CANDIDATURA PREMIO SETS 2025

Mejor iniciativa para la promoción de la donación de sangre

Centro de Hemoterapia y Hemodonación de Castilla y León (CHEMCyL)

Campaña: “Dona sangre antes de Semana Santa”

Fechas: Del 1 al 13 de abril de 2024

INTRODUCCIÓN

Semana Santa representa uno de los periodos de mayor movilidad y desconexión social en Castilla y León. Durante estas fechas, las reservas de sangre tienden a reducirse de forma significativa, ya que desciende el número de donaciones, mientras que la actividad hospitalaria, especialmente en situaciones de urgencia, se mantiene.

Conscientes de este contexto, desde el Centro de Hemoterapia y Hemodonación de Castilla y León se diseñó una campaña específica de comunicación para anticipar esta caída en las donaciones. Para ello se buscó implicar a toda la población y de forma especial al público joven, al que suele ser más complejo llegar, mediante una estrategia digital basada en la colaboración con creadores de contenido y medios de comunicación.

OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA

Objetivo general:

Garantizar las reservas necesarias de sangre durante Semana Santa mediante una estrategia preventiva de comunicación.

Objetivos específicos:

- Activar la donación de sangre en los días previos a Semana Santa.
- Concienciar sobre el impacto real que tiene una sola donación de sangre.
- Conectar con públicos más jóvenes y digitales, con formatos adaptados a su consumo y lenguaje.
- Fortalecer la percepción de la donación como un acto cotidiano, accesible y compatible con cualquier estilo de vida.
- Combatir el descenso estacional de las donaciones a través de una narrativa positiva, emocional y útil.

NECESIDAD Y JUSTIFICACIÓN

El descenso en las donaciones durante las vacaciones es un **reto estructural recurrente** para todos los centros de transfusión. En el caso de Castilla y León, una comunidad extensa y con población envejecida, resulta prioritario fomentar el **relevo generacional de donantes**. Sin campañas dirigidas específicamente a jóvenes, la sostenibilidad del sistema se ve comprometida.

La estrategia planteada parte de una realidad: **los jóvenes no rechazan donar, pero no se sienten interpelados por los mensajes tradicionales**. Por eso se apostó por hablarles desde su propio ecosistema: redes sociales, creadores de contenido, microinfluencers locales y formatos ágiles.

Además, las campañas en redes sociales también tienen un fuerte impacto en la población de mediana edad, que constituye el núcleo fundamental de nuestros donantes, ya las utilizan como vía de información y de ocio.

Este tipo de campañas:

- Refuerzan el posicionamiento de los centros de transfusión como actores sociales conectados con la ciudadanía.
- Desmontan prejuicios o barreras emocionales frente a la donación.
- Fomentan una narrativa de corresponsabilidad social atractiva y compartible.

DESCRIPCIÓN DE LA CAMPAÑA

- **Nombre: *"Dona sangre antes de Semana Santa"***
- **Periodo activo: Del 1 al 13 de abril (ampliado hasta el puente de mayo)**
- **Enfoque: Digital, colaborativo y territorial**
- **Fase 1: Captación de colaboradores**
  - Se contactó con **23 influencers** de relevancia regional y nacional en ámbitos como salud, deporte, ciencia, entretenimiento y estilo de vida.
  - Se hizo una distribución equilibrada por provincias, asegurando representatividad territorial.
  - Se invitó a participar también a través de hermandades de donantes y mensajes directos en redes a **88 perfiles adicionales** con impacto local.
  - Envío de XX notas de prensa a medios de comunicación locales y regionales.
- **Tasa de respuesta:**
  - 14 personas respondieron de forma positiva.
  - 10 creadores de contenido publicaron vídeos voluntarios.

    - Tasa de conversión: **11,36 %** (una cifra relevante para acciones no incentivadas económicamente y teniendo en cuenta que era la primera vez que se realizaba una campaña de este tipo).
    - Los influencers participantes en la campaña sumaban un total de 1.026.640 seguidores, público potencial de los mensajes.
- **Fase 2: Publicación de contenidos**
    - Los colaboradores grabaron y publicaron vídeos en los que apelaban directamente a su comunidad a **donar sangre antes de marcharse de vacaciones**.
    - Se promovió el lema "**Antes de viajar, regala vida**".
    - Se adaptaron piezas gráficas e informativas para stories, reels y publicaciones en feed.
    - Los medios de comunicación publicaron el mensaje transmitido en las notas de prensa, permitiendo llegara también a toda la población a través de la televisión, la radio, la prensa escrita y los medios digitales.

