

**PLAN DE ACCIÓN PARA NUEVA
CASA RONALD MCDONALD INSN SB - 2024**



**CONSTRUYAMOS ALGO BONITO
PARA LAS FAMILIAS...**

ÍNDICE

1. Asociación Casa Ronald McDonald de Perú	3
2. Situación de los albergues en el Perú	5
3. Abandono de los tratamientos médico en el Perú	6
4. Planificación estratégica a Largo Plazo 2021 - 2025	6
5. Expansión de la misión	9
6. Proyecto de expansión Casa Ronald McDonald Instituto Nacional de Salud del Niño de San borja	9
i. Presentación de Proyecto	9
ii. Concepto	11
iii. Presupuesto	14
iv. Gantt	14
v. Diseños	
vi. Plan de sostenibilidad ambiental	
vii. Focus Group	15
6. Proyección de Ingresos 2019 - 2027	18
i. Sociedad Civil	19
ii. Empresas	20
iii. Institucional	20
7. Recaudación de fondos para el proyecto	21
8. Comunicación	23
9. Canales de marketing	23

PLAN DE ACCIÓN PARA LA NUEVA CASA RONALD MCDONALD INSN SB - 2024

1. Asociación Casa Ronald McDonald de Perú

La Asociación de la Casa Ronald McDonald de Perú es una organización sin fines de lucro que pertenece a la Red de Ronald McDonald House of Charities, la tercera institución más grande del mundo que implementa programas en beneficio de la salud infantil. Desde el año 2012 se encuentra en el Perú, y a la fecha cuenta con dos Casas Ronald McDonald que brindan acogida temporal a niños, niñas y adolescentes y sus familiares que provienen de provincias y que requieren de acogida temporal mientras se encuentran recibiendo tratamiento médico en Lima, en los hospitales: Rebagliati de Essalud y el INSN SB - Instituto Nacional de Salud del Niño de San Borja.



La organización tiene la siguiente visión, misión y valores institucionales:

- **Visión:** ser un hogar con una alta capacidad de acogida y protección integral a niños, niñas y adolescentes que atraviesan tratamientos médicos por enfermedades complejas, y ser el principal promotor del enfoque del cuidado centrado en la familia en el Perú.
- **Misión:** Somos un hogar que implementa programas que acogen y protegen integralmente a niños, niñas y adolescentes de diversas partes del país, que atraviesan tratamientos médicos por enfermedades complejas, siempre bajo el enfoque del cuidado centrado en la familia.
- **Valores Institucionales:**
 - **Diversidad:** promovemos la diversidad acogiendo a familias de diversas etnias y culturas de distintas zonas del Perú, que son derivadas por los hospitales aliados. En Casa Ronald McDonald, las familias deben encontrar un espacio que promueva la interculturalidad y que a partir del valor de la diversidad se fortalezca el orgullo a los diferentes usos y costumbres del equipo en general.
 - **Respeto:** nos preocupamos por la convivencia plena dentro del hogar, basándonos en el respeto al espacio familiar, a la voluntad y necesidad de cada familia. De la misma manera, por el respeto a la autonomía y aportes del equipo del hogar.

- Empatía: buscamos ponernos en el lugar del que lo necesita: niños, niñas, adolescentes y sus familias, y todo miembro del equipo, para construir momentos y espacios que alivien la situación compleja que están atravesando las familias que acogemos, promoviendo siempre un clima de bienestar. Abrazamos la bondad y la solidaridad siempre con amor.
- Compromiso: somos parte de un grupo humano apasionado que trabaja con convicción la vocación de servicio.
- Integridad: nos definimos como una organización coherente, honesta y transparente con nuestra vocación de proteger el interés superior de los niños, niñas y adolescentes y el cuidado centrado en la familia.



- Nuestro impacto desde el 2014 al 2023:
 - En las Casas Ronald McDonald se han atendido a 3,396 familias, compuestas por 9,683 personas (entre niños, niñas y adolescentes y sus familiares).
 - El promedio de estancia en la Casa Ronald McDonald Essalud ha sido de 25 días y en la Casa Ronald McDonald Conjuntos ha sido de 29 días, en promedio. Ambas casas han mantenido una tasa de ocupación mayor al 100%.
 - En las Casas Ronald McDonald se han registrado 19,786 ingresos de familias, por lo que el promedio de retorno de las familias atendidas es de 2,5 veces, lo que es un buen indicador de continuidad de los tratamientos médicos.
 - En las Casas Ronald McDonald se han realizado 243,266 pernотaciones.
 - El programa ha significado un ahorro de más de doce millones de soles para las familias atendidas, en lo que refiere a gastos en alimentación, transporte y hospedaje.
 - Del total de casos atendidos, el 60% ha sido por diagnóstico de oncología, seguido por hematología, cardiopatía, traumatología, neurología y gastroenterología.

- El 98% de familias atendidas en las Casas Ronald McDonald proviene de diversas regiones del Perú, siendo de regiones de la costa el 30%, de la sierra el 40% y de la selva el 30%.



2. Situación de los albergues en el Perú

De acuerdo con la Iniciativa Mundial de la Lucha contra el Cáncer Infantil que articula la OPS - Organización Panamericana de la Salud en conjunto con el Ministerio de Salud y diversas instituciones del sector de la salud, en el Perú no existen albergues estatales para recibir a las familias que tienen que trasladarse temporalmente a Lima para que sus hijos puedan recibir un tratamiento médico por cáncer.

El único albergue estatal disponible se encuentra en el octavo piso del Instituto Nacional de Salud del Niño de San Borja - INSN SB el cual es gestionado por el mismo hospital y alberga a solo madres de niños, niñas y adolescentes que se encuentran internados en el hospital. El Instituto Nacional de Salud del Niño de Breña también tiene un inmueble acondicionado para dar alojamiento a padres y madres, que durante la pandemia no pudo estar habilitado para su uso. En la actualidad, a partir del año 2022 el albergue ha vuelto a estar operativo.

La capacidad general de acogida de los albergues disponibles en Lima fue calculada para julio del 2021 en una capacidad para albergar a 321 personas que equivalen a 160 familias[1]. Teniendo en cuenta que al año se detectan 1800 nuevos casos de cáncer en el país y que de estos el 50% de casos provienen de diversas regiones, la capacidad de los albergues es deficitaria por lo que el último informe de la Defensoría del Pueblo identificó el riesgo de abandono de tratamiento médico de las familias, sobre todo de regiones, que se ven obligadas a venir a Lima y que requieren apoyo de albergue, alimentación y asesoría.

El 38% de las familias encuestadas por la Defensoría del Pueblo indicaron haber dormido en el hospital por no contar con dinero. La Defensoría del Pueblo considera necesario evaluar la implementación de albergues temporales, como parte de una política integral de protección y soporte al grupo familiar de niños/as con cáncer que provienen del interior del país o lugares periféricos de Lima. También, para brindar protección a los demás hijos/as menores de edad que permanecen en provincias sin la compañía de uno o ambos progenitores por tiempos prolongados.

Instituciones como el Instituto Nacional de Salud del Niño de Breña y el Instituto Nacional del Corazón - INCOR no cuentan con apoyo de alguna institución social que gestione albergues para familias que vienen de distintas partes del país.

3. Abandono de los tratamientos médico en el Perú

La tasa de abandono en Perú es del 18% y es una de las más altas de Latinoamérica, siendo en México de 4.1%, Paraguay 6.2%, Guatemala 7% y El Salvador del 3%.

En octubre del 2020 la Asociación Casa Ronald McDonald realizó una investigación entrevistando a 180 familias que se encontraban en su ciudad de origen y habían sido usuarios de la Casa Ronald McDonald en los últimos 3 años. La investigación tuvo como objetivo identificar el nivel de afectación de la pandemia de la COVID-19 en la continuidad de los tratamientos médicos de los niños, niñas y adolescentes.

La investigación identificó una tasa de abandono o detenimiento parcial del tratamiento médico de un 51.11%, 52.67% para usuarios de la Casa Ronald McDonald Essalud (Hospital Rebagliati e INCOR) y 46.67% para usuarios de la Casa Ronald McDonald Conjuntos (INSN SB). Las principales causas del abandono fueron: (1) por faltas de confirmación de las citas médicas en el hospital, (2) por falta de capacidad económica para continuarlo, (3) imposibilidad de movilizarse hacia Lima, y (4) por falta de información en general en el contexto de la pandemia (Informe sobre nivel de afectación de la pandemia a las familias que se albergan en la Casa Ronald McDonald, 2020).

