

The logo consists of the text 'FUNDACIÓN BALTAZAR Y NICOLÁS' in a white, sans-serif font, enclosed within a white rectangular border. The top-left corner of the border is cut off by a diagonal line, creating a trapezoidal shape. The background is a solid purple color with a light purple geometric shape in the upper left corner.

FUNDACIÓN  
BALTAZAR Y  
NICOLÁS

# LA CAMPAÑA

# CAMPAÑA: “Familias con Respeto y Amor”



MERECEN TU AMOR, NO TUS GOLPES

Motivo niños



LLAMA GRATIS A LA LÍNEA 100

Motivo mujeres

# CAMPAÑA: “Familias con Respeto y Amor”

El proyecto fue un trabajo en conjunto



**Bernard  
van Leer**  
FOUNDATION



Aliado técnico:

**MIMP**  
Ministerio de la Mujer y  
Poblaciones Vulnerables

Programa Nacional para la  
Prevención y Erradicación de la  
Violencia contra las Mujeres e  
Integrantes del Grupo Familiar -  
AURORA

# CAMPAÑA: “Familias con Respeto y Amor”

## PROBLEMA A RESOLVER

El aumento de los casos de violencia dentro del hogar, a partir del decreto de Estado de emergencia en el país.

## OBJETIVO

Motivar el buen trato y la búsqueda de apoyo frente a la violencia en cualquiera de sus formas, durante la cuarentena.

