



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

SECRETARÍA DE  
SALUD

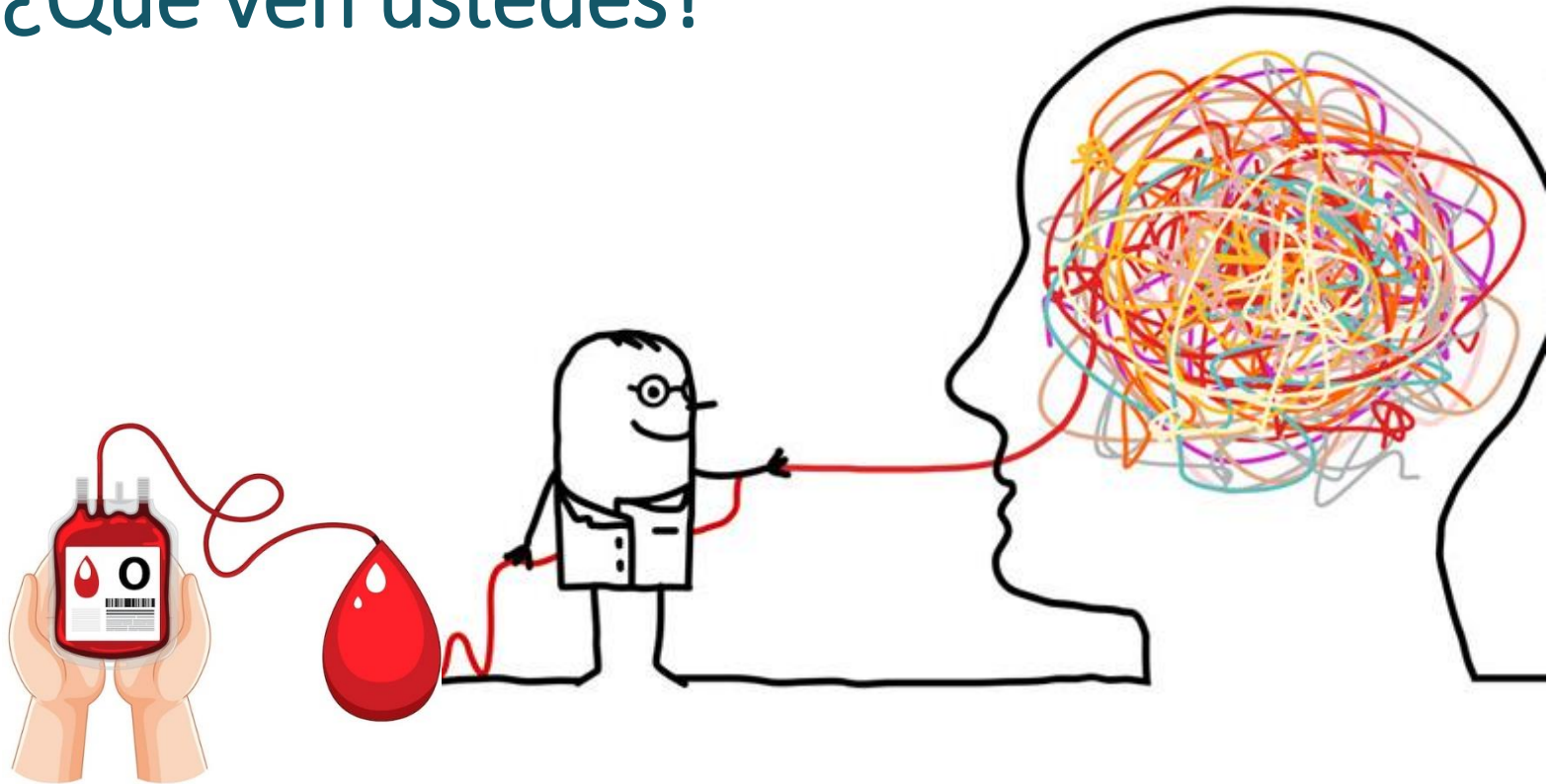




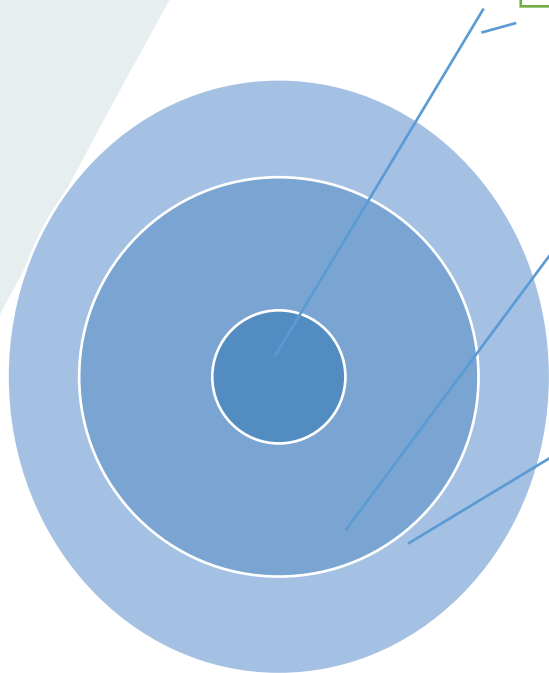
***Los 5 filtros de comunicación  
y marketing en la planificación  
estratégica de IEC***



# ¿Qué ven ustedes?



# Hitos



Impactar positivamente en la salud a partir de la solidaridad dirigida al cuidado y autocuidado.



