



Memoria Anual Institucional

FUNDACIÓN
BALTAZAR Y
NICOLÁS

2022
2022
2022
2022
2022



Memoria Anual Institucional

Editado por:

BALTAZAR Y NICOLAS ASOCIACIÓN CIVIL SIN FINES DE LUCRO
Av. Jorge Basadre 310, piso 7, San Isidro, Lima.

Redacción y corrección de estilo:

Programa de Comunicación Social

Fotografías:

Fundación Baltazar y Nicolás.

Diseño y diagramación:

Orlando Tapia.

FUNDACIÓN
BALTAZAR Y
NICOLÁS





“Siempre innovando y demostrando lo mejor para la primera infancia , éxitos y bendiciones.

Son un lugar maravilloso, gracias a ellos, mi hija tiene grandes habilidades. Saludos desde Jicamarca”

Isabel Zegarra Gálvez – Madre de la Comunidad digital de Fundación Baltazar y Nicolás

Índice

Presentación

Sobre nosotros

Misión

Visión

Resultados en los que nos focalizamos según el PEI

Programas y proyectos

1. Programa de Acompañamiento a Familias CIB

2. Proyecto Mis Primeros Tres

3. Programa de Salud Mental SAME

4. Evaluación Continua del Impacto del COVID ECIC-19

6. Laboratorio Social – Investigación en DIT

7. Acciones en DIT

Nuestros colaboradores

Resumen del Plan de Clima Laboral y Política DIT

Reporte financiero

Aliados 2022

04

05

06

06

07

08

09

22

37

40

43

45

47

48

50

53



Nuestra vida está constantemente en construcción. Siempre hay algo para mejorar”



Anónimo

El 2022, lo iniciamos conscientes de que, si deseamos impulsar los esfuerzos en los resultados que se han priorizado en nuestro Plan Institucional al 2025 (impulsar el nacimiento saludable, apego seguro, prevención de anemia, regulación de emociones y comportamiento de niñas y niños hasta los 36 meses), debemos plantearnos siempre evaluar y mirar críticamente lo avanzado; como bien lo señala el Centro de Desarrollo Infantil de HARVARD “Innovar, Desarrollar, Evaluar, Ajustar y Escalar en beneficio de las niñas, niños y sus familias”.

Bajo esa consigna y con el pensamiento de “siempre hay algo por mejorar”, emprendimos un nuevo año identificando y evaluando que nuestro acompañamiento a familias CIB – realizado hasta el 2021 en modalidad virtual – requería algunos ajustes. Por ello, reformulamos la teoría de cambio de la intervención virtual, propusimos una modalidad semipresencial y establecimos un grupo control (familias que solo han recibido mensajes vía WhatsApp); todo ello, basado en evidencias y adaptadas en función a las características de nuestra población; ello nos permitió desarrollar un piloto con 811 familias que recibieron acompañamiento para lograr un resultado concreto según la edad del niño.

Por otro lado, en la línea de escalar nuestros aprendizajes, iniciamos el Programa de Acompañamiento a familias con gestantes y niños menores de 12 meses, en asocio con Petroperú, empresa que apuesta por el fortalecimiento de capacidades de las familias para reforzar el vínculo con sus niños; esto ha permitido que lleguemos a 1140 familias en Talara (Piura) y Villa el Salvador (Lima), intervención que está dejando huellas en las familias y en la comunidad. Para poder escalar nuestro Proyecto Mis Primeros Tres, durante el 2022 hemos culminado nuestro Aplicativo para familias “APP MPT”, el cual tuvo una marcha blanca que culminó en el mes de diciembre, dejándonos para el 2023 el reto de posicionar su uso y articular los esfuerzos para que más familias dispongan de un acompañante 100% virtual.

De la misma forma, impulsamos 8 campañas en diversas temáticas; y hemos evaluado el nivel de recordación de los contenidos que se han desplazado en todo el ecosistema digital, logrando que más de 390 mil usuarios leyeron nuestros contenidos. Asimismo, el Programa de Salud Mental “SAME”, llegó a 313 familias, que han recibido 12 sesiones psicoeducativas en las que se ha compartido diversas técnicas, herramientas para hacer frente a la ansiedad y el estrés. Es importante destacar que la versión del programa del 2022 fue fortalecida a raíz de los resultados que se obtuvieron en la evaluación de la intervención, la cual tuvo muy buenos resultados pero con una mirada de mejora que estaría apta para ser escalada este 2023.

Las acciones de laboratorio social también han sido reforzadas, sobre todo en el objetivo de investigación, comenzando con la publicación de artículos de revisión en torno a la sensibilidad parental en el 2022, y permitiéndonos participar en la semana de la evaluación con el auspicio de **gLocal**. De la misma manera, por segundo año consecutivo, continuamos las coordinaciones para el desarrollo de la Evaluación Continua del Impacto de la COVID-19 (ECIC-19) realizada junto a la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), Copera Infancia, el MINEDU a través de la Dirección de Educación Básica Especial y el Programa Nacional Cuna Más, lo que permitió recoger información de más de 5000 mil madres y padres de niños menores de 6 años.

Todo el trabajo realizado nos ha permitido impactar a más de 400 mil personas a través de nuestros diversos programas e iniciativas. Esto nos hace sentir orgullosos, pero también comprometidos en ampliar nuestra llegada a más hogares con el objetivo de fomentar la importancia de establecer un vínculo sólido, estable y saludable con los niños, permitiéndoles un buen presente y un mejor futuro.

Rommy Ríos
Gerenta

La acompañante Lili Mamani en acompañamiento presencial en casa de Ginia Ocsas, usuaria del Programa CIB en Jicamarca.

2022

SOBRE NOSOTROS

Fotografía: Fundación Baltazar y Nicolás

VISIÓN

Niños y niñas sanos, seguros y felices con familias sensibles que generen entornos de amor, respeto e igualdad.

MISIÓN

Creemos en el poder del vínculo afectivo; por ello, promovemos el acompañamiento a las familias desde una mirada de respeto y oportunidad, generamos capacidades, investigamos y movilizamos esfuerzos con otros actores, para lograr que más niños y niñas alcancen su máximo potencial de desarrollo.

Resultados que focaliza la Fundación según su Plan Estratégico 2021-2026

Los programas y proyectos de la Fundación se enfocan en 04 resultados del Programa presupuestal Orientado a Resultados¹ sobre el Desarrollo Infantil Temprano (DIT). Priorizar estos objetivos representa una oportunidad para darle a más niñas y niños mejores condiciones para su desarrollo biológico, cognitivo, emocional y social.

Nacimiento saludable

Los bebés que cumplen un tiempo completo de gestación (entre 37 y 41 semanas) y con un peso al nacer mayor a 2500 gr. logran un mejor desarrollo. Por ello, promovemos un adecuado estado nutricional durante el embarazo.

Apego seguro

Las niñas y niños que establecen un vínculo afectivo positivo con sus padres y cuidadores en su primer año de vida, lograrán sentirse seguros y queridos.

Adecuado estado nutricional

Las niñas y niños en sus 3 primeros años de vida deberán crecer sin anemia con valores iguales o mayores a 11g/dl. Para ello, promovemos prácticas saludables que incluye el consumo de alimentos de origen animal ricos en hierro como pescado, carne, sangrecita, bofe e hígado.

Regulación de emociones

Las niñas y niños entre los 2 a 5 años adquieren la capacidad para reconocer, comunicar y regular sus emociones, una condición esencial que inicia cuando los padres, madres o cuidadores asumen su rol responsable y son capaces de lograr interacciones positivas, asegurando entornos libres de violencia y facilitando las condiciones para un crecimiento y desarrollo integral.

