres: 31 encuestados que sí vieron el spot



¿Qué tanto le agrada esta imagen de la Fundación Baltazar y Nicolás?

2019



■ Me gusta mucho ■ Me gusta ■ Me da lo mismo ■ No me gusta ■ No me gusta para nada



**Antes de los 3 años:**

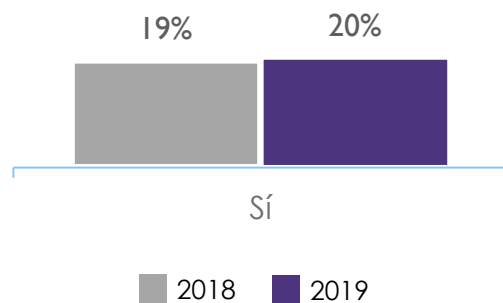
**Tu bebé te escucha.  
Convérsale.**

**[misprimerostres.org](http://misprimerostres.org)**

FUNDACION  
BALTAZAR Y  
NICOLAS

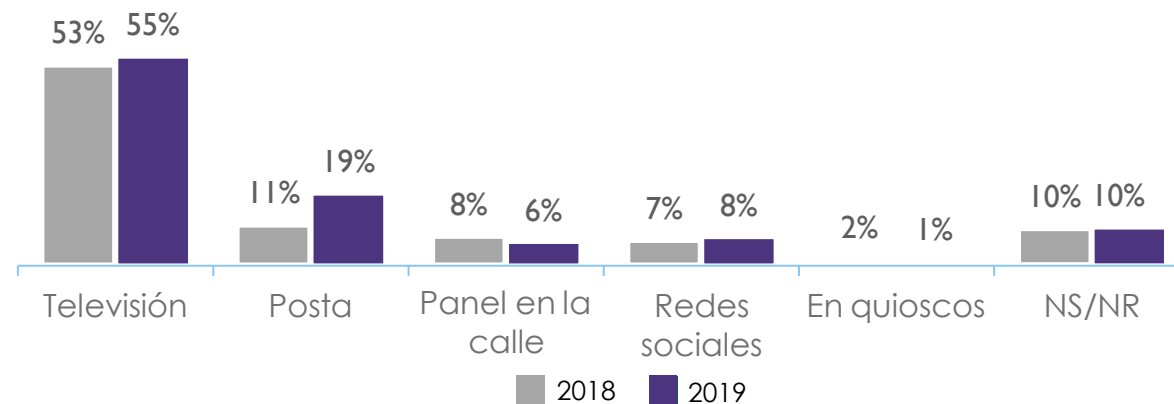
## Evaluación de paneles: Madres y/o gestantes

¿Recuerda haber visto esta imagen?

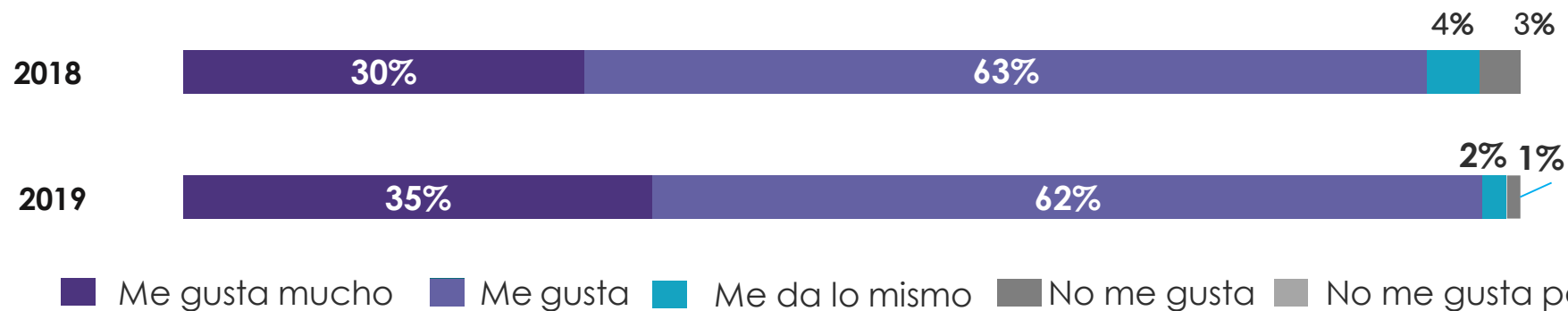


¿Recuerda en dónde vio esta imagen?

Base 2018: 74 encuestados que sí vieron el spot  
Base 2019: 78 encuestados que sí vieron el spot



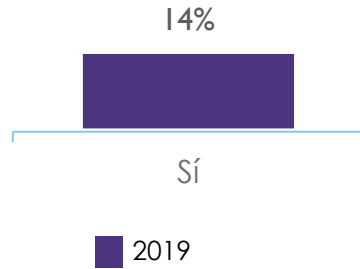
¿Qué tanto le agrada esta imagen de la Fundación Baltazar y Nicolás?



