

FUNDACIÓN
BALTAZAR Y
NICOLAS

Evaluación de Campaña Publicitaria Mis Primeros Tres

Informe Final
Fecha: 30/01/2019

Realizado por

INSTITUTO DE
OPINIÓN
PÚBLICA



PUCP

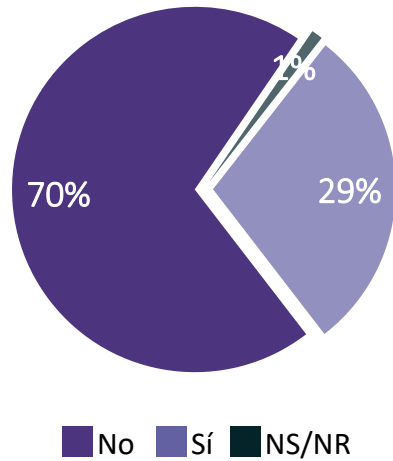
“El trabajo en conjunto con la pareja”



Evaluación de los comerciales

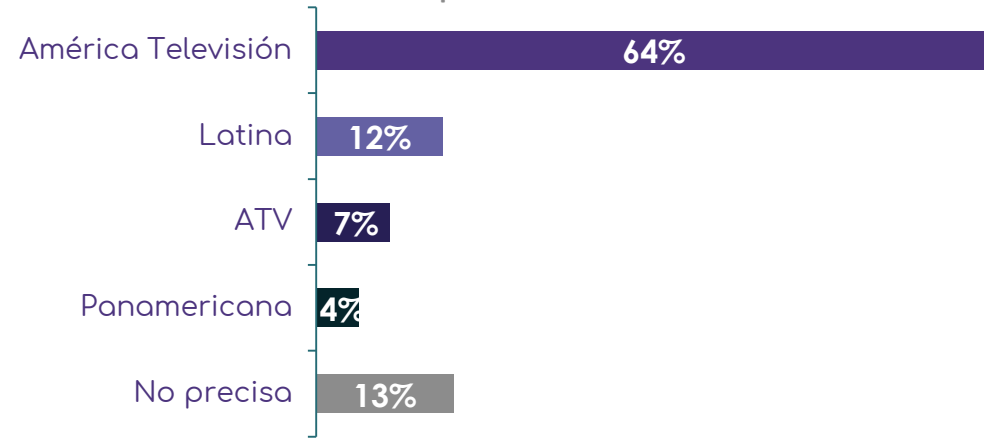


¿Recuerda haber visto este video en televisión?



¿En qué canal lo vio?

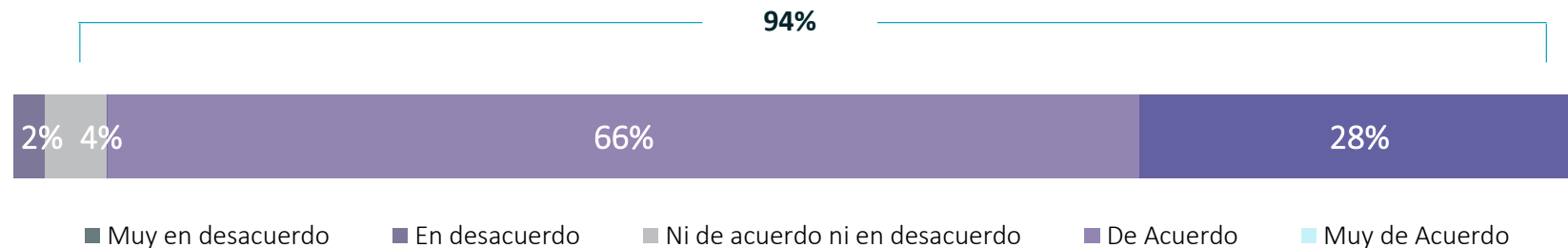
Base: 116 casos que sí vieron el spot



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



“Que el llanto del bebé es una oportunidad para fortalecer la relación entre los padres y el bebé”



Base: 400 casos

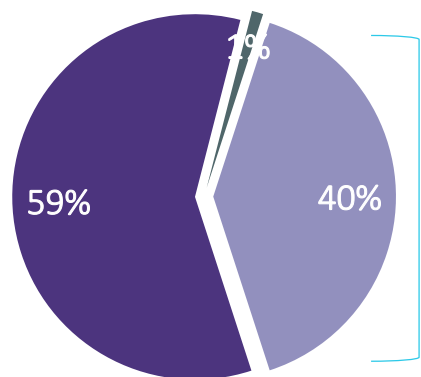
“El momento de la comida del bebé”



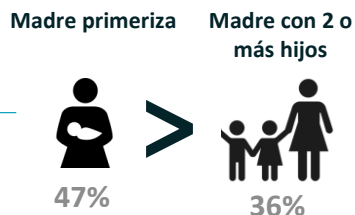
Evaluación de los comerciales



¿Recuerda haber visto este video en televisión?