Salud emocional de madres y padres

De forma transversal es importante promover que los padres, madres y cuidadores de niñas y niños menores de 3 años, prioritariamente, adquieran la capacidad para reconocer, comunicar y manejar sus emociones y reacciones; a través de herramientas que le permitan hacer frente a la ansiedad, estrés y depresión.



2022

PROGRAMAS Y PROYECTOS

Fotografía: Fundación Baltazar y Nicolás

CIB COMUNIDAD
INFANTIL
BALTAZAR



Fotografía: Fundación Baltazar y Nicolás

¿Qué es el Programa PAF - CIB?

El Programa de Acompañamiento a Familias (PAF-CIB) es el servicio que busca “estar” y “acompañar en el proceso” de crianza a madres, padres o cuidadores de niños(as) de 0 hasta 36 meses de edad, a cargo de personal profesional. Para ello, se despliegan diferentes acciones: visitas domiciliarias, sesiones grupales, llamadas telefónicas; los cuales son complementados con mensajería vía WhatsApp o SMS.

A través de estas acciones, se busca fortalecer prácticas para la prevención de la anemia (Adecuado estado nutricional), fortalecimiento del vínculo madre – niño (Apego Seguro) y la co-regulación emocional (Regulación de emociones y comportamientos).



Servicio de Acompañamiento Virtual:

Enero a Mayo

Es el servicio que durante la pandemia dio continuidad al acompañamiento que recibieron las familias del PAF – CIB, conformada por gestantes y niñas y niños menores de 36 meses, durante el 2021.

Este servicio se brinda en modalidad virtual con el envío de SMS teóricos y prácticos sobre contenidos DIT y llamadas telefónicas con frecuencia semanal, logrando fortalecer las prácticas relacionadas al nacimiento saludable, adecuado estado nutricional, apego seguro y Regulación de emociones (REC). El servicio concluyó el 13 de mayo con la participación de:

725 familias.

Comunidad digital CIB:

Agosto a Diciembre

Este servicio de acompañamiento se brinda a través de un grupo de WhatsApp en el cual las familias participantes reciben información quincenal como videos, imágenes o audios sobre desarrollo infantil, de la misma forma participan de eventos como webinars o talleres virtuales organizados por el equipo CIB, y otros de la Fundación. Al cierre de año se logró atender a:

96 familias.





Servicio de Acompañamiento Piloto: Módulo de anemia, apego seguro y regulación de emociones y comportamientos.

Junio a Diciembre

El piloto de Acompañamiento a Familias, se implementó en diversas modalidades, a través del acompañamiento virtual (sesiones grupales) y semipresencial (visitas domiciliarias). Para ello, ampliamos las zonas de intervención a los distritos de Comas (Lima) y Mi Perú (Callao) y diversos departamentos del país (Arequipa, Trujillo, entre otros), garantizando en todo momento la calidad del servicio; en ese sentido, se determinó una muestra de intervención y un grupo control, a fin de medir la eficacia de la intervención.

Se conformaron tres grupos:

- Módulo 1 (de 0 a 6 meses) – Prevención de la anemia
- Módulo 2 (de 8 a 18 meses) – Apego seguro
- Módulo 3 (de 24 a 36 meses) – Regulación de emociones y comportamientos

Para ello, se organizaron contenidos, protocolos y la caja de herramientas que todos los procesos demandaban; asimismo, se consideró la evaluación de la intervención con familias y se aplicó un cuestionario de entrada y salida para medir los conocimientos, actitudes y prácticas relacionados a los resultados.

Al cierre del año se lograron atender a:

811 familias.

A continuación, se presenta un cuadro resumen con los resultados del pre y post test del piloto de acompañamiento, organizado por módulo y modalidad:

	Virtual		Semipresencial	
	PRE	↑ POST	PRE	↑ POST
● Madres que conocen que la anemia trae problemas en el desarrollo cognitivo de sus niños	47.30%	77.90%	48.90%	75.30%
● Madres que conocen que la suplementación preventiva inicia al 4to mes de su bebé	46.20%	94.70%	53.30%	96.60%
● Madres que conocen sobre la importancia de conectarse con las emociones de sus bebés	66.0%	67.8%	59.8%	78.7%
● Madres que conocen sobre la importancia de que niños expresen sus emociones	81.40%	85.30%	74.50%	80.40%

Indicadores: llamadas, visitas y sesiones

A continuación, se presentan cifras alcanzadas por el piloto de acompañamiento a familias. Estas muestran las tasas de participación de las familias en cada modalidad y la proporción de ellas que leyeron los mensajes enviados. Presentamos la información clasificada por módulo de atención:

Módulo 1

En el módulo 1 del piloto de acompañamiento, el 95.4% y 99.2% de familias de las modalidades semipresencial y virtual, respectivamente, contestaron las llamadas de acompañamiento realizadas.



La modalidad semipresencial con visitas domiciliarias tuvo una efectividad del 90.4% de familias que atendieron a las acompañantes para recibir el servicio.



En cuanto a la lectura de los mensajes enviados vía WhatsApp, las familias de la modalidad semi presencial son las que en mayor proporción leyeron los mensajes en comparación con las de la modalidad virtual.

Familias que leyeron los mensajes (% con respecto a las familias que contestan las llamadas)

Mensajes Práctico actitudinales

Semipresencial **83.9%**

Virtual **39.8%**

Mensajes Recordatorios

Semipresencial **84.7%**

Virtual **34.1%**

Mensajes Motivacionales

Semipresencial **52.4%**

Virtual **31.7%**

Módulo 2

En el módulo 2 del piloto de acompañamiento, el 88.2% y 94.3% de familias de las modalidades semipresencial y virtual, respectivamente, contestaron las llamadas de acompañamiento realizadas.

Llamadas realizadas

Semipresencial **152**

Virtual **123**

Llamadas contestadas

Semipresencial **134**

Virtual **116**

Efectividad de la llamada

Semipresencial **88.2%**

Virtual **94.3%**

La modalidad semipresencial con visitas domiciliarias tuvo una efectividad del 88.8% de familias que atendieron a las acompañantes para recibir el servicio.

Visitas realizadas

Semipresencial **134**

Familias que aceptan la visita

Semipresencial **119**

Visitas efectivas

Semipresencial **88.8%**

En cuanto a la lectura de los mensajes enviados vía WhatsApp, las familias de la modalidad semi presencial son las que en mayor proporción leyeron los mensajes en comparación con las de la modalidad virtual.

Familias que leyeron los mensajes (% con respecto a las familias que contestan las llamadas)



Módulo 3

En el módulo 3 del piloto de acompañamiento, el 94.4% de familias de las modalidad virtual contestaron las llamadas de acompañamiento realizadas, mientras que 118 familias de la modalidad semi presencial asistieron constantemente a las sesiones grupales.



En cuanto a la lectura de los mensajes enviados vía WhatsApp, las familias de la modalidad semi presencial son las que en mayor proporción leyeron los mensajes en comparación con las de la modalidad virtual.

Familias que leyeron los mensajes (% con respecto a las familias que contestan llamadas o de sesiones grupales)



Fotografía: Fundación Baltazar y Nicolás



Campaña "Juguemos en familia"

Es una propuesta lúdica que tuvo como objetivo: Incentivar a las madres participantes a involucrarse en los espacios y tiempos de juego de sus hijos, con el propósito de promover la exploración y observación de los intereses de sus hijos.

Para tal fin se realizaron talleres virtuales de 45 minutos de duración en donde se contó con la participación activa de las participantes.

Al final participaron

127 madres

con sus hijos(as)



Madre: Diana Pariona
Hija: Danna Corzo Pariona
Distrito: Comas
Modalidad: Semi-presencial
Acompañante: Kathleen Villacorta

"He llevado el acompañamiento con la señorita Patricia y he aprendido cómo relacionarme y entender mejor a mi bebé, a reconocer sus estados de ánimo y cómo fortalecer el vínculo con ella.

