

Asociación de Comunicadores Sociales



36 años
dialogando con el país

PORTAFOLIO
CAMPAÑA "VENCE A LA DIABETES"

OBJETIVO GENERAL

Lograr que los pacientes con diabetes, sus familiares y ciudadanía en general adquieran una mayor conciencia del riesgo de la diabetes tipo 2, identifiquen factores de riesgo modificables y prácticas de detección temprana.

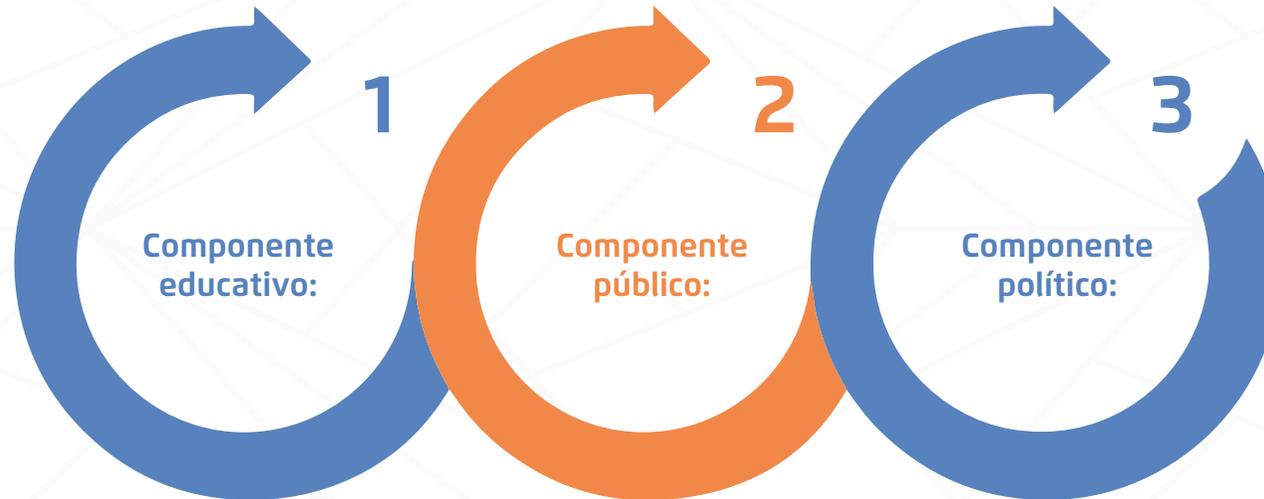
OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conseguir que los pacientes de diabetes tipo 2, asignados a los centros de salud del primer nivel de atención. Identifiquen hábitos saludables de alimentación y actividad física como oportunidad para controlar su enfermedad.

- Lograr que los familiares de los pacientes afectados por diabetes en las zonas de intervención del proyecto se empoderen sobre el rol significativo que deben cumplir en la vigilancia y el control de los factores de riesgo de la enfermedad.

- Posicionar en las personas que no tienen diabetes una cultura de prevención; identificando signos de alerta temprana y la realización del control de glucosa en la sangre.

ESTRATEGIA DE LA CAMPAÑA



- Material informativo y lúdico basado en mitos locales.
 - Ferias con espacios de interlocución médico-ciudadano que explicaban mitos con ciencia.
 - Actividades de degustación, educación nutricional, charlas para familiares de diabéticos y despistaje.
 - Concursos de dibujo para niños con premios vinculados a la actividad física.
 - Alianzas con asociaciones de productores y escuelas de danza para actividades con mensajes complementarios sobre biohuertos urbanos y actividad física .
- Material para periodistas por el Día de los Muertos, Día Mundial de la Diabetes y las fechas del partido Perú-Nueva Zelanda.
 - Relación con periodistas y spots radiales con mensajes clave.
- Asistencia técnica a Diresas para la transferencia de metodología de ferias.