Transformación de imaginarios sobre la donación de sangre para promover la cultura voluntaria y habitual en las y los donantes.

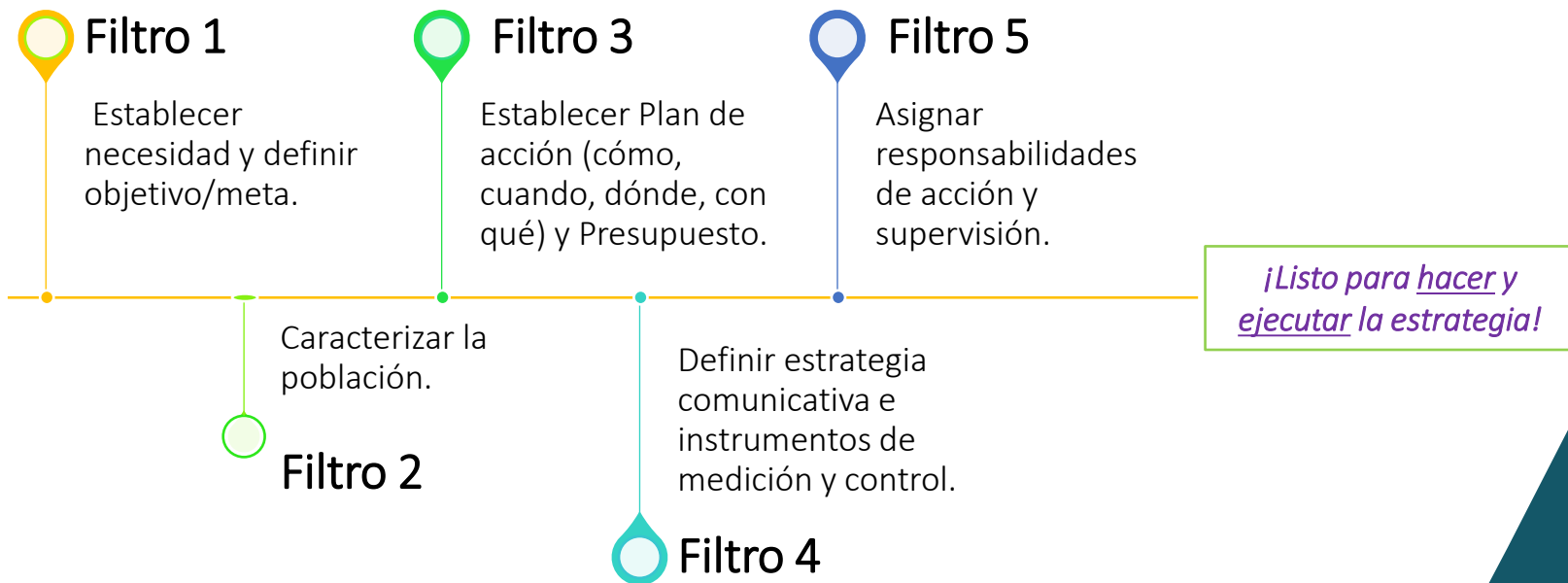


Adherencia a protocolos de atención y estándares de calidad en la Red de bancos de sangre del Distrito.

Falso, después de 6  
meses de realizarte  
el tatuaje, sí puedes  
donar sangre 🩸 !!!



# Los 5 filtros de comunicación y marketing en la planificación estratégica de IEC





# Establecer necesidad y definir objetivo/meta

## PLANTEAR PROBLEMA

¿Qué queremos cambiar?

Los datos y argumentos evidencian la necesidad y estructuran la estrategia: **Fundamentar el cambio**

¿Por qué?

➤ Se requiere establecer mecanismos de medición y definir planes de mejora con evidencia.

¿Para qué?

➤ Se requiere documentar lecciones aprendidas para optimizar el desarrollo de la estrategia a corto, mediano y largo plazo.

➤ Garantizar la articulación y coherencia de los actores relacionados con el proceso.

➤ Evidenciar manejo responsable de recursos y presupuesto.

➤ Plantear objetivos SMART



Específicos



Medibles



Alcanzables



Relevantes



En el tiempo

Ejemplo:

# Retos



Fomentar la cultura de la donación voluntaria y habitual de sangre entre la comunidad a nivel distrital.



Divulgar la donación de sangre como práctica o acto de cuidado individual, de familia y ciudadana.





2

## Caracterizar la población

Caracterizar la población objetivo “target” o grupos de interés (stakeholders)