Me he sentido muy acompañada en este proceso que me ha tocado vivir con mi hijita y he recibido el apoyo moral de parte de mi acompañante. Estoy muy agradecida y satisfecha."



Madre: Angélica Salcedo
Hija: Liam Palacios Salcedo
Distrito: Comas
Modalidad: Virtual
Acompañante: Lilia Mamani

"Estoy muy contenta porque la Fundación tiene un excelente personal, sabe cómo guiarnos y **tienen un buen trato** con las personas. Nos dan la seguridad de saber cuidar y atender a nuestros bebés.

La señorita Lilia es una persona cariñosa, tuve una buena experiencia y estoy muy agradecida."



Fotografía: Fundación Baltazar y Nicolás

Programa corporativo de acompañamiento a familias – Petroperú :

Abril a Diciembre

El programa de Acompañamiento es una iniciativa social de Petroperú con el apoyo técnico de la Fundación Baltazar y Nicolas, cuyo objetivo es contribuir con el desarrollo saludable de los niños y niñas desde el nacimiento hasta los 24 meses de edad y de mujeres gestantes, promoviendo un nacimiento saludable, mejores prácticas de cuidado y nutrición, a través del uso de la tecnología y potenciando las estrategias de prevención contra el Coronavirus (COVID 19).

Al cierre del año 2022 se logró atender a:

1143 familias

Este servicio es la primera experiencia de acompañamiento corporativo que se realiza de forma exclusiva para una institución y sus zonas de influencia. Se realiza acompañamiento semipresencial enviando SMS con contenido DIT, llamadas telefónicas y visitas domiciliarias en los distritos de Villa El Salvador (Lima) y Talara (Piura). La intervención se extiende hasta abril del 2023.



Principales resultados del Programa Corporativo con Petroperú.

1143 familias participantes

concluyen el año 2022

797 familias en Talara
(128 gestantes y 669 madres)

346 familias en Conchán
(27 gestantes y 319 madres)

Contando con la participación de

33 madres

2 talleres demostrativos de nutrición
se realizaron en Conchán.

Se realizaron **25 semanas de acompañamiento** en las cuáles se entregó:

25 mensajes de contenido por familia participante del programa.

11 llamadas de acompañamiento por familia en Conchán y 10 en Talara.

5 visitas domiciliarias por familia en Conchán y 6 en Talara.

Contando con la participación total de

331 asistentes.

5 talleres virtuales se realizaron para las familias.

Principales logros:

3 puestos de salud

reciben el Kit de equipamiento médico y rotafolios informativos

Centro de salud Brisas de Pachacamac
(Talara)

Puesto de Salud "Héroes del Cenepa" y "Brisas de Pachacamac" (Conchán)

36 actoras sociales concluyeron el curso "Acompañamiento Familiar para promover el desarrollo infantil temprano.

El 96% manifiesta que el contenido del curso le sirve para su labor como promotor de salud y actor social.

26 actoras sociales pertenecen a Talara

10 actoras sociales pertenecen a Conchán

Se entregaron **948 materiales informativos**

a las madres participantes del programa (**82% de la población total**)

El **96.5%** de las madres se encuentran MUY SATISFECHAS con el servicio de acompañamiento que reciben.

Y el 79.3% de madres califican el servicio que reciben como **MUY BUENO**

Principales resultados del Programa Corporativo con Petroperú: Familias con prácticas saludables y de crianza

89% Gestantes consumen suplemento de ácido fólico y de hierro todos los días de la semana.

81.6% Gestantes consumen de forma regular alimentos de origen animal ricos en hierro.

91.3% Niñas y niños menores de 36 meses cuentan con vacunas de Neumococo completas de acuerdo a su edad.

89.1% Niñas y niños menores de 36 meses consumen suplementos de hierro de manera regular.

85.1% Niñas y niños entre 6 y 12 meses consumen AOARH de manera adecuada.

86.9% Madres, padres y/o cuidadores con adecuada sensibilidad parental (identifican señales de conexión y desconexión).

85.3% Gestantes cuentan con controles prenatales en el mes que le corresponde.

87.8% Niñas y niños menores de 36 meses cuentan con controles CRED de acuerdo a su edad.

88.5% Niñas y niños menores de 6 meses cuentan con vacunas de Rotavirus completas de acuerdo a su edad.

85.1% Niñas y niños menores de 36 meses cuentan con tamizaje de anemia de acuerdo a su edad.

88.4% Madres, padres y/o cuidadores con adecuada sensibilidad parental (contacto físico afectuoso).



Jhojany María
Villantoy Leyva
Zona: Refinería Conchán
Acompañante: Esther López

“El acompañamiento me parece un gran apoyo al ámbito personal ya que soy mamá primeriza y puedo resolver mis dudas.

Me gusta que comparta lo que voy sintiendo cada semana, sigo los consejos que conversamos con mi acompañante, ella me hace sentir escuchada y me siento guiada. Me siento muy bien”



Genesis
Villegas Veliz
Zona: Refinería Talara
Acompañante: Jadne Zapata

“El programa me parece muy bonito porque me aconsejan y siempre están dispuestos a atenderme.

Me gusta que mi acompañante me brinde confianza, me sabe orientar y es muy carismática.”



MIS
PRIMEROS
TRES

¿Qué es el Proyecto Mis Primeros Tres?

El Programa de Comunicación Social, a través de su proyecto Mis Primeros Tres – MPT, desarrolla un ecosistema digital orientado a posicionar prácticas de cuidado y crianza en gestantes y niños menores de 3 años. En el 2022, logró ejecutar una serie de campañas orientadas a contribuir en la crianza y desarrollo de las niñas, niños y sus familias. Esto logró ampliar la comunidad digital y alcanzar alrededor de 395 832 familias en el año.

Desde la Fundación Baltazar y Nicolás, continuaremos fortaleciendo el acompañamiento a madres y padres con el propósito de lograr que más niñas y niños puedan disfrutar de una crianza sensible, adecuada y respetuosa con sus derechos.



Ilustración Fundación Baltazar y Nicolás

Campaña de prevención contra la COVID-19 – “El Poder de Cuidarse”

La campaña “El Poder de Cuidarse” tuvo como objetivo informar a madres y padres sobre los cuidados de protección y prevención de la Covid-19 en niñas y niños menores de tres años. Durante la campaña se publicaron 2 notas, se postearon en redes sociales: 2 álbumes, 3 post imágenes y 1 video.

Periodo: Esta campaña se llevó a cabo del 7 al 21 de febrero.

Impacto en redes sociales:

Instagram

	1 Fans:	136
	Alcance:	72k
	Reacciones:	347

Facebook

	1 Fans:	796
	Alcance:	48k
	Reacciones:	1457



Campaña de sensibilidad materna “HAMA” – 3ra edición

HAMA en su tercera edición, se desarrolló como una campaña 360° con presencia en medios masivos de comunicación como TV y plataformas digitales (Facebook, instagram, youtube y web). Durante su difusión se publicaron 4 notas, se postearon en redes sociales: 3 álbumes, 14 post imágenes, 2 videos y se realizó un webinar en conjunto con Latina, logrando un alcance a 10,100 personas.

La campaña “Habla, Abraza, Mira y Acompaña”, busca promover en el cuidador una respuesta parental sensible frente a los momentos de estrés de los bebés, niñas y niños.

Periodo: Esta campaña se llevó a cabo del 7 de marzo al 18 de abril.

Impacto en redes sociales:

Instagram

1	Fans:	642
	Alcance:	339k
	Reacciones:	1893

Facebook

1	Fans:	715
	Alcance:	+1M
	Reacciones:	5111

Resultados de la evaluación de la campaña

Encuestados: **600**

- El 53% de cuidadores está de acuerdo que “el momento de la comida del niño/a” es una oportunidad para mejorar la crianza a través del uso de la herramienta HAMA.
- El 55% de cuidadores indica que le gusta el mensaje publicitario.



