

Memoria Anual Institucional **2020**



FUNDACIÓN
BALTAZAR Y
NICOLÁS

CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO
INFANTIL TEMPRANO

Carta del Presidente



El 2020 será recordado como el año más retador de nuestras vidas; enmarcado en incertidumbre económica, inseguridad ciudadana, y principalmente en salud. El contexto de la pandemia nos obligó a un cambio acelerado, pues no podíamos abandonar nuestro mandato, a nuestras comunidades, y a todos los hogares de madres y padres, con niños, que podemos impactar positivamente. ¿Cómo enfrentamos el 2020 y cómo seguiremos enfrentando el reto en el 2021 y en el futuro?

Arrancamos identificando las brechas que se han ampliado para los niños y niñas de nuestro país, como primer paso de un largo camino que nos hemos propuesto recorrer para atender a los grupos más vulnerables de la sociedad. Descubrimos que la infancia estaba siendo bastante afectada por la pandemia, de modo contrario a lo que muestra la tasa de infección y mortalidad en menores de edad. Aunque el virus no tuvo un fuerte impacto en la salud en la niñez, los hogares de los más pobres sufrieron significativas consecuencias por la pandemia.

Desde la Fundación Baltazar y Nicolás, tomamos acción desde el inicio; primero, enfocados en cuidar y proteger a cada uno de nuestros colaboradores y pensando además en cómo su trabajo, que había sido hasta ese momento presencial, debía seguir enfocado en ayudar a nuestras familias.

Si pudiera resumir lo que hemos hecho en este 2020, les contaría que a pesar de no ser nuestro mandato, arrancamos apoyando a las familias en cubrir sus necesidades básicas, gestionando el apoyo social con el apoyo de todos los amigos de la Fundación; esto nos permitió llevar víveres, útiles de limpieza, pañales y suplementos de hierro, para que las familias no sientan mucho los efectos de la cuarentena inicial.

Nos reinventamos impulsando un programa de acompañamiento no-presencial y, así, virtual, para estar al lado de las familias brindándoles soporte emocional y trabajando pautas de cuidado y crianza del niño. Este programa lo

hemos monitoreado mes a mes a fin de ver la adherencia y la confianza de las madres principalmente en esta nueva forma de estar cerca a ellas. Sacamos adelante, junto con Latina TV, una campaña masiva de comunicación de lucha contra la violencia a niñas, niños y mujeres, la cual denominamos: "Hogares con respeto y amor" y pusimos al aire el concepto de sensibilidad materna con nuestra campaña de comunicación "Con HAMA (Habla, Abraza, Mira, Acompaña) aprendí".

Además, a través de nuestras alianzas, con la Pontificia Universidad Católica del Perú y Copera Infancia hemos podido levantar información y generar evidencia sobre la vulnerabilidad de salud mental del cuidador. Esto nos abre otros frentes en nuestra lucha para tener hogares sanos y lograr niños e individuos sanos, lo que nos abre el panorama a nuevas intervenciones con las familias. Tuvimos también capacidad para empujar proyectos complementarios, incluyendo el de padres leyéndoles a sus hijos, además de comunidades escribiendo una colección de cuentos que difundiremos y generarán acciones complementarias.

Hemos tratado de aprovechar esta difícil coyuntura para no perder nuestra cercanía e intimidad con las familias. Hemos aprendido a ser más digitales, sin perder de vista que nuestra acción requiere de generar la confianza así como los mensajes apropiados para el contexto correcto. No abandonaremos en estos momentos a quienes nos necesitan y seguiremos con el mandato de tocar positiva y beneficiosamente la vida de más familias. El 2020 ha sido un año difícil, el 2021 promete algo de lo mismo, pero siendo optimistas vemos la luz al final del túnel, y por todo ello no es el momento de atenuar nuestras acciones. Además, si hay algo que el 2020 y 2021 resaltan, es el gran liderazgo y calidad del equipo de la Fundación que pudo y podrá reinventarse para seguir ayudando a madres y padres a criar a mejores ciudadanos en el presente para ofrecerles un mejor futuro. A ellos debo agradecerles y celebrarles.

Jesús Zamora
Fundador

Tabla de Contenidos

02

Carta del Presidente

04

Nuestro directorio

05

Alianzas Institucionales

11

Nuestra apuesta 2020

11

Laboratorio
Social

13

Programa CIB
Virtual

17

Programa de
comunicación
social

21

Rendición de cuentas 2020

22

Separados hoy, juntos siempre

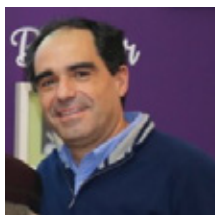
23

Retos al 2021

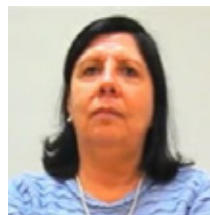


Nuestro directorio

En octubre del 2020, se realizó la sesión del Consejo Directivo en el que participaron los 7 directores de la Fundación y su Gerenta, Rommy Ríos. En la junta se aprobó el informe de Auditoría de los Estados Financieros del 2019 el cual contó con la opinión favorable del equipo auditor liderado por TGS Sarrío y Asociados. Asimismo, se aprobó la Memoria Anual 2019 que resume las acciones de la Fundación de ese año. Por otro lado, se informó de las acciones en respuesta a la nueva coyuntura social del 2020 y la adaptación de nuestros proyectos a este contexto.



Jorge Basadre
Miembro del
Directorio de la
Fundación



**Maricarmen
Rivera**
Miembro del
Directorio de la
Fundación



Hoy podemos decir que con los mismos recursos podemos captar a más familias, darles un acompañamiento más frecuente y a un menor costo. De igual manera, hemos desarrollado nuevas capacidades en nuestro colaboradores, siendo hoy más sensibles para dar un soporte y contención a las familias.