IMPACTO DIGITAL

- **Instagram**
    - Publicaciones: 27.728 visualizaciones / 6.973 de alcance
    - Interacciones: 583
    - Nuevos seguidores: 44 (+25,70 %)
- **Facebook**
    - Publicaciones: 20.660 visualizaciones / 6.835 de alcance
    - Interacciones: 664
    - Nuevos seguidores: 8 (+700 %)
- **Stories**
    - Visualizaciones totales (Facebook + Instagram): 16.122
    - Alcance acumulado estimado: 2.467
- **Mejores publicaciones de influencers (Instagram + Facebook):**
    - Reel @sofiagiaquinta_nutrición (11 de abril): 19.144 visualizaciones
    - Reel @charlito_cooks (9 de abril): 16.259 visualizaciones
    - Reel @hilarama_inadaptado (7 de abril): 3.849 visualizaciones
    - Reels de contenido sanitario y deportivo también tuvieron alta interacción

IMPACTO EN MEIOS DE COMUNICACIÓN

Además de la activación en redes sociales, la campaña tuvo un **notable impacto en medios de comunicación locales, regionales y nacionales**, gracias a la difusión proactiva de una nota de prensa institucional desde el Centro de Hemoterapia y Hemodonación de Castilla y León.

Esta acción permitió ampliar el mensaje más allá del entorno digital, reforzando el llamamiento a la ciudadanía a través de canales informativos tradicionales y generando una **mayor legitimidad institucional** y visibilidad social.

Medios que se hicieron eco de la campaña:

1. La Vanguardia
2. La Opinión de Zamora
3. Cadena SER Castilla y León
4. Zamora News
5. El Español – Castilla y León
6. Europa Press – Castilla y León
7. Tribuna de Salamanca

Estos medios abarcan distintos perfiles de público, desde el lector institucional y generalista hasta el ciudadano local, reforzando la cobertura a nivel territorial.

VALOR PUBLICITARIO EQUIVALENTE – ESTIMACIÓN

Para estimar el valor económico de esta repercusión, utilizamos el estándar del sector de comunicación, que consiste en calcular cuánto costaría obtener el mismo espacio en esos medios mediante inversión publicitaria.

Medio	**Tipo de cobertura**	**VPE estimado (€)**
La Vanguardia (nacional)	Nota destacada online	3.500 €
Europa Press (agencia)	Comunicado replicado	2.900 €
El Español CyL	Reportaje	2.500 €
Cadena SER CyL	Corte de voz + web	2.350 €
Tribuna de Salamanca	Noticia local online	800 €
Zamora News	Noticia online	600 €
La Opinión de Zamora	Cobertura regional	900 €

➞ Total estimado en repercusión mediática no pagada: 13.550€

Valor informativo: 10.500 x 3 = 40.650

ALCANCE ESTIMADO

- **Audiencia potencial total combinada** (sumando usuarios únicos mensuales de medios y emisoras): ≈ **2,5 a 3 millones de impactos estimados**

Enlaces a las noticias en medios de comunicación:

https://www.lavanguardia.com/vida/20250407/10560336/llamamiento-donacion-sangre-vacaciones-semana-santa-agenciaslv20250407.html

https://www.laopiniondezamora.es/castilla-leon/2025/04/07/llamamiento-ciudadanos-donar-sangre-semana-116139632.html

https://cadenaser.com/castillayleon/2025/04/09/hace-falta-sangre-en-semana-santa-radio-castilla/

https://www.zamoranews.com/articulo/castillayleon/sanidad-llama-donar-sangre-antes-semana-santa-garantizar-reservas/20250407132216325801.html

https://www.elespanol.com/castilla-y-leon/region/20250421/llamamiento-urgente-donar-sangre-castilla-leon-situacion-critica-agotadas-reservas-plaquetas/1003743723186_0.html

https://www.europapress.es/castilla-y-leon/noticia-sanidad-hace-llamamiento-ciudadanos-cyl-donen-sangre-antes-vacaciones-semana-santa-20250407131044.html

https://www.tribunasalamanca.com/noticias/399996/llamamiento-antes-de-semana-santa-se-necesitan-2-500-donaciones-de-sangre-en-castilla-y-leon

IMPLICACIÓN TERRITORIAL

La campaña fue diseñada para tener **capilaridad en todo el territorio**, con presencia de influencers de las nueve provincias de Castilla y León y de El Bierzo. Además, se contó con el respaldo y la implicación de las **Hermandades de Donantes**, que colaboraron en la identificación de perfiles locales con impacto en sus comunidades.

TESTIMONIOS Y NARRATIVAS HUMANAS

Los vídeos se centraron en **llamadas personales a la acción**, sin guion ni artificios, lo que permitió humanizar el mensaje y acercarlo al público joven. Ejemplos:

- “Antes de irte de vacaciones, haz algo importante por los demás”.
- “Donar es fácil, rápido, y alguien lo necesita ahora”.
- “Hoy tú donas, mañana puedes necesitarlo tú o alguien de tu familia”.