Campaña sobre la importancia de la vacunación "Vacunado, creceré sano"

La campaña "Vacunado, creceré sano" nace con el objetivo de promover la importancia de la vacunación para reducir enfermedades y muerte en niños menores de 5 años, asimismo promover el calendario de vacunación. Durante la campaña se publicaron 2 notas; se postearon en redes sociales: 3 álbumes, 3 post imagen y 1 video.



Periodo: Esta campaña estuvo vigente del 26 de abril al 15 de mayo.

Impacto en redes sociales:

Instagram

 1 Fans:	232
 Alcance:	96.7k

Facebook

 1 Fans:	470
 Alcance:	84.5k

Resultados de la evaluación de la campaña

Encuestados de la comunidad MPT: **85**

- El 85% de los encuestados consideró que para una adecuada vacunación de niñas y niños menores de 5 años de edad es importante respetar el Esquema Regular de Vacunación.
- El 42% de los encuestados observó / leyó con atención.



Campaña de alimentación "Mis Primeras Comidas"

La campaña "Mis primeras comidas" buscó promover en madres y padres el correcto inicio de la alimentación complementaria en niñas y niños de 6 a 12 meses. Durante la campaña se publicaron 3 notas; se postearon en redes sociales: 3 álbumes, 11 post imagen, 2 videos y un webinar "Mis Primeras comidas, importancia de la alimentación complementaria".

Periodo: Esta campaña estuvo vigente del 6 de junio al 15 de julio.

Impacto en redes sociales:

Resultados de la evaluación de la campaña

Encuestados de la comunidad MPT: **243**

Instagram

1 Fans: 2257
 Alcance: 171k

Facebook

1 Fans: 2916
 Alcance: +1M

- 8 de cada 10 encuestados señala que la alimentación de un bebé de 6 a 8 meses de edad se caracteriza por la consistencia en forma de papillas, mazamoras o purés.
- Más de la mitad observó o leyó con atención al menos un contenido de las publicaciones de la campaña.



Campaña de Lactancia Materna "Si es de mamá mejor"

La segunda edición de la campaña "Si es de mamá mejor" tuvo como objetivo informar a madres, padres y familiares en general, además de brindar información en temas relacionados con la importancia de la lactancia materna, los beneficios para el bebé y para la mamá, así como los principales problemas que surgen en esta etapa y cómo resolverlos.

Durante la campaña se publicaron 3 notas; se postearon en redes sociales: 3 álbumes, 12 post imagen, 2 videos y un webinar "Principales problemas durante la lactancia y cómo manejarlos".

Periodo: Esta campaña estuvo vigente del 1 de agosto al 12 de septiembre.

Impacto en redes sociales:

Instagram

1 Fans: 744
Alcance: 176K

Facebook

1 Fans: 561
Alcance: +1M

Resultados de la evaluación de la campaña

Encuestados de la comunidad MPT: **120**

- 9 de cada 10 señala que la lactancia materna refuerza el vínculo afectivo madre-niño y el desarrollo físico y emocional.
- 4 de cada 10 comprendieron los contenidos, sea para aprender nuevas cosas o para reforzar lo que ya sabía.

MAMÁ SANA BEBÉ SANO

Campaña de embarazo "Mamá sana, bebé sano"

La campaña "Mamá sana, bebé sano" tuvo como objetivo informar a las madres y futuras madres sobre los cuidados y atenciones prenatales durante el primer trimestre del embarazo. Durante la campaña se publicaron 2 notas; se postearon en redes sociales: 3 álbumes, 5 post imágenes y 1 video. Además, se difundieron 2 notas en medios y se realizó un IG live con la bloguera Berova Muñoz de @mama.2blog.

Periodo: Esta campaña estuvo vigente del 19 de septiembre al 07 de octubre.

Ilustración: Fundación Baltazar y Nicolás



Impacto en redes sociales:

Resultados de la evaluación de la campaña

Encuestados de la
comunidad MPT: **123**

Instagram

1 Fans: 414
 Alcance: 129k

Facebook

1 Fans: 580
 Alcance: 400K

- 8 de cada 10 señala que la atención prenatal evalúa el estado de salud de la mujer gestante y del feto.
- 3 de cada 10 observó/leyó con atención o se hizo seguidor de la red social para saber más.

Arte principal de la campaña: "Mamá sana, bebé sano"



Ilustración: Fundación Baltazar y Nicolás

Campaña de salud mental "Cuida de ti"

La segunda edición de la campaña de salud mental "Cuida de Ti" estuvo orientada a madres con niñas y niños menores de 3 años, con el fin de informarlas sobre la importancia del autocuidado de la salud emocional, abordando temas relacionados a estrés parental, el estado emocional de la madre y al impacto en la crianza de las niñas y niños menores de 3 años, teniendo como principal mensaje que para cuidar de otros, primero, **#CuidaDeTi**. Durante la campaña se publicaron 3 notas, se postearon en redes sociales: 4 álbumes, 11 post imagen, 2 videos y un webinar "La salud emocional de las madres: ¿Influye en la crianza de sus hijos?", en conjunto con La República. Además, se publicaron 18 contenidos en prensa.

Periodo: Esta campaña estuvo vigente del 17 de octubre al 26 de noviembre.




Resultados de la evaluación de la campaña

Encuestados de la comunidad MPT: **125**



- 8 de cada 10 encuestados señala que la salud emocional es importante porque influye en el desarrollo y la salud de sus hijos.
- 1 de cada 4 comprenden los contenidos de la campaña.

Impacto en redes sociales:




Facebook

 1	Fans:	1358
	Alcance:	+1M
	Interacción:	6K

Instagram

 1	Fans:	602
	Alcance:	180k
	Interacción:	2800

Youtube

 1	Fans:	46
	Alcance:	31.3k
	Interacción:	155



Campaña contra la anemia "Sanos y fuertes sin anemia"

La campaña "Sanos y fuertes sin anemia" estuvo dirigida a madres, padres y cuidadores principales de niños menores de tres años, con el objetivo de conocer la importancia de la suplementación y la alimentación con alimentos ricos en hierro para prevenir o combatir la anemia en niños. Durante la campaña se publicó 1 nota, se postearon en redes sociales: 2 álbumes, 3 post imágenes y 1 video.

Periodo: Esta campaña estuvo vigente del 5 al 21 diciembre.

Impacto en redes sociales:

Instagram

	1	Fans:	414
		Alcance:	129k

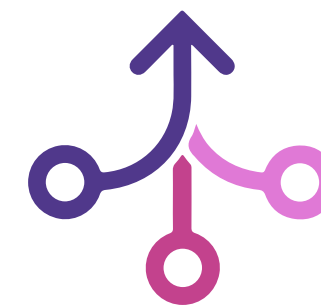
Facebook

	1	Fans:	580
		Alcance:	400K

Resultados de la evaluación de la campaña

Encuestados de la comunidad MPT: **243**

- 9 de cada 10 cuidadores señala que la anemia es un problema nutricional debido generalmente a deficiencia de hierro en la sangre.
- 1 de cada 4 comprende los contenidos de la campaña, reforzando lo que ya se sabía.