No obstante, en esta investigación el 81% de los cuidadores manifestaron estar dispuestos a venir a Lima para la continuidad de los tratamientos médicos y 11.9% manifestó que tal vez estaría dispuesto. El 75% de los cuidadores manifestaron necesitar apoyo con la coordinación de las citas médicas con los hospitales o la gestión de la referencia hacia Lima, financiamiento para el transporte hacia Lima, información sobre la protección ante la COVID-19, y coordinaciones con el hospital para obtener las medicinas (Informe sobre nivel de afectación de la pandemia a las familias que se albergan en la Casa Ronald McDonald, 2020).

Ante ello, la organización para el mes de diciembre del 2020 implementó un programa de apoyo para los casos identificados en riesgo de abandono de tratamientos médicos e inició el apoyo a las familias con las confirmaciones de las citas médicas, envío de medicinas hacia las regiones, financiamiento del transporte y, en algunos casos, soporte emocional para las familias y/o paciente.

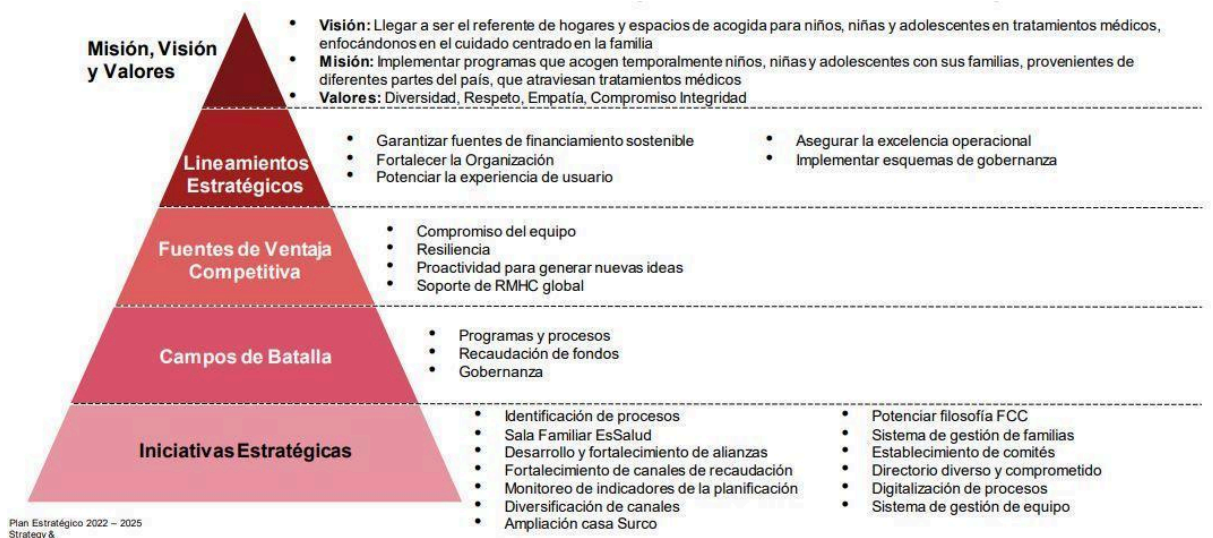
4. Planificación estratégica a Largo Plazo 2021 - 2025

La organización con el apoyo de PWC diseñó un plan estratégico a largo plazo que permitió identificar la ruta que debe seguir el capítulo para lograr incrementar su impacto, diversificar y fortalecer sus canales de recaudación de fondos y mejorar su desarrollo institucional por medio de una mejor gobernanza.

La planificación estratégica 2021 - 2025 de la organización es el documento guía de la operación de la institución y en donde se identificaron 3 “campos de batalla” como grande focos en donde se concentraron los esfuerzos de la institución:

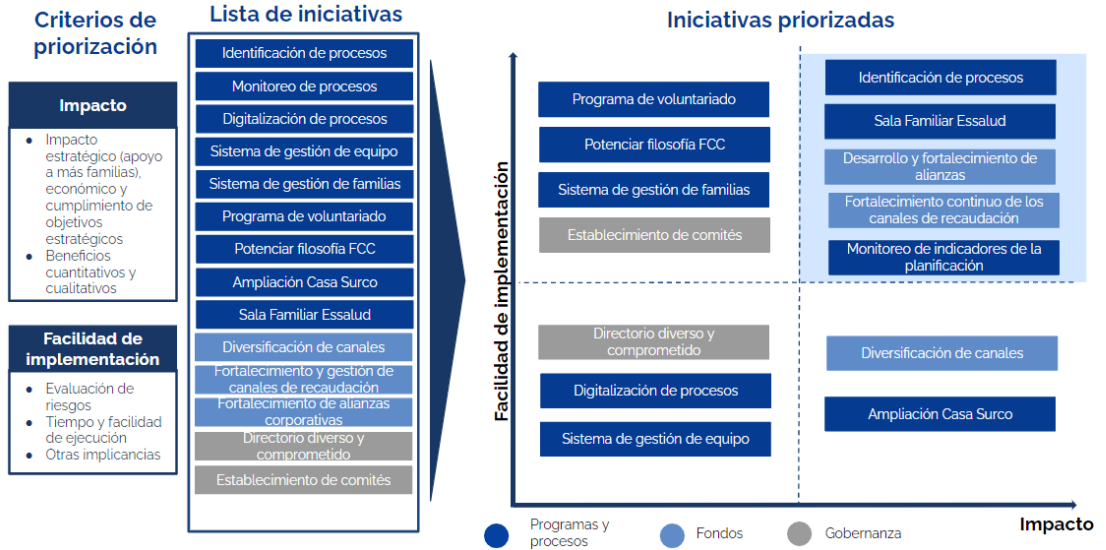
- **Programas y Procesos:** orientado a un plan de expansión de la capacidad de los programas (ambas Casas y la creación de la Sala de Uso Diurno), la profundización de los servicios y la identificación de nuevas oportunidades de crecimiento.
- **Recaudación de Fondos:** orientado a la diversificación de los fondos principalmente fortaleciendo el programa de donantes recurrentes y alianzas corporativas.
- **Gobernanza:** orientado a fortalecer la estructura del staff que responda a tener tres áreas focos: finanzas, comercial y programas, así como orientarnos a tener un Directorio altamente comprometido y encaminado hacia la estrategia.

Entre las iniciativas estratégicas definidas a implementar en los próximos años se encuentran el proyecto de “Expansión de la Casa Ronald McDonald ConJuntos” como uno de los proyectos con mayor priorización.



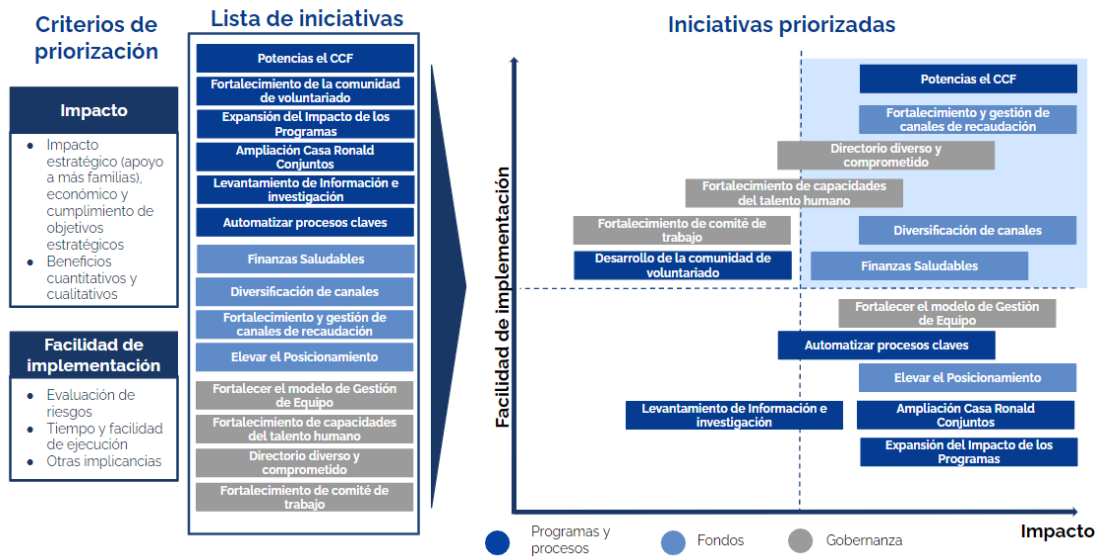
Para el año 2022 la implementación de la Sala de Uso Diurno - SUD estuvo como una iniciativa priorizada.