“Tengo la suerte de conocer y estar cercana a la Fundación desde sus inicios, y ahora me enorgullece ver que es una organización sólida, con un muy buen equipo de colaboradores, posicionada en su quehacer, con muchos logros dentro de su ámbito de acción, la primera infancia. A pesar de ser una institución todavía pequeña, tiene mucha proyección y metas por alcanzar, que esperamos ver con el apoyo de todos.



Alianzas Institucionales



4000 canastas con alimentos para prevenir la anemia entregadas y 293 familias reciben acompañamiento gracias al financiamiento e AUNA.

Nuestra alianza con AUNA se implementa desde el 2015, permitiendo apoyar nuestras acciones de acompañamiento a familias de Jicamarca y Pachacútec. La emergencia sanitaria no impidió continuar con estos esfuerzos y en el 2020 el apoyo financiero permitió:

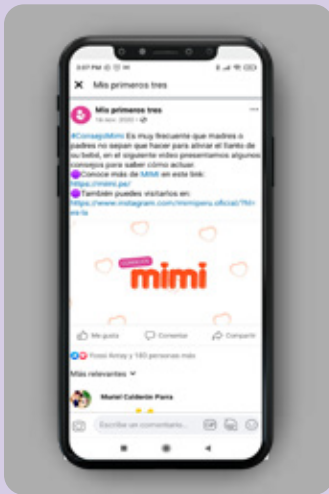
- Acompañar virtualmente a 293 familias (26 gestantes y 267 familias con niños menores de 3 años).
- Entrega mensual por cuatro meses de 1000 canastas con productos de primera necesidad a familias programa CIB.

Grupo Gloria, MIMI y los amigos de la Fundación:



1750 familias beneficiadas con el apoyo social brindado gracias a los amigos de la Fundación

A causa de la emergencia sanitaria se movilizó a los amigos de la Fundación a fin de apoyar a las familias vulnerables (madres gestantes y niños menores de tres años) de los distritos de intervención de nuestro Programa Comunitario, a raíz del diagnóstico realizado iniciada la cuarentena, se identificó que el 81% de familias no reciben apoyo de ningún programa social del estado y que el 83% tenían trabajos informales de ingreso diario. Se contó con el apoyo del Grupo Gloria, Prodesac y de personas que buena voluntad que nos permitió entregar en mayo 750 y en diciembre 1000 canastas a las familias de Pachacútec (Ventanilla) y Jicamarca (San Antonio).



16 videos producidos con un promedio de 92 mil vistas en nuestras redes sociales, realizados gracias al apoyo de MIMI.

Gracias a la alianza con Prodesa SAC, responsables de la elaboración de productos de cuidado personal dentro de las categorías de cuidado infantil con la marca de MIMI pañales, pudimos hacerlos auspiciadores de nuestra plataforma digital Mis Primeros Tres; “Consejos Mimi” que estuvo orientada a brindar mensajes relacionados a la formación del vínculo entre la madre, padre y su bebé. Así mismo, esta alianza permitió poner a disposición de MIMI contenidos de valor para las familias en salud, nutrición y crianza del bebé; los mismos que fueron adaptados y difundidos en la comunidad MIMI.



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DEL PERÚ



En el 2020, cerca de 5 972 familias con niños menores de 6 años de Lima, respondieron las primeras tres rondas de la Evaluación Continua de Impacto de la COVID-19 (ECIC-19), identificando que en promedio 7 de cada 10 cuidadores tiene signos de estrés, ansiedad o depresión.

Nos unimos a la PUCP para poder implementar una iniciativa que presentó la Universidad de Oregon a la Fundación, denominada RAPID EC para determinar información para la toma de decisión de la situación de los niños.

Después de algunos meses de coordinaciones y esfuerzos compartidos en un equipo liderado por Magaly Nóbrega, docente Principal del Departamento de Psicología PUCP, el Grupo de Relaciones Vinculares de la PUCP, Copera Infancia (movimiento de la sociedad civil que preside la Fundación) y Fundación Baltazar y Nicolás, propuso el instrumento “Evaluación continua del impacto del COVID-19 en el desarrollo y bienestar de niños y niñas menores de 6 años”, el cual vió la luz en noviembre 2020.

Logo anterior

FUNDACION
BALTAZAR Y
NICOLAS

Logo actual

FUNDACIÓN
BALTAZAR Y
NICOLÁS

4 proyectos elaborados a través de los TRAES de los cuales 4 estamos poniendo en marcha.

Desde el 2019 la Fundación Baltazar y Nicolás y la Escuela Toulouse Lautrec vienen trabajando en colaboración interinstitucional, con el objetivo de generar proyectos innovadores con alto valor social en primera infancia. En el 2020 se trabajó con los cursos de Dirección y Diseño Publicitario, Diseño Gráfico y Dirección y Diseño Gráfico, realizando los siguientes proyectos en beneficio de la Fundación:

- 1 Campaña de comunicación.
- 2 Rebranding.
- 3 Fichas de difusión sobre temas de desarrollo infantil Temprano, que permitió a los padres tener información de primera mano.

Además, se realizó la primera propuesta del APP Mis Primeros Tres, insumo importante para lo que actualmente venimos construyendo.



Dos campañas masivas con contenido de valor para madres, padres y cuidadores de niños menores de 36 meses.

Durante el año 2020, nuestra presencia en medios se fortaleció.

A finales de mayo, en conjunto con Latina Televisión lanzamos la tercera semana de mayo la campaña "Familias con respeto y amor" con el objetivo de promover un mensaje acerca del buen trato y búsqueda de apoyo, ante la violencia en cualquiera de sus formas. La campaña contó con spots de TV y menciones en vivo, así como también notas de contenido con especialistas, notas web y posteos en las redes sociales.

Finalmente, la segunda semana de noviembre se lanzó la campaña "Con HAMA aprendí", orientada a posicionar una herramienta para dar una respuesta sensible frente al estrés del niño.



Una campaña masiva de comunicación para promover la sensibilidad parental diseñada, producida y puesta en marcha.