Evolución de redes sociales

Evolución de redes sociales Mis Primeros Tres

2021

2022



Facebook
Mis Primeros Tres

1 Fans: 171 518
 Alcance: 3 321 573
 Interacción: 47 998

1 Fans: 179 584
 Alcance: 4 759 719
 Interacción: 63 123



Instagram
Mis Primeros Tres

1 Fans: 15 624
 Alcance: 727 008
 Interacción: 28 779

1 Fans: 17 745
 Alcance: 651 885
 Interacción: 37 476

***Fans:** El número de fans es el monto total del año obtenida de forma orgánica y pagada.

***Alcance:** El resultado obtenido es el alcance total en el año, incluyendo las campañas.

***Interacción:** Suma total de reacciones, comentarios y compartidos en el año.

Evolución de redes sociales Mis Primeros Tres

2021

2022



Youtube

Mis Primeros Tres



Fans: 1466



Alcance: 92 430



Interacción: 9190



Fans: 1930



Alcance: 170 207



Interacción: 6 147

***Suscriptores:** El número de suscriptores es el monto total del año obtenida de forma orgánica y pagada.

***Alcance:** El resultado obtenido es el alcance total en el año, incluyendo las campañas.

***Interacción:** Suma total de me gusta, comentarios y compartidos en todo el año.

Web

Mis Primeros Tres



Promedio de usuarios únicos: 5289



Promedio de sesiones: 5992



Promedio de usuarios únicos: 7664



Promedio de sesiones: 8745

***Usuarios únicos:** El promedio se obtuvo del número total de usuarios del año dividido entre 12 meses.

***Sesiones:** El promedio se obtuvo del número total de sesiones en el año dividido entre 12 meses.

Evolución de redes sociales Fundación Baltazar y Nicolás

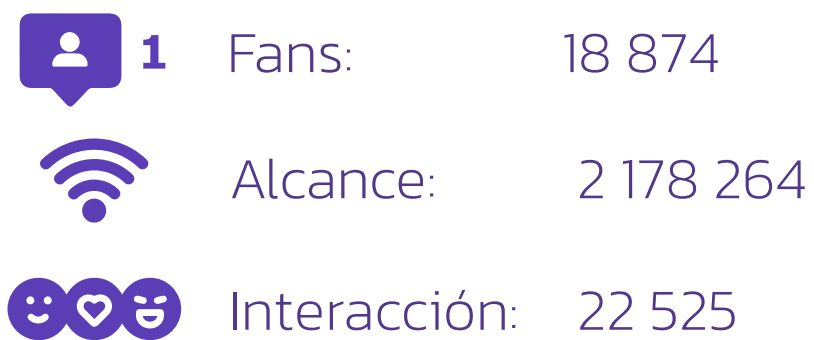
2021

2022



Facebook

Fundación Baltazar y Nicolás



LinkedIn

Fundación Baltazar y Nicolás



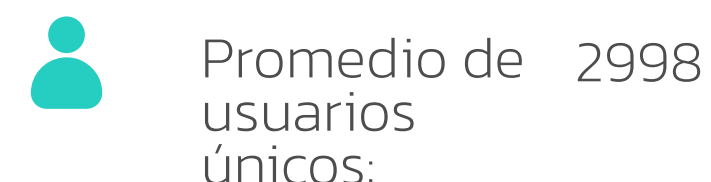
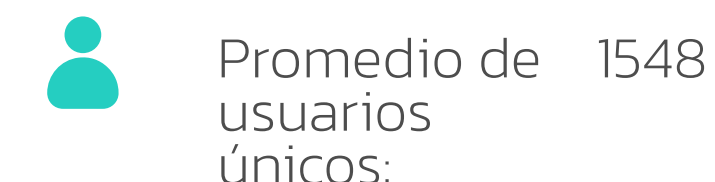
***Fans:** El número de fans es el monto total del año obtenida de forma orgánica y pagada.

***Alcance:** El resultado obtenido es el alcance total en el año, incluyendo las campañas.

***Interacción:** Suma total de reacciones, comentarios y compartidos en el año.

Web

Fundación Baltazar y Nicolás



***Usuarios únicos:** El promedio se obtuvo del número total de usuarios del año dividido entre 12 meses.

***Sesiones:** El promedio se obtuvo del número total de sesiones en el año dividido entre 12 meses.



Ruth M Zapana
Madre de la Comunidad
digital de Mis
Primeros Tres

“Yo uso #HAMA cuando mi bebé hace sus rabietas le hablo y lo distraigo haciendo otra cosas para que se olvide, ser mami es un poco difícil pero con amor todo se puede. Gracias por sus mensajes”.



Vicki Meza
Madre de la Comunidad
digital de Fundación
Baltazar y Nicolás

“Es gratificante ver que continúan trabajando por la Primera Infancia, gracias a que fui una mamá embajadora de su programa, ahora me preparo llevando talleres de TDAH para guiar a mi hijo. Los admiro mucho”.

Impacto en medios

En el 2022, las campañas y proyectos de la Fundación Baltazar y Nicolás, tuvieron presencia en medios de comunicación tradicional y digital, mediante una estrategia de relaciones públicas (PR Medios).

De marzo a diciembre, se obtuvieron los siguientes resultados:



Publicaciones en web



Entrevistas en radio



Entrevistas en televisión



Publicaciones en impreso



Publicaciones en social media



Alcance total

SAME
PROGRAMA DE SALUD MENTAL



Fotografía: Fundación Baltazar y Nicolás

¿Qué es el Programa SAME?

SAME es un programa de Intervención Psicoeducativa para madres, padres y cuidadores de niñas y niños menores de 3 años de edad que residen en el Perú.

La iniciativa está dirigida por un equipo de psicólogas con formación en psicoterapia, quienes se encargan de brindar sesiones grupales virtuales gratuitas para aprender a conocer, identificar y trabajar la ansiedad y/o el estrés, además de permitir crear una red de apoyo y contención para las beneficiarias de manera que se conforme un afronte colectivo y preventivo frente a estos malestares emocionales. En el proceso, también se han abierto otras formas de intervenir, por ejemplo, mediante envío de mensajes prácticos referidos a ansiedad y estrés.

Principales logros:

Se atendió a **413 beneficiarias**. Si bien predominan participantes de Lima, también se tuvo beneficiarias procedentes de otras regiones, tales como Arequipa, Ayacucho, Callao, Cusco, Ica, Junín, La Libertad, Madre de Dios, Piura y Tumbes.

Durante el año 2022 fueron efectivamente beneficiarias de sesiones grupales virtuales 320 madres con niñas/os menores de 3 años de edad. De ellas:

164 aprendieron a relacionarse positivamente con su estrés.

156 aprendieron a relacionarse positivamente con su ansiedad.

Asimismo, fueron efectivamente beneficiarias de envíos de consejos prácticos vía WhastApp 93 madres con niñas/os menores de 3 años de edad. De ellas:

44 recibieron mensajes prácticos para afrontar la ansiedad.

49 recibieron mensajes prácticos para afrontar el estrés.

61.6% de los participantes que actualizaron su diagnóstico después de la intervención mejoraron sus niveles preventivos de estrés.

60.6% de los participantes que actualizaron su diagnóstico después de la intervención mejoraron sus niveles preventivos de ansiedad.



María Angelita
Chero Madrid (40 años)
Lima

“...He aprendido a organizarme, algo que no hacía y era algo que me estresa mucho pero ahora lo aplico en mi vida diaria, saber qué hacer, qué planificar, qué delegar y qué posponer, muy importante. También otro punto de cómo saber validar nuestras emociones, y así poder interactuar con nuestros hijos pequeños, y ellos se sientan que si les damos importancia. Gracias totales Proyecto SAME.”



Mary Mejía Melendez
(30 años)
Lima

“El programa SAME fue una gran bendición en mi hogar, para mí significó en primer lugar contar con un espacio, en el cual podía sentirme escuchada sin ningún tipo de juicio y eso era tan agradable y libre. También fue tan hermoso poder escuchar a otras mamitas y empatizar con ellas, sentir esa energía femenina y materna positiva me renovaba las fuerzas, y por arte de magia se renovaba las energías y la sonrisa. Realmente me ayudó a abrazar mis sentimientos, entender que puedo sentirme agobiada y culpable de no ser una mamá perfecta, y no pasa nada.”