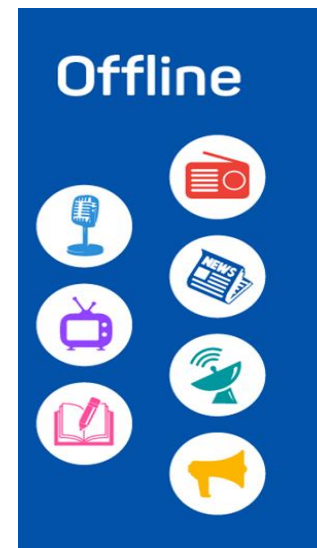
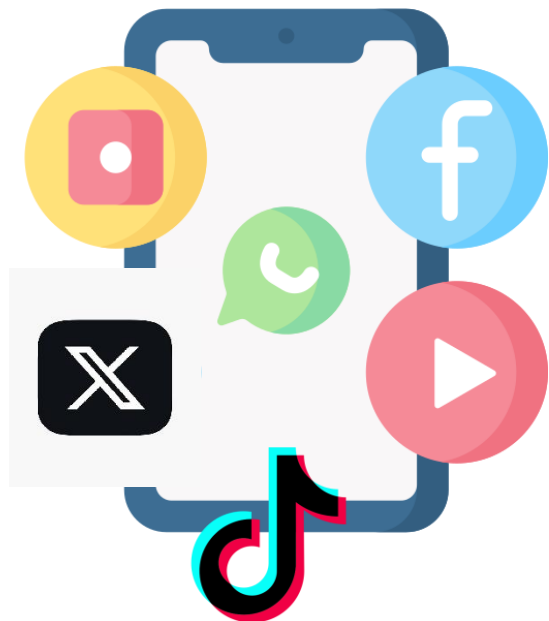
Definir perfil demográfico, geográfico y sociocultural según el objetivo planteado (trabajadores, proveedores, competidores, familias de todos los involucrados, líderes empresariales, grupo poblacional o comunidad).



# Contenido



Ejemplo:



# GENERACIÓN Z (1994-2010)





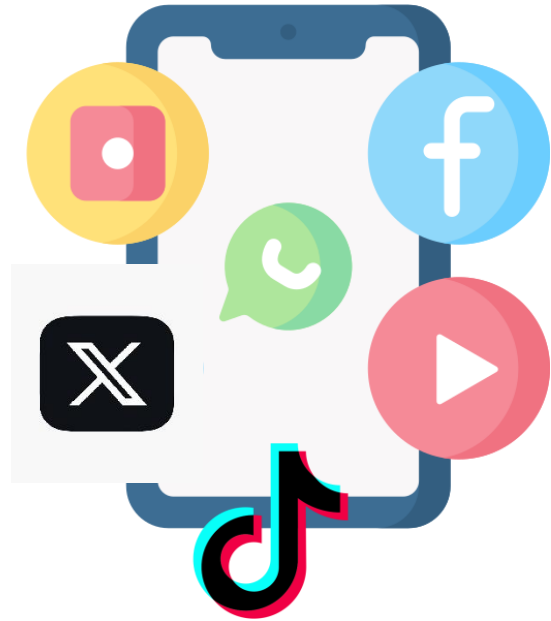
Empezar con publicidad gratis: Realizar videos de reels (Instagram) o TikTok, luego impulsarás (publicidad pagada)



Constancia – frecuencia por lo menos de 1 publicación diaria en todas las **redes sociales** (TikTok, Instagram, Youtube).







Offline



**GENERACIÓN Y (MILLENNIALS, 1981-1993)**





Empezar con publicidad gratis: Realizar videos de reels (Instagram) o TikTok



Generar comunidad de manera orgánica



Constancia – frecuencia alta en RS (X, Facebook, TikTok, Instragram, Youtube) y uso de los canales off line (T.V. prensa e internet).



Creatividad



Realidad – en espacios comunes (salir a la calle)



Posteriormente impulsarás (publicidad pagada)





Secretaría Distrital de Sal... · 30/05/23 ...

🩸 ¡Cuando donas **sangre** puedes salvar hasta tres vidas!

Recuerda que todos somos productores de **sangre** y todos podemos necesitarla.

👏 Súmate a la jornada del 2, 3 y 4 de junio.

#DonaSangre #BombeaVida

➡ [acortar.link/KgrSP8](https://acortar.link/KgrSP8)



🗨️ 3 ❤️ 1 📊 1.410 +



Secretaría Distrital de Salud · 8/06/23 ...

¡Gracias, Bogotá! 🩸

En 122 % se superó la meta establecida para la XXVI Jornada Distrital de Donación de **Sangre**, luego de que 2.055 personas asistieran voluntariamente a los puestos ubicados para la donación entre el 2 y el 5 de junio en diferentes sectores de la ciudad.



🗨️ 4 ❤️ 3 📊 8.364 ↗️



Secretaría Distrital de Salud · 22/06/23 ...

¡#DonaSangre, comparte vida, compártela frecuentemente! 🩸 ¡Gracias por tu contribución en esta importante labor! Un mensaje desde el 🏥 Banco de **Sangre** del Hospital Universitario La Samaritana @ESE\_HUS, en el marco del Día Mundial del Donante de **Sangre**. **A O B AB**



Secretaría Distrital de Salud · 31/05/23 ...

#OjoAlDato Si tienes tatuajes, Sí puedes ser donante de **sangre**. No caigas en mitos y mejor asiste a uno de los puntos de servicio de donación y #BombeaVida 💕

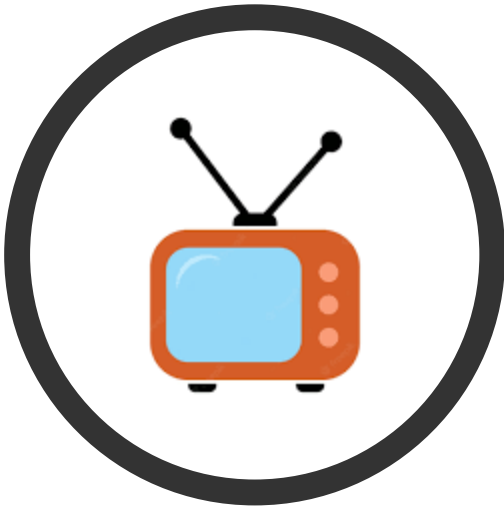
🩸 ¡Regala vida este 2, 3 y 4 de junio!  
Consulta los puntos habilitados para esta jornada en ➡ [acortar.link/KgrSP8](https://acortar.link/KgrSP8)