Gracias a la alianza con el Grupo Havas, nos unimos a la agencia Arena para crear: "Con HAMA aprendí", actual campaña masiva que tuvo una etapa de creación y creación a mediados del 2020, y, para el mes de septiembre se pudo tener dos spots creados en base a dos mensajes:

HABLA ABRAZA MIRA ACOMPAÑA

Cuando tu bebé no quiere comer, prueba usando HAMA; y, Si tu bebé quiere jugar con tu celular, prueba usando HAMA.

Gracias al apoyo del Grupo Havas, "Arena" lideró el plan de medios sugerido para la campaña, gestionando el apoyo de los medios de comunicación, permitiendo alcanzar:

480 avisos durante 16 días en 4 emisoras radiales, 132 avisos en Latina Televisión (por 80 días), 59 avisos en ATV (durante 26 días) y 21 avisos en América TV (por 7 días).



Se logró impactar a 7, 111,400 espectadores a lo largo de la campaña para la reducción de violencia Familias con "Respeto y amor" en asocio con FBVL, Latina TV y Fundación Baltazar.

Desde el 2017 la Fundación Bernard van Leer, viene apoyando las actividades del Programa de Comunicación Social de la Fundación, con el objetivo de potenciar los mensajes y así amplificar el impacto en las familias.

Es así que durante el 2020, gracias este apoyo pudimos poner en marcha la campaña digital #JuntosSuperaremosTodo, con el objetivo de informar sobre las medidas del Gobierno frente a la pandemia. El resultado fue el incremento en 1080 familias nuevas en el facebook de la Fundación.

Asi mismo, con los fondos del proyecto pusimos al aire las campañas "Familias con respeto para la prevención de violencia" y "HAMA" para abordar respuestas sensibles del cuidador.



Apoyo de colaboradores de ENFOCA permitió realizar acompañamiento a 107 familias del Programa Comunitario CIB.

Para el 2020 planteamos de manera conjunta la campaña denominada "ENFOCADOS EN AYUDAR", la misma que tuvo como reto movilizar las donaciones de los colaboradores de Enfoca para apoyar a las familias de Jicamarca y Pachacútec.

Bajo el slogan "Por cada sol que dones la empresa donará dos", la campaña permitió llegar a 107 familias, las cuales recibieron el acompañamiento para que logren establecer un vínculo con sus hijas e hijos y estén más conectados con promover el desarrollo integral de sus capacidades.

Este logro fue gracias a la motivación y expectativa de cada uno de los 27 colaboradores que se sumaron a la causa.



A mediados de septiembre del 2013, dos instituciones unidas en esfuerzos y sueños en pro de darle una nueva mirada y calidad en atención a niños y niñas, inician su alianza. Varios años caminando juntos han permitido, tener un espacio acogedor, acorde a sus diversos intereses y necesidades, acompañados de sus madres y padres, el CIB Jicamarca y atender a muchas familias de la zona.

En el 2020, trabajamos de la mano de la Congregación de Religiosas Misioneras de la Cruz liderada por la Madre María Saavedra, permitiendo llevar con éxito las campañas de apoyo social para mitigar las necesidades de las familias del anexo 8 de Jicamarca.



Sembrando
Juntos



En noviembre del 2015, gracias al apoyo de Andino Investment Holding en alianza con Sembrando Juntos, se colocó cuatro contenedores en Pachacútec - Ventanilla los cuales estaban destinados para desarrollar dos proyectos para la comunidad: una biblioteca comunitaria y el programa CIB Pachacútec de atención a familias con niños de 0 a 3 años de la Fundación Baltazar y Nicolás. Dichas familias, tienen recursos limitados y bajo nivel educativo, pero con gran interés en el presente y futuro de sus pequeños hijos.

Durante el 2020, hemos establecido las coordinaciones necesarias para asegurar el mantenimiento y cuidado del local donde se instalan nuestros servicios y los de ellos; permitiendo realizar sin inconvenientes el teletrabajo en ambas instituciones.

COPERA
infancia



La Comunidad Peruana de Aprendizaje en Primera Infancia (COPERA INFANCIA), está conformada por instituciones y profesionales vinculados a temas de Primera Infancia, en ese sentido, la Fundación Baltazar y Nicolás forma parte de esta gran comunidad desde mediados del 2019, siendo elegida para ejercer la presidencia durante el periodo 2020-2021.

En el 2020, la nueva directiva presidida por nuestra gerenta Rommy Ríos, inició sus acciones enfatizando en el plan de trabajo la necesidad de movilizar a la sociedad civil para incidir en la importancia de abordar las principales brechas en la atención de niñas y niños.

Para esto, la Fundación, apoya a través del Programa de Comunicación Social, en posicionar al movimiento organizado desde la sociedad civil para la defensa de los derechos de las niñas y niños. Y es así, que se pudo concretar el trabajo conjunto con la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), permitiendo a Copera formar el Comité de Incidencia con participación de diversos sectores a fin de tomar decisiones para el abordaje de la problemática que se recoge en la ECIC-19.



Nuestra apuesta 2020

1. Laboratorio social

Con el fin de asumir los retos de asegurar servicios públicos más idóneos para lograr el Desarrollo Infantil Temprano, en el 2020 se aperturó el laboratorio social ByN, el cual nace con la finalidad de liderar acciones de monitoreo y evaluación de los programas de la Fundación, así como proponer la agenda de investigación e innovación en temas de Primera Infancia.

A lo largo del año se realizaron avances relevantes como el diseño de la teoría de cambio del programa Comunitario CIB, tanto de la modalidad presencial como virtual, a fin de tratar de asegurar a través de los recursos digitales el contacto con las familias de nuestra comunidad. Así mismo, se ha impulsado la puesta en marcha de la Evaluación Continua del Impacto de la COVID-19 en los factores de desarrollo de niñas y niños menores de 6 años de edad (ECIC 19).