ENFOQUE DE COMUNICACIÓN

Promover pasar del “qué” al “cómo”. Las campañas informativas generan alerta, pero no facilitan un cambio sostenible. Asumimos que la educación sobre la enfermedad implica conversar sobre ella: sobre los mitos e implicancias en torno a la enfermedad. En ese sentido, salimos a las calles y a las redes sociales a preguntar e interpelar.

La campaña tuvo como ciudades de intervención comunicativa los espacios públicos de Lima, Callao, Lambayeque, Piura, Tumbes, Tacna, Loreto.

- Población afectada por la Diabetes Mellitus T2, asignada a los centros de salud del primer nivel de atención categoría I-4 de las ciudades de Lima, Callao, Lambayeque, Piura, Tumbes, Tacna, Loreto.
- Familiares de personas afectadas por la Diabetes Mellitus T2.
- Población no afectada por la Diabetes Mellitus.



- Profesionales de medios de comunicación regionales y nacionales
- Funcionarios de la DIRESA vinculados a la prevención y control de la diabetes tipo 2.
- Personal de salud asignada a los centros de salud del primer nivel de atención categoría I-4.

- Gobierno regional y/o municipalidades en sus direcciones de salud.
- Medios de comunicación regionales y nacional.

RUTA DE LA CAMPAÑA

1

Producción de materiales

Materiales educativos e informativos: Folletos, afiches, cartillas informativas, infografías, juegos didácticos y merchandising.



2

Ferias ciudadanas

Ferias ciudadanas: En Lima, Callao, Lambayeque, Piura, Tumbes, Tacna, Loreto. Componente lúdico destacó en todas las acciones.



3

Relacionamiento con medios

Relacionamiento con medios: con especialistas de distintas organizaciones, prioritariamente del Estado, aliados de OPS/ MINSA en campañas anteriores e iniciativas similares. A nivel nacional y en regiones.



4

Redes sociales (online)

Redes sociales (online): previo mapeo de redes potentes. A través del fanpage de Calandria y la web www.vencealadiabetes.com Se utilizan fuentes oficiales (MINSA/OMS) y otras autorizadas.



LÍNEA: DISEÑO, GESTIÓN Y DIFUSIÓN DE FERIAS CIUDADANAS



Vence a la diabetes en Tacna



Vence a la diabetes en Lambayeque



Vence a la diabetes en Callao

- En esta línea se realizaron 17 ferias de promoción en salud en espacios como plazas y centros de salud, con actividades como juegos y espacios de expresión, actividades de educación en nutrición y entrega de material informativo. Se compartió el mismo espacio que las ferias de despistaje.

- Adicionalmente se desarrollaron 25 actividades de sensibilización con espacios de degustación y preparación de alimentos saludables, charlas para familiares de diabéticos, maratones, "trotones" y workshops de baile.

MOMENTOS DE LAS FERIAS

1. Ruta de atención

- Servicios del centro de salud
- Especialidades involucradas en el tratamiento/control

2. Rol del paciente y contexto

- Perfil de riesgo: factores que predisponen
- Signos de alerta temprana (síntomas)

3. Rutinas y hábitos saludables

- Mitos en torno a la alimentación saludable
- Actividad física y hábitos saludables de alimentación (oportunidades)

4. Relación personal de salud-paciente

- Rutinas, metas y consejos para la adecuación progresiva de hábitos
- Información que deben brindar los especialistas

5. Control y consecuencias de la diabetes

- Controles y prácticas de detección temprana (exámenes)
- Implicancias de la enfermedad: complicaciones e inversión

6. Cuidado de la diabetes

- Aporte de la familia
- Menú familiar regional
- Comunicación asertiva con el paciente diabético



Vence a la diabetes en Lambayeque



Vence a la diabetes en Loreto



Vence a la diabetes en Lambayeque



Vence a la diabetes en Tacna



Vence a la diabetes en Piura



Vence a la diabetes en Piura



Vence a la diabetes en Loreto



Vence a la diabetes en Loreto



Vence a la diabetes en Lambayeque

LÍNEA: PRODUCCIÓN DE MATERIALES INFORMATIVOS

- Se distribuyeron 14,000 kits entre materiales educativos, informativos y de merchandising que abordaron temas como mitos ciudadanos sobre la diabetes, pasos para controlarla, estadísticas peruanas en torno a esta epidemia.