■ Me gusta mucho 
 ■ Me gusta 
 ■ Me da lo mismo 
 ■ No me gusta 
 ■ No me gusta para nada

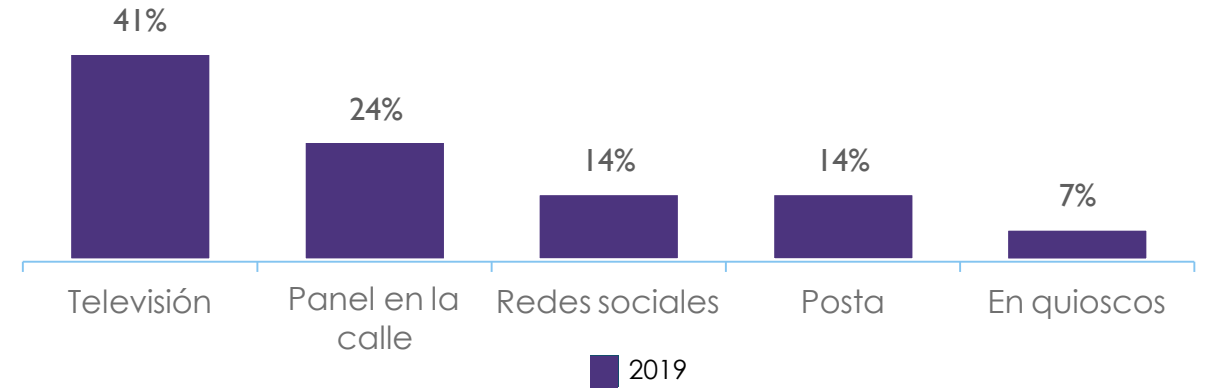
## Evaluación de paneles: Padres

¿Recuerda haber visto esta imagen?



¿Recuerda en dónde vio esta imagen?

Base Padres: 29 encuestados que sí vieron el spot



¿Qué tanto le agrada esta imagen de la Fundación Baltazar y Nicolás?



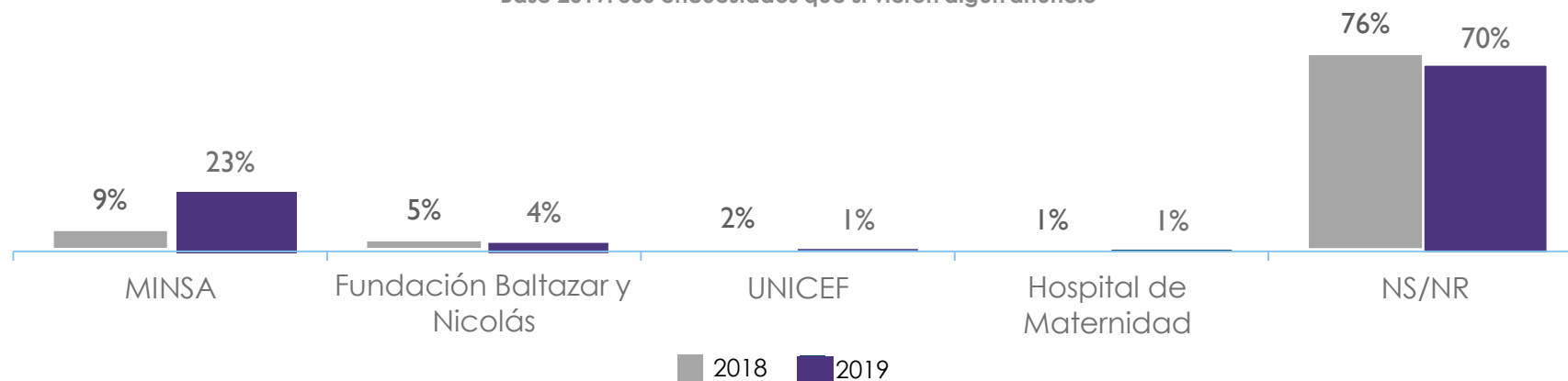
■ Me gusta mucho ■ Me gusta ■ Me da lo mismo ■ No me gusta ■ No me gusta para nada

## Recordación de la marca: Madres y/o gestantes

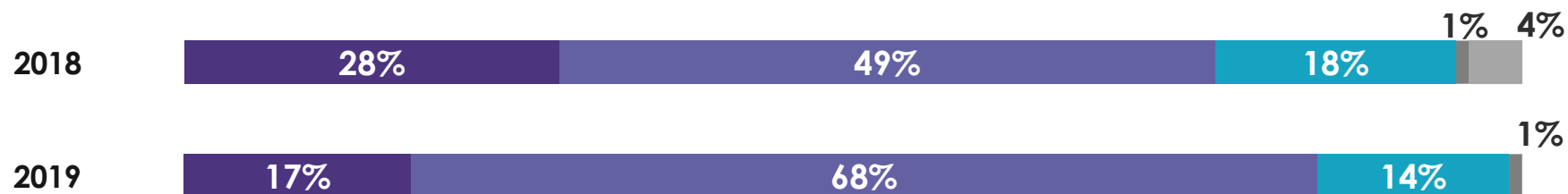
¿Recuerda de qué organización eran estos anuncios publicitarios?