🗨️ 1 ↺️ 2 ❤️ 8 📊 2.351 ↗️





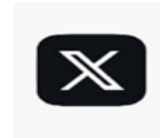


# GENERACIÓN X (1969-1980)

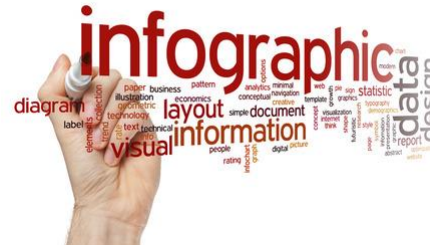




Constancia – frecuencia alta en canales off line sobre todo T.V. y Radio.



Frecuencia normal en RS (X, Facebook, Youtube)



**¿A DONDE VA NUESTRA SANGRE DONADA?**

Los bancos de sangre son instituciones que almacenan componentes de la sangre para pacientes que están en tres casos específicos: si tienen pérdidas de sangre, si no la producen o por que la está destruyendo.

**REQUISITOS PARA PODER DONAR**

- Desde los 18 hasta los 65 años.
- Peso mínimo: 50 kg.

Al donar, se toman 450 ml, que equivalen del 10 al 12% del volumen total de sangre en el cuerpo.

**PROCESO DE DONACIÓN**

- Se hace una encuesta al donante para identificar factores de riesgo.
- Se examinan factores de riesgo en el donante.
- Se extraen 450 ml de sangre en aproxim. 10 minutos. Se recolecta en bolsas con anticoagulantes para su conservación.
- Se toma también una muestra de sangre.
- Se da refrigerio al paciente mientras se recupera.

**TRANSFUSIÓN**

- Se hace la transfusión y durante el proceso se chequean los signos vitales.
- Se elige una unidad compatible con el tipo de sangre del paciente.
- Se toma una muestra de sangre del paciente receptor de la transfusión.
- Primero, el paciente firma un consentimiento de riesgos y beneficios.

**61,3 %** de la población colombiana es O+

**99,9 %** de la población mundial es del grupo sanguíneo ABO

**TIEMPO DE CONSERVACIÓN**

- 1 año: Plasma, Cofactor
- 5 días: Plaquetas (Refrigeración 4°C)
- 42 días: Glóbulos rojos (Refrigeración 4°C)

**PROCESAMIENTO**

- Se analiza la muestra de sangre para verificar que no hay infecciones.
- Las bolsas se centrifugan a 3.500 a 4.000 revoluciones por minuto, para precipitar sus componentes.
- Se separan los componentes en tres bolsas distintas.

54,9% Plasma  
0,7% Plaquetas  
45% Glóbulos rojos

Fuente: Xxxxxxx. Infografía: EL COLOMBIANO © 2019. Yenny Jiménez, Ingrid Quintero y Esteban Sotoca (Módulo Infografía UPB) (NG)





Constancia – frecuencia alta en **canales off line.**

# BABY BOOMERS (1949-1968)



Ejemplo:



*Mitos y verdades*  
sobre la donación de sangre

*Mito*  
**Si tengo el periodo menstrual no puedo donar**

**FALSO**

Las mujeres que **presentan sangrado menstrual el día de la donación pueden donar sangre**, siempre y cuando se sientan bien y cumplan los demás requisitos para ser donantes de sangre.

DONA SANGRE  
*Bombea Vida*



*Datos estadísticos*  
sobre la donación de sangre

**66%**  
de la población que donó sangre en el año 2021 en Bogotá, **corresponde a personas entre los 18 a 39 años.**

**15% aprox.**  
de las transfusiones sanguíneas realizadas en la vigencia 2021 en el Distrito Capital, **estaban dirigidas a niñas y niños entre los 0 y 14 años.**

(Fuente: Sistema de Información Hemovigilancia SIHEVI del Instituto Nacional de Salud)

