



El deporte
es de todos

Mindeporte

Curso de Políticas y
Programas para la Promoción de
Hábitos y Estilos de Vida Saludable



**Dr.
Johnattan
García Ruiz**

Ponencia:

¿Cómo diseñar una estrategia de comunicación efectiva y de abogacía para el fortalecimiento del Programa Nacional de Hábitos y Estilos de Vida Saludable?



ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EFECTIVA Y DE ABOGACÍA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL PROGRAMA NACIONAL DE HÁBITOS Y ESTILOS DE VIDA SALUDABLE?

Johnattan García, Lina Caicedo,
Olga Lucía Sarmiento



El deporte
es de todos

Mindeporte



Facultad
de Medicina

15
años

EpiAndes
Grupo de Epidemiología de
la Universidad de los Andes



USTED SE ACABA DE SUBIR A UN ASCENSOR Y SE
ENCUENTRA CON LA RECIÉN ELEGIDA
GOBERNADORA DE SU DEPARTAMENTO

USTED QUIERE APROVECHAR LA OPORTUNIDAD PARA CONTARLE SOBRE EL
PROGRAMA HEVS Y CONVENCERLA DE APOYAR LO QUE USTED HACE DÍA A DÍA.

¿QUÉ LE DIRÍA EN 3 MINUTOS?

00 : 03 : 00

>

Change Clock Type

Digital

Duration:

00

03

00

TimeUp Reminder (Optional):

--

01

--

Choose Sound Effect

None

Choose TimeUp Sound

Alarm

☐ Enable Count Up ☐ Combine With Bar Clock

Start

Pause

Stop

Reset

00 : 03 : 00

>

Change Clock Type

Digital

Duration:

00

03

00

TimeUp Reminder (Optional):

--

01

--

Choose Sound Effect

None

Choose TimeUp Sound

Alarm

☐ Enable Count Up ☐ Combine With Bar Clock

Start

Pause

Stop

Reset

¿Cómo se sintieron intentándolo?

que le estaba convenciendo para que nos brindara apoyo.

El tiempo fue acorde a lo planeado. Se llega a lo esencial y poder suministrar la información que deja el interrogante de saber mas del programa de HEVS. Se generan expectativas para un futura cita programada.

Fue algo interesante expresarse porque es dificil por los nervios, solo es cuestion de seguridad

Después de hablar con el alcalde, se acuerda de lo que quería decir realmente

Muy chevere la actividad, ayuda mucho con la interacción

Muy bien. Es algo difícil pero espero tener buenos argumwntis para convencer

Muy bien

Bien



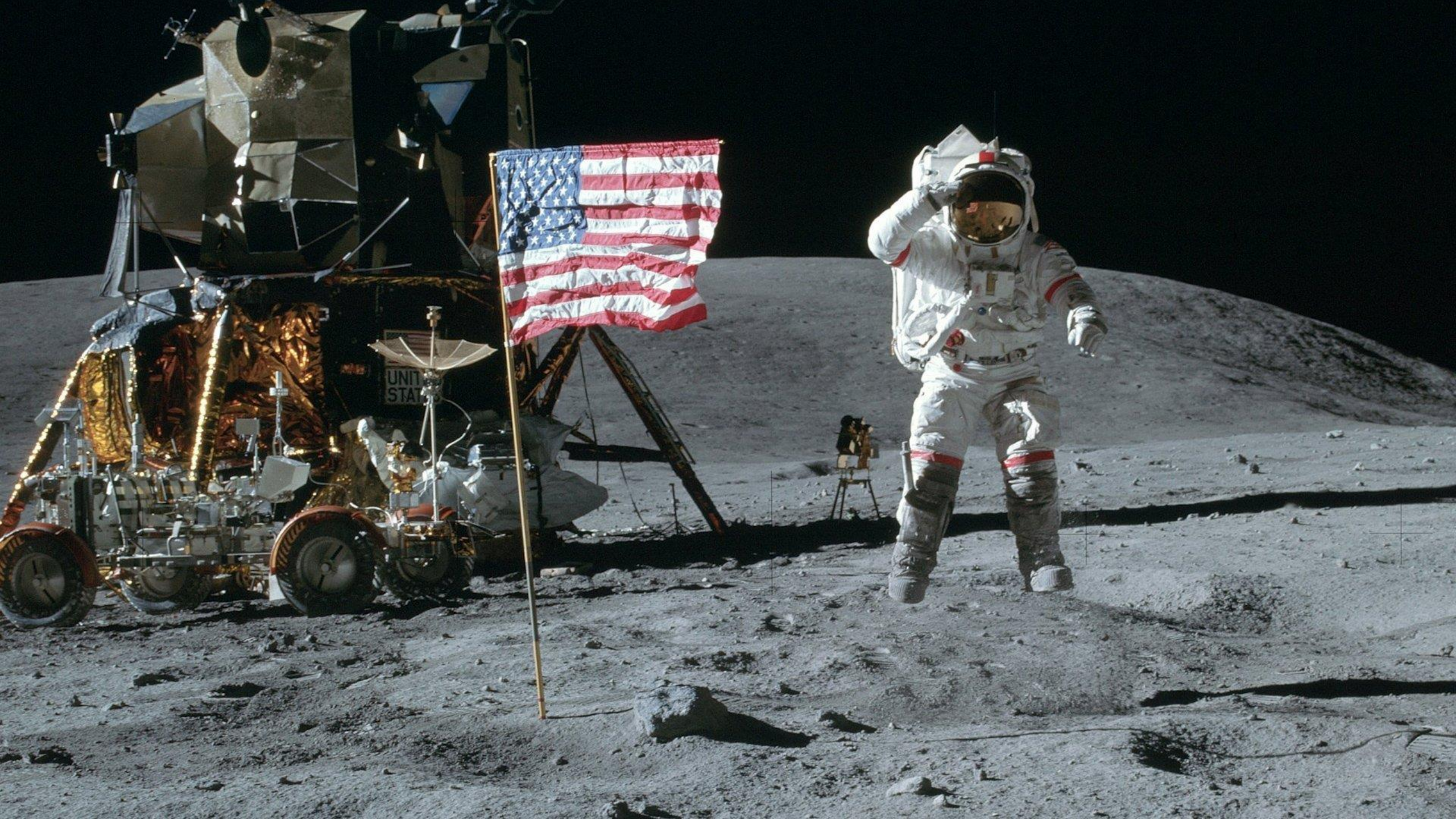
Pues bien, un poco incomodo. Pero es una experiencia para



Slide is not active

Activate

Pause scroll





“ELEGIMOS IR A LA LUNA EN ESTA DÉCADA Y
HACER OTRAS COSAS, NO PORQUE SEA FÁCIL,
SINO PORQUE ES **DIFÍCIL**”

¿POR QUÉ TENEMOS QUE MEJORAR NUESTRA
COMUNICACIÓN PARA HABLAR SOBRE EL
PROGRAMA HEVS?

**EL LENGUAJE Y EL
PODER ESTÁN
ÍNTIMAMENTE
RELACIONADOS**

**LA COMUNICACIÓN
LLEVA A LA ACCIÓN**

**DETRÁS DE UNA BUENA
COMUNICACIÓN HAY UNA ESTRATEGIA**



```
graph LR; A[Conozcan su audiencia] --> B[Cuenten una historia]; B --> C[Hagan un llamado a la acción];
```

Conozcan su
audiencia

Cuenten una
historia

Hagan un
llamado a la
acción

1

CONOZCAN
SU
AUDIENCIA



TODOS SOMOS
DIFERENTES

Preguntas que deben hacerse sobre su audiencia

Estilo de vida

¿Qué es lo que los hace especial? ¿Cómo es ponerse en sus zapatos? ¿cómo es su estilo de vida?

Conocimiento

¿Qué es lo que ya conocen del tema? ¿de dónde obtienen la información?

Motivación y deseo

¿Qué es lo que ellos necesitan o desean?
¿Qué les hace falta? ¿Qué les impide dormir bien en las noches?

Valores

¿Qué es importante para ellos? ¿cómo gastan su dinero y tiempo? ¿Cuáles son sus prioridades? ¿Qué los une y qué los motiva?

Influencia

¿Quién o qué influencia su comportamiento? ¿qué experiencias ha influido en su forma de pensar? ¿Cómo toman decisiones?

Respeto

¿Cómo obtienen y dan respeto? ¿Cómo puedo hacer para hacerlos sentir respetados?

¿QUIÉNES SON LOS ACTORES CLAVES EN SU COMUNIDAD?



2

CUENTEN
UNA
HISTORIA

Piensen en la forma como nos comunicamos en nuestra vida cotidiana

- ¡Contamos historias!
- Nos gusta escucharlas porque nos gusta que nuestro cuerpo sienta lo que está pasando, aún cuando no estemos físicamente en el relato.
- Nos gusta sentirnos intrigados, con escalofríos, emocionados, con mezcla de sentimientos.

Incorporar historias en lo que queremos comunicar es clave

**ALGUIEN QUE NOS CUENTE UNA
HISTORIA MUY BREVE SOBRE SU
TRABAJO EN EL PROGRAMA HEVS**

Las historias pasan por tres momentos



INICIO

Lo que
podría ser

El vacío

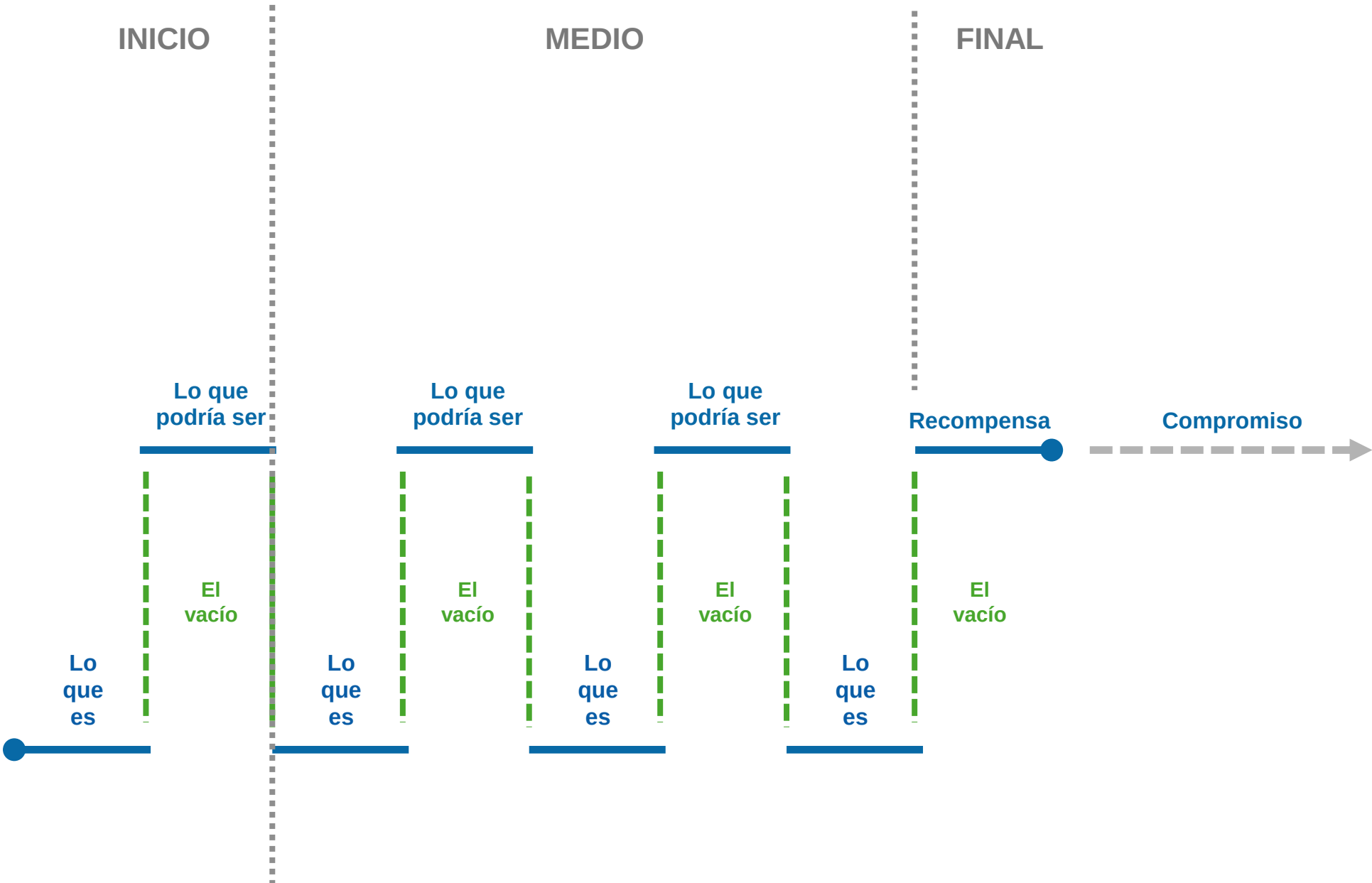
Lo que es