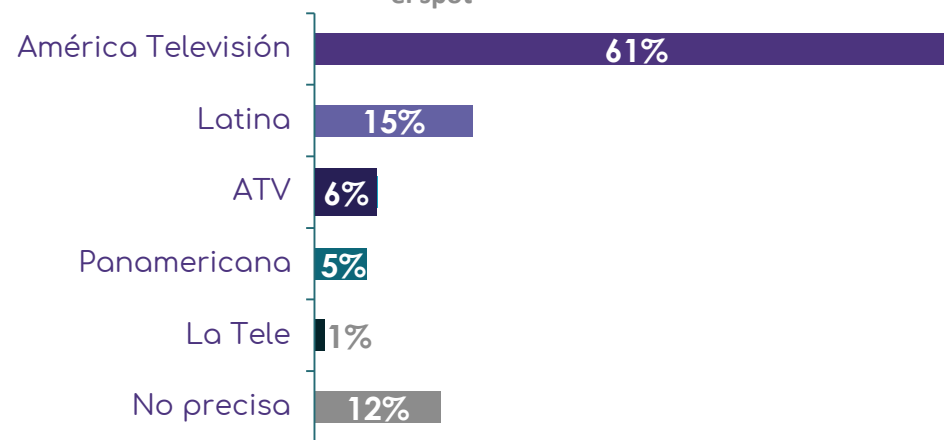


■ No ■ Sí ■ NS/NR



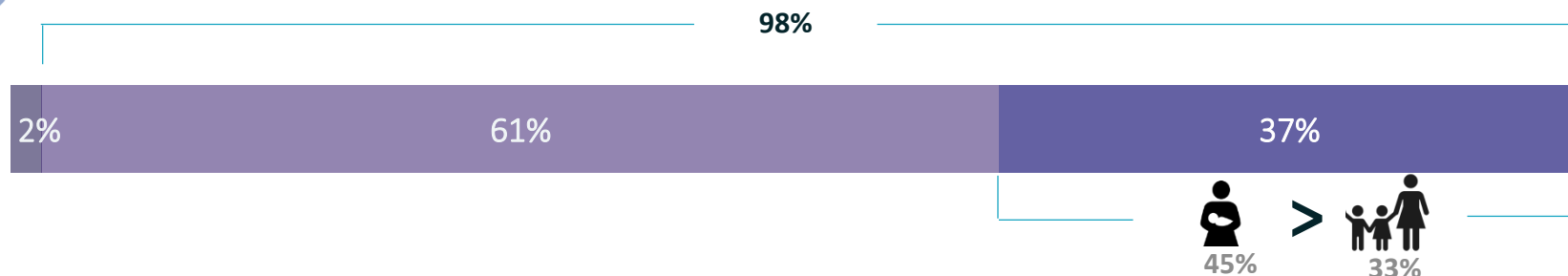
¿En qué canal lo vio?

Base: 161 casos que sí vieron el spot



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

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



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

Base: 400 casos

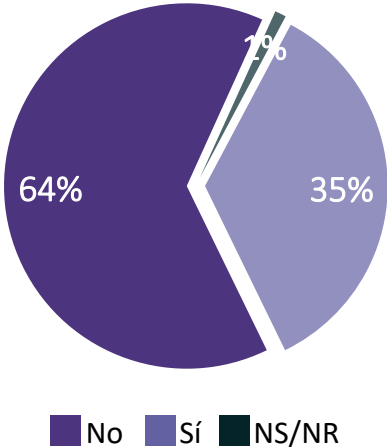
El momento del baño



Evaluación de los comerciales

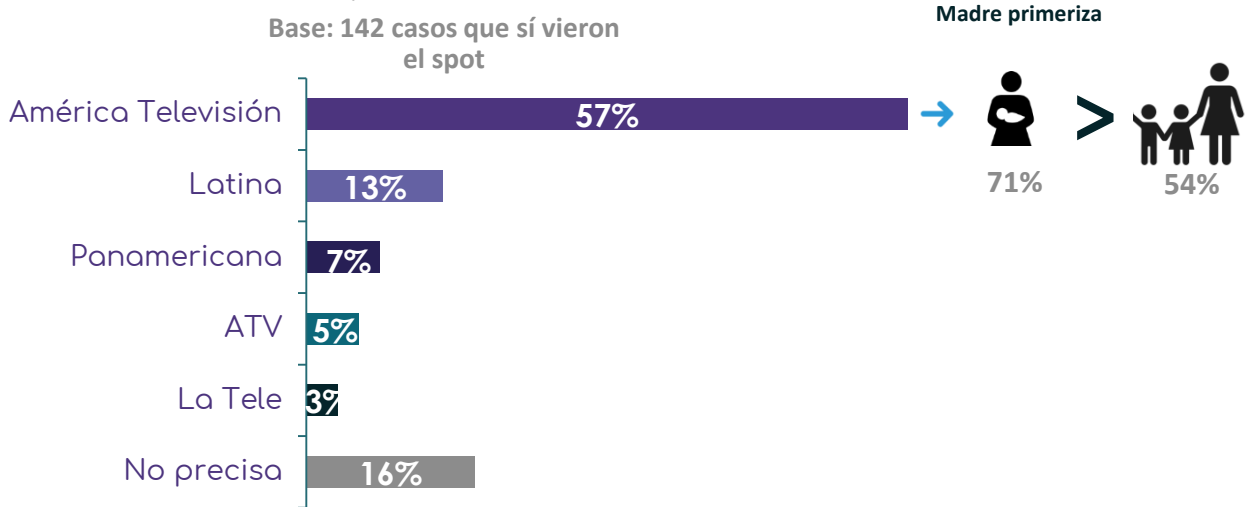


¿Recuerda haber visto este video en televisión?



¿En qué canal lo vio?