Evaluación Continua del Impacto de la COVID 19 en indicadores del desarrollo de niñas y niños menores de 6 años - ECIC 19:

En respuesta a la situación actual originada por la pandemia mundial de COVID-19, la Universidad de Oregon (Estados Unidos), a través del Center for Translational Neuroscience, implementó la encuesta online RAPID-EC, con el objetivo brindar datos sobre el impacto de la pandemia en el desarrollo de niñas y niños menores de 5 años, de manera continua.

En el Perú, gracias a una iniciativa de la Fundación Baltazar y Nicolás unimos esfuerzos con el Grupo de Investigación Relaciones Vinculares y Desarrollo Socioemocional de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) y la Comunidad Peruana de Aprendizaje para la Primera Infancia (COPERA Infancia), tomaron el reto de implementar lo que se ha denominado Evaluación Continua del Impacto de la COVID 19 en indicadores del desarrollo de niñas y niños menores de 6 años ECIC-19, planteando a partir de los resultados:



1. Realizar incidencia con los gestores de políticas, programas y proyectos en infancia para la toma de decisiones.



2. Diseñar mensajes clave dirigidos a las familias que respondan a sus necesidades de información y/o preocupaciones.

Este proyecto ha permitido posicionar a la Fundación, como una institución que promueve el DIT, además de visibilizar nuestros esfuerzos con las instituciones como el MINEDU, MIDIS, MINSA, entre otros. Además, como parte de nuestro compromiso a través del Programa de Comunicación Social, profundizamos los mensajes clave al abordaje de los hallazgos encontrados en cada versión de la ECIC-19, elaborando lo que denominamos Cartilla.

Finalmente la ECIC-19 se aplica a las familias del Programa Comunitario CIB, lo cual nos ha permitido visibilizar la necesidad de trabajar un componente de acompañamiento a la salud emocional del cuidador. Durante el 2020 se ejecutaron tres rondas de la encuesta, en los meses octubre, noviembre y diciembre, teniendo un repositorio de los materiales, resultados y otros en la sección ECIC-19 de [la página web de la Fundación](#).

Las instituciones públicas que participaron en estas ediciones fueron el Instituto de Investigación Nutricional (IIN), la Municipalidad de Lima y el Ministerio de Educación (MINEDU). Por parte de la sociedad civil organizada cabe mencionar a SUMBI, Red Suma, Transforma, Caritas Gracianas y Copera Infancia, además de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) y la Fundación Baltazar y Nicolás (FByN).

Seguimiento y evaluación del Programa Comunitario CIB Virtual

Debido al contexto, el Programa Comunitario se ha adaptado a una intervención de tipo virtual, denominada CIB Virtual, cuya finalidad es acompañar a las familias en lograr cuatro resultados clave en la vida de las niñas y niños: nacimiento saludable, apego seguro, adecuado estado nutricional y regulación de emociones. Este cambio, exigió revisar la teoría de cambio del programa CIB. Para garantizar el cumplimiento de objetivos del programa CIB Virtual fue necesario desarrollar el Sistema de Monitoreo y Evaluación, a partir de su Teoría de Cambio y el plan de Monitoreo y evaluación, que ha permitido mes a mes valorar la adherencia de las familias a una nueva modalidad de acompañamiento, mientras que plantea el reto de la evaluación para el 2021.

2. Programa CIB virtual



Nuestros primeros pasos en el acompañamiento virtual

El programa emblemático de la Fundación de acompañamiento familiar, se vio obligado a reinventarse, no abandonamos a nuestras familias, e implementamos el acompañamiento virtual, realizamos llamadas, enviamos mensajes, audios y videos interactivos a través de WhatsApp, incluyendo no solo mensajes sobre el desarrollo del niño, si no también prevención del coronavirus.

Cambio de lo presencial a lo virtual



1 Diagnósticos de la situación de las familias | 718 Familias

2 Revisión de evidencias internacionales |

3 Reformulación de la teoría de cambio del Programa |

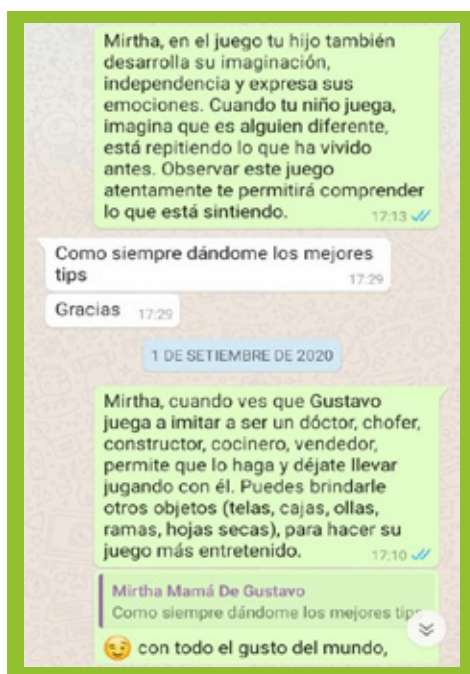
Todo esto permitió que cada familia participante del Programa reciba semanalmente

- 01 Mensaje Informativo
- 01 Mensaje de consejo práctico - actividad
- 01 Llamada de acompañamiento la cual sirve para dar contención inicial a las familias y abordar los contenidos que semanalmente hacemos llegar de acuerdo a la edad del niño.