Base 2018: 216 encuestados que sí vieron algún anuncio

Base 2019: 306 encuestados que sí vieron algún anuncio



¿Qué tan de acuerdo en desacuerdo se encuentra con la siguiente frase?  
"Yo confío en el mensaje de la Fundación Baltazar y Nicolás"



Totalmente de acuerdo
  De acuerdo
  Ni de acuerdo ni en desacuerdo
  En desacuerdo
  Totalmente en desacuerdo

Base Madres 2018: 400 encuestados

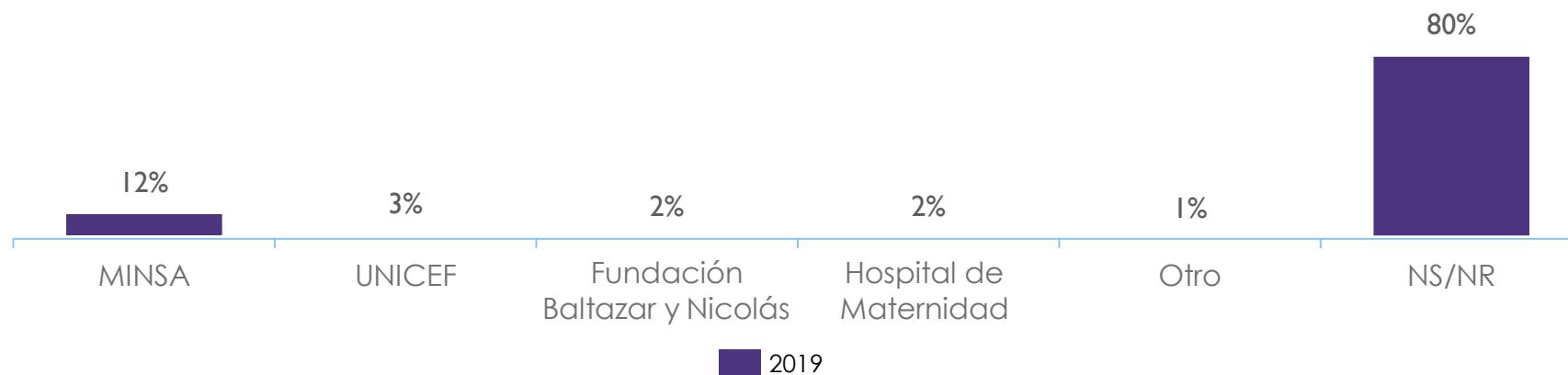
Base Madres 2019: 400 encuestados



## Recordación de la marca: Padres

¿Recuerda de qué organización eran estos anuncios publicitarios?

Base Padres: 103 encuestados que sí vieron algún anuncio



¿Qué tan de acuerdo en desacuerdo se encuentra con la siguiente frase?  
"Yo confío en el mensaje de la Fundación Baltazar y Nicolás"