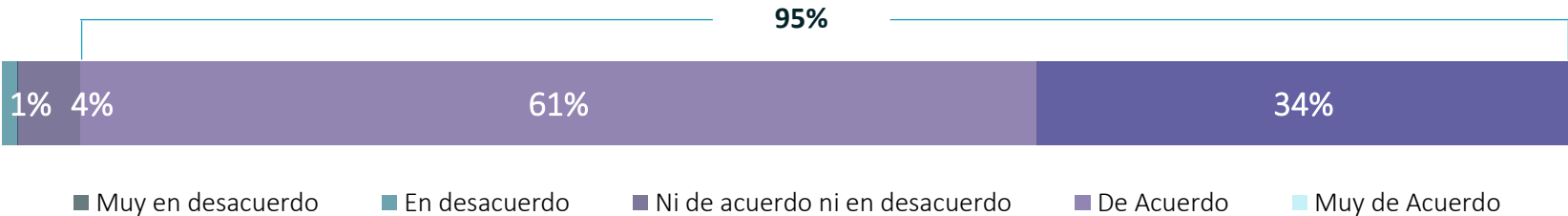
Base: 142 casos que sí vieron el spot



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



“Que el tiempo del baño del bebé es una oportunidad para mejorar la relación entre los padres y el bebé”



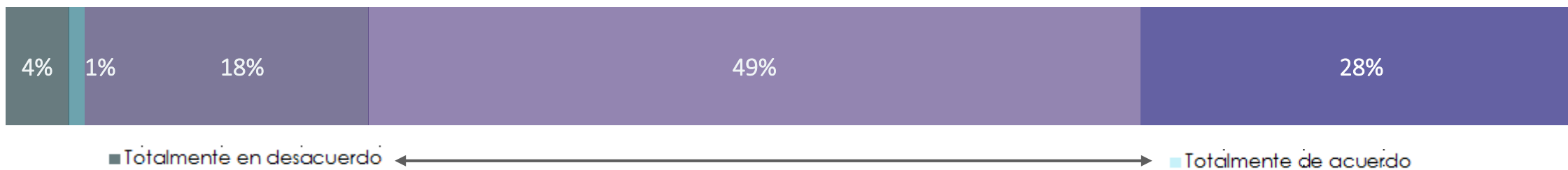
Base: 400 casos

Recuerdo de la marca

¿Recuerda de qué organización eran estos comerciales publicitarios?



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



Presentación Spots

Antes de los 3 años:

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

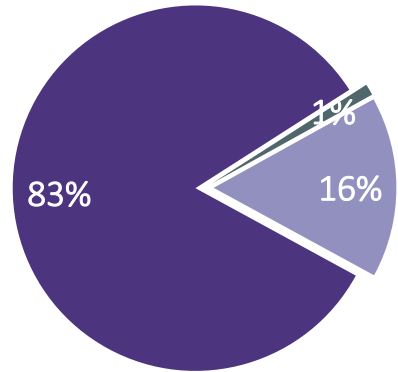
misprimerostres.org

FUNDACION
BALTAZAR Y
NICOLAS

Evaluación de Spots



¿Recuerda haber visto esta imagen?

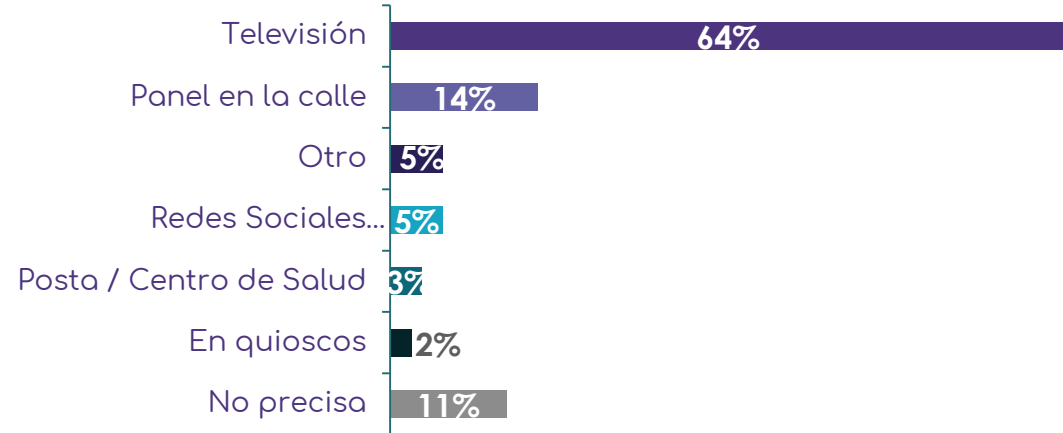


■ No ■ Sí ■ NS/NR

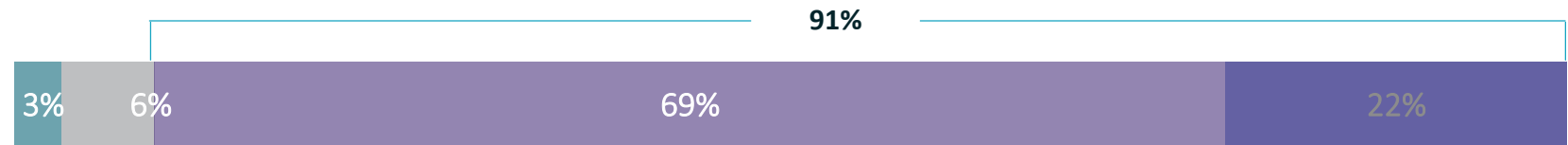


¿Recuerda en dónde vio esta imagen?