Fotografía: Fundación Baltazar y Nicolás

ECIC-19

Evaluación Continua de Impacto COVID (ECIC-19)

La pandemia por COVID-19 generó un impacto negativo en la vida de las familias. Por ello, la Fundación Baltazar y Nicolás, en alianza con Copera Infancia y la Pontificia Universidad Católica del Perú, desarrollaron la “Evaluación Continua del Impacto de la COVID-19 en niñas y niños menores de 6 años” (ECIC-19) con la finalidad de identificar las principales preocupaciones de las familias con relación al cuidado y atención de las niñas y niños.

Este proyecto se ejecutó desde el último trimestre del 2020 con el objetivo de generar datos actuales que sirvan como evidencia a los gestores de políticas, programas y proyectos a favor de la infancia. Desde la ejecución del proyecto al 2022, se han realizado 9 ediciones de la ECIC-19, con la participación de los gobiernos regionales e instituciones gubernamentales.

Cifras relevantes de la última encuesta y Cifras total de impacto de las familias encuestadas

El año 2022, culmina su implementación con 2 ediciones. La edición 8 realizada en abril y la edición 9 efectuada en agosto del mismo año.

En la 8va edición, desarrollada en el mes de abril, se trabajó el diagnóstico de la situación de la primera infancia en la región Junín, haciendo explícita la realidad de la primera infancia con alguna discapacidad.

Esta edición se trabajó en conjunto con el MINEDU.

Entre los resultados más destacados de la 8va edición se mencionan los siguientes:



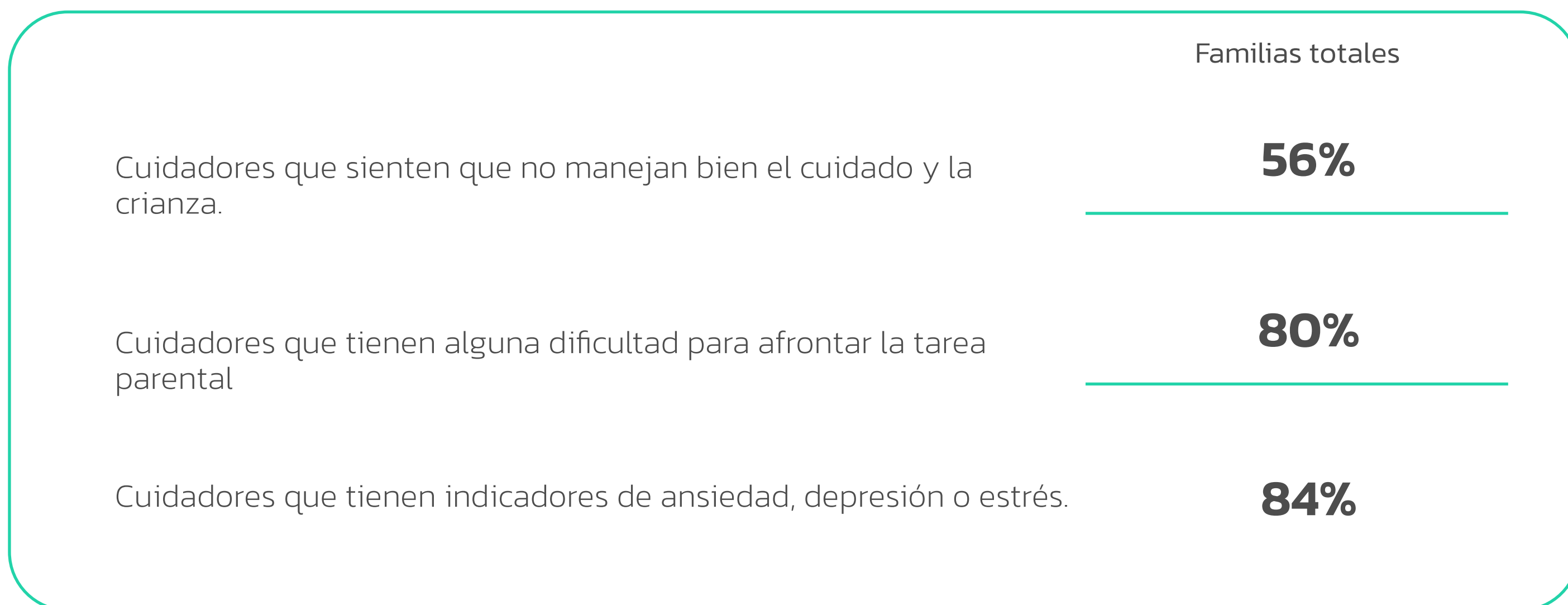
	Familias totales	Familias con niñas/os con algunas discapacidad
Cuidadores sienten que es difícil ser padre, madre o cuidador.	16%	31%
Cuidadores que tienen uno o dos indicadores de ansiedad.	80%	90%
Cuidadores muy preocupados por el aprendizaje o el desarrollo de su niño/a.	27%	64%

Cifras relevantes de la última encuesta y Cifras total de impacto de las familias encuestadas

En la 9na edición, realizada en agosto se trabajó el diagnóstico de la situación de la primera infancia en la región Cusco, abordando temas específicos a la sensibilidad del cuidador.



Entre los resultados más destacados de la 9na edición se mencionan los siguientes:





Laboratorio Social



Perú
Situación de la primera infancia y estado emocional de sus cuidadores en tiempos de pandemia

Resultados de la Evaluación Continua del Impacto de la COVID-19 (ECIC-19)
 Séptima ronda