Esta intervención virtual, nos permite abordar cuatro resultados del Desarrollo Infantil que son prioridad del Programa:

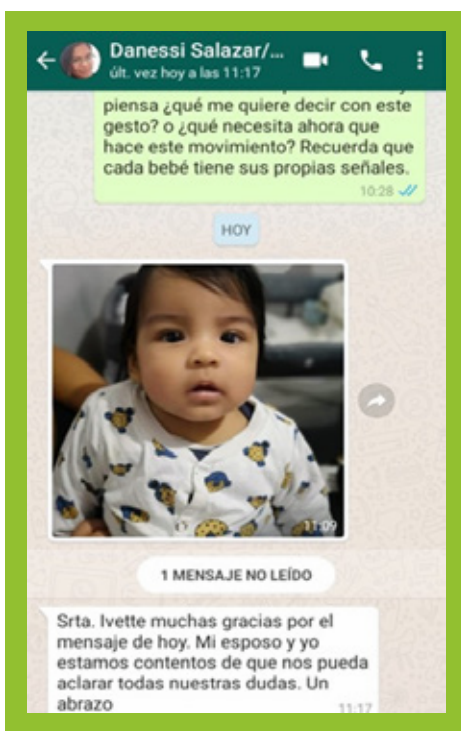
- Nacimiento saludable (trabajo con gestantes)
- Apego seguro (niños menores de 18 meses)
- Adecuado estado nutricional (prevención de anemia)
- Regulación de emociones (menores de 36 meses)

Testimonios de las Familias Usuarias



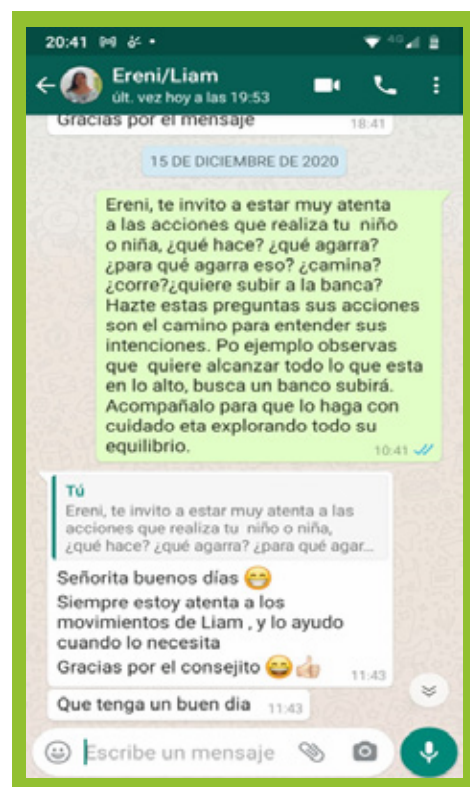
Sra. Mirtha Acosta, madre de Gustavo Benites (32 meses)

Acompañante: Camila del CIB Pachacútec.



Danessi, madre de Matias de 4 meses.

Acompañante: Ivette del CIB Pachacútec.



Danessi, madre de Matias de 4 meses.

Acompañante: Ivette del CIB Pachacútec

Principales resultados del Programa CIB 2020

- | 28 semanas de acompañamiento en el 2020.
- | 22, 010 acompañamientos, desde junio hasta diciembre, habiendo logrado el 81% de la meta anual.
- | Continuamos a pesar de la distancia, trabajando con las familias voluntarias de la comunidad Familias Embajadoras (FEC), teniendo un total de 22 madres participantes (11 en cada zona).

Acompañamiento

929

familias fidelizadas y 215 participantes eventuales de 1144 familias atendidas del programa CIB virtual.

71%

de las timbradas efectivas se dieron en el primer intento, es decir, en las 3 primeras timbradas.

44 963

envíos de mensajes escritos a las familias mediante el WhatsApp, de los cuales 22485 fueron de información general y 22478 de consejos prácticos.

98%

de las madres participantes que reciben mensajes de información general y consejos prácticos, leen y mencionan los mensajes. 98% De los mensajes enviados, fue comprendido por las familias.

Concurso: “Los cuentos del viento”

Con el objetivo de fortalecer los lazos familiares y conocer la realidad de nuestras familias pertenecientes al CIB en torno a la pandemia. Desde el programa CIB, se impulsó la participación en el concurso “Los cuentos del viento”, el cual consistía en crear una narración en torno a los tiempos del confinamiento.

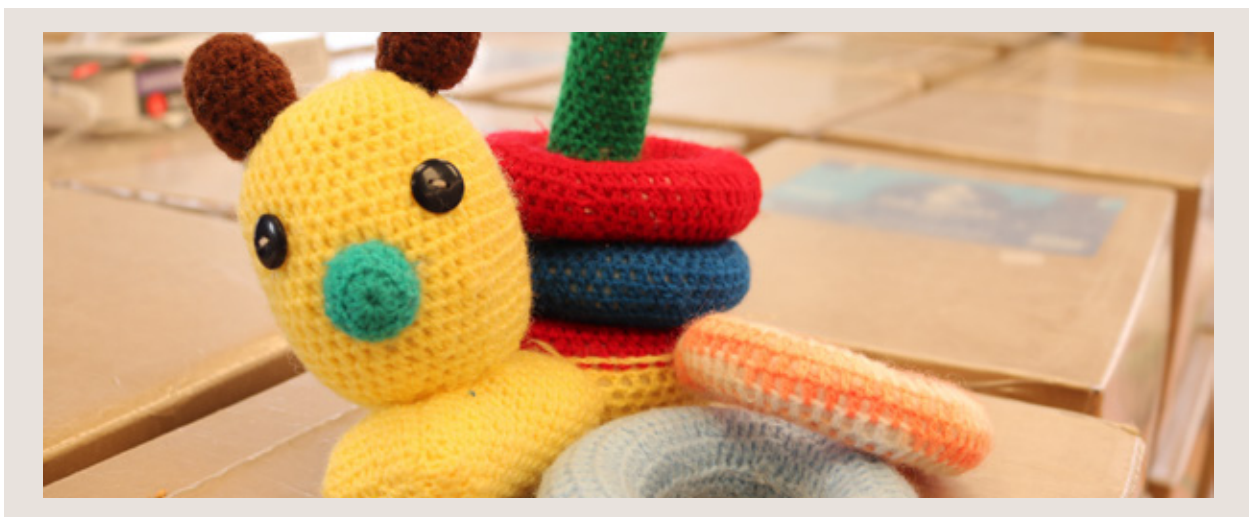
Participaron un total de 44 mamás participantes del programa, quienes enviaron a sus respectivos acompañantes historias contadas a sus bebés a través de un vídeo.