Base de 66 casos



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



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

Presentación Spots

Antes de los 3 años:

Tu bebé te necesita.

Atiéndelo siempre con cariño.

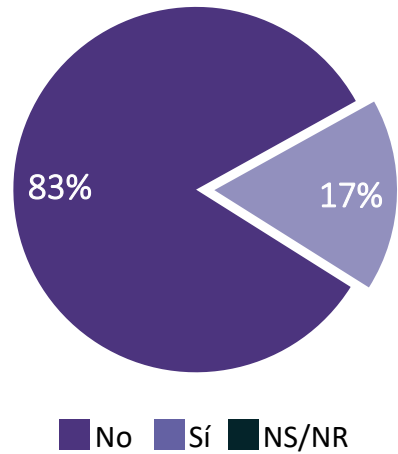
misprimerostres.org

FUNDACION
BALTAZAR Y
NICOLAS

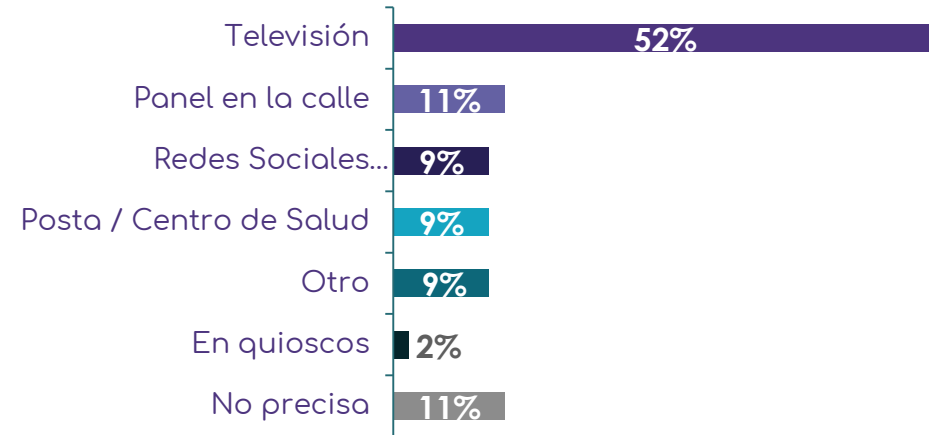
Evaluación de Spots



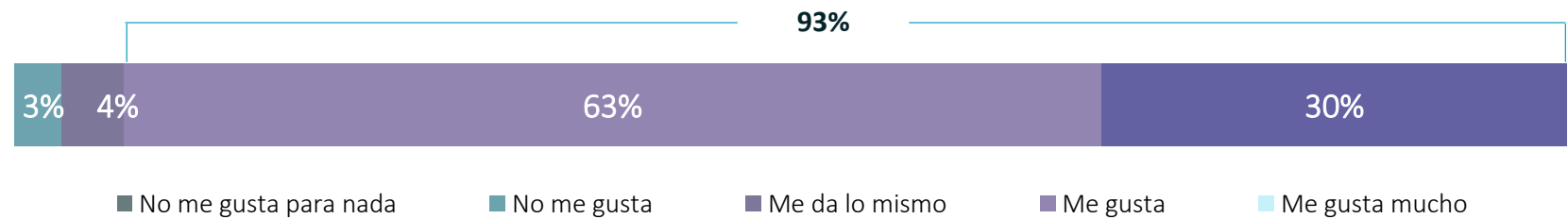
¿Recuerda haber visto esta imagen?



¿Recuerda en dónde vio esta imagen?
Base de 67 casos



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



Presentación Spots

Antes de los 3 años:

**Tu bebé te escucha.
Convérsale.**

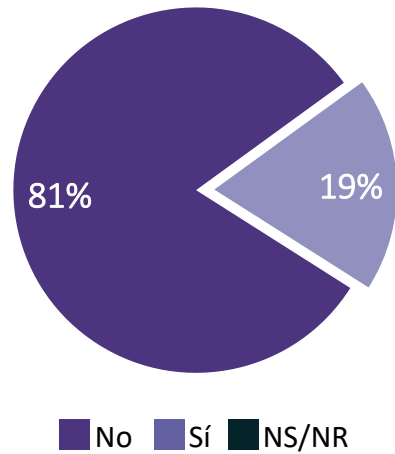
misprimerostres.org

FUNDACION
BALTAZAR Y
NICOLAS

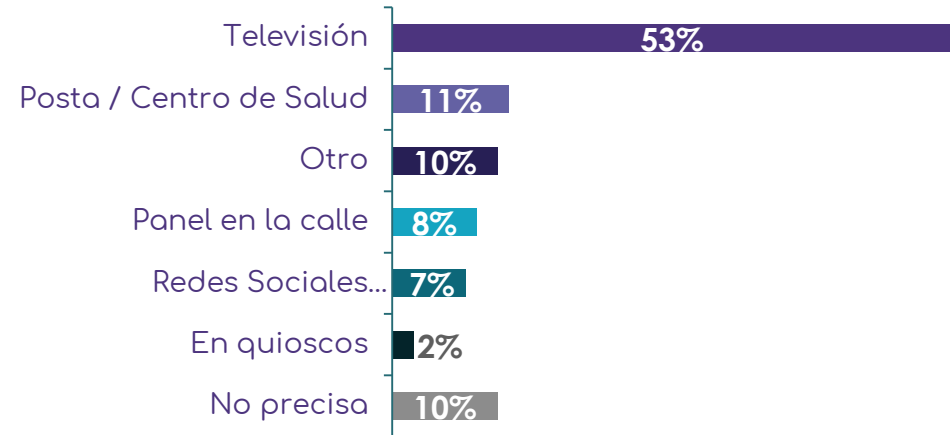
Evaluación de Spots



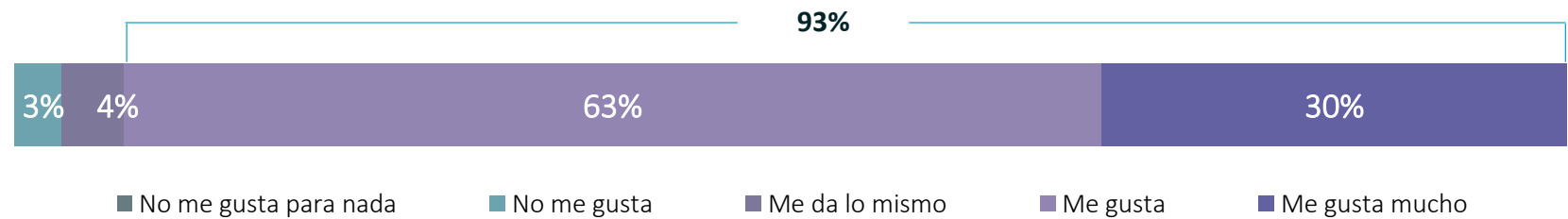
¿Recuerda haber visto esta imagen?



¿Recuerda en dónde vio esta imagen?
Base de 74 casos



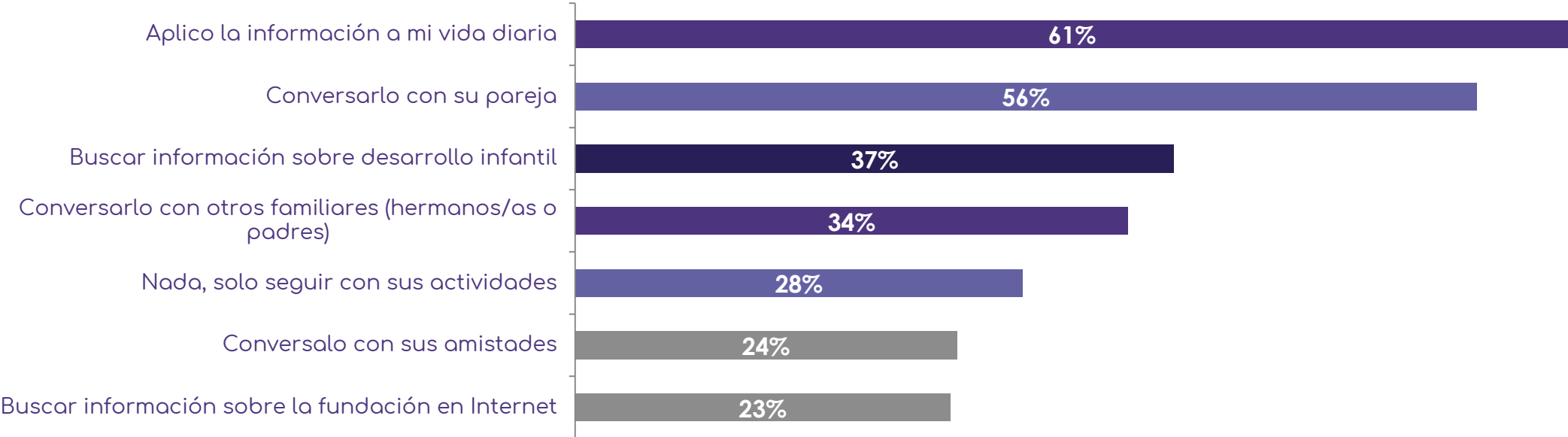
¿Qué tanto le agrada esta imagen de la Fundación Baltazar y Nicolás?



Acción Post – Anuncio publicitario

Cuando vio la publicidad de la Fundación Baltazar y Nicolás ¿qué fue lo que hizo luego?

(Respuesta Múltiple)