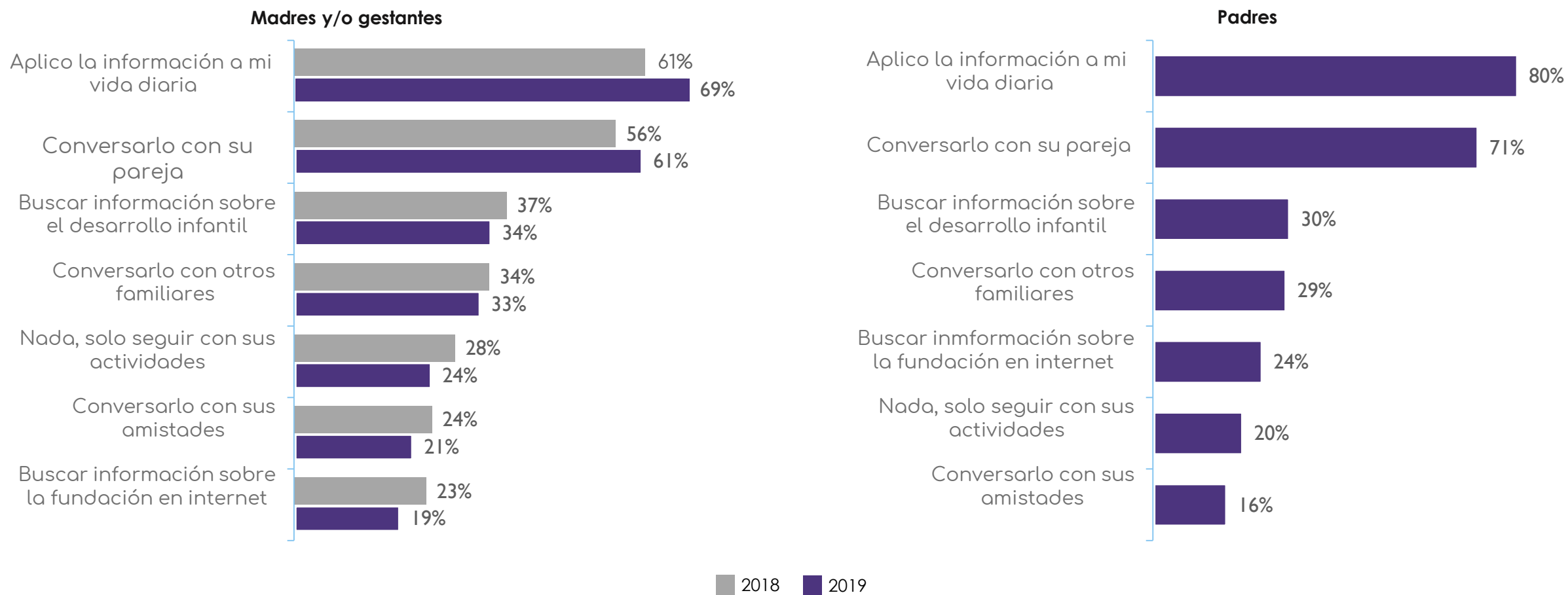


■ Totalmente de acuerdo ■ De acuerdo ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo ■ En desacuerdo ■ Totalmente en desacuerdo

## Acción post-anuncio publicitario

Luego de ver la publicidad de la fundación Baltazar y Nicolás, ¿qué fue lo que hizo luego?