Iniciativas priorizadas 2022



Para el año 2023 la expansión de la Casa Ronald McDonald Essalud estuvo como una iniciativa priorizada.

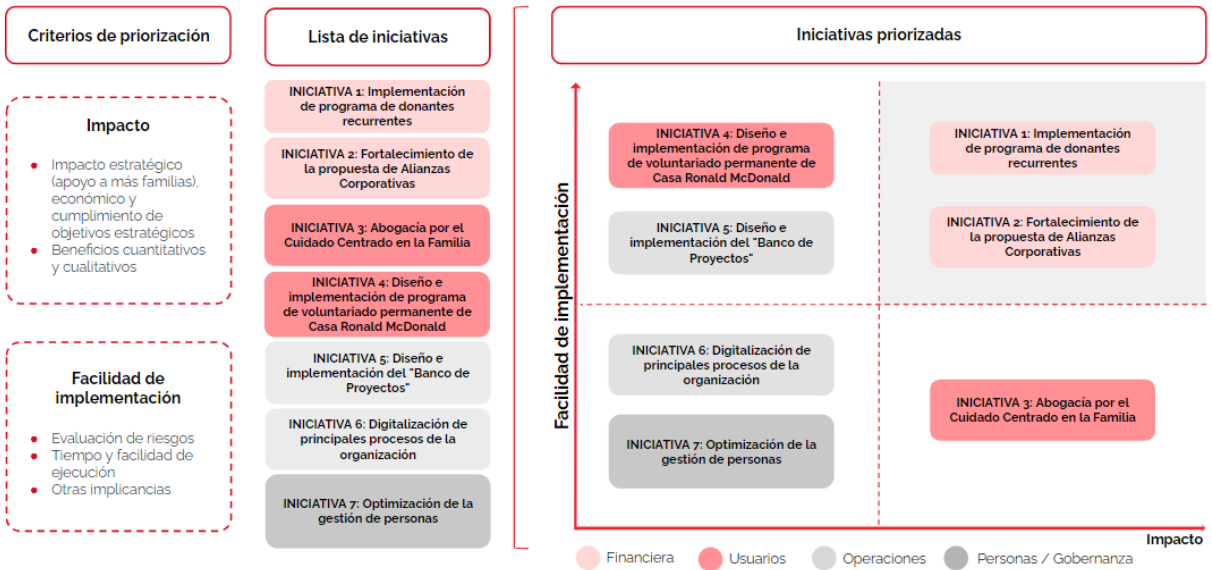
Iniciativas priorizadas 2023



Para el año 2024 se considera como proyectos priorizados:

- La habilitación de la nueva Casa Ronald McDonald INSN SB
- La expansión de la Casa Ronald McDonald Conjuntos

4. Iniciativas priorizadas 2024



5. Expansión de la misión

Ante el contexto en el que se desarrolla el capítulo RMHC Perú, uno de los focos de la planificación hacia el 2025 es expandir la capacidad de impacto de la siguiente manera:

- 2022: Inauguración de Sala de Uso Diurno Ronald McDonald - H. Rebagliati
- 2023: Expansión de la Casa Ronald McDonald Essalud
- 2024: Expansión de la Casa Ronald McDonald Conjuntos y nueva Casa Ronald McDonald INSN San Borja
- 2025: Apertura de la nueva Casa Ronald McDonald Almenara - EsSalud

Proyección de Presupuesto 2024-2026



Año	2024	2025	2026
Total Ingresos	4'376,710	4'100,200	3'724,298
(-) Total Gasto Operativo	2'255,644	2'650,627	2'640,393
(-) Total Gasto de Inversión	1'797,596	824,448	313,448
Resultado del Ejercicio	S/ 323,470	S/ 625,124	S/ 770,456
Reserva líquida al cierre de año	US\$ 459,965	US\$ 595,523	US\$ 766,433
Número de meses de Reserva Operativa	12.49	12.96	15.96

6. Proyecto de expansión Casa Ronald McDonald INSN SB

i. Presentación de Proyecto

El proyecto se emplaza en la Av. Javier Prado Este 3101, Provincia de Lima, Región Lima, Perú. El terreno cuenta con un perímetro total de de 261.00 m y con un frente de 170.00 m. por la Av. Javier Prado, un frente de 40.00m. por la Av. Agustín de la Rosa Toro.

El área total del área construida es de 2,002.00m², de los cuales 460.00m² corresponden al área designada para la Nueva Casa Ronald McDonald – Instituto Nacional de Salud del Niño de San Borja. El proyecto de arquitectura se ajusta a lo establecido en el Reglamento Nacional de Edificaciones de Perú y a las reglamentaciones locales según los Parámetros Urbanísticos vigentes. El proyecto arquitectónico plantea una propuesta de diseño que respeta su entorno según la categoría III-2 de la Norma Técnica de Salud N°021-MINSA/DGSP-V, a la cual pertenece el Instituto Nacional de Salud del Niño de San Borja.

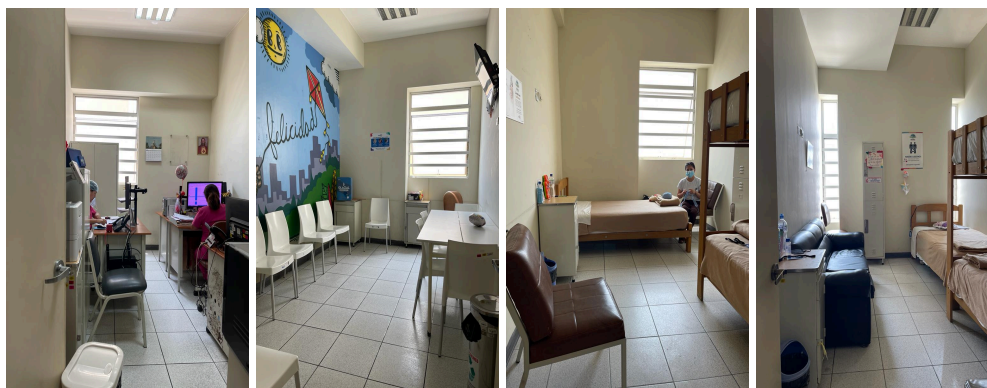
Actualmente en el primer piso del Instituto Nacional de Salud del Niño de San Borja funciona de forma provisional una sala de espera, la cual se encuentra en condiciones inadecuadas y poco confortables para los usuarios, partiendo desde ésta problemática el proyecto buscará construir una Sala de Acogida Familiar, considerando los estándares Ronald McDonald House Charities y se emplaza en un área de 90.00 m², el sistema constructivo que se utilizará para ésta construcción será de estructura metálica modular con paneles termoacústicos, los cuales, permiten aislar los ruidos externos, absorbe los ruidos internos impidiendo que salgan del espacio y mejora la acústica del lugar para que llegue con la misma calidad a todos lados.

ii. Concepto

El proyecto inicia identificando los espacios actuales del albergue del Instituto, se trabajó un programa arquitectónico donde se pudo identificar: 1 oficinas de asistencia social, 2 comedores, 16 habitaciones, 4 servicios higiénicos, 1 almacén, 1 ropería y 1 lavandería. Se propone una estrategia de emplazamiento bajo las consideraciones de las buenas prácticas de diseño para instalaciones de Ronald McDonald House Charities.

Estado situacional del espacio

(Oficina de asistencia social, comedor, 2 habitaciones)



Las habitaciones de la nueva Casa Ronald McDonald - Instituto Nacional de Salud del Niño, se conciben como espacios privados que ofrecen una atmósfera acogedora, confortable y serena. Estos ambientes proporcionan un refugio para las familias, alejado del bullicio del entorno hospitalario y las zonas de interacción social y comunitaria de las instalaciones de RMHC.

Reconociendo la diversidad de necesidades de cada familia, se busca maximizar la flexibilidad en el diseño de las habitaciones. Se prioriza permitir a las familias tener control sobre la iluminación, ventilación y temperatura del espacio. Los elementos de acabado, mobiliario y detalles se seleccionan cuidadosamente para transmitir una sensación de tranquilidad y compasión.