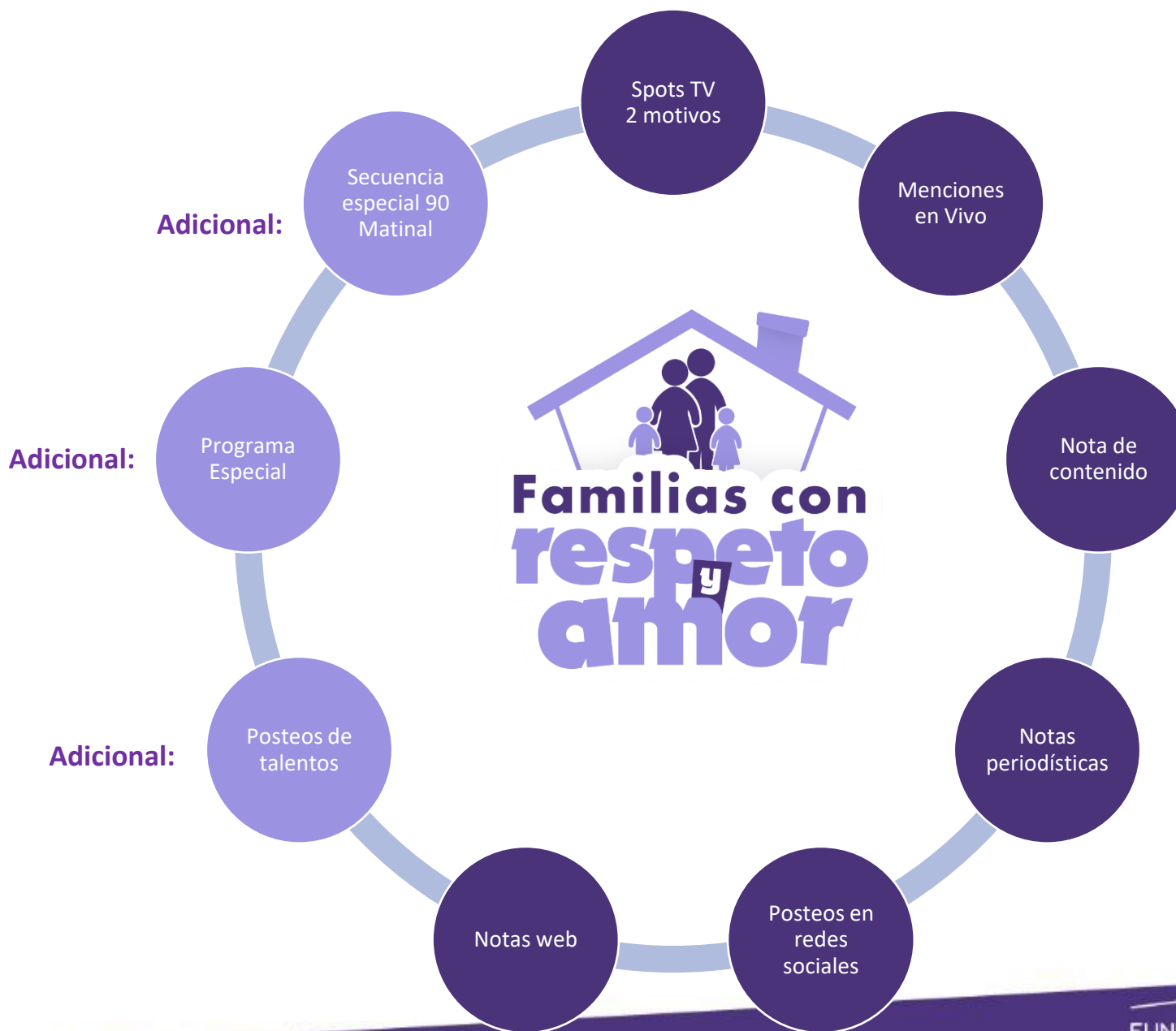
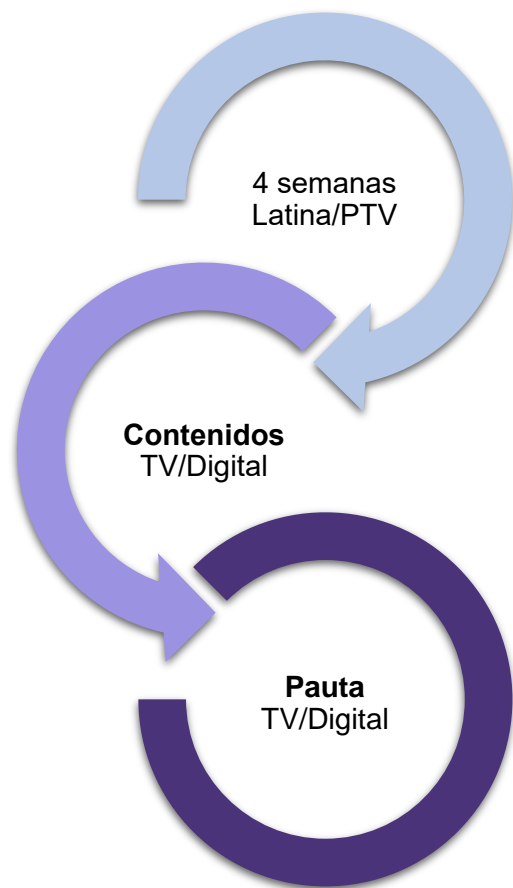
## PÚBLICO OBJETIVO

Público primario: Mujeres a nivel nacional, de todos los niveles socio económicos.

Público secundario: Niñas y niños a nivel nacional, de todos los niveles socio económicos.



# ECOSISTEMA



# RESULTADOS DE T.V.

# RESULTADOS EN ADULTOS TOTAL

199

PRESENCIAS A LO LARGO DE LA CAMPAÑA

362

TRPS (SUMA DE PUNTOS DE RATING)

55.5%

DE ALCANCE SOBRE EL UNIVERSO

6.5 VECES

EN PROMEDIO SERÁN VISTAS LAS PRESENCIA DURANTE LA CAMPAÑA

5,744,600

ESPECTADORES A LO LARGO DE LA CAMPAÑA.



# EN PERSONAS TOTAL

199

PRESENCIAS A LO LARGO DE LA CAMPAÑA

320

TRPS (SUMA DE PUNTOS DE RATING)

52.1%

DE ALCANCE SOBRE EL UNIVERSO

6.1 VECES

EN PROMEDIO SERÁN VISTAS LAS PRESENCIAS DURANTE LA CAMPAÑA

7,111,400

ESPECTADORES A LO LARGO DE LA CAMPAÑA.