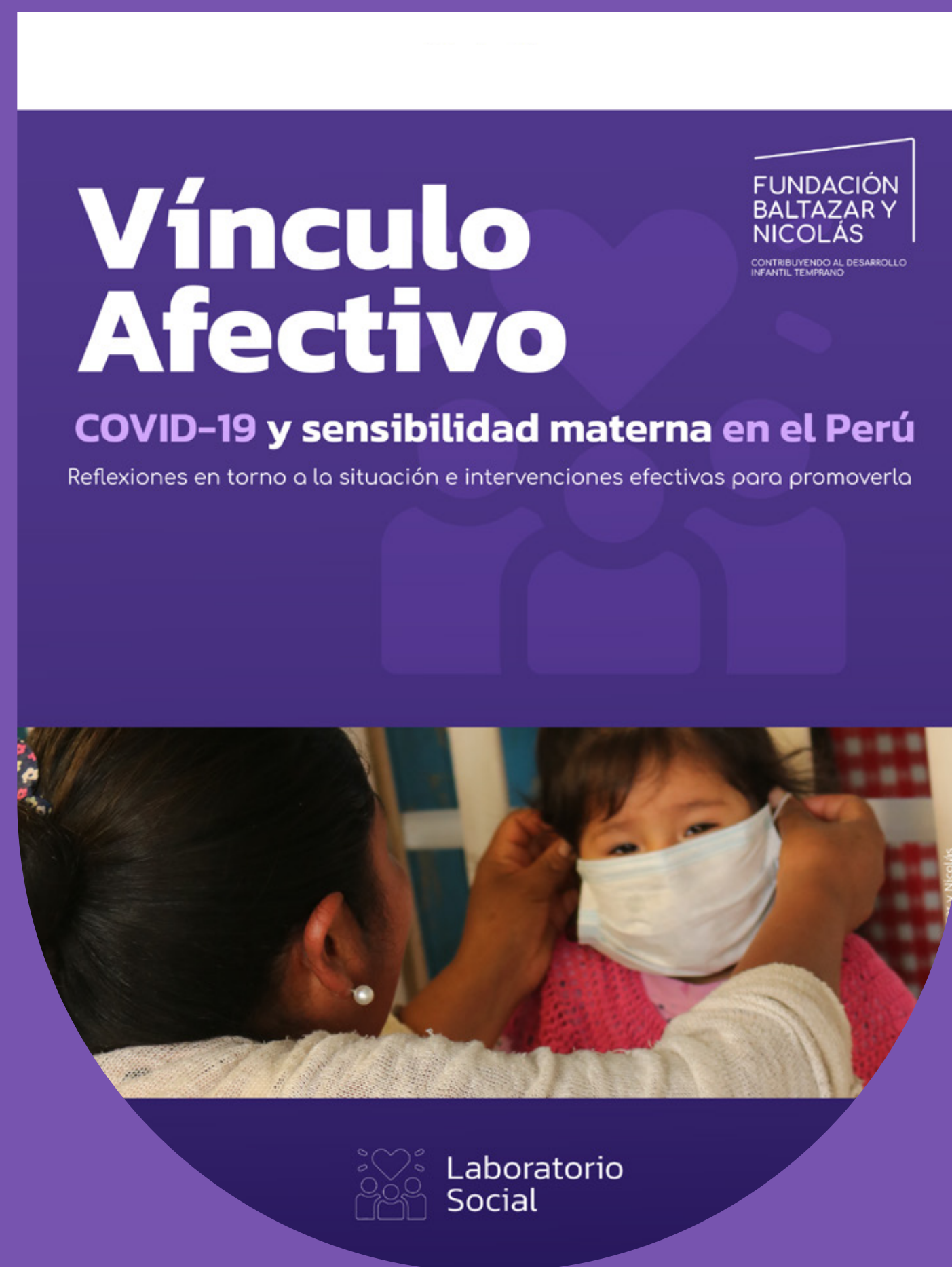
Con el fin de contribuir al entendimiento de la realidad de la primera infancia en nuestro país, desde el Laboratorio Social de la Fundación, se elaboraron dos documentos de especial relevancia. Uno de ellos es el informe nacional de la edición 7 de la ECIC-19 denominado “Perú. Situación de la primera infancia y estado emocional de sus cuidadores en tiempos de pandemia. Resultados de la Evaluación Continua del Impacto de la Covid-19 (ECIC-19)” (Séptima ronda).

En este informe se exponen de manera descriptiva y comparativa los resultados más destacables de la séptima ronda de la ECIC-19, que tuvo alcance a nivel nacional. El propósito de este documento es presentar en un consolidado la realidad de la primera infancia del Perú de 2021.

En esta línea, se realiza una revisión literaria sobre algunos de los efectos que la COVID-19 ha causado en la sensibilidad materna, tanto a nivel internacional y nacional (Perú).

Asimismo, a partir de la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (ENDES) y la Evaluación Continua del Impacto de la COVID-19 en niñas y niños menores de 6 años (ECIC-19), se analizan algunos de los principales indicadores que reflejan los cambios en la sensibilidad materna en el Perú.

El artículo resalta los hallazgos sobre la sensibilidad materna según los datos del módulo DIT ENDES entre 2019-2020 (año de inicio de la pandemia) en la cual existe un cambio porcentual negativo de la sensibilidad (-2.7%), cifra que se recupera en el 2021; además, se reportan diferencias según área de residencia, nivel educativo, distribución de ingresos (quintiles) y regiones naturales. Ante ello, se identifican algunas intervenciones dentro y fuera del país en un contexto de distanciamiento social.



Acciones en DIT

Semana de la Evaluación Global

En el 2022, la Fundación Baltazar y Nicolás junto con la Pontificia Universidad Católica del Perú, realizaron el evento “Avances en la Evaluación de Intervenciones Virtuales para promover el Desarrollo Integral y Salud Emocional de niñas y niños menores de cinco años y sus familias”, en el marco de la Semana de la Evaluación Global.

Esta iniciativa se dividió en 3 sesiones:

Evaluación Continua de Impacto de la Covid-19 (ECIC-19), la cual buscó presentar los resultados del impacto de la pandemia en las familias de niños menores de 6 años y la mirada que se debe tener en el abordaje del Desarrollo Infantil Temprano.

Efectividad de Metodologías Virtuales en la Evaluación de Indicadores de Desarrollo Infantil, iniciativa que presentó la evidencia que se ha generado en la evaluación del Programa de Acompañamiento a Familias – CIB, cuyo énfasis fueron los resultados de apego y regulación de emociones.

Retos en la generación de evidencias de programas virtuales orientadas a la salud emocional de cuidadores, en esta sesión se presentó la intervención virtual del Programa de Salud Mental – SAME, así como, la experiencia de intervención a distancia con una comunidad rural durante la pandemia: Apoyo emocional a niños y niñas de 5to. y 6to. de una escuela, junto a sus padres, madres y maestras.

Estas acciones por la Primera Infancia contaron con la participación de especialistas nacionales e internacionales, que enriquecieron el debate. Asimismo, el evento contó con la participación de expositores, panelistas y representantes de instituciones, entre estas: Copera Infancia, la Pontificia Universidad Católica del Perú, Unicef, MIDIS, Organismo Andino de Salud, Alto Perú, PUC de Chile y el Instituto de Salud Mental Noguchi.



EVENTO

Avances en la **Evaluación de Intervenciones Virtuales** para promover el **Desarrollo Integral y Salud Emocional de niñas y niños menores de cinco años y sus familias**

3 sesiones

01, 02 y 03 de junio

9:00 - 10:30 AM

Vía zoom

#GLocal2022



VII Congreso Internacional de la Red Iberoamericana de Apego (RIA)

Con el auspicio de la Fundación Baltazar y Nicolás y Copera Infancia, del 10 al 12 de noviembre, se realizó una nueva edición del Congreso Internacional de la Red Iberoamericana de Apego (RIA), organizado en conjunto con el Grupo de Investigación Relaciones Vinculares y Desarrollo Socioemocional del Departamento de Psicología – PUCP y la Red Iberoamericana de Apego (RIA).

Durante los tres días del Congreso, se logró un escenario de intercambio de conocimientos entre los ponentes, profesionales y estudiantes, quienes participaron en el abordaje de temas que giraron en torno a los principios básicos de la teoría del apego.

Como parte del compromiso por impulsar el desarrollo integral de niñas y niños, la Fundación Baltazar y Nicolás, presentó una mesa técnica, con tres casos que promueven el abordaje e investigación de la sensibilidad materna y apego seguro, tales como:

- 1** Resultados del acompañamiento a familias para mejorar la crianza de niñas y niños (Programa de Acompañamiento a Familias-CIB), buscó informar sobre los resultados de la evaluación de sus servicios en sus espacios lúdico-educativos en asentamientos humanos para fortalecer la salud, el desarrollo afectivo, cognitivo y social de niñas y niños menores de 3 años.
- 2** Resultados de la Campaña de comunicación masiva HAMA, el acrónimo que sintetiza las primordiales acciones que deben tener las madres, padres y cuidadores ante problemas o situaciones de estrés de niñas y niños menores de 18 meses. HAMA impulsa realizar 4 acciones frente a momentos de estrés: Habla de lo que está pasando, Abraza y toma aire, Mira a los ojos a tu pequeño, Acompaña hasta que se calme.
- 3** Estudio piloto para el uso de Herramientas observacionales en contexto remoto, cuyo propósito fue identificar las condiciones de aplicación remota más favorables para usarlas durante la evaluación de resultados del programa CIB Virtual, priorizando el resultado de la vinculación del apego seguro.



Acompañantes familiares durante una sesión de fotos

2022

2022

NUESTROS COLABORADORES

Fotografía: Fundación Baltazar y Nicolás

Resumen del plan de Clima Laboral y política DIT

Nuestro equipo de colaboradoras –principalmente mujeres– es un grupo humano caracterizado por su alto compromiso y sensibilidad con los objetivos trazados por la institución.