DONA SANGRE  
*Bombea Vida*



**INSTITUTO NACIONAL DE SALUD**

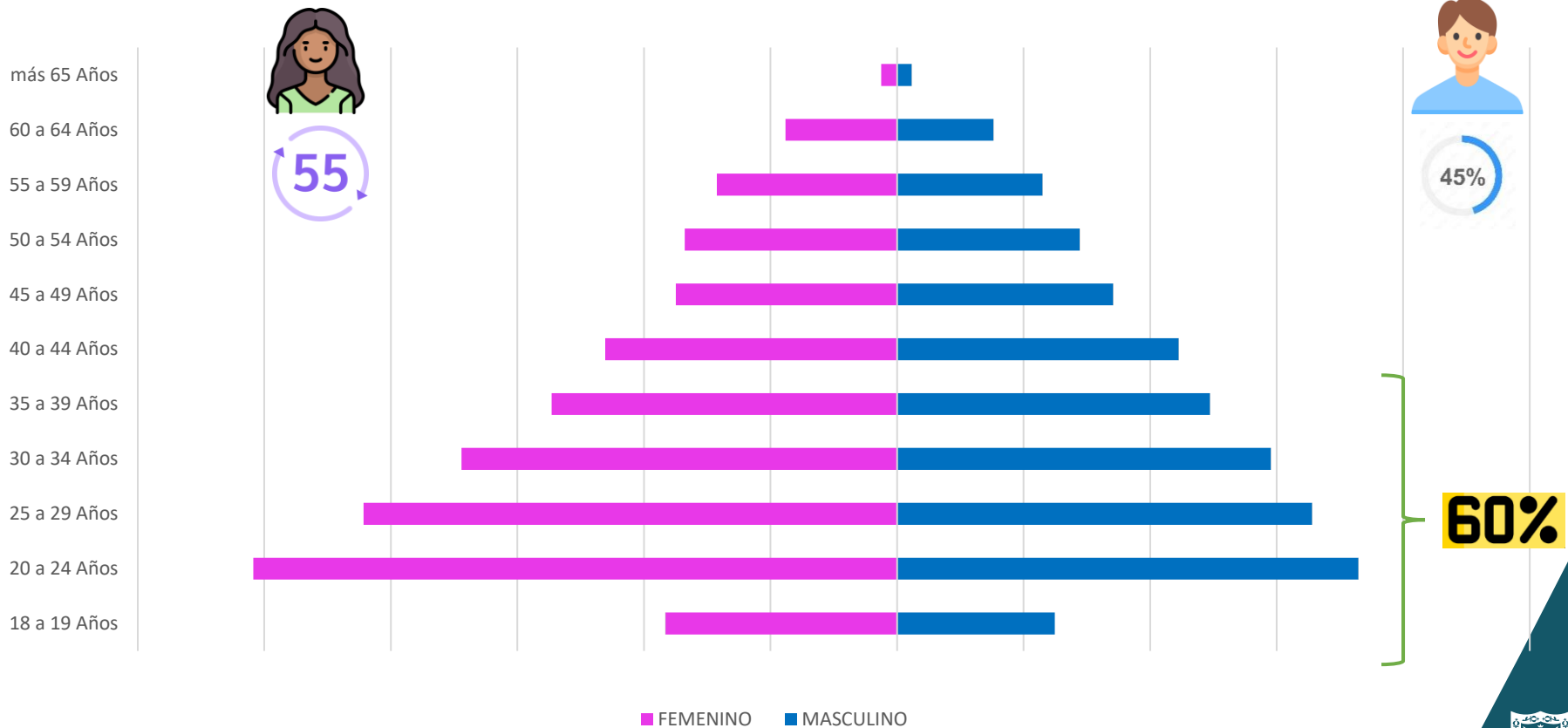
Red Nacional de Bancos de Sangre y Servicios de Transfusión, Colombia

**Reflexiona, quien recibe tu sangre puede ser un recién nacido.**

**Si tienes dudas, abstenerse de donar es una decisión responsable.**

Seamos #BuenosDonantes





Pirámide poblacional de donantes de sangre. SIHEVI-INS© 2022.



# 3

## Establecer Plan de acción y Presupuesto



### Plan de acción

Cómo, quiénes, cuándo, dónde, con qué.  
Time Blocking: ideación, proceso de grabación y diseño, edición, programación y publicación.