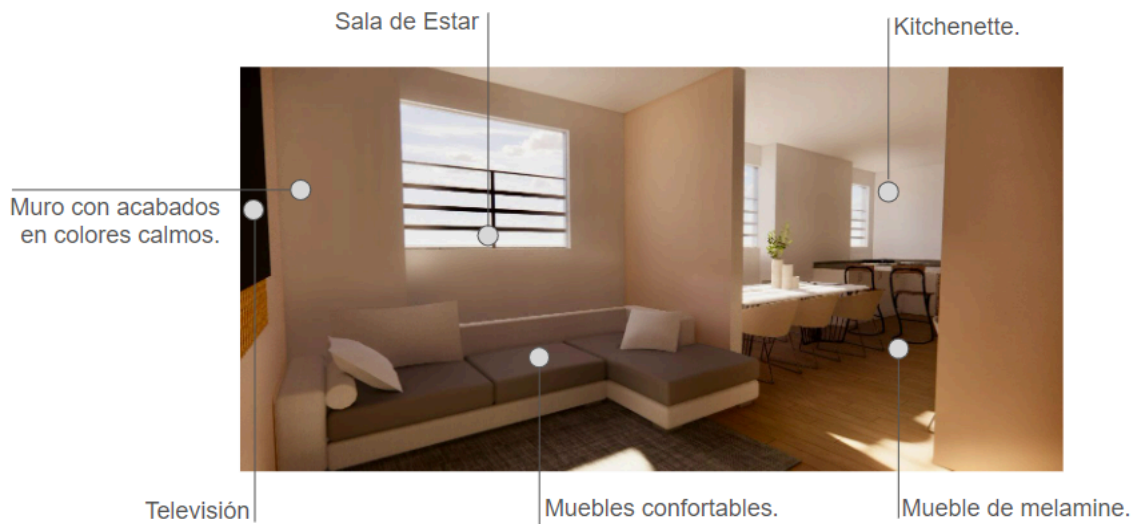
Configuración de las habitaciones.



El proyecto se fundamenta en la creación de espacios de recreación que promuevan el bienestar y la distracción de las familias, mediante la integración de ambientes confortables y accesibles. Estos espacios se conciben como áreas de escape del entorno hospitalario, donde se prioriza la comodidad y la accesibilidad para todos los miembros de la familia. Se busca no solo ofrecer mobiliario confortable, sino también diseñar estos espacios de manera que inviten a la relajación y el entretenimiento, fomentando así un ambiente propicio para el descanso y la recreación.



El concepto arquitectónico del proyecto se centra en la creación de ambientes acogedores y funcionales que respondan a las necesidades emocionales y físicas de las familias. Se apuesta por la inclusión de mobiliario ergonómico y versátil, que permita a las familias disfrutar de momentos de distracción y descanso en un entorno agradable y cálido. Además, se considera la importancia de la accesibilidad universal, garantizando que estos espacios sean fácilmente transitables y utilizables por personas de todas las edades y habilidades, reforzando así el sentido de comunidad y bienestar dentro de las instalaciones.



El diseño del espacio de Acogida Familiar en el Instituto Nacional de Salud del Niño de San Borja surge como una solución integral para mejorar la calidad del entorno de espera de los usuarios. Partiendo de la identificación de deficiencias en la sala provisional existente, se propone una intervención que responde a estándares superiores de confort y funcionalidad, conforme a las directrices de Ronald McDonald House Charities.



Este nuevo espacio, concebido para abarcar una superficie de 90.00 m², se articula en torno a una cuidadosa selección de materiales y técnicas constructivas. Se opta por un sistema de estructura metálica modular, combinado con paneles termoacústicos de alta eficiencia. Estos elementos no solo ofrecen resistencia estructural y rapidez en la ejecución, sino que también brindan un control acústico óptimo. La capacidad de estos paneles para amortiguar ruidos externos e internos, junto con su capacidad para mejorar la calidad sonora del ambiente, aseguran una experiencia de espera más placentera y relajada para las familias.



iv.

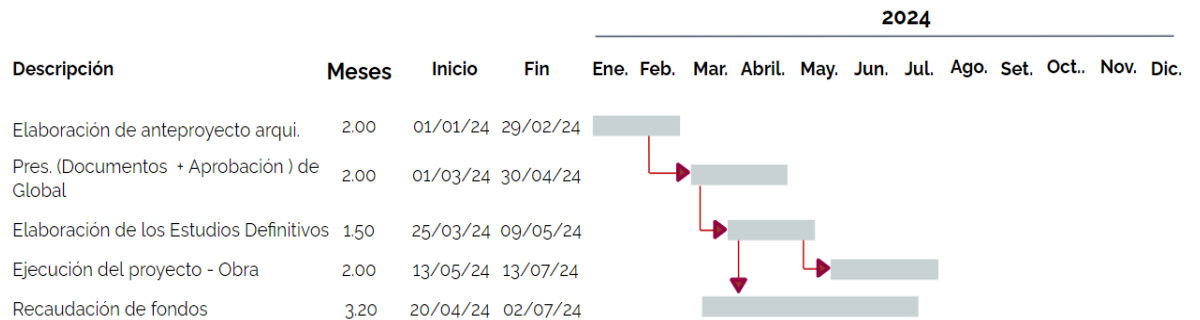
Además, se integran consideraciones de diseño bioclimático y ergonómico para maximizar el confort térmico y visual de los usuarios. La disposición estratégica de los elementos arquitectónicos y el mobiliario se ajusta a los flujos de circulación y las necesidades de privacidad, creando así un entorno acogedor y funcional. En conjunto, estas decisiones de diseño buscan elevar el estándar de calidad espacial y contribuir a la mejora del bienestar de las familias que utilizan este importante servicio.



iii. Presupuesto

Item	Frente	Descripción	Tipo	USD \$
1	Casa Ronald McDonald - Instituto Nacional de Salud del Niño de San Borja.	14 habitaciones / 4 servicios higiénicos / 1 Kitchenette / 1 Comedor / 1 Sala de Estar / 1 Recepción / 1 Lavandería / 1 Terraza./ 1 Almacén / 1 Ropería.	Muros de albañilería.	55 000
2	Espacio de Acogida Familiar	Estacionamiento para camillas / Salas de espera modelo Casa Ronald / Servicios higiénico / Oficina.	Estructura metálica con paneles termoacústicos.	100 000

iv. Gantt



v. Diseño

El proyecto arquitectónico en la Av. Javier Prado Este 3101, en la Provincia de Lima, Región Lima, Perú, tiene como objetivo abordar una necesidad crucial en el entorno urbano: la escasez de espacios vitales como comedores, salas de estar, oficinas y lavanderías. En este contexto, se presenta un programa arquitectónico que no solo responde a la necesidad de estos espacios, sino que también integra soluciones innovadoras y eficientes para maximizar su funcionalidad y adaptabilidad a las demandas de la comunidad.



- 16 Habitaciones
- 4 Baños
- 1 Lavandería
- 2 Comedores
- 1 Oficina
- 1 Almacén

Habitaciones

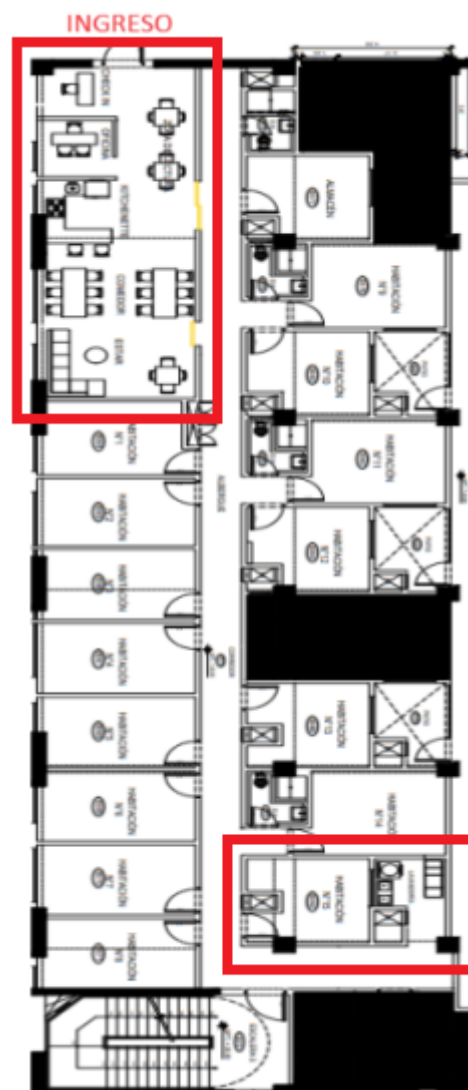


Oficina / Comedor



El diseño propuesto contempla la remodelación del piso 8 que albergará una variedad de instalaciones esenciales. Entre ellas, existen actualmente 16 habitaciones, 4 baños, una lavandería, 2 comedores, una oficina y un almacén. Cada una de estas áreas ha sido cuidadosamente planificada y distribuida para garantizar su accesibilidad, comodidad y seguridad.