Según los resultados del Clima Laboral 2021 la percepción de los colaboradores con respecto a la institución fue 4.2 destacando el alto involucramiento del equipo con la institución. Sin embargo, también identifica aspectos de mejora resaltando la dimensión de autorrealización, lo cual fue el reto a abordar para el 2022.



Fotografía: Fundación Baltazar y Nicolás

Acompañantes familiares durante una sesión de fotos

Con esta premisa iniciamos un plan de bienestar que pudo beneficiar a los más de 60 colaboradores de nuestra institución, destacando entre sus principales acciones:

Política DIT

Continuó la política institucional para promover el DIT. Seguir brindando a las mamás gestantes 30 días adicionales y papás 20 días adicionales por descanso post natal.

Salud y seguridad

Seguimiento de la salud y seguridad de nuestras colaboradoras, con la aplicación de una encuesta quincenal en Covid-19 y también en aspectos que beneficien su vida saludable.

Promoción de la salud física y mental a través del envío de consejos semanales, promoción de los chequeos preventivos de salud, permitiendo que el 90% de nuestros colaboradores reciban esta atención. Asimismo se hizo una capacitación relacionada a primeros auxilios, actuación rápida en caso de desastres y seguridad frente a robos y asaltos.

NOTIBYN

Para favorecer la comunicación interna se elaboraron podcast mensuales sobre todas las acciones realizadas por la Fundación; siendo que el 85% de nuestros colaboradores lo considera una herramienta útil.

Campaña interna PEI 2021-2026

Se realizaron capacitaciones para difundir el Plan Estratégico Institucional 2021-2026 y realizamos diversas actividades bajo el lema "Juntos construyendo un mejor camino para las niñas y niños".

2022

REPORTE FINANCIERO



En la Fundación BYN cuidamos la gestión de los recursos financieros con los que contamos, enfocándonos en que estos repercutan en nuestros objetivos organizacionales y así llegar a impactar a más familias.

Ingresos y egresos 2022

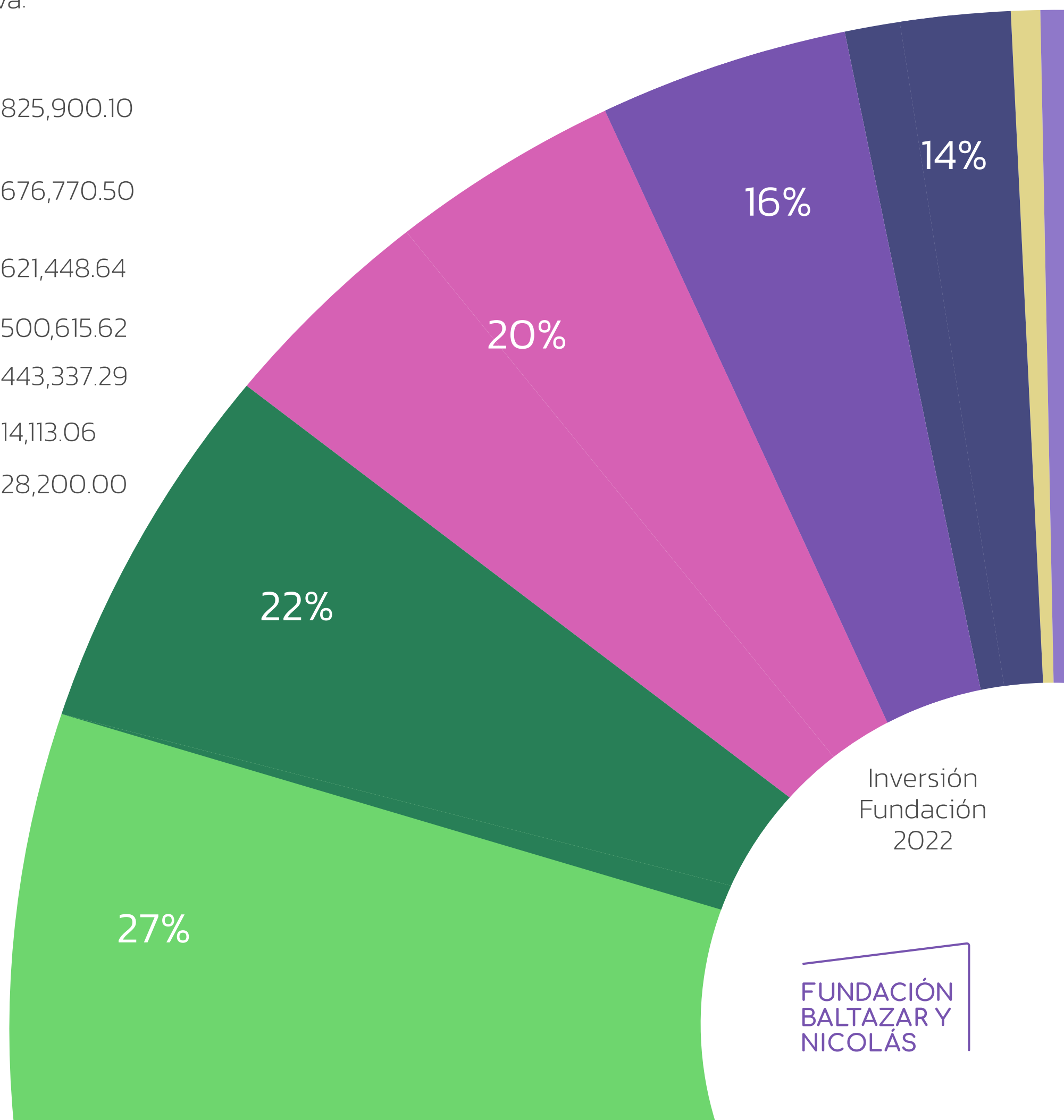
INGRESOS 2022 S/ 3,455,717.22

EGRESOS 2022 S/ 3,110,385.20

Saldo de 345,332.02 a favor, son compromisos 2022 a cerrarse en enero 2023.

La ejecución de acciones ha sido posible gracias al apoyo del Fundador, quien es el principal benefactor de las acciones institucionales. Empresas como AUNA, ENFOCA, Unwritten, Red Suma y donaciones personales que han permitido contar con los presupuestos para la realización de todas las intervenciones programadas. Así mismo reconocemos el apoyo pro-bono de Latina, ofreciendo espacios publicitarios sin costo alguno para el posicionamiento de la Campaña "HAMA". A continuación daremos el detalle por área operativa:

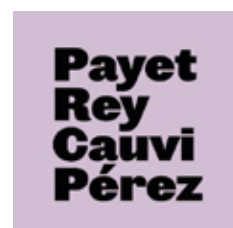
● Programa de Acompañamiento a Familias (PAF)-CIB	S/ 825,900.10
● Acompañamiento PETROPERÚ	S/ 676,770.50
● Mis Primeros Tres	S/ 621,448.64
● Administración	S/ 500,615.62
● Laboratorio Social	S/ 443,337.29
● Venta FBYN	S/ 14,113.06
● Proyecto PIA	S/ 28,200.00



Aliados

Nuestro agradecimiento a todas las instituciones y empresas que han contribuido de alguna u otra forma a que llegemos a más familias.

Institucionales:



Medios comprometidos:



Agencias comprometidas:





Fotografía: Fundación Baltazar y Nicolás

Existen muchas formas de ayudar a las familias



Dona.





Memoria Anual Institucional

FUNDACIÓN
BALTAZAR Y
NICOLÁS

☎ 01 530 4691

www.fundacionbaltazarynicolas.org

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

2022
2022
2022
2022
2022
2022
2022