PREMIO SETS

“Lo llevo en la sangre”

Implicación de los jóvenes para una donación con futuro

Banco de Sangre y Tejidos de Baleares
Eva Petra Gómez Sjunnesson
Antoni Martorell Carbonell
África Ferreras Campos
Teresa Jiménez-Marco
Rosa Maria Tarragó Llobera

Instituto Balear de la Juventud (IBJOVE)
Victoria Solera Ripoll
Tomás Amer Estarellas

Resumen del proyecto

La campaña “Lo llevo en la sangre” es una iniciativa conjunta del Banco de Sangre y Tejidos de las Islas Baleares (BSTIB) y el Instituto Balear de la Juventud (IBJOVE), cuyo objetivo principal es fomentar la donación de sangre entre jóvenes de 18 a 30 años, un colectivo clave para garantizar el relevo generacional.

A través de una encuesta participativa, se invitó a la ciudadanía balear a elegir el lema e imagen de la próxima campaña institucional. Esta acción permitió no solo conocer las preferencias del público joven, sino también reforzar su implicación activa en la construcción de mensajes que conecten con sus valores. El lema más votado, “Lo llevo en la sangre”, se convertirá en el eje de las acciones promocionales de 2025.

Objetivos de la campaña

- Incrementar la participación de jóvenes de 18 a 30 años en la donación de sangre.
- Involucrar a este colectivo en la creación del mensaje publicitario.
- Promover el orgullo, la pertenencia y el compromiso con la donación.

Fases

1. Acuerdo institucional

En 2024 se renovó el convenio entre el Banc de Sang i Teixits de les Illes Balears (BSTIB) y el IBJOVE, con una duración de dos años. A través del Programa Carnet Jove, el acuerdo contempla campañas específicas dirigidas a jóvenes, acciones educativas en centros y universidades, comunicación en redes sociales y otras iniciativas para fomentar la donación en este grupo, que actualmente representa solo el 18 % del total de donantes.

2. Encuesta participativa

Entre octubre y noviembre de 2024 se lanzó una encuesta a través de redes sociales institucionales (gobierno balear, ayuntamientos, entre otros), páginas web institucionales y la base de datos del Carnet Jove y del BSTIB.

Participaron 942 personas, quienes evaluaron dos propuestas de lema y cartel:

"Lo llevo en la sangre", que apela a la identidad, la solidaridad y el compromiso.

"Joven, rebelde, donante", con un enfoque de rebeldía transformadora.

La encuesta incluía, además, preguntas sobre hábitos, motivaciones y barreras en relación con la donación de sangre, lo que permitió recoger datos cualitativos y cuantitativos útiles para el diseño de futuras acciones.

3. La voz de los jóvenes

El lema "Lo llevo en la sangre" fue el más votado con un 78 % (735 votos), frente al 22 % obtenido por "Joven, rebelde, donante" (207 votos).

Entre los jóvenes de 18 a 30 años, el voto al lema ganador alcanzó el 94,7 %. Los aspectos más valorados fueron: diseño visual atractivo (60 %), claridad del mensaje (25 %) y ausencia de estereotipos (15 %).

Entre los mayores de 30 años, el apoyo fue del 67 %, destacando la profesionalidad (50 %), inclusividad (30 %) y sencillez (20 %) del mensaje.

Se recogieron también sugerencias para potenciar la donación entre jóvenes, como campañas en redes sociales (especialmente valoradas por los más jóvenes), actividades educativas, colaboración con *influencers* y mejoras en la accesibilidad al proceso de donación.

Consulta los resultados completos: https://es.surveymonkey.com/stories/SM-YI7_2BuyecZKJKBVVM5OJKug_3D_3D/

4. Implementación prevista (2025)

El lema e imagen seleccionados se utilizarán como eje creativo de la campaña institucional de 2025. Se desarrollarán acciones en redes sociales, medios digitales y puntos físicos de información juvenil. Además, se integrarán en los materiales del Certamen de Vídeos dirigido a centros educativos adheridos al Carnet Jove, que cuenta con más de 50.000 personas jóvenes de entre 12 y 30 años.

Conclusión

La campaña "Lo llevo en la sangre" representa una apuesta por la implicación activa de la juventud en causas colectivas, al integrar su voz en la construcción del mensaje y reforzar su papel como agentes de cambio. Esta participación fomenta el sentido de pertenencia y empoderamiento, al vincular la identidad personal con valores en favor de la sociedad como la solidaridad y la responsabilidad colectiva. Además, al evitar estereotipos y utilizar un lenguaje inclusivo y visualmente atractivo, la campaña se adapta a los códigos culturales actuales de la juventud.

Asimismo, el proceso participativo de elección del lema actúa, no desde la imposición institucional, sino a través del diálogo con el propio grupo

destinatario. Esto refuerza la construcción de una comunidad joven comprometida, en la que donar sangre se percibe como un gesto natural y valioso. La campaña no solo busca captar nuevos donantes, sino también consolidar una cultura de solidaridad intergeneracional sostenible en el tiempo.