Campaña: “La juguetería de mamá”

Esta campaña buscó fomentar en las madres la elaboración de juguetes no estructurados y a costo cero para el interés de sus hijos fomentando el uso de materiales reciclados, además de dar visibilidad al diseño de juguetes que tienen un valor importante en la exploración y descubrimiento de los niños.

Fueron 405 madres las participantes de la campaña donde también participaban los padres, rescatando así los valores de solidaridad, comprensión, amor y unión.



3. Programa de comunicación social



Desde el Programa de Comunicación Social, generamos una estrategia digital dedicada a informar y orientar a las familias sobre las medidas de prevención del coronavirus, así como aprovechar los espacios que la cuarentena ofrecía para promover el desarrollo de las niñas y niños.

Implementamos la campaña #JuntosSuperaremosTodo, que simboliza una invocación a sumarnos todos a las medidas del gobierno de quedarnos en casa, pero a la vez transmitir un mensaje de solidaridad, que pone el bien común por delante. Todos los contenidos fueron adaptados a esta nueva normalidad, donde se continuaba publicando sobre nuestros 4 pilares: nacimiento saludable, apego seguro, adecuado estado nutricional y regulación dentro de un contexto de pandemia.



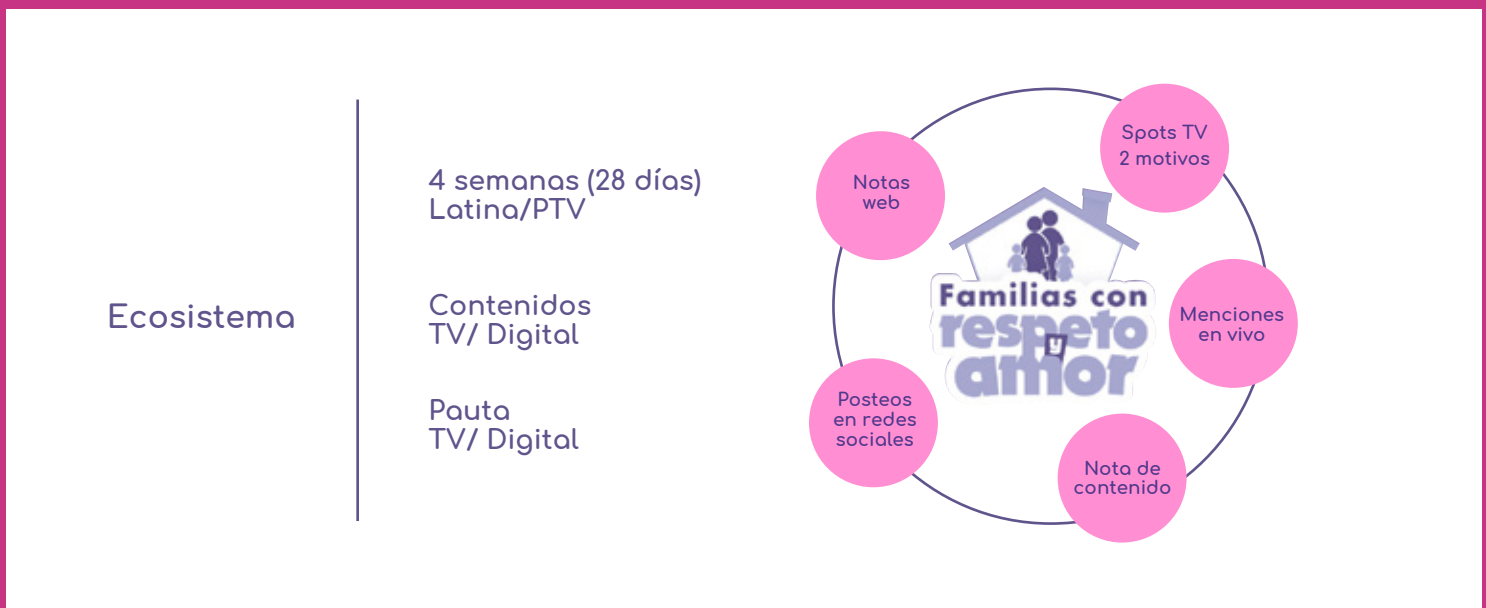
Todas las plataformas digitales, entraron en una edición especial para difundir día a día de lo que aconteció en nuestros primeros meses de cuarentena nacional, modificando así la frecuencia de publicación, creación de nuevos contenidos (uno de los principales fue los videos en vivos de los especialistas respondiendo consultas de la comunidad), adaptación de contenidos anteriores, modificación de pauta publicitaria, entre otros.

De igual forma nuestras nuevas plataformas de Instagram y Youtube "Mis Primeros Tres" se constituyeron también en otros valiosos espacios para la difusión de contenidos de alto valor, en esta situación de emergencia, logrando crear una estrategia que logró adaptarse a los cambios.

Campaña de violencia “Familias con Amor y Respeto”:

Durante la pandemia, el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, el Ministerio de Salud y sus plataformas de denuncia, reportaron un incremento de las cifras de abuso dentro de los hogares conforme avanzaban los días. Por esta razón, desde Fundación Baltazar y Nicolás, en alianza con la Fundación Bernard van Leer, Latina Televisión, Panamericana Televisión y el MIMP lanzaron la campaña “Familias con respeto y amor”, que estuvo dirigida principalmente a la población femenina y a la niñez peruana. El objetivo de la campaña fue motivar el buen trato y la búsqueda de apoyo frente a la violencia en cualquiera de sus formas, durante la cuarentena.

Desde la Fundación Baltazar y Nicolás, nuestros especialistas brindaron entrevistas para informar sobre el tema, además se compartieron los spots en las redes sociales de la Fundación, y a través de Latina, se realizó la siguiente difusión:



Resultados de la campaña



Campaña sensibilidad materna HAMA

Producto de un año de investigación cualitativa, surgió HAMA (Habla, Abraza, Mira y Acompaña) para incentivar el fortalecimiento del vínculo padres e hijos y la crianza comprensiva. Se produjeron con el valioso apoyo del grupo HAVAS, dos videos emitidos en señal abierta por América TV, Latina TV y ATV, la campaña tuvo como objetivo promover comportamientos relacionados a formar un vínculo positivo entre madre - padre e hijos menores de 18 meses.