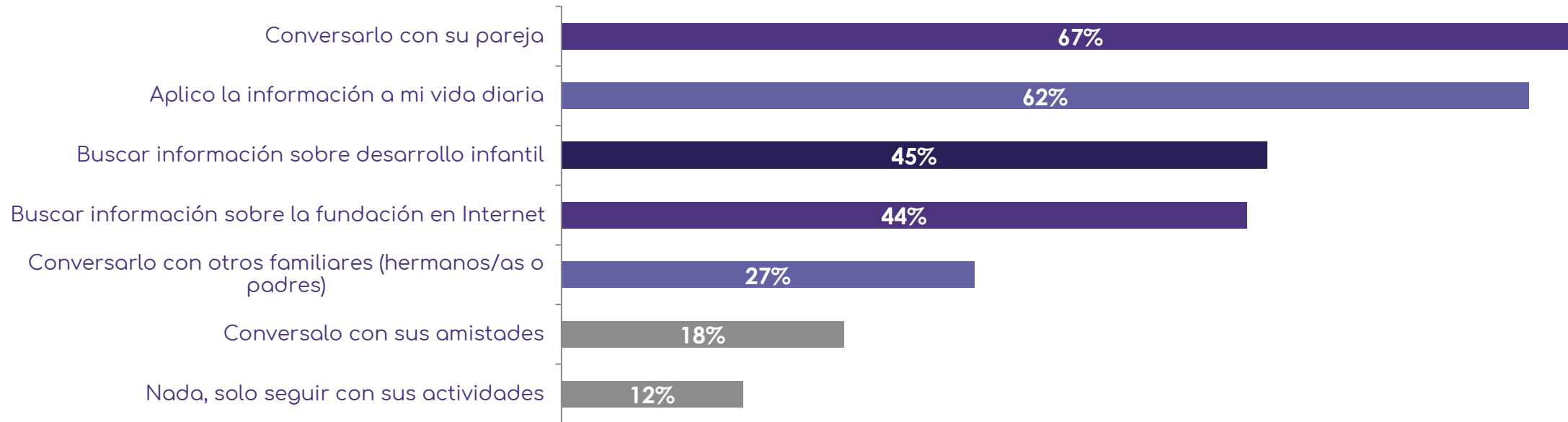


Base: 246 madres que vieron algún spot publicitario

Acción Post – Anuncio publicitario

SI NO VIO NINGUN COMERCIAL O SPOT, Luego de ver la publicidad de la Fundación Baltazar y Nicolás ¿qué haría luego?

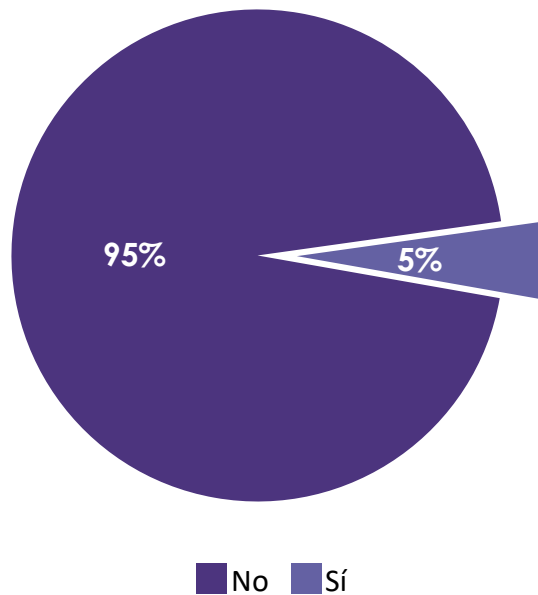
(Respuesta Múltiple)



Base: 154 madres que no vieron ninguno de los spots publicitario

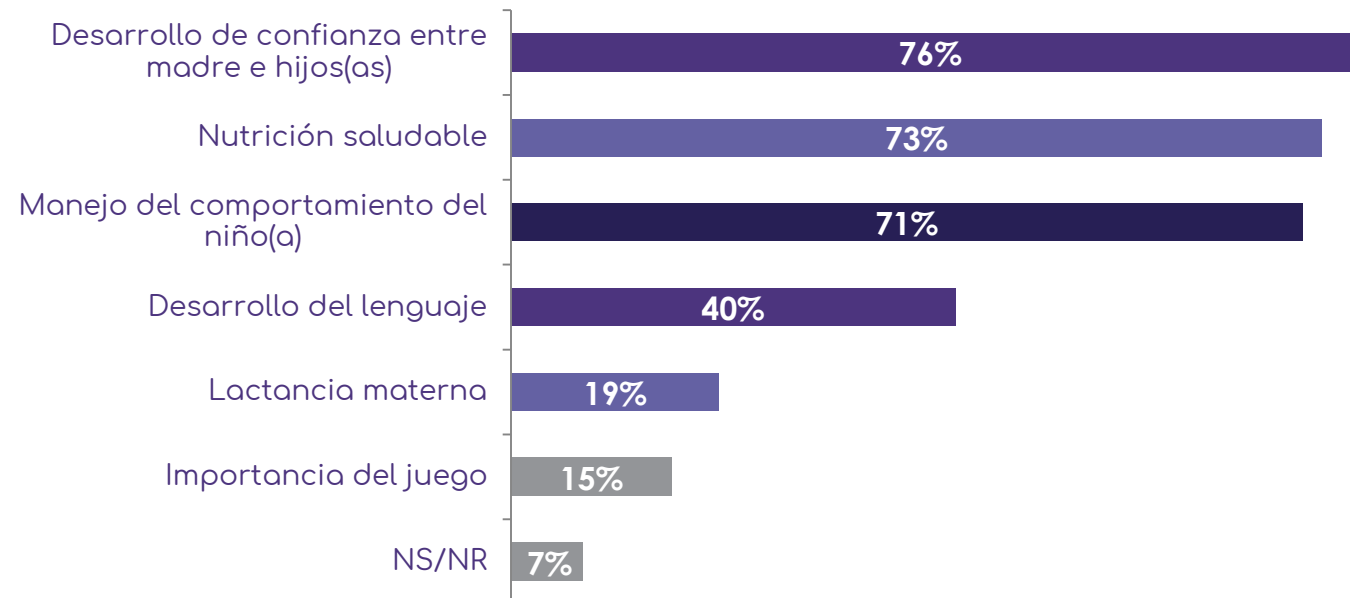
Temáticas y medios de información

¿Conoce o ha escuchado sobre la página web MIS PRIMEROS TRES.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?