Momento de la firma del convenio

Ejemplos de la llamada a la participación en la encuesta para decidir la imagen para fomentar la donación de sangre entre los jóvenes

Encuesta para elegir la imagen y el lema

Enquesta ELECCIÓ CARTELL

Tu opinión es muy importante. Queremos implicarte en esta decisión. Nos interesa saber qué cartel te parece el más indicado para animar a la población de entre 18 y 30 años a donar sangre. Gracias por tu ayuda y por tu tiempo.
La teva opinió és molt important. Et volem implicar en aquesta decisió. Ens interessa saber quin cartell et sembla el més indicat per engrescar la població d'entre 18 i 30 anys a donar sang. Gràcies per ajudar-nos i dedicar-nos una estona.

1. Elige la campaña que te parece más apropiada para animar a los jóvenes a donar sangre
Tria la campanya que et sembla més apropiada per engrescar el jovent a donar sang

A

B

2. *¿Por qué te parece más apropiada?*
Por què trobes que és més apropiada?

3. *¿Cómo animarías a más jóvenes a donar sangre?*
Com engrescaries més joves a donar sang?

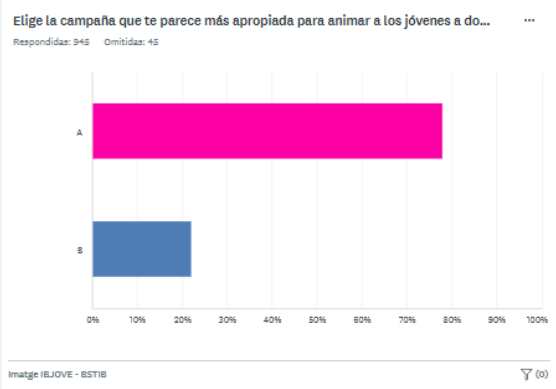
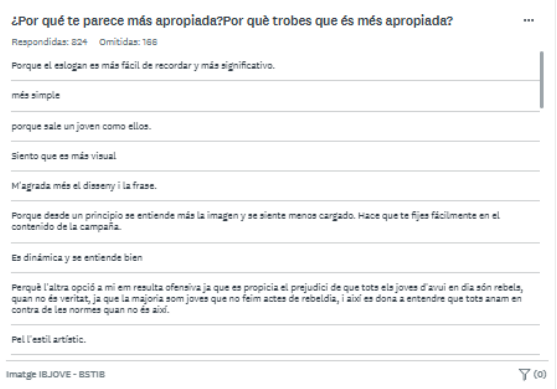
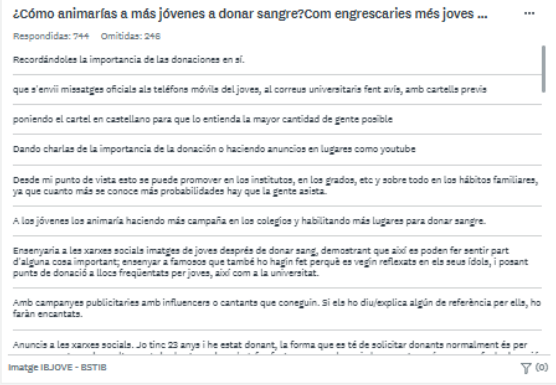
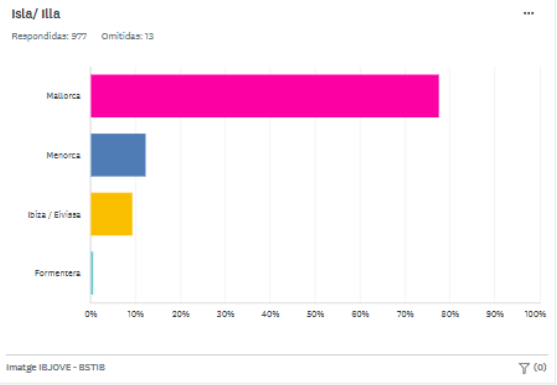
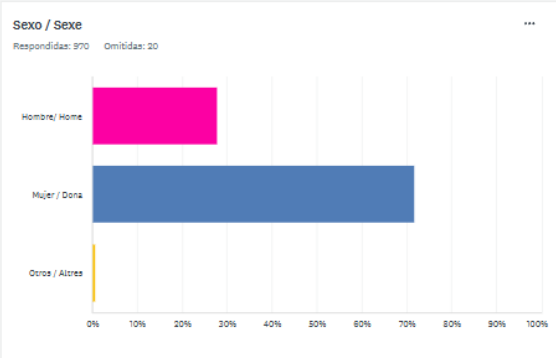
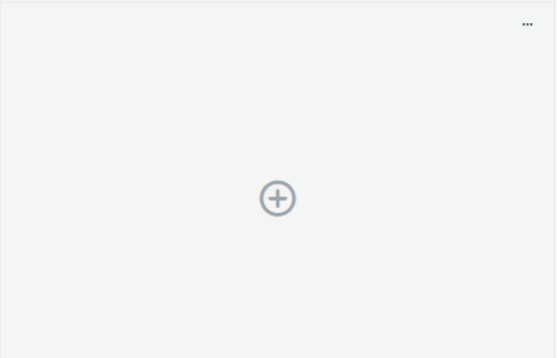
4. *Isla/ Illa*

- ◯ Mallorca
- ◯ Menorca
- ◯ Ibiza / Eivissa
- ◯ Formentera

5. *Sexo / Sexe*

- ◯ Hombre/ Home
- ◯ Mujer / Dona
- ◯ Otros / Altres

6. Edad / *Edat*

Edad / Edat

Resultados de la encuesta