Con una perspectiva centrada en la calidad de vida de los usuarios, el proyecto busca crear un entorno arquitectónico que promueva el bienestar y la convivencia. Además, se han considerado aspectos normativos y regulatorios, asegurando que el diseño cumpla con los estándares establecidos por el Reglamento Nacional de Edificaciones de Perú y las regulaciones locales pertinentes, particularmente aquellas relacionadas con la categoría III-2 de la Norma Técnica de Salud N°021-MINSA/DGSP-V, a la que pertenece el Instituto Nacional de Salud del Niño de San Borja.



- 15 Habitaciones
- 4 Baños
- 1 Lavandería
- 2 Comedores
- 1 Sala de estar
- 1 Oficina
- 1 Almacén

Con el fin de promover la convivencia equitativa y el bienestar de todos los residentes, se ha ajustado el número de habitaciones. Se propone asignar 2 habitaciones para hombres y 13 habitaciones para mujeres, lo que garantiza una distribución adecuada de los espacios y una atención equitativa a las necesidades de género.

Comedor: Se ha priorizado la ampliación y el acondicionamiento del comedor, considerándolo como un punto de encuentro central para las familias. Este espacio se diseñará para ofrecer comodidad y funcionalidad del espacio.

Sala de estar: Se propone la inclusión de una sala de estar acogedora y multifuncional, que sirva como área de esparcimiento y reunión para las familias. Este espacio estará equipado con mobiliario cómodo y elementos que promuevan la interacción social y el relaxo.

Check In: Se incorporará un área de check-in que facilite el ingreso de las familias y agilice los procesos administrativos. Esta área estará diseñada de manera eficiente y accesible, garantizando una experiencia de registro sin contratiempos.

Lavandería: La lavandería se considera un espacio fundamental para el mantenimiento de la higiene y el bienestar de las familias. Se garantizará que esté equipada con las instalaciones necesarias y suficientes para cubrir la demanda de lavado y secado de ropa de todos los residentes de manera eficiente.

Almacén: Se ha previsto un espacio de almacenamiento adecuado para garantizar el orden y la organización de los suministros y materiales necesarios para el funcionamiento diario de la instalación.

Zona de lectura: Se asignará un área específica dentro del espacio para la creación de una zona de lectura, diseñada para fomentar el hábito de la lectura y el estudio entre las familias. La zona de lectura estará equipada con estanterías o libreros que alberguen una variedad de libros y revistas, abarcando diferentes géneros y temas para satisfacer los intereses diversos. Se dispondrá de mobiliario cómodo, como sillones o sillas ergonómicas, así como iluminación adecuada, para garantizar un ambiente propicio para la concentración y el disfrute de la lectura.

vi. Plan de sostenibilidad ambiental

En Ronald McDonald House Charities de Perú, creemos que nuestras acciones ambientales realizadas diariamente en nuestros programas tienen grandes repercusiones en el medio que nos rodea, algunas tienen efecto en nuestro entorno local y otras tienen consecuencia a escala global.

Para intentar minimizar los posibles impactos negativos sobre el Medio Ambiente y sobre la salud de las personas, existen una serie de medidas que se pueden llevar a cabo. El conjunto de estas medidas constituyen el presente documento de buenas prácticas: promueven una cultura ambientalmente consciente.

Diseño de construcción

El diseño arquitectónico de la nueva Casa Ronald McDonald en el 8vo piso del Instituto Nacional de Salud del Niño de San Borja se basará en principios de sostenibilidad y eficiencia energética. Dado que el proyecto debe integrarse con la estructura existente, se realizarán adaptaciones que maximicen el uso de recursos naturales, reduzcan el consumo de energía y minimicen el impacto ambiental.

Eficiencia Energética

Iluminación Natural: Se optimizará el diseño para aprovechar al máximo la luz natural. Esto implica la incorporación de ventanas amplias, en áreas de circulación. La integración de vanos y estratégicamente ubicadas en áreas de circulación no solo cumple una función estética y práctica en el diseño arquitectónico de la Casa Ronald McDonald, sino que también tiene un impacto significativo en la sostenibilidad ambiental del espacio.

Al aprovechar al máximo la luz natural, se reduce la necesidad de iluminación artificial durante el día. Esto disminuye el consumo de energía eléctrica, lo que a su vez reduce las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas con la generación de electricidad. De esta manera, se contribuye a la mitigación del cambio climático al reducir la huella de carbono en el espacio.

En conclusión, la maximización del aprovechamiento de la luz natural en el diseño arquitectónico de la Casa Ronald McDonald no solo tiene beneficios ambientales tangibles, como la reducción del consumo de energía y las emisiones de carbono, sino que también contribuye a la salud y el bienestar de las familias y promueve una mayor conexión con la naturaleza y la conciencia ambiental.

Iluminación LED

Se utilizan luces LED de bajo consumo en todo el piso para minimizar el consumo de energía. La eficiencia en términos de energía en comparación con las tecnologías de iluminación convencionales, como las bombillas incandescentes o fluorescentes. Al utilizar luces LED de bajo consumo en toda la Nueva Casa Ronald McDonald, se reduce considerablemente la cantidad de electricidad necesaria para iluminar el espacio, lo que se traduce en una disminución significativa en el consumo de energía.

Aunque las luces LED pueden tener un costo inicial ligeramente más alto en comparación con otras opciones de iluminación, ofrecen un retorno de la inversión a largo plazo debido a su mayor eficiencia energética y vida útil más larga. Al reducir el consumo de energía, se reducen los costos de electricidad a lo largo del tiempo, lo que resulta en ahorros económicos significativos para la organización a lo largo de la vida útil del espacio donde estará emplazada la Nueva Casa Ronald McDonald.

La reducción del consumo de energía asociada con el uso de luces LED tiene un impacto directo en la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y, por lo tanto, en la huella de carbono del espacio. Esto contribuye a mitigar el cambio climático y a promover prácticas más sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.

Así mismo, las luces LED tienen una vida útil significativamente más larga que otras opciones de iluminación, lo que significa que requieren menos mantenimiento y reemplazo a lo largo del tiempo. Esto reduce los costos y la molestia asociados con el mantenimiento de las instalaciones, permitiendo que los recursos se destinen a otras áreas prioritarias del proyecto.

Gestión de residuos

Es un aspecto fundamental de cualquier proyecto que busca integrar prácticas sostenibles. En el caso de la Nueva Casa Ronald McDonald, la implementación de un sistema de separación de residuos no solo es una responsabilidad ambiental, sino también una oportunidad para promover el reciclaje y la reutilización dentro del edificio. Este enfoque no solo contribuirá a la reducción de desechos enviados a vertederos, sino que también fomentará una cultura de conciencia ambiental entre los residentes, el personal y los visitantes.

La implementación de un sistema de separación de residuos dentro de la Casa Ronald McDonald se llevará a cabo mediante un enfoque integral que abarca tres pasos clave. En primer lugar, se realizará una evaluación detallada de los tipos de residuos generados en el edificio, identificando las corrientes principales y las oportunidades para la separación eficiente. A continuación, se establecerán estaciones de separación de residuos claramente identificadas en áreas estratégicas del espacio, como kitchenet, las áreas comunes y las habitaciones, equipadas con contenedores adecuados para diferentes tipos de materiales, como plástico, papel, vidrio y materia orgánica. Por último, se desarrollará un programa de sensibilización y capacitación para el personal y los familiares, que incluirá sesiones educativas, materiales informativos y campañas de comunicación para fomentar la participación activa en la separación de residuos y promover prácticas de reciclaje y reutilización.

La implementación de un sistema de separación de residuos en la Casa Ronald McDonald representa un paso significativo hacia la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental. Al promover el reciclaje y la reutilización dentro del edificio, se reducirá la cantidad de desechos enviados a vertederos, se conservarán los recursos naturales y se mitigará el impacto ambiental. Además, este enfoque contribuirá a crear una comunidad más consciente y comprometida con la protección del medio ambiente, fomentando una cultura de sostenibilidad.

Agua

En el contexto de la Casa Ronald McDonald, la gestión del agua se concibe como una prioridad crucial, considerando su naturaleza como recurso limitado. Este enfoque se alinea con las normativas locales y las mejores prácticas internacionales en la utilización responsable del agua, reconociendo su valor como un bien preciado que debe ser conservado y utilizado de manera eficiente.