Respuesta Múltiple



Base Madres 2018: 400 encuestados

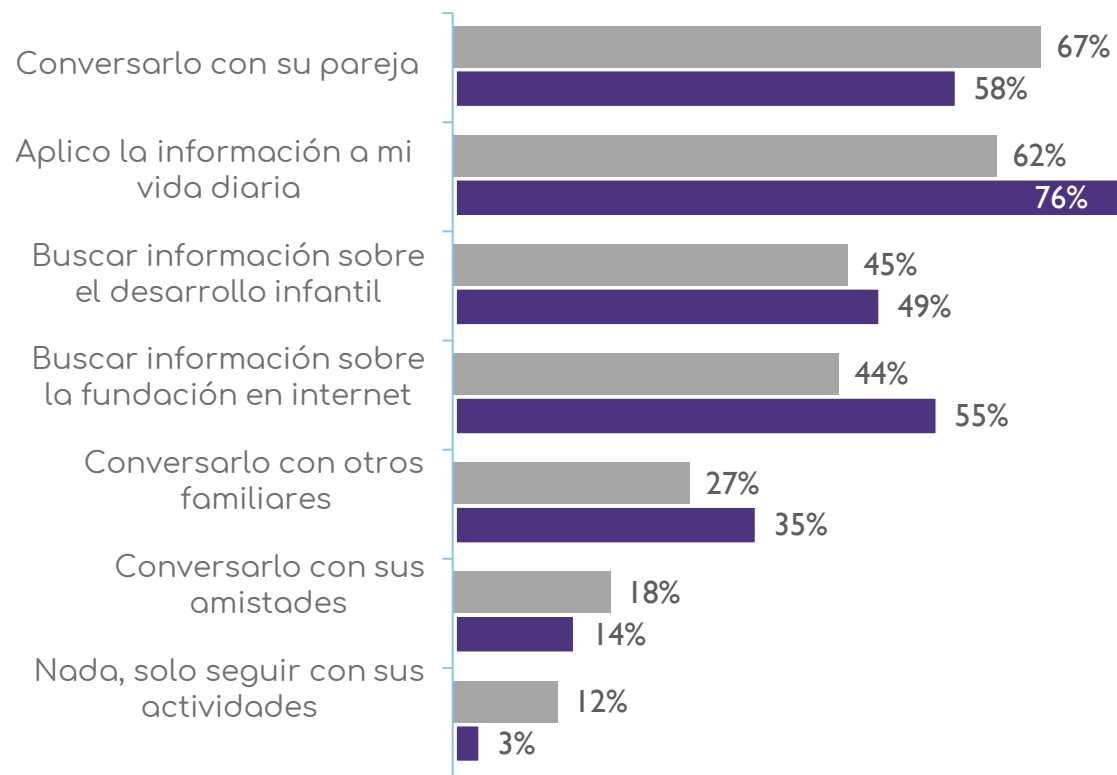
Base Madres 2019: 400 encuestados

Base Padres 2019: 202 encuestados

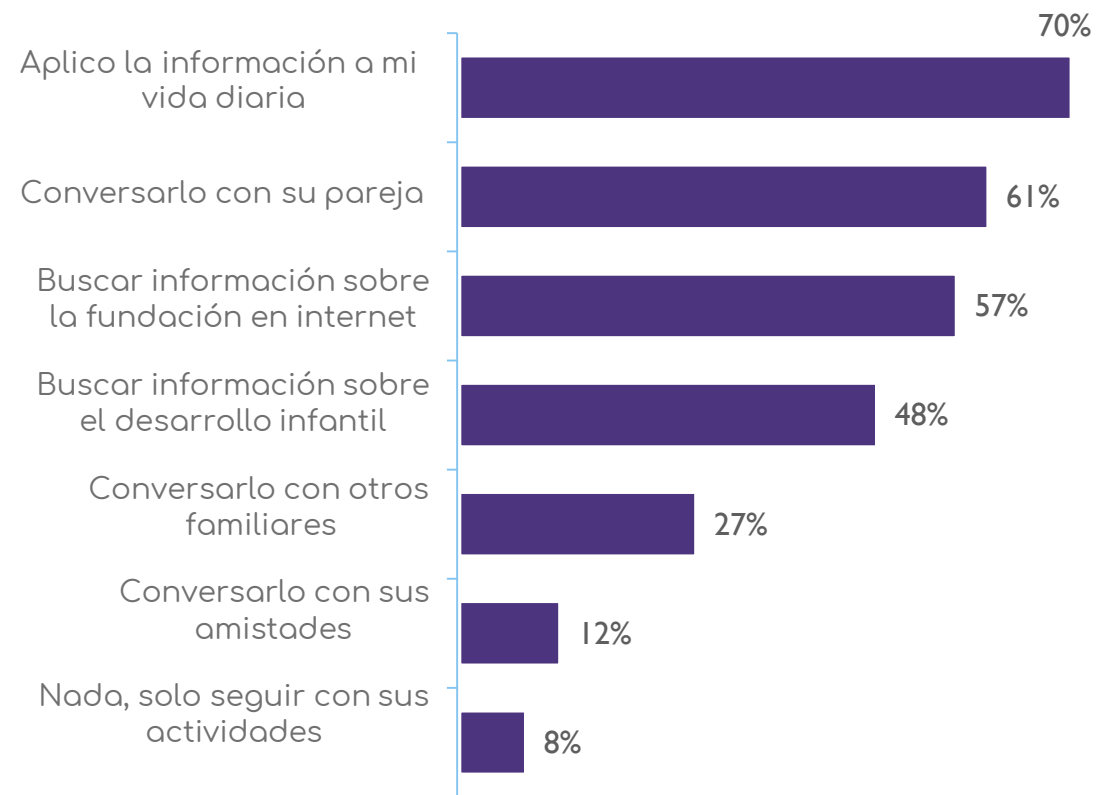
# Acción post-anuncio publicitario

Ahora que ha visto la publicidad de la Fundación Baltazar y Nicolás, ¿qué haría luego? Respuesta Múltiple

Madres y/o gestantes



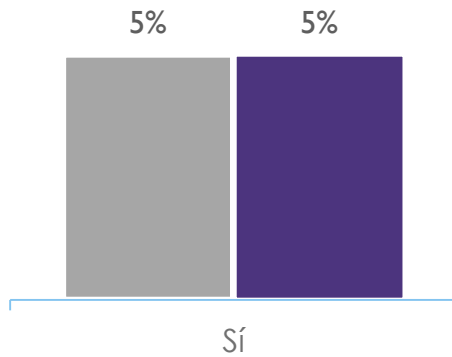
Padres



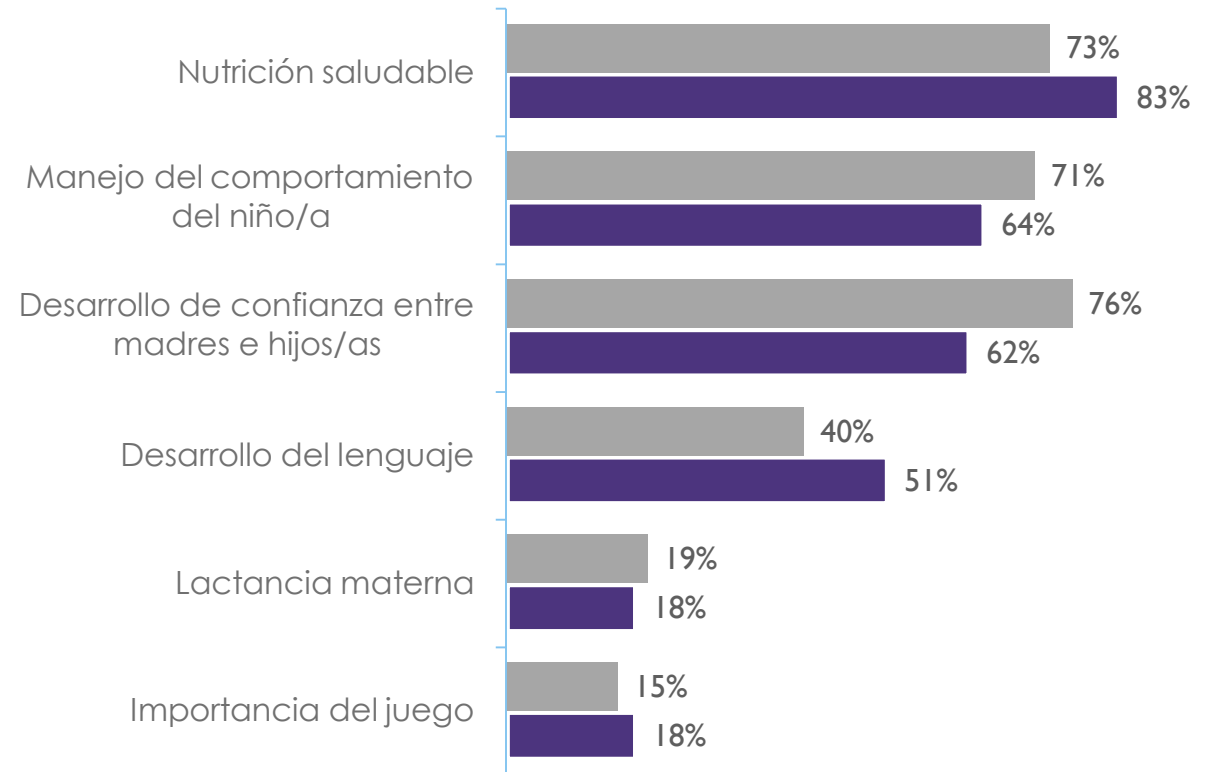
■ 2018 ■ 2019

## Temáticas y medios de información

¿Conoce o ha escuchado sobre la página web MISPRIMEROSTRES.ORG de la Fundación Baltazar y Nicolás?