# PRINCIPALES RESULTADOS EN DIGITAL

IMPRESIONES  
(veces que se mostraron / impactos)

+570 Mil

REPRODUCCIONES  
TOTALES

+172 Mil

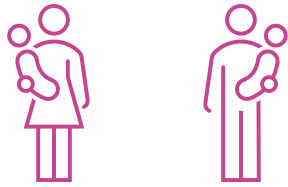
INTERACCIONES  
TOTALES

+15 Mil

# EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA

# CAMPAÑA FAMILIAS CON RESPETO Y AMOR

Se tomaron 2 muestras durante el estudio:



- 314 madres y padres encuestados
- 70% madres y 30% padres
- La mayoría tenía hasta 39 años
- 80% Cuenta con estudios superiores



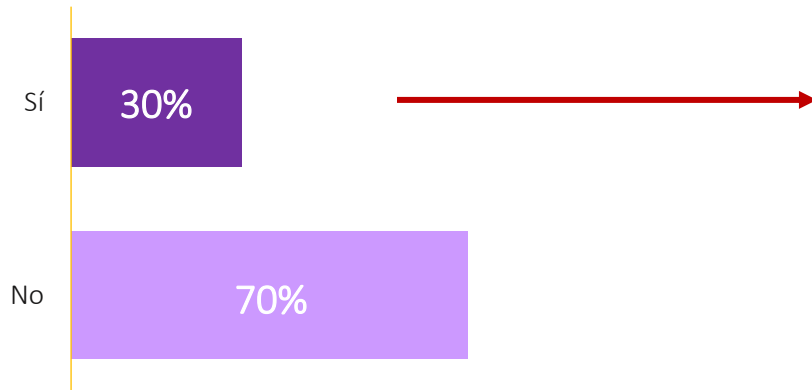
- 430 mujeres y hombres mayores de 18
- 70% mujeres y 30% hombres
- La mayoría tenía hasta 40 años
- 82% Cuenta con estudios superiores

Dentro del grupo de 430, se encuentran considerados los 314 madres y padres.

# EVALUACIÓN DEL SPOT - ADULTOS

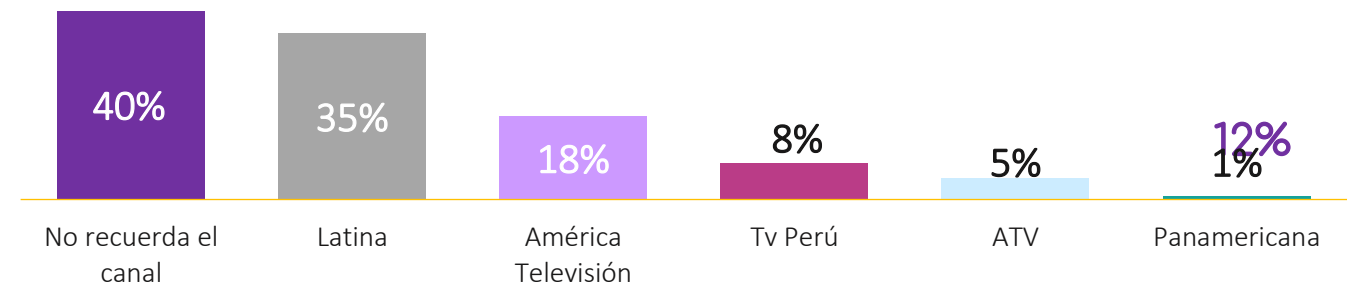
¿Recuerda haber visto este video en televisión?

Base: 430 participantes



¿En qué canal vió el comercial?

Base: 131 participantes que vieron el comercial



El mensaje del comercial es "Buscar ayuda si es víctima de violencia o presencia violencia contra la mujer", ¿Usted está de acuerdo o en desacuerdo con el mensaje?

Base: 430 participantes

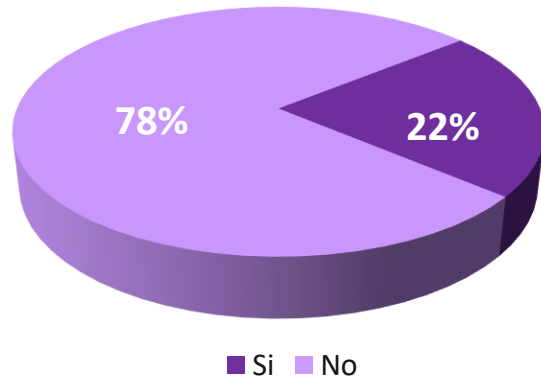


Muy en desacuerdo   En desacuerdo   Neutral   De acuerdo   Muy de acuerdo

# EVALUACIÓN DEL SPOT – PADRES Y MADRES

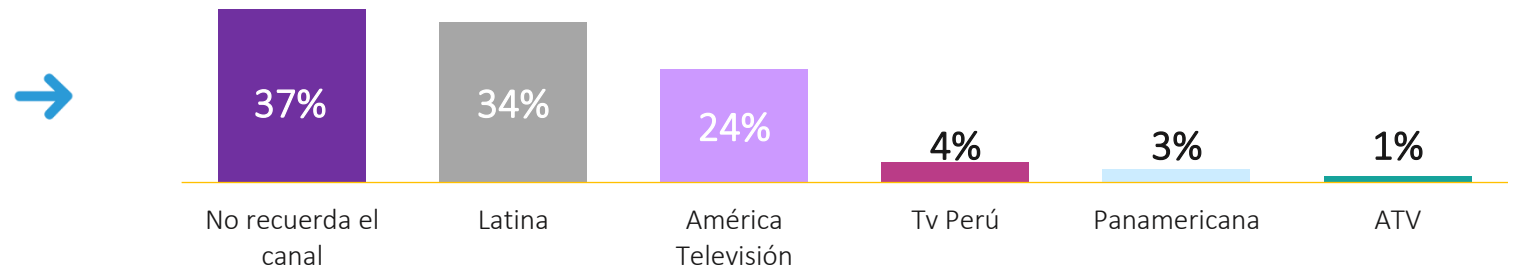
¿Recuerda haber visto este video en televisión?

Base: 314 papás y mamás de menores de 3 años



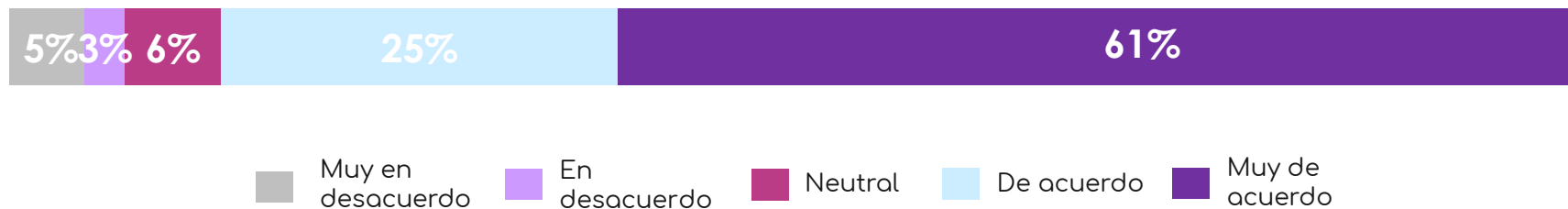
¿En qué canal vió el comercial?

Base: 71 padres y madres que vieron el comercial



El mensaje del comercial es “Buscar ayuda si es víctima de violencia o presencia violencia contra niños y niñas”, ¿Usted está de acuerdo o en desacuerdo con el mensaje?

Base: 314 papás y mamás de menores de 3 años



Convivencia	
Si	No
64%	48%



Mis Primeros Tres



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

# FUNDACIÓN BALTAZAR Y NICOLÁS



Fundación Baltazar y Nicolás



[www.fundacionbaltazarynicolas.org](http://www.fundacionbaltazarynicolas.org)