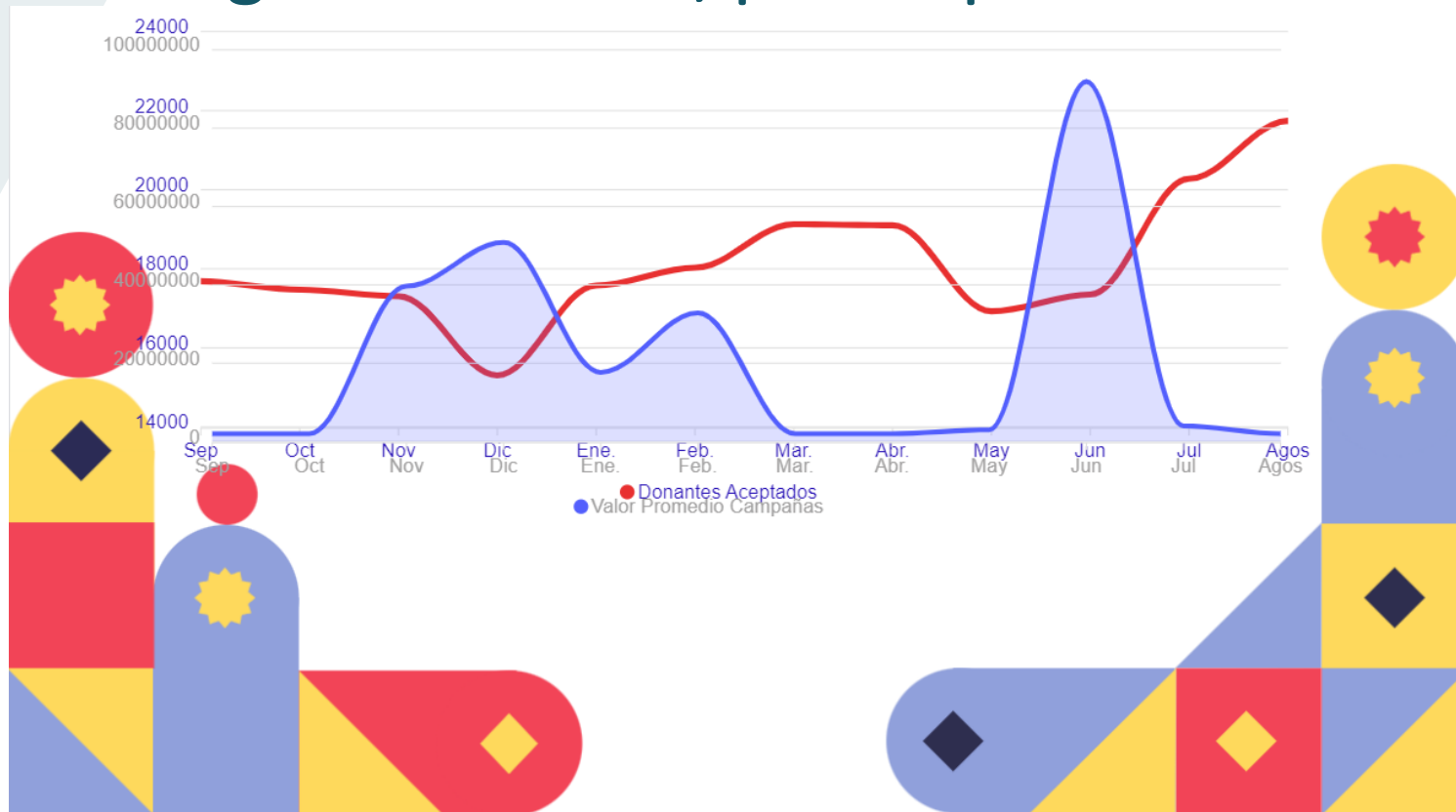


### Presupuesto

Recursos con la que contamos y de qué tipo: físicos, humanos, económicos.



# No desgaste recursos, planifique su inversión





# Estrategia comunicativa e indicadores

## Definir estrategia comunicativa.

La acción-solución del problema (objetivo planteado) “con respuesta en positivo”. Este paso ayuda a sentar las bases de una comunicación asertiva dirigido a los grupos de interés definidos.

### Argumento de la estrategia:

- *Qué vamos a contar y cómo lo vamos a hacer*
- *Cuál será nuestro estilo de comunicación – asertivo.*
- *Cuál serán los canales de comunicación*

Elaborar el brief (documento que recoge lo que consiste la estrategia).

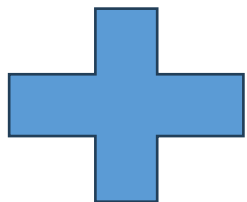
Mensaje **claro**, de **fácil comprensión**, recordación, **veraz**, con lenguaje **positivo**, incluyente, alegre, agradable, amable, **no culpabilizante** y **no victimizante**.







# Estrategia comunicativa e indicadores



Concepto  
Creativo

¿QUÉ QUEREMOS COMUNICAR?  
¿CÓMO LO QUEREMOS COMUNICAR?  
Transversal, atemporal y escalable.

IDEA + PERSPECTIVAS

Que incluya valores, que tenga conexión emocional y que vaya en sinergia con las tendencias en los diferentes canales de comunicación y redes sociales.

Concepto  
Gráfico

CREAR RECUERDO POSITIVO

Captar la atención (neuromarketing - paleta de color – marca institucional – minimalistas – slogan – tipografía de marca, imágenes)

Comportamiento y  
reconocimiento del impacto  
de las acciones

## Receta para crear ideas brillantes



## 1. CONCEPTO CREATIVO.

### A. Proceso.

La sangre corre por nuestras venas.  
Corre a un mismo ritmo.  
El ritmo de nuestros corazones.  
El corazón bombea sangre a todo el cuerpo.  
Bombea.  
Y al bombear, impulsa la propia vida.

**BOMBEA VIDA...**

Luego de identificar y caracterizar con claridad el público objetivo, los objetivos de la campaña en sus varios niveles y, sobre todo, pensar en una campaña social de largo aliento, que invite a la ciudadanía en general a posicionar la donación de sangre como un hábito de gran importancia, el proceso creativo se dirige a construir una frase que resuma la esencia de todos estos elementos.

Se piensa en la sangre como fuente principal de la vida, aterrizando la idea en el contexto de la ciudad y del ciudadano. Aparece inmediatamente un nombre para ligarlo al concepto creativo, y tener estos elementos como punto de partida para

## 2. CONCEPTO GRÁFICO.

En la creación de la identidad visual para esta campaña se partió de la idea de que hay algo común a todos los seres humanos, más allá de su edad, género, raza y condición: la sangre.

Basados en esta idea de conexión y circulación, generamos una serie de piezas que se conectan mediante una tela roja, que atraviesa las composiciones, baila y recorre la campaña en general, a manera de un torrente sanguíneo que transita por todo el organismo, llevando información y nutrientes esenciales para la vida.

La tela en movimiento es analogía de la sangre que se bombea por las venas. Pone en movimiento el concepto. Pero también traduce en imagen las ideas de la solidaridad y la conexión. La tela roja recorre, conecta, envuelve, se entretiene con imágenes de personas disfrutando de sus experiencias cotidianas: caminando, saltando, compartiendo en familia, escuchando música, en suma, viviendo.

Siguiendo estas ideas, el título, BOMBEA VIDA, está escrito en una tipografía cursiva que refuerza la idea de la conexión entre diferentes entes individuales, sobre un fondo blanco, limpio y brillante, con una ligera textura de lienzo que le aporta calidez a las piezas.



# DÍA MUNDIAL DEL DONANTE DE SANGRE

Según la OMS, en México hay menos de diez altruistas por cada mil habitantes.