INFOGRAFÍA



AFICHE



CARTILLA MITOS



CARTILLA

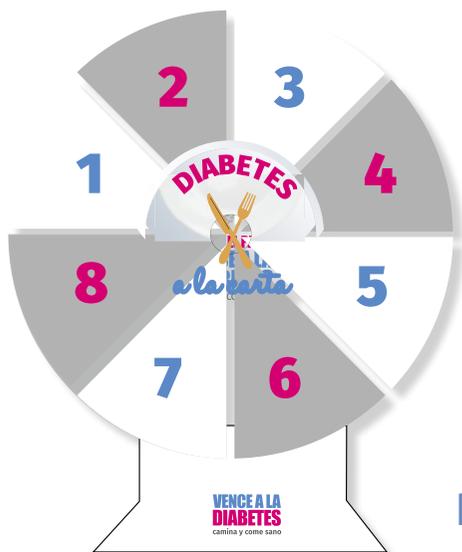




CARTELES DE CAMPAÑA



TABLERO TRIVIA



RULETA



PINESS



LAPICEROS



VASOS



MOCHIANFORA



POLOS

LÍNEA: GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

- Se elaboraron 5 videos corporativos que interlazaban la problemática de la diabetes en el país, los cuales cuentan con miles de reproducciones.
- Los videos sirvieron de insumo para el trabajo periodístico.



8 pasos para controlar la diabetes
www.youtube.com/watch?v=PeRkmbcFy5I



Diabetes: epidemia silenciosa
www.youtube.com/watch?v=Q_Ep8Vqiqwo



Resumen de campaña "Vence la diabetes"
www.youtube.com/watch?v=RKhkN5ALIWs

LÍNEA: GESTIÓN DE PRENSA Y RELACIÓN CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- El periodismo tuvo acceso a información de los avances en materia de salud mediante la cobertura periodística y la gestión de prensa para entrevistas.
- Se lograron 25 rebotes en 16 medios nacionales medios regionales, con resultados en medios impresos, web, radiales y televisivos.



- Se llegó a 601,150 personas de manera directa e indirecta a través de los medios de comunicación y las actividades presenciales.



Nota televisiva
Wagner Comunicaciones- Loreto

Para más información ingresar a:
Wakelet- Campaña "Vence la diabetes"
<https://goo.gl/Zv9LGQ>

Nuestros clientes e inspiración

Calandria cuenta con un equipo de consultores especializados en las ramas de comunicación pública, gubernamental, ciudadana, política, interna, desde un enfoque de comunicación estratégica para el desarrollo. Tenemos una amplia experiencia con instituciones del Estado, ONGD, Cooperación internacional y empresas.

Brindamos soluciones estratégicas bajo la premisa de fortalecer sistemas comunicativos institucionales con prácticas de comunicación ciudadana. Algunos de nuestros clientes son:



y muchos más...

Agradecemos a la Organización Panamericana de Salud por la confianza depositada en nosotros, así como a las instituciones socias de la campaña:



PERÚ

Ministerio
de Salud



Organización
Panamericana
de la Salud



Organización
Mundial de la Salud
OFICINA REGIONAL PARA LAS
Américas



WORLD **DIABETES** FOUNDATION

Contacto

Calle Tacna 1144, Interior 103
Magdalena del Mar - Lima, Perú

 (+511) 462 - 0477

 945143163

 comunicaciones@calandria.org.pe

 [acs.calandria](https://www.facebook.com/acs.calandria)

 [calandriaperu](https://twitter.com/calandriaperu)

 [calandriaperu](https://www.instagram.com/calandriaperu)

 [ACS calandria](https://www.youtube.com/ACS%20calandria)

 www.calandria.org.pe