Estuvo dirigido a cuidadores principales de 25 a 35 años involucrados en cuidado de sus hijos de 1 a 18 meses de NSE C y D de Lima Metropolitana y tuvo como enfoque:

- Comunicación para el Cambio Social y de Comportamiento (SBCC).
- Economía del comportamiento: Diagnóstico de Capacidades, Oportunidades y Motivaciones (COM-B) y uso de Behavioral Insights.
- El lanzamiento en televisión de la campaña se realizó el 5 de noviembre, en Latina. Y, desde el 11 de noviembre el spot está además en América Televisión y el Grupo ATV, el cual tiene 4 canales.
- En radio, la campaña tuvo presencia desde el 16 de noviembre y estamos en coordinaciones para mantener la presencia por un mes completo.
- Adicionalmente, se preparó una nota de prensa para dar a conocer la campaña, la cual viene siendo difundida por nuestra agencia aliada en relaciones públicas, PiAr.
- La campaña estuvo al aire en los diversos medios desde el 09 de noviembre del 2020 hasta enero del 2021.

MIX DE MEDIOS



Principales resultados a nivel de medios masivos:

Cabe resaltar que en enero del 2021, se realizó la evaluación de la campaña en el mes de febrero y estuvo a cargo del Instituto de Opinión Pública de la PUCP.

HAMA logró llegar a madres y padres de familia a través de spots emitidos en señal abierta. De un total de 604 padres de niños menores de 18 meses, el 90% reconoció el llanto de sus bebés como un medio de expresión y comunicación.

El nivel de recordación que tuvieron los videos de sensibilización superó el 50% y el 91% de padres se mostró dispuesto a adoptar y aplicar la herramienta HAMA para mejorar la atención y crianza de sus niños y niñas.

Mis primeros tres
Publicado por Baltazar Nicolas · 26 de abril de 2020

Hoy tienes una oportunidad única, haz cosas diferentes con tus pequeños.
Etiqueta al papito amoroso aquí.

16.590 Personas alcanzadas · 1.072 Interacciones · Promocionar publicación

134 Reacciones · 180 comentarios 25 veces compartido

Raquel Bernal
Brian Cristobal el mejor papá del mundo cariñoso y amoroso con sus hijos trabaja duro para darles lo mejor te amamos mucho mi amor
1 año Más

Ingrid Torres
Jonathan Arribasplata con las gemelas
1 año Más

Julia Esther
Mi esposo aprendió a bañar a la bebé a cambiarla y hasta peinarla 🤔 verdad Jean Piere Matos Campos????
1 año Más

Andrea Macedo Pilco
Abelardo gracias mi amor por que eres un buen papá nos sentimos muy felices gracias por cuidar de nosotros siempre te amamos un montón
1 año Más

Dayan Cespedes Navarro
Miguel Angel Tudela tu amor con los peques
1 año Más

Mis primeros tres
Publicado por Baltazar Nicolas · 4 de marzo de 2020

El lenguaje es una actividad comunicativa, cognitiva y reflexiva que permite interactuar, expresar, obtener y dar información. Conoce aquí los procesos por el que pasa un bebé en el lenguaje. Recuerda que es un rango de desarrollo. Cada bebé es único en su forma de ser y desarrollarse. Para más información sobre el lenguaje ingresa aquí: <https://bit.ly/2u7Tq99>

125.882 Personas alcanzadas · 21.974 Interacciones · Promocionar publicación

832 Reacciones · 110 comentarios 684 veces compartido

Daniel Ramirez
Katy Saldarriaga poco a poco ❤️👍👍
Me gusta · Responder · Mensaje · 1 años
↳ 1 respuesta

Estela A. García Colunga Montalván
José Luis Montalván Bzn muy interesante
Me gusta · Responder · Mensaje · 1 años

Jose Avalos Borja
Tallille Tapia revisa 👍
Me gusta · Responder · Mensaje · 1 años
↳ 1 respuesta

Luis Jose Silva
Johana Lizbeth mira ! Para q tomes en cuenta 👍
Me gusta · Responder · Mensaje · 1 años

Carla Lázaro de Paiva
carlos Carlitos Sachi
Me gusta · Responder · Mensaje · 1 años

Rodolfo Vento Manihuari
Szaida VS para que sigas la evolución de leito 🤔👍
Me encanta · Responder · Mensaje · 1 años
↳ 1 respuesta

Trinidad Li
Amor Micky Retu
Me gusta · Responder · Mensaje · 1 años



Rendición de cuentas 2020

El Covid-19 marcó el 2020 con una crisis sanitaria y humanitaria sin precedentes, esto implicó un ajuste presupuestal importante en la institución en el mes de abril. El presupuesto inicial era de S/. 4,672,743.66. Tuvimos que hacer un recorte drástico del 40% en los diversos programas y proyectos planificados e incluir un fondo para apoyar en la emergencia.

Junto a Auna y varios amigos de la Fundación, se logró tener un fondo para apoyar a las familias del programa CIB con canastas solidarias por 5 meses en el año.

Se inició una nueva forma de captación de fondos gracias a ENFOCA quienes apostaron por un convenio Matchingfund.