Dona sangre para que el mundo siga

Cada bolsa de sangre donada se somete a un proceso de separación en el que se obtienen tres componentes sanguíneos:

• Glóbulos rojos transportan el

# ¿Qué significa ser rojo para ustedes?

Valentía, amor, pasión, fuerza, crecimiento. Se utiliza para llamar la atención, destacar y avisar sobre alguna situación. También significa **SANGRE**



## DONÁ SANGRE

Requisitos generales para donar sangre

- ◆ Sentirse saludable
- ◆ Tener más de 18 años
- ◆ Pesar más de 50 kilos
- ◆ Presentar DNI, cédula o pasaporte
- ◆ Haber descansado bien la noche anterior

Antes de donar, téngase café, mate, té, azúcares o jugos de frutas. Evite lácteos o alimentos grasos.

Te invitamos a que seas **DONANTE DE SANGRE VOLUNTARIO Y HABITUAL**

Sumate al Sistema Solidario de Sangre de Córdoba

Programa Sangre Segura Córdoba  
sangre@cba.gov.ar



PODER JUDICIAL DE CÓRDOBA

RRHH

Oficina de Medicina Laboral

Teléfono: (0351) 4481000 -int. 13131 y 13135  
medicinalaboral-cba@justiciacordoba.gov.ar

JUSTICIA CORDOBA RECURSOS HUMANOS

Ministerio de SALUD

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE CORDOBA

ENTRE TODOS

www.mpfcordoba.gob.ar

Mayor de 18 y menor de 65 años de edad.  
Debo portar mi documento de identidad.

Mujeres de 18 a 30 años cada 6 meses.  
Hombres de 18 a 30 años cada 4 meses.  
Mujeres mayor de 30 años: cada 4 meses  
Hombres mayor de 30 años cada 3 meses

Registrar un índice de masa corporal (IMC) mayor de 18.5

Haber descansado por lo menos 6 horas en la noche antes de la donación

Tener la mejor disposición para ayudar a alguien más y saber que te sentirás muy bien como ser humano y persona.

Si tengo tatuajes, perforaciones o tratamientos de acupuntura deben haber pasado por lo menos 6 meses.



Si vamos compartiendo, vamos adquiriendo.

# DONAR SANGRE ES UN

## DONA SANGRE DONA VIDA

Cumple con los siguientes requisitos:

@SaludGovPue @SaludGovPue ss.puebla.gob.mx

CLICK AQUÍ PARA AMPLIAR LA IMAGEN



No haber tenido **contacto** con **pacientes COVID** un mes antes



Tener de **18 a 65 años**



No tener **epilepsia**



Con **enfermedades del corazón y/o hígado, no puedes donar**



No haber consumido **drogas** o tenido **relaciones sexuales ocasionales**



Si tuviste **contacto** con **pacientes de hepatitis** o recibiste **transfusiones**, no eres candidato



No haber **pasado** por una **cirugía** en **6 meses**



Tener **más de un año** con **tatuajes** o **perforaciones**



Gobierno de Puebla

Secretaría de Salud

UN GOBIERNO que escucha y piensa como la gente

BIENESTAR SOCIAL

NACIONAL

que genera

4

# Estrategia comunicativa e indicadores

¿Qué permite?

Evaluar el grado de desarrollo de la estrategia IEC en los distintos ámbitos.

¿Por qué?

Desarrollo instrumentos adecuados para la gestión y supervisión.

Características

Relevante y útil para la toma de decisiones.

Factible de medir

Verificable

Justificable con relación a su costo-beneficio



Involucra al TH

*Bogotá* requiere cada mes de 20 donantes de sangre para transfundir a más de 7.000 pacientes. Es de día necesitan 667 donantes.

*Día Donante*

*Co*

*fre*

**Impresiones** **3.125**

De la sección de inicio	3.030
Del perfil	89
De otro origen	6

**Interacción** ⓘ

20  
Cuentas que interactúan

19 Seguidores • 1 No seguidores

**Interacciones con la publicación** **21**

Me gusta	18
Veces que se ha compartido	3
Comentarios	0
Veces que se ha guardado	0

**Actividad en el perfil** ⓘ

Visitas al perfil	4
Nuevos seguidores	0

secretariasaludbogota

secretariasaludbogota ¡Juntos somos más! 🇨🇴🇨🇴🇨🇴 En el Día Mundial del Donante de Sangre te invitamos a sumarte al grupo de los que salvan vidas a través de este acto de amor en Bogotá! Conoce más sobre el proceso y animate: #DonaSangre. #BombeaVida **O R R AR**

18 sep

Ver insights Promocionar publicación

18 Me gusta 14 DE JUNIO

Añade un comentario... Publicar

5

# Asignar responsabilidades de acción y supervisión

Compromiso

Interés por alcanzar altos estándares de calidad

Visibilidad empresarial y profesional

Responsabilidad empresarial y social



- Reconoce a quienes hacen las cosas bien.
- Evidencia un sistema eficaz de ejecución según el nivel de acción, capacidad, competencia e impacto en el resultado



Sabías  
Que???