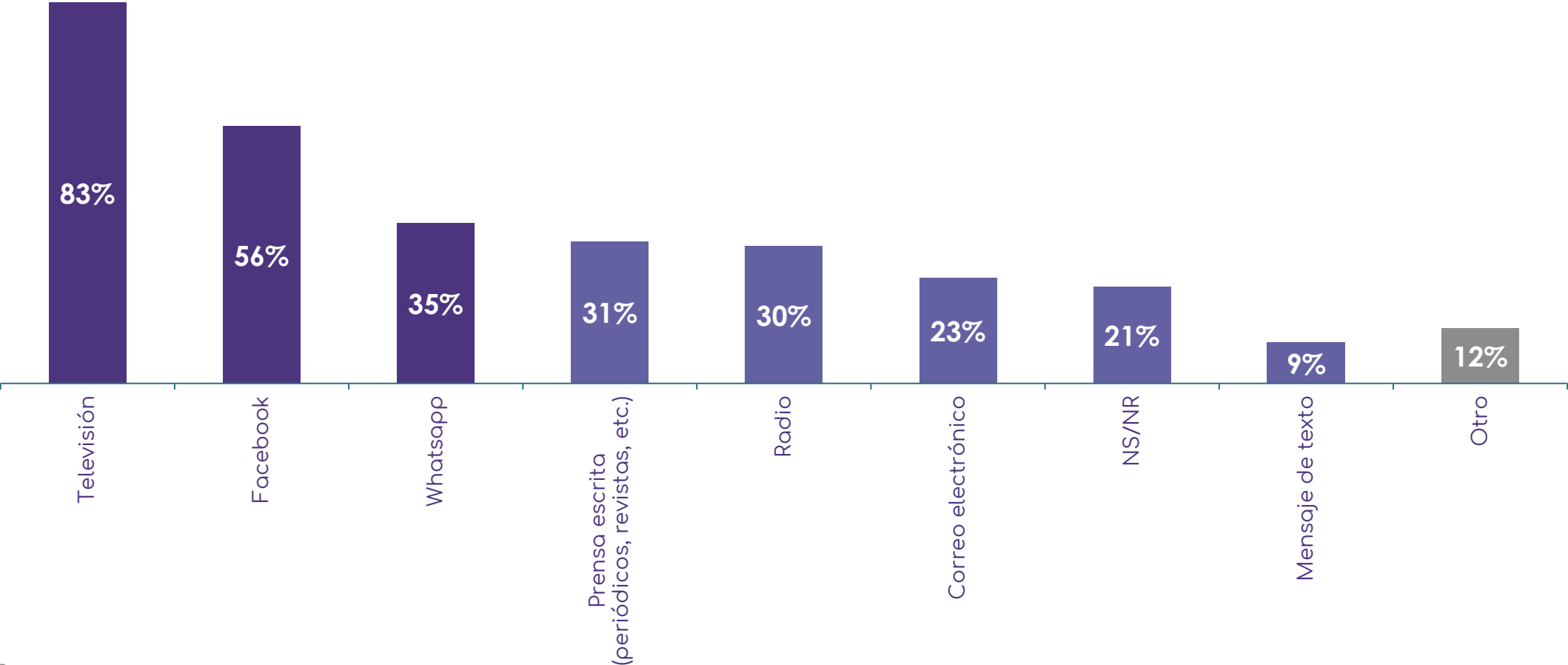
(Respuesta Múltiple)



Temáticas y medios de información

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

(Respuesta Múltiple)



Base: 400 casos

Perfil de madres usuarios de Whatsapp



Madres de **30 años** y **NSE C**



60% tiene uno o dos hijos mayores de 3 años



40% recuerda haber visto el video "Momento de la comida" y "Momento del baño"



Consideran que el momento más importante del desarrollo son los 3 y 5 primeros años



20% recuerda haber visto alguno de los spots o imágenes publicitarias



3 de cada 4 madres están interesadas por temas de (1) Desarrollo de confianza entre madres e hijos, (2) Manejo del comportamiento del niño, y (3) Nutrición saludable



Conclusiones

Conclusiones

Percepciones sobre el Desarrollo Infantil

- La mitad de las entrevistadas considera que la etapa de los primeros tres y cinco años de vida son las más importantes para el desarrollo humano, mientras que para un 7%, la adolescencia es la etapa más importante de desarrollo.
- Los cuidados de la salud física de la mujer y su hijo(a) son percibidos como los aspectos de mayor influencia y preocupación por parte de las participantes: el 73% evalúa que el cuidado de la mujer gestante (controles prenatales, alimentación entre otros) influye mucho en el desarrollo de las niñas y niños; y el 72% considera que atender las necesidades físicas del niño también influye mucho en su desarrollo.
- No obstante, 1 de cada 10 madres considera que el nivel educativo de los padres y madre no influye o influye poco en el desarrollo de los niños, además, 1 de cada 4 cree que el embarazo antes de los 19 años tampoco influye en el desarrollo de los niños.

Conclusiones

Percepciones sobre el Desarrollo Infantil

- La totalidad de las mujeres consideran que la relación de mayor importancia es la que se da entre la madre y su menor de 3 años, mientras que solo 6 de cada 7 considera importante la relación entre abuelos y nietos.
- De los aspectos vinculados al apego, el 4 de cada 5 mujeres encuestadas considera la lactancia como el momento más importante para conectarse afectivamente con su hijo o hija, seguido del momento de la alimentación con un 73%.
- Sin embargo, solo la mitad de las mujeres consideran muy importante el momento del cambio de pañales y el hecho de responder rápidamente al llanto del menor.