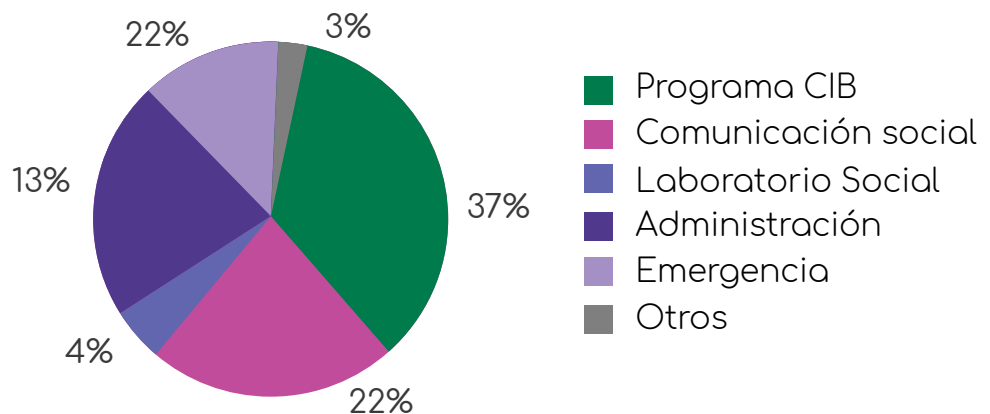
Se dió inicio a la venta del servicio de una mini campaña de sensibilización en alianza con MIMI, permitiendo generar un ingreso económico a la fundación.

En el 2020 Bernard van Leer financió la campaña contra la violencia familiar que se denominó: Familias con Respeto y Amor. Además de seguir apostando por las otras campañas sobre DIT como HAMA.

Se realizó la auditoría de estados financieros 2019, realizada por la consultora TGS sarrio y asociados, siendo un resultado favorable, permitiendo identificar los aspectos de mejora administrativos y contables de nuestra institución.

En referencia a la ejecución presupuestal, el monto ejecutado 2020 fue de S/. 3,301,246.01 este monto corresponde al 94% de lo presupuestado y se distribuyó de la siguiente manera entre las áreas de la Fundación.

Distribución del ejecutado en 2020



Separados hoy Juntos Siempre

“

En un inicio la situación era muy incierta en el país y el mundo por la covid 19; pero he llegado a comprender que somos personas adaptables. Lo que nos empuja a seguir siendo agentes de cambio con nuestro roles desde donde nos toca aportar es el acompañamiento a las familias, esto es lo que le da sentido a todo, pero en el camino hemos ido descubriendo nuevas formas y también podemos aportar impartiendo conocimiento a otros actores sociales. Somos una gota de tinta que se esparce poco a poco dejando huellas en la sociedad programa CIB-VIRTUAL.

”



Juliana Gómez Avila
Especialista en acompañamiento

“

Adaptarnos a esta nueva forma de vivir ha sido un reto que nos dio paso a descubrir nuevas habilidades para continuar con nuestra vida, nuestra familia, amigos y el trabajo. Nos ayudó a tener una migración a lo digital, aprender una nueva manera de trabajar para no dejar de acompañar y guiar a las familias que día a día se esfuerzan por darles una crianza respetuosa y cálida a sus hijos e hijas. El amor por el trabajo y sentimientos que compartimos con las familias, hicieron que los retos no fueran tan complicados. Gracias equipo CIB, por retarse y seguir brindando apoyo a todas nuestras familias.”

”



George Auccaille
Analista de Desarrollo Infantil

“

Los proyectos de comunicación se vieron en la necesidad de aumentar sus actividades y replantearse pensando en un contexto de pandemia. El uso de las tecnologías de la información y comunicación - cuando se trabaja con poblaciones vulnerables- requiere de mayor preparación. Hemos creado una edición especial para nuestras comunidades digitales sobre las últimas noticias y consejos de salud física y mental. Las familias necesitan información útil y confiable; aportamos con ellas ofreciéndoles una alta producción de contenidos de alto valor

”



Gabriela Sandoval Del Aguila
Analista Digital



Retos al 2021

En todos estos años caminados con la Fundación, tenemos en mente que el año que termina no solo nos deja lecciones aprendidas y buenos momentos recorridos, si no también trae nuevos retos e iniciativas que acogemos, abrazamos y las hacemos nuestras para pensar que el próximo año será mucho mejor, y este 2021, no será la excepción y les contaré porqué:

En nuestro programa Comunitario -denominado nuestro cable a tierra en temas DIT- realizaremos la evaluación de impacto (segundo semestre 2020), al estar cumpliendo un año de su intervención virtual y redoblabremos los esfuerzos en la implementación de los proyectos complementarios CIB, que buscan contribuir a seguir posicionando el rol de la familia en el cuidado infantil.

El Programa de Comunicación Social, cerrará este año el tercer año del Proyecto con la Fundación Bernard Van Leer, permitiendo poner en el aire la segunda temporada de la campaña orientada a promover la sensibilidad materna HAMA y la implementación de un aplicativo para madres-padres sobre información DIT. Asimismo, nos hemos propuesto ampliar la comunidad virtual Mis Primeros Tres a 200 mil familias ¡todo un reto!

Con nuestro laboratorio social, hemos proyectado sacar adelante un piloto en salud mental, que se deriva de los resultados encontrados en la Evaluación Continua de Impacto de la COVID-19, al cual hemos denominado "Cuidándome para cuidar"; además de seguir impulsado el seguimiento y evaluación de los programas de fundación, permitiendo consolidar evidencia para procesos de transferencias de nuestras metodologías de llegada a las familias.



Rommy Ríos, Gerenta

“

Este año, nos proponemos afianzar nuestras alianzas, permitiendo crear valor compartido a las empresas con quienes nos relacionamos, creando puentes de trabajo con las comunidades con quienes nosotros intervenimos para mejorar la calidad de vida de niñas y niños.

Ya les iremos contando nuestros avances a través de nuestros diferentes medios de comunicación (redes sociales y boletín), me permito invitarlos a seguirnos y desde donde estén siempre nos manden sus buenas vibras y disposición eterna de apoyar a las niñas y niños a través de nuestras acciones.

”



FUNDACIÓN BALTAZAR Y NICOLÁS

CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO
INFANTIL TEMPRANO

☎ 01 530 4691

www.fundacionbaltazarynicolas.org

Av. Jorge Basadre 310, piso 7 San Isidro - Lima