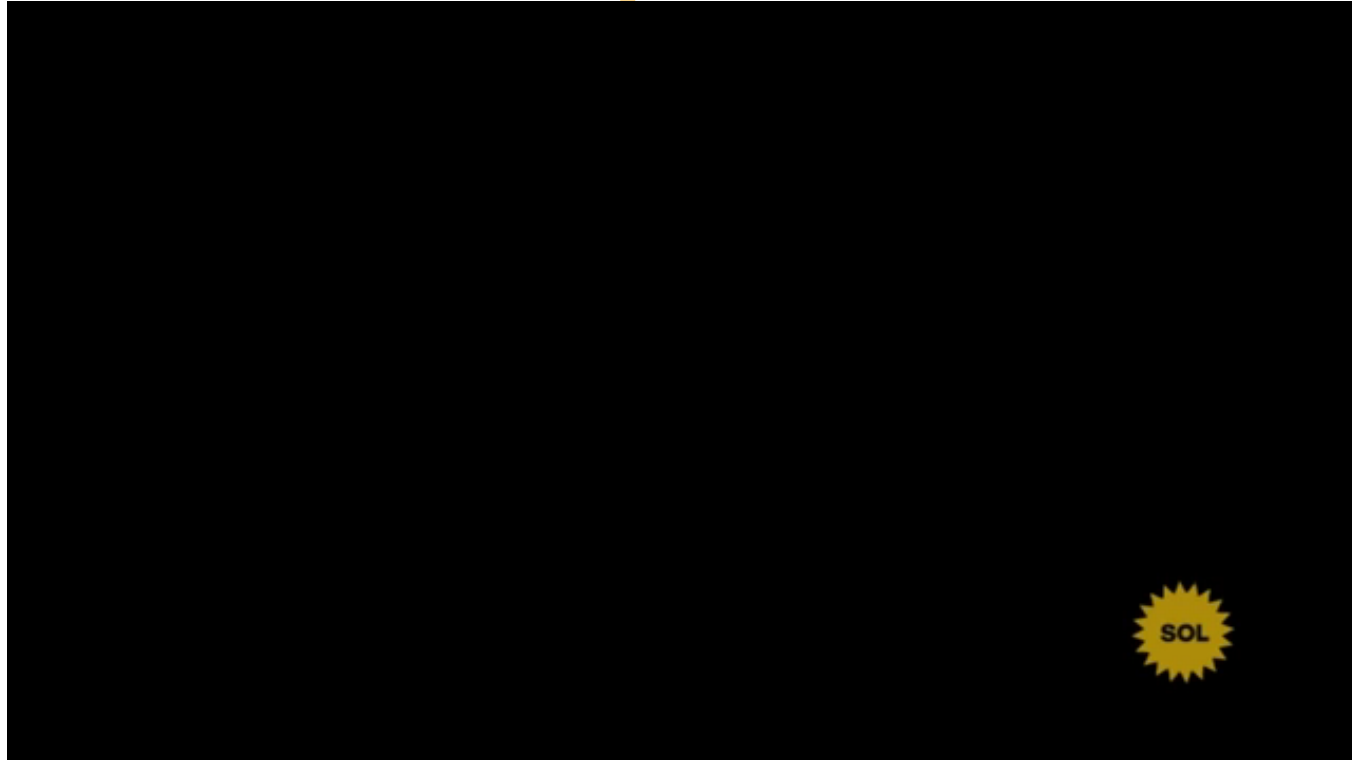


Generador de imágenes Pixar:

<https://www.bing.com/create?FORM=BICMB1&ssp=1&darkschemeovr=0&setlang=es-CL&safesearch=moderate&toWww=1&redig=8195C3604CE2443CAD2B9B2FB3512087>

*Sabías  
Que??*

Decidieron vestir con un  
uniforme un poco diferente:  
sin rojo.





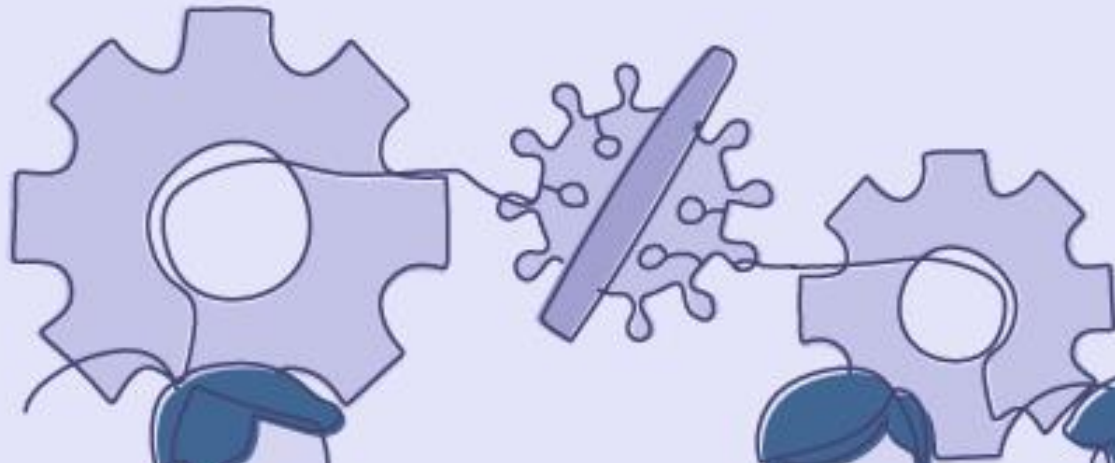


<https://view.genial.ly/65302aaec7748a0011956cd3/interactive-content-pedagogia-red-sangre>



# Temas priorizados a considerar en la estrategia IEC

- Importancia de la sinceridad y honestidad en encuesta y entrevista.
- Importancia de la donación de sangre voluntaria y habitual.
- Importancia de la autoexclusión pre donación – post donación.
- Requisitos de la donación de sangre.
- Mitos y realidades de la donación de sangre.
- Prevención, manejo, reporte de RAD.



¿Qué aprendimos?

# TALLER – Caso



# Gracias



SECRETARÍA DE  
SALUD