ENLACES A MATERIAL COMPLEMENTARIO

- Reel @sofiagiaquinta_nutrición: https://www.instagram.com/reel/DITq0l-sKW4/?igsh=cXhlMWxyaGM5NHJ6
- Reel @charlito_cooks: https://www.instagram.com/reel/DIOEKXWtkb_/?igsh=MWV3emhmYjd1dGdzOA==
- Reel @hilarama_inadaptado: https://www.instagram.com/reel/DII1uuENcLu/?igsh=MXIyZmF5NmVrOHhwcw==

Storys:

- @jandrotv: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDg2MDgyNzg3NjUzODk1?story_media_id=3602052130185560082_1484465709&igsh=MWdlOWgzdjBmdXU1eg==
- @hilarama_inadaptado: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDg2MDgyNzg3NjUzODk1?story_media_id=3605499615111676876_1484465709&igsh=MWdlOWgzdjBmdXU1eg==
- @burgoslandia: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDg2MDgyNzg3NjUzODk1?story_media_id=3605594308998752540_1484465709&igsh=MWdlOWgzdjBmdXU1eg==
- @burgoslandia: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDg2MDgyNzg3NjUzODk1?story_media_id=3605594563416903268_1484465709&igsh=MWdlOWgzdjBmdXU1eg==
- @quintaanss: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDg2MDgyNzg3NjUzODk1?story_media_id=3606371886764234534_1484465709&igsh=MWdlOWgzdjBmdXU1eg==
- @theartofpaloma: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDg2MDgyNzg3NjUzODk1?story_media_id=3606435040634580308_1484465709&igsh=MWdlOWgzdjBmdXU1eg==
- @charlito_cooks: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDg2MDgyNzg3NjUzODk1?story_media_id=3606853881534974994_1484465709&igsh=MWdlOWgzdjBmdXU1eg==

- @prince_michael1237: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDg2MDgyNzg3NjUzODk1?story_media_id=3607067144361190478_1484465709&igsh=MWdlOWgzdjBmdXU1eg==
- @beckyandfamily: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDg2MDgyNzg3NjUzODk1?story_media_id=3607092869401854524_1484465709&igsh=MWdlOWgzdjBmdXU1eg==
- @woody_garcía: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDg2MDgyNzg3NjUzODk1?story_media_id=3607491785353358280_1484465709&igsh=MWdlOWgzdjBmdXU1eg==
- @hectorcalderondj: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDg2MDgyNzg3NjUzODk1?story_media_id=3608240353005672567_1484465709&igsh=MWdlOWgzdjBmdXU1eg==
- @teresalapelaya: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDg2MDgyNzg3NjUzODk1?story_media_id=3608362380987404862_1484465709&igsh=MWdlOWgzdjBmdXU1eg==
- @sofiagiaquinta_nutricion: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDg2MDgyNzg3NjUzODk1?story_media_id=3608618279299639242_1484465709&igsh=MWdlOWgzdjBmdXU1eg==
- @danny_willy_: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDg2MDgyNzg3NjUzODk1?story_media_id=3611320084268077630_1484465709&igsh=MWdlOWgzdjBmdXU1eg==

NOTA DE PRENSA

Castilla y León llama a la donación de sangre antes de las vacaciones de Semana Santa

 En la Comunidad se necesitan 2.500 donaciones de sangre a la semana para garantizar el suministro a los hospitales y atender a todos los pacientes que lo requieran.

Ante la proximidad de las vacaciones de Semana Santa, periodo en el que muchas personas se desplazan desde sus residencias habituales a otros lugares, desde el Centro de Hemoterapia y Hemodonación de Castilla y León hacemos un llamamiento a la solidaridad de la población para que acuda a donar sangre antes de iniciar sus vacaciones.

Este año además el fin de la Semana Santa coincide con la cercanía de la celebración del Día de la Comunidad el 23 de abril. Para evitar que se pueda volver a situaciones críticas, llamamos a la solidaridad de todos los que puedan donar para que acudan a los puntos de donación habilitados de cada provincia. (https://www.centrodehemoterapiacyl.es/puntos-de-donacion/).

La necesidad de sangre es constante, en Castilla y León se necesitan 2.500 donaciones de sangre a la semana para garantizar el suministro a los hospitales y atender a todos los pacientes que lo requieran. Por ejemplo, para un trasplante de hígado se requieren hasta 30 donaciones, para una cirugía de cadera entre 6 y 8, y en el caso de algunas enfermedades raras, los componentes sanguíneos son el único tratamiento disponible.

Un gesto sencillo que salva vidas

Donar sangre es un gesto sencillo, seguro y que salva vidas. Los hospitales necesitan contar con reservas suficientes para poder afrontar cualquier emergencia o tratamiento médico que dependa de una transfusión. Es fundamental que las donaciones se mantengan constantes para evitar situaciones de escasez que puedan comprometer la atención sanitaria.

Los puntos de donación están disponibles en hospitales, centros fijos y unidades móviles que recorren diferentes localidades de Castilla y León. Invitamos a la ciudadanía a consultar los horarios y ubicaciones a través de los canales oficiales y acudir a donar antes de marcharse de vacaciones. https://www.centrodehemoterapiacyl.es/puntos-de-donacion/

CONCLUSIONES

La campaña *“Dona sangre antes de Semana Santa”* representa una acción de comunicación eficiente, empática y altamente replicable. Responde a una necesidad real y urgente con creatividad, cercanía y rigor. Su principal valor reside en **hablar el lenguaje del público joven sin perder el foco institucional**, generando impacto real con recursos limitados y sin inversión económica directa.