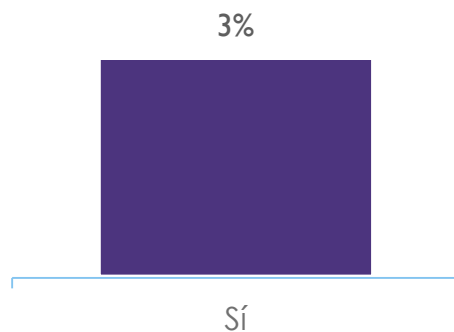
¿Sobre qué temas le gustaría recibir información para mejorar el cuidado de sus hijos/as menores de tres años?  
Respuesta Múltiple



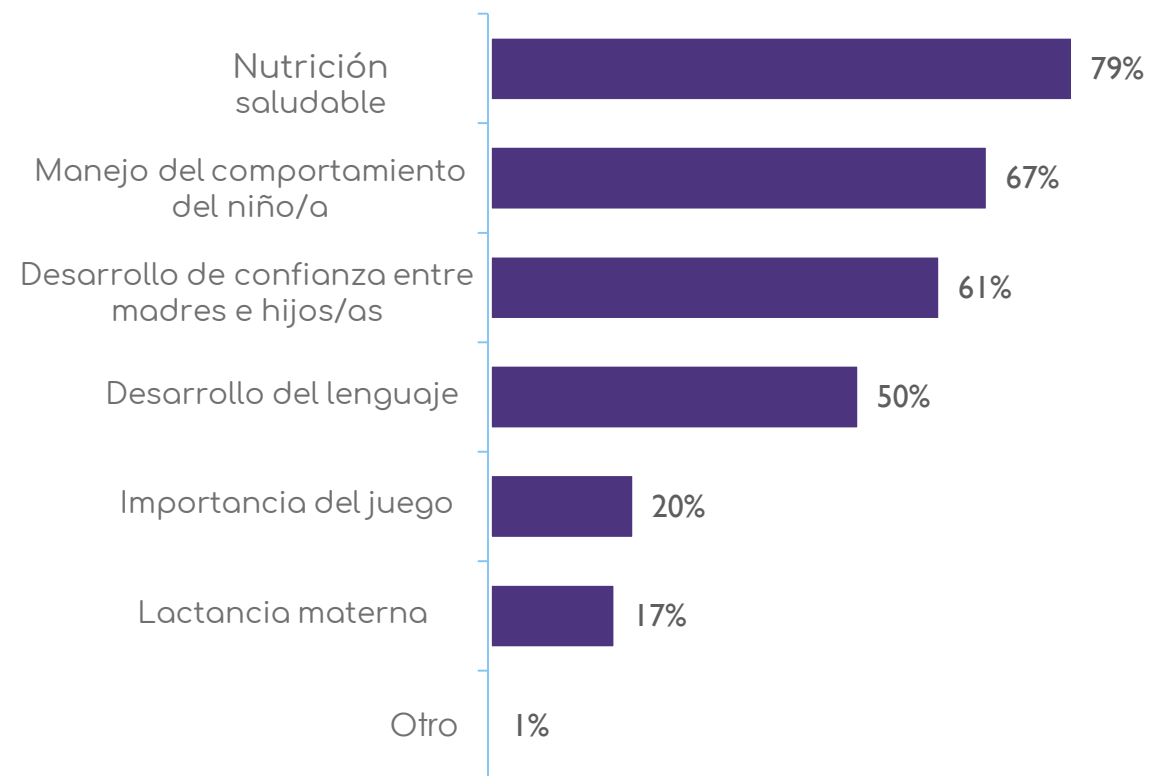
■ 2018 ■ 2019

## Temáticas y medios de información

¿Conoce o ha escuchado sobre la página web MISPRIMEROSTRES.ORG de la Fundación Baltazar y Nicolás?



¿Sobre qué temas le gustaría recibir información para mejorar el cuidado de sus hijos/as menores de tres años?  
Respuesta Múltiple



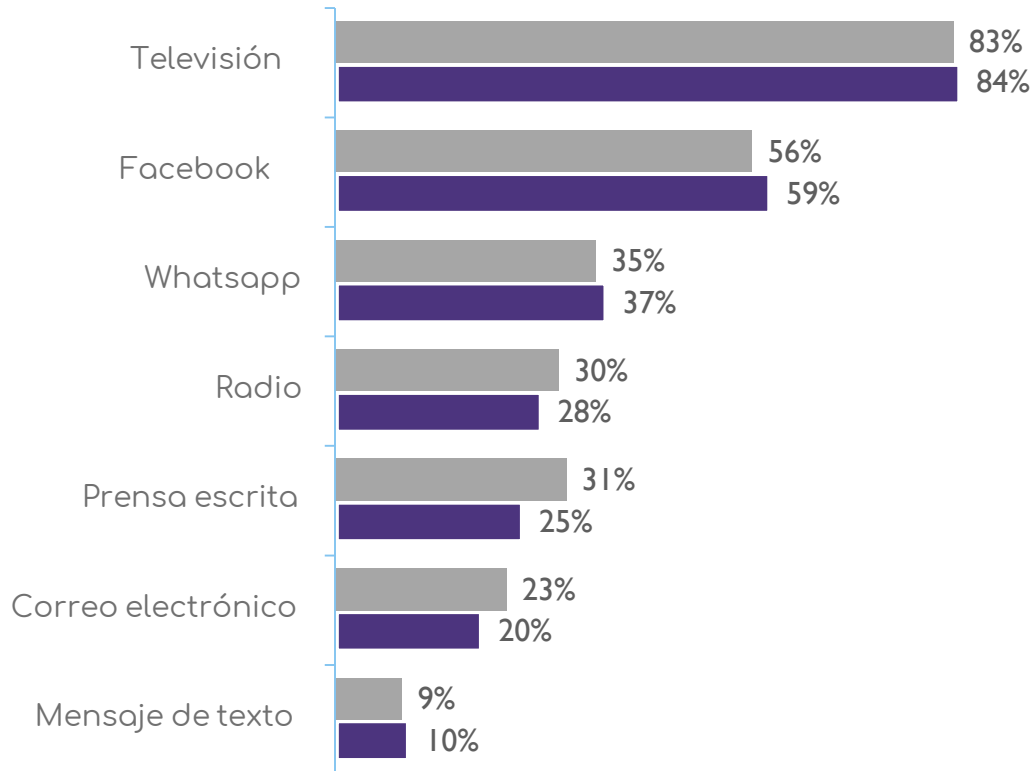
■ 2019

# Temáticas y medios de información

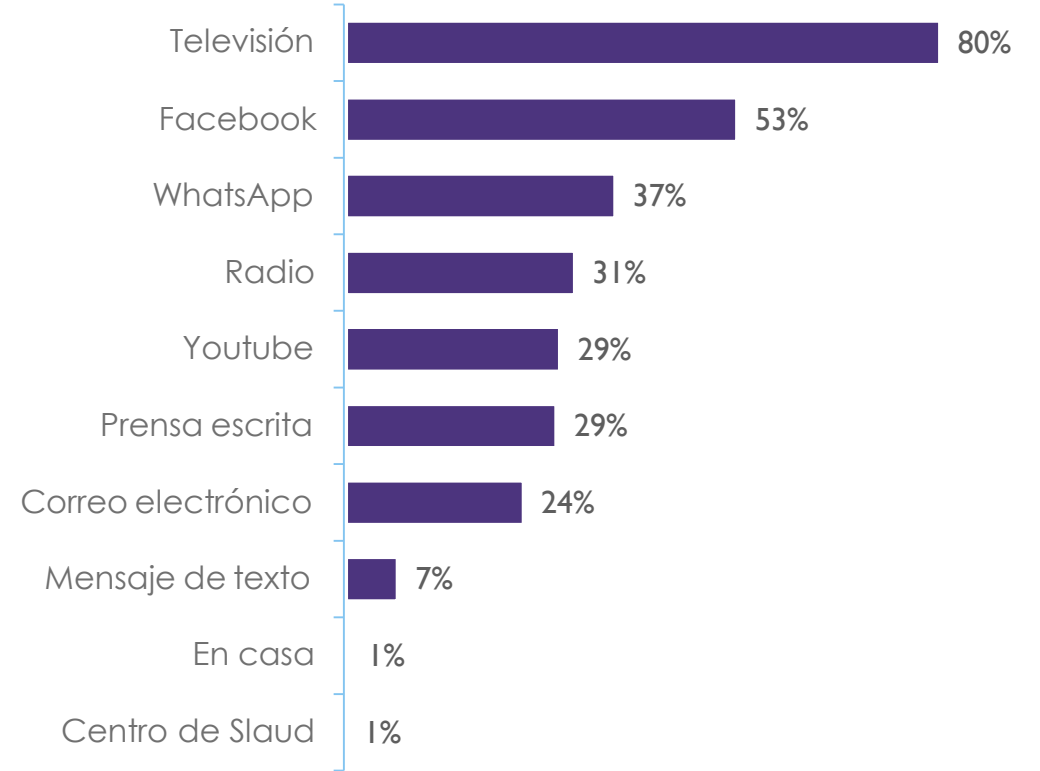
¿A través de qué medios desea recibir información sobre desarrollo infantil?

Respuesta Múltiple

Madres y/o gestantes



Padres



■ 2018 ■ 2019

# Conclusiones

---



## Percepciones sobre el Desarrollo Infantil

- Para los padres y madres de familia lo que más influenciaría en el desarrollo infantil sería el **atender las necesidades físicas del bebé** (15%), la **relación de los padres** (13%) y el **cuidado de la salud de la mujer gestante** (12%).
- En el otro extremo, se encuentra la creencia de que ejercer alguna clase de **violencia física** (3%) o **verbal** (2%) hacia el niño o la niña, serían los aspectos que menos influenciarían en el desarrollo de los mismos.
- Asimismo, los progenitores de niños y niñas buscan consejo e información relacionada con la crianza, en primer lugar con sus **padres y madres** (29%). Después, recurrirían a terceros como **centros de salud** (20%) u **otros familiares** (18%).
- En menor medida, los consultados recurrirían a medios de comunicación escrita como **revistas** (2%) y **periódicos** (1%).
- Los padres y madres de familia encuentran a la **alimentación** de sus hijos como uno de los puntos más importantes para conectarse con sus hijos/as, así las mujeres mencionaron la relevancia de la **lactancia** (90%) y los hombres a la **alimentación** en general (80%). Luego, viene el **jugar con el niño o niña** para padres (72%) y madres (77%).
- Además, existe consenso con respecto a la idea de que el llanto es una manera en que los bebés expresan una **necesidad** (100%). Casi la mitad de progenitores(45%) se daría cuenta cuando su hijo se queja o llora; aunque, **1 de cada 4** se sentiría inseguro de poder calmar a su hijo/a cuando llora.

## Percepciones sobre el Desarrollo Infantil

- Entre las acciones que son ejercidas con mayor frecuencia por parte de los encuestados sobre sus hijos e hijas, se encuentra el mirarlos cariñosamente (53%) y el abrazarlos para que se calmen (52%).
- Y, las que nunca se realizan son el dar palmadas a los menores (57%) e ignorarlos (57%). De esta forma, las acciones que podrían tener una influencia negativa sobre el o la menor, serían las menos ejercidas.
- En los que respecta al involucramiento de las parejas de los encuestados con sus hijos o hijas, se encuentra que las madres serían quienes más se involucrarían en la crianza de los menores (83%), en comparación con los padres (49%).
- Cabe resaltar que esto es lo que reportan los padres y madres sobre sus parejas.
- Finalmente, al cuestionar a los padres de familia sobre el involucramiento auto percibido que tienen con sus hijos, se encuentra que menos de la quinta parte de los encuestados lo hace “poco” o “a veces” (15%). Lo anterior se debería únicamente a sus largas jornadas laborales (100%) pero casi todos buscarían involucrarse más con sus hijos e hijas (97%).

## Campaña Publicitaria

- En el caso de los comerciales televisivos, “El momento de la comida del bebé” es el spot de la fundación más visto por hombres (41%) y mujeres (66%).
- Asimismo, al comparar estos resultados con los del 2018, se encuentra que la visualización de los comerciales ha tenido un aumento de 30% para “El trabajo en conjunto con la pareja” y de 26% para “El momento de la comida del bebé” y “El momento del baño”.
- En adición, los tres comerciales fueron vistos en mayor medida a través de **América Televisión**; luego, por la señal de Latina. Además, Panamericana sería el canal en que menos se habrían visualizado alguno de los spots de la campaña.
- También, casi todos los encuestados estarían de acuerdo con los mensajes de los tres comerciales de la Fundación Baltazar y Nicolás.
- Sin embargo, la mayoría de hombres (80%) y de mujeres (70%) no saben de qué organización provienen los anuncios de la Fundación Baltazar y Nicolás. Incluso, para el caso de las mujeres, el desconocimiento habría aumentado en 29% desde el año anterior (ahora el % casi sería el mismo).

# Recomendaciones



## Recomendaciones

- Los encuestados evidencian tener nociones básicas sobre el desarrollo infantil del niño y sería importante concientizarlos sobre aspectos que creen no tienen efecto sobre su desarrollo. Por ejemplo, el caso de la violencia física o verbal debería de ser incluido en futuras campañas de la Fundación para concientizar a los padres y madres de familia sobre sus efectos en el desarrollo óptimo de niños y niñas.
- Asimismo, ya que los abuelos son vistos como fuentes de consejo por parte de los padres y madres de los niños y niñas, sería importante tomarlos en cuenta como targets que deben de ser informados con las campañas y fuentes de información que provee la Fundación Baltazar y Nicolás.
- Para el caso de los comerciales, al comparar los resultados del presente con los del 2018, queda en evidencia que la estrategia que ha utilizado la Fundación este año ha sido fructífera y se debe continuar utilizando dicho método de trabajo y difusión.
- En cambio, para el caso de los paneles en vía pública, se debería tratar de reubicarlos, pues han tenido poca visibilidad en el target.

The logo consists of a white line forming a partial frame around the text. The top line is horizontal and slightly angled downwards to the right. The right side is a vertical line. The bottom line is horizontal and slightly angled upwards to the right. The text is centered within this frame.

# FUNDACIÓN BALTAZAR Y NICOLÁS

CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO  
INFANTIL TEMPRANO