Conclusiones

Percepciones sobre el Desarrollo Infantil

- Respecto al llanto del bebé, si bien casi la totalidad de las mujeres piensa que el llanto es señal de que el niño(a) necesita algo, 1 de cada 4 mujeres participantes considera que es una señal de querer dominar al adulto, y 1 de cada 3 percibe que es una señal de que el bebé es engreído.
- Como respuesta al llanto, 4 de cada 5 madres encuestadas lo abrazan o le habla cariñosamente para calmar al menor. Mientras tanto, al menos la mitad de las mujeres a veces ignora al niño, o le dan algunas palmadas para calmarlo.
- Respecto a los medios para informarse sobre desarrollo infantil, 2 de cada 3 madres opta por los consejos de sus padres y madres, 5 de cada 7 prefiere informarse a través de los centros de salud, y cerca de la mitad sigue el consejo de otros familiares. Mientras que a lo mucho 1 de cada 4 encuestadas se informa mediante Facebook, YouTube, páginas web y de los consejos de amistades.

Campaña Publicitaria

- Para los tres comerciales, más de la mitad recuerda haberlo visto en el canal de América Televisión, en segundo lugar, aproximadamente 1 de cada 10 recuerda haberlos visto por el canal de Latina.
- Casi la totalidad está de acuerdo con el mensaje de los comerciales donde el llanto del bebé, el momento de la comida y el tiempo del baño son oportunidades para mejorar la relación entre padres y el bebé.
- A pesar de que el 41% de las mujeres no precisa a qué organización pertenecen los videos comerciales, 7 de cada 9 madres confían en los mensajes de la Fundación Baltazar y Nicolás
- Respecto a los spots publicitarios, a lo mucho 1 de cada 5 madres recuerda haber visto alguno de ellos. De este último grupo, más del 53% recuerda haberlo visto en un canal de televisión. Aproximadamente 1 de cada 7 recuerda haber visto los spot “Tu bebé quiere explorar” y “Tu bebé te necesita. Atiéndelo con cariño” a través de paneles en las calles, mientras que 1 de cada 10 recuerda haber visto el spot “Tu bebé te escucha. Convérsale” en las postas o centros de salud.

Campaña Publicitaria

- Casi la totalidad siente agrado por el diseño de la imagen de los tres spots publicitarios.
- 3 de cada 5 mujeres aplica a su vida diaria la información recibida de los mensajes transmitidos por el video o imagen publicitaria; y un poco más de la mitad lo ha conversado con su pareja.
- A lo mucho 1 de cada 4 madres ha conversado con sus amistades o ha buscado información por Internet luego de haber visto alguno de los spots publicitarios.
- Casi la totalidad (95%) no conoce ni ha escuchado sobre la página web de la Fundación Baltazar y Nicolás.
- 3 de cada 4 mujeres participantes está interesada en recibir información sobre el desarrollo de confianza entre madre e hijo, y de nutrición saludable. Mientras que 1 de cada 6 le gustaría tener información sobre la lactancia materna y la importancia del juego.
- Respecto a los medios de información sobre desarrollo infantil. 4 de cada 5 prefiere saber del tema a través de la televisión; un poco más de la mitad por Facebook; y 1 de cada 3, mediante Whatsapp.

Recomendaciones

Recomendaciones

- Se sugiere continuar reforzando las campañas de los spots publicitarios dirigido a las madres de nivel socioeconómico C, D y E, ya que el estudio ha evidenciado un interés por parte de las madres, las cuales, más del 50% considera prioritario la etapa de los 3 primeros y 5 primeros años de vida.
- Se sugiere desarrollar o reforzar los programas de orientación no sólo sobre el cuidado de la salud física de la madre, sino sobre la atención de necesidades emocionales y enriquecimiento de los momentos de juego, ya que son considerados aspectos medianamente influyentes para el desarrollo infantil.
- Las encuestadas han identificado a sus madres y sus padres, como una importante fuente de información sobre el cuidado de desarrollo infantil, por ello sería recomendable desarrollar espacios que inviten y consideren a estos actores de confianza.

Recomendaciones

- Resulta importante conservar el diseño de las imágenes publicitarias, gracias a su alto índice de agrado.
- Más aún sería importante que sean difundidas a través de redes sociales (Facebook).
- En relación al material de difusión, sería ideal concentrarse más en la difusión de videos comerciales en vez de los spots publicitarios.
- Es más, se sugiere circular el video “El momento de la comida del bebé”, ya que es el más recordado por las madres encuestadas.
- A nivel de canales de difusión, se sugiere dejar usar los paneles, debido a su baja tasa de recordación, sería preferible utilizar el canal de América Televisión como medio de difusión principal, y en segundo lugar, el canal de Latina.

Recomendaciones

- Sería importante priorizar una estrategia de difusión de información sobre desarrollo de confianza entre madre e hijo, nutrición saludable y manejo del comportamiento del niño(a) a través del Facebook y mensajes de Whatsapp
- Se recomienda reforzar el mensaje de la prevención y cuidado del embarazo antes de los 19 años, debido a que un porcentaje de las madres no lo perciben como un problema de salud.

The logo consists of a white line forming a partial frame that encloses the text. The text is in a clean, white, sans-serif font.

FUNDACIÓN BALTAZAR Y NICOLÁS

CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO
INFANTIL TEMPRANO