Instalación de Dispositivos Ahorradores de Agua: Se implementarán grifos y sanitarios equipados con dispositivos ahorradores de agua, como grifos de bajo flujo e inodoros de doble descarga. Estas medidas reducirán significativamente el consumo de agua potable en el espacio, cumpliendo con las normativas locales que promueven la eficiencia hídrica en las instalaciones.

Sensibilización y Educación: Se desarrollará un programa de sensibilización y educación dirigido a residentes, personal y visitantes, destacando la importancia de la conservación del agua y proporcionando consejos prácticos para su uso eficiente. Esta iniciativa promoverá una cultura de responsabilidad y cuidado del agua, fomentando el cumplimiento de las normativas locales y el compromiso con la sostenibilidad.

Mejora de la calidad del aire interior.

Implementación de sistemas de purificación natural del aire: Se instalarán jardines interiores con plantas seleccionadas por su capacidad para filtrar y purificar el aire, como helechos y dracaenas. Estas plantas ayudarán a reducir la concentración de contaminantes interiores, como el formaldehído y el benceno, mejorando así la calidad del aire y promoviendo un ambiente interior más saludable para los residentes y el personal.

vii. Focus Group

El equipo de la Asociación Casa Ronald McDonald llevó a cabo un proceso de investigación exhaustivo para comprender a fondo las necesidades y deseos de las familias usuarias del espacio en el albergue del 8vo piso del Instituto Nacional de Salud del Niño de San Borja. Para ello, se realizó un focus group en el que participaron 20 madres de familia y parte del equipo de asistencia social del hospital, quienes compartieron sus experiencias, normas de convivencia y necesidades en dicho espacio.

Este focus group se llevó a cabo de manera cercana y colaborativa, en una atmósfera de confianza y apertura, donde se plantearon preguntas pertinentes sobre cómo las familias vivían en el espacio, qué normas de convivencia seguían y qué aspectos les gustaría ver mejorados en el proyecto que se planeaba implementar. Posteriormente, el equipo de la Asociación Casa Ronald McDonald realizó una visita in situ al albergue, recorriendo cada espacio detalladamente para verificar e identificar las necesidades antes mencionadas.

A continuación, se presenta una tabla que resume las principales necesidades identificadas en el focus group, así como las soluciones propuestas para abordarlas, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las familias usuarias del espacio.

Ambiente	Soluciones	Impacto
Dormitorios	<ul style="list-style-type: none">- No utilizar camarotes para las madres, considerar camas bajas.- Instalar dos lámparas de noche por habitación.- Incorporar mesas de noche con al menos dos conexiones para cargar celulares.- Proporcionar dos focos por habitación.- Facilitar habitaciones compartidas para promover la formación de comunidad.	<ul style="list-style-type: none">- Mayor seguridad y comodidad para las madres.- Facilitación del acceso a la información sobre la salud de los niños.- Facilitar el acceso y comodidad con la finalidad que las madres puedan cargar un equipos móviles- Fomento de la interacción y apoyo mutuo entre las familias.

Baños y Duchas	<ul style="list-style-type: none"> - Colocar sillas de ruedas y sillas en las duchas para madres post cesárea. - Utilizar cortinas de tela para reducir la humedad y proporcionar mayor durabilidad. - Abastecer con jabón líquido y tachos grandes para una mejor higiene. - Considerar la instalación de duchas exclusivas 	<ul style="list-style-type: none"> - Mejora en la accesibilidad y comodidad para las madres en proceso de recuperación. - Mejora en la comodidad y limpieza de los baños. - Mayor seguridad y bienestar para las madres.
Lavandería	<ul style="list-style-type: none"> - Instalar un solo centro de lavado con prioridad en la instalación de dos lavaderos. - Considerar el lavado a mano como opción con espacios adecuados para ello. - Implementar turnos por grupos para el uso de la lavadora. - Ofrecer orientación y apoyo para el uso seguro de la lavadora. 	<ul style="list-style-type: none"> - Reducción del tiempo de espera para lavar la ropa. - Mayor comodidad y satisfacción de las necesidades de lavado, especialmente para las madres con recién nacidos. - Reducción de la ansiedad asociada al uso de la lavadora.
Almacenamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar espacios de almacenamiento adecuados para maletas. - Proporcionar espacios específicos para guardar maletas y pertenencias personales. - Considerar la instalación de lockers con llave para mayor seguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mejora en la organización y seguridad de las pertenencias de las familias. - Mayor tranquilidad para las madres respecto a la seguridad de sus objetos personales.
Área Común	<ul style="list-style-type: none"> - Equipar una sala común con facilidades para manualidades y actividades recreativas. - Establecer un espacio con cafetera, microondas, hervidora y utensilios básicos de cocina. - Habilitar un espacio tranquilo para orar y descansar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fomento de la interacción social y el bienestar emocional. - Mejora en la alimentación y atención médica para las madres y sus hijos. - Promoción del autocuidado y desarrollo personal.

	<ul style="list-style-type: none"> - Proporcionar alimentos más nutritivos y atención médica adecuada, incluyendo lactario y disponibilidad de médico. - Ofrecer talleres de autoestima y cuidado personal. 	
Normas de convivencia	<ul style="list-style-type: none"> - Habilitar una sala privada para conversar y ofrecer apoyo psicológico si es necesario. - Trabajar en conjunto con el área de psicología y relaciones públicas para promover un ambiente de convivencia sano y armonioso. 	<ul style="list-style-type: none"> - Promoción de un ambiente de apoyo y entendimiento entre las familias. - Mejora en la gestión de conflictos y promoción de la salud mental.

La realización del focus group con los usuarios del espacio en el albergue del Instituto Nacional de Salud del Niño de San Borja ha sido esencial para identificar las necesidades específicas de las familias usuarias. A través de este proceso participativo, se ha obtenido información detallada sobre cómo viven las personas en el espacio, sus normas de convivencia y las áreas que requieren mejoras. Este enfoque ha permitido diseñar un proyecto de remodelación y acondicionamiento que aborda de manera integral todas las necesidades identificadas, desde la disposición de las habitaciones hasta la provisión de servicios y espacios comunes.

Imágenes del focus group

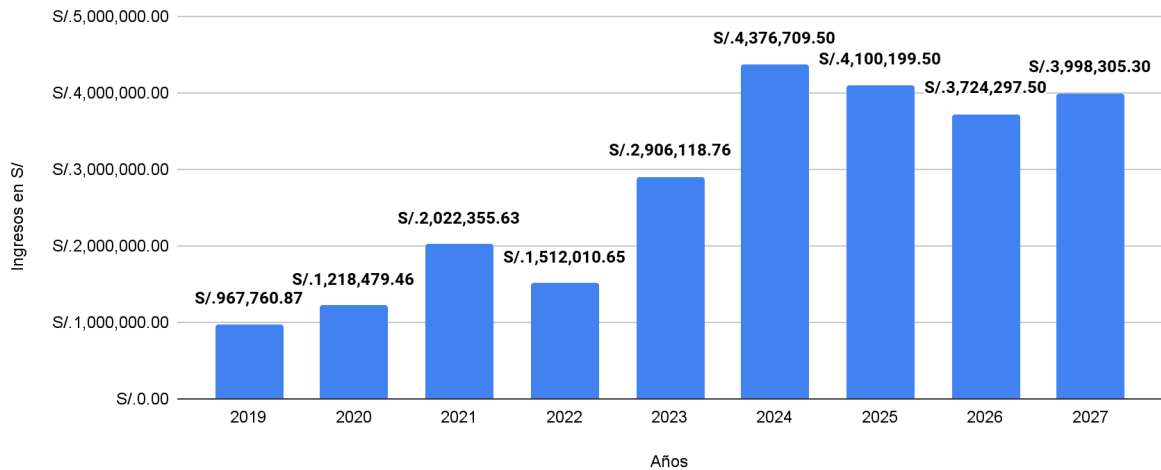




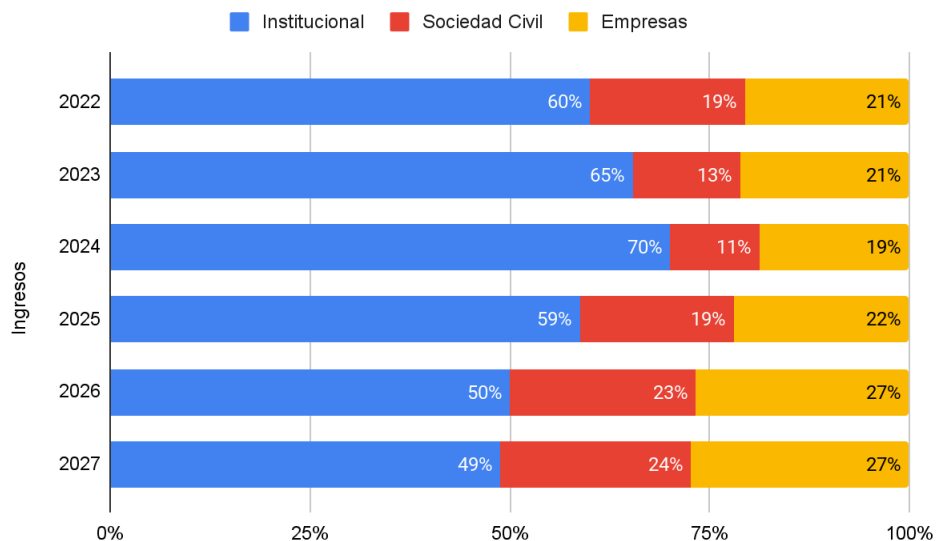
El proyecto se ha concebido con base en las directrices y sugerencias proporcionadas por los propios usuarios, asegurando así que todas las soluciones propuestas sean pertinentes y efectivas. Se han considerado aspectos como la seguridad, comodidad y accesibilidad, así como la promoción del bienestar emocional y físico de las familias. En consecuencia, el nuevo diseño del albergue garantizará un entorno acogedor y funcional que satisfaga las necesidades específicas de las familias usuarias, promoviendo un ambiente de apoyo mutuo y ofreciendo las condiciones óptimas para una estancia confortable durante su difícil situación.

6. Proyección de Ingresos 2019 - 2027

Como parte del proceso de planificación estratégica a largo plazo el capítulo ha desarrollado un plan de recaudación de fondos enfocado a fortalecer los siguientes canales de recaudación: Institucional (fondos de cooperación internacional, gobierno y RMHC), Sociedad Civil (donantes recurrentes, eventos institucionales y campañas), y Empresas (alianzas corporativas, Gran Día con McDonalds, productos solidarios y donaciones de productos).



La proyección de ingresos líquidos para el año 2024 está planificada en S/4,376,709.50 equivalentes a \$1,151,765.66 (T.C. S/3.80), concentrados en un 70% en el canal institucional, 22% en el canal de empresas y el otro 11% en la sociedad civil. Tal como se muestra en el siguiente gráfico:



A continuación, se presenta la proyección de ingresos (en moneda local, soles), de forma detallada con respecto a cada fuente, en la que INST significa institucional, SC es sociedad civil y EMP corresponde a empresas.

Ingresos 2024	Ingresos proyectados S/.	%	Recaudado hasta 29/02/2024	Ingresos fijos/aprobados	Ingresos por buscar
Subvención MINSA	600,000.00	14%	150,000.00	450,000.00	0.00
RMHC	1'766,609.50	40%	9,085.53	1'050.880.17	706,643.80
Fondos Cooperación	700,000.00	16%	50,502.01	146,677.99	502,820.00
Donantes recurrentes	348,300.00	8%	46,778.66	203,221.34	98,300.00
Donantes varios	14,400.00	0%	0.00	2,400.00	12,000.00
Colectas y campañas	75,000.00	2%	1,305.88	23,694.12	50,000.00
Gran Día McDonalds	213,400.00	5%	0.00	213,400.00	0.00
Merchandising	52,000.00	1%	2,490.31	7,509.69	42,000.00
Alianzas Corporativas	450,000.00	11%	11,360.00	165,000.00	273,640.00
Producto Solidario	150,000.00	3%	49,196.94	69,196.94	31,606.12
Alcancías	7,000.00	0%	186.00	686.00	6,128.00
Total	S/4,376,709.50	100%	S/320,905.33	S/2,332,666.25	S/1,723,137.92

De la meta total de recaudación de fondos para el 2024, S/4'376,709.50:

i. Sociedad Civil:

- Implementación del nuevo programa de donantes recurrentes, incluye proceso de captación, monitoreo y fidelización.
- Campaña masiva con video publicitario en redes sociales para contar con 1,600 afiliaciones al cierre del año.
- Planificación y desarrollo de evento deportivo familiar masivo con motivo del Día de la Familia.
- Organización de 4 colectas y/o campañas de recaudación
- Venta de merchandising en ferias, centros comerciales y empresas
- Movilización de más de 2,000 voluntarios activos durante el año y 3 escuelas de formación.
- Uso de Bitrix como CRM de la organización para gestionar la información de los usuarios, donantes y potenciales donantes.
- Renovación de la página web y del landing de donaciones con un sistema atractivo de afiliación y la incorporación de manejo de leads.

ii. Empresas:

- Ejecución de 6 campañas de venta de productos solidarios, con foco en los establecimientos masivos con nuestros aliados: Cencosud y Sodimac.
- Consecución de alianzas con 60 empresas para la ejecución de nuestros diferentes programas madre.
- Movilización de 1800 voluntarios provenientes de empresas y brindar una experiencia inolvidable para que conecten con nuestra misión y se vuelvan donantes y aliados de largo plazo.

- Organización 2 desayunos de networking dirigidos a nuestras empresas aliadas y 1 evento de reconocimiento a los aliados que nos acompañan en los años de trayectoria de la organización.
- Lograr 2 alianzas regionales con las empresas Credicorp Capital y Kimberly Clark.
- Búsqueda de empresas registradas en listas de Great Place to Work y Merco para tener un acercamiento estratégico a través de la inteligencia comercial.
- Fortalecimiento del soporte en campañas de marketing con las empresas para la generación de más fondos, awareness y reputación, a través de inversión de pauta publicitaria en redes sociales para comunicar la alianza.
- Participación en redes de trabajo colaborativas como BNI y Vistage para convertirnos en el proyecto de responsabilidad social de grandes empresas.

iii. Institucional:

- Postulación a 4 fondos concursables por mes.
- Trabajo con 4 empresas que invierten fondos en proyectos nuevos.
- Inicio de reportabilidad ante la Asociación Peruana de Cooperación Internacional para recibir devolución de impuestos proporcionales a los gastos de proyectos según fondos recibidos del exterior (principalmente RMHC - EEUU).
- Consolidación del área de cooperación, incluyendo equipo de voluntarios y pasantes.
- Presentación del macroproyecto “Lazos Dorados” al Ministerio de Salud, Sociedad Alemana de Cooperación Internacional y Organización Internacional para las Migraciones.
- Participación activa en redes profesionales, como: Childhood Cancer International, Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional y Grupo de Trabajo para Refugiados y Migrantes.
- Relacionamiento con embajadas de Estados Unidos, Reino Unido, Australia y Finlandia principalmente.
- Oportunidad con Ronald McDonald House Charities para proyecto de expansión de Casa Ronald McDonald Conjuntos.

1) Sociedad Civil

<p>Colectas y Campañas Masivas Donantes Recurrentes Merchandising</p>
<p>Meta: S/489,700.00</p>



2) Alianzas Corporativas

<p>Voluntariado Corporativo Productos Solidarios Espacios de NetWorking Alcancias</p>
<p>Meta: S/1'314,301.84</p>



3) Cooperación Internacional

<p>Fondos institucionales RMHC OIM y GIZ Macroproyecto</p>
<p>Meta: S/2'234,210.00</p>



Hemos avanzado en el fortalecimiento intencional de los donantes. Reconocemos que es necesario ser innovador en todos los aspectos del desarrollo de fondos, incluyendo la continua interacción con los donantes actuales, la participación de nuevos donantes y la creación de nuevas formas para que los stakeholders apoyen a la Casa.

El plan de desarrollo de fondos que proponemos tiene como objetivo mantener un presupuesto operativo anual esperado de S/2,214M, una inversión por proyectos de S/1,300M y un ingreso anual de S/4,376M. Por lo que se tendría una utilidad del ejercicio por encima de S/229M. Es así que al cierre del 2024, se culminaría con 12.03 meses de cobertura y con una reserva líquida de \$426,407.62.

7. Recaudación de fondos para el proyecto

Este año se iniciará con la implementación de la fase 1 del proyecto de expansión de la Casa Ronald McDonald Conjuntos. Esta inversión está valorizada en S/650,000 (equivalente a: \$171,000), que incluye: 7 habitaciones con baño y una Sala de Usos Múltiples en sistema de drywall liviano. Para la consecución de estos fondos se implementarán las siguientes estrategias:

i. Institucional:

Fruto de las relaciones que tenemos actualmente con los aliados estratégicos y de lo que hemos ido cosechando con ellos. Tenemos el siguiente panorama confirmado:

- Ronald McDonald House Charities: \$200,000 (equivalentes a S/760,000)
- Organización Mundial para las Migraciones: S/200,000
- Sociedad Alemana de Cooperación Internacional: S/150,000

Total: S/1,110,00,000

ii. Empresas:

Contamos con los siguientes donantes confirmados con respecto al sector privado, quienes se suman con dinero efectivo y bienes donados.

Productos solidarios

- Hasbro: S/10,000
- Procter & Gamble: S/50,000
- Cerámica San Lorenzo: S/37,000
- Cencosud: S/35,000

Adopta una habitación

- BTG Pactual: S/15,000
- Pamolsa: S/15,000

Campañas

- Arcos Dorados: S/213,400
- Coca Cola: S/20,000

Voluntariado

- Fundación Telefónica: S/7,000

- Hotel Westin: S/5,000
- Farmacias Universal: S/5,000

Total: S/412,000

ii. Sociedad Civil:

A la recaudación con respecto a donantes varios, se le suman los ingresos por colectas y campañas de S/.75,000. Para esto se emplearán las siguientes acciones:

- Lanzamiento de campaña masiva: contamos con 5 aliados especialistas en growth marketing, publicidad, producción de vídeo, editor y programador web, con quienes estamos trabajando en la campaña para atraer a 950 nuevos donantes.
- Gestión de información: se está incorporando en el sistema web, un CRM para trabajar cada dato como un potencial donante, con un mailing adecuado con la comunicación que queremos dar a conocer y de forma personalizada.
- Vallas publicitarias: gracias a la alianza con la empresa Clear Channel se proyectará el video de la campaña en las calles principales de la ciudad para incentivar la donación de la sociedad civil.
- Presencia en cines: hemos logrado tener en 4 momentos del año, la proyección del video de la campaña en una cadena de cines, antes de iniciar cada película.
- Eventos: tendremos presencia en centros comerciales; organizaremos un evento deportivo, donde potenciaremos el mensaje de afiliación al programa, además de campañas itinerantes de donaciones.

Para la ejecución de este proyecto, se cuenta con S/1 '597,000, y estaría cubriendo los dos proyectos de implementación que tenemos proyectados en el 2024: Habilitación de nueva Casa Ronald McDonald INSN SB y la ampliación de la Casa Ronald ConJuntos. Ambos proyectos tienen un costo total de S/. 1,125,000.00 lo que representa una cobertura de 141% de la necesidad de fondos.

Actualmente la reserva líquida de la organización está en más de S/. 1,400M lo que cobertura el 89% del requerimiento de ambos proyectos.

8. Comunicación

El objetivo de nuestra comunicación está enmarcado en 3 puntos:

1. Abogacía por el Cuidado Centrado en la Familia: elevar el posicionamiento de la organización a través de nuestra filosofía
2. Fortalecimiento de la Comunidad Digital: formar una comunidad de seguidores que interactúen y sean parte activamente de nuestros canales de comunicación.
3. Generación de Recursos Económicos: Incentivar la donación de nuestra comunidad digital (personas, empresas, instituciones) en las distintas acciones de recaudación (campañas, producto solidario, merch, etc).

Para el cumplimiento de estos objetivos se cuenta con los siguientes documentos que marcan el horizonte a seguir:

- Plan de marketing digital
- Política institucional de comunicaciones
- Calendario de actividades 2024

De igual manera, es importante mostrar los pilares comunicacionales que tendremos en todos nuestros canales.

1. Cifras de impacto: datos relevantes sobre la salud infantil en el país, resultados de estudios, cáncer infantil, familias albergadas, voluntarios movilizados, almuerzos otorgados, entre otros temas.
2. Historias de inspiración: llegada de las familias a las Casas, casos de éxito, actividades de integración, testimonios de voluntarios, staff y aliados.
3. Formas de ayudar: promover el llamado a la acción para que se sumen a nuestra misión diferentes empresas, personas y aliados

Todo esto nos permitirá conectar con nuestro público objetivo, dar a conocer nuestro programa, proyectos y maneras de aportar; generar awareness y reputación. Además de consolidarnos como marco al ser atractivos para las personas, empresas y organizaciones.

9. Canales de marketing

La Asociación Casa Ronald McDonald de Perú puede utilizar diferentes canales de marketing y comunicación para llegar a su público objetivo. En la actualidad, el uso de los medios digitales es una de las formas más efectivas de llegar a las personas. La Asociación Casa Ronald McDonald de Perú tiene presencia en las principales plataformas de redes sociales, como Facebook, Twitter e Instagram, para difundir información sobre sus servicios y eventos.

Existe un equipo de comunicación que se encarga de diseñar y gestionar la estrategia de comunicación, la producción de materiales, organización de los eventos y actividades necesarias. Se cuenta con los medios digitales y la capacidad de producción de materiales audiovisuales y gráficos para la difusión en redes sociales y plataformas digitales.

Se cuenta, además, con diferentes redes de trabajo articulado para difundir nuestras intervenciones: Somos parte de la Iniciativa Global de Lucha Contra el Cáncer Infantil CCI - Cáncer Childhood International. En el Perú somos parte de la GTRM - Grupo de Trabajo para Refugiados y Migrantes, la Red Soy Voluntario y el Observatorio Nacional de Cáncer Infantil. Tenemos convenios institucionales con el Ministerio de Salud, EsSalud, el Instituto Nacional de Salud del Niño de San Borja, Hospital Edgar Rebagliati Martins, y el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. Ello nos permite evidenciar que contamos con los medios suficientes para la difusión de la información del programa, y planificar eventos y actividades de socialización con dichos grupos para mostrar los avances y resultados del proyecto incluyendo fotografías, testimonios y estadísticas que permitan a los visitantes conocer en detalle la situación de los albergues y la intervención realizada.

Con respecto a los contenidos, se muestra una propuesta de mensajes a trabajar:

1. Uso de cifras de impacto que nos den el sustento para ejecutar nuestros programas:
 - En Latinoamérica de cada 150 familias una va pasar por la experiencia del Cáncer infantil, según indica la Organización Panamericana de la Salud.
 - Según el Ministerio de Salud 1 de 5 niños abandona su tratamiento médico

- por falta de alojamiento en Lima.
- La capacidad general de acogida de los albergues disponibles en Lima es de 321 personas, que equivalen a 160 familias, ésta resulta ser deficiente.
- Los albergues disponibles en Lima solo alberga el 20% del total de niños y niñas con cáncer y que vienen a la capital a recibir tratamiento médico (160 de 900 familias).
- El 38% de las familias encuestadas por la Defensoría del Pueblo indicaron haber dormido en el hospital por no contar con dinero.
- Febrero: Día Internacional de Lucha contra el Cáncer Infantil.
- Septiembre: Mes de la Concientización del Cáncer Infantil.
- Participación CCI para contar el desarrollo de la estrategia 2024-2026 desde los hallazgos de la enfermedad.

2. Historias de inspiración que nos permitan generar conexiones y emociones

- Historias de niño(a)s recuperado(a)s.
- Contar cómo nació la Casa Ronald en el capítulo de Perú.
- Evidenciar los proyectos que se alistan para mejorar la estancia de las familias: Sala SUM, Cuarto Mágico, entre otros.
- Tener una vez al mes una historia de voluntario(a). También nos puede contar su jornada en historias.
- Grabar pequeños clips con los aliados, que invite a otros a sumarse a la Casa Ronald como donante mensual.
- Hacer contenido desde las propias actividades de la casa: talleres de tejido, charlas, trabajo en equipo de los papás y mamás, celebración de fechas especiales.
- Testimonio del staff, qué significa trabajar en la Casa Ronald.
- Aniversarios y eventos propios.

3. Formas de ayudar

- Evidenciar nuestros canales de recaudación, Banca móvil, app, entre otros.
- Campaña de Donantes Recurrentes
- Escuelas de voluntariado
- Jornada del Gran Día
- Colectas digitales con termómetro para hacer seguimiento
- Incentivar la compra del producto solidario con aliados
- Programas para el sector corporativo: voluntariado, auspicia una habitación, producto solidario, donantes recurrentes, testimonio de las cabezas de empresas sobre su experiencia con Casa Ronald

Campaña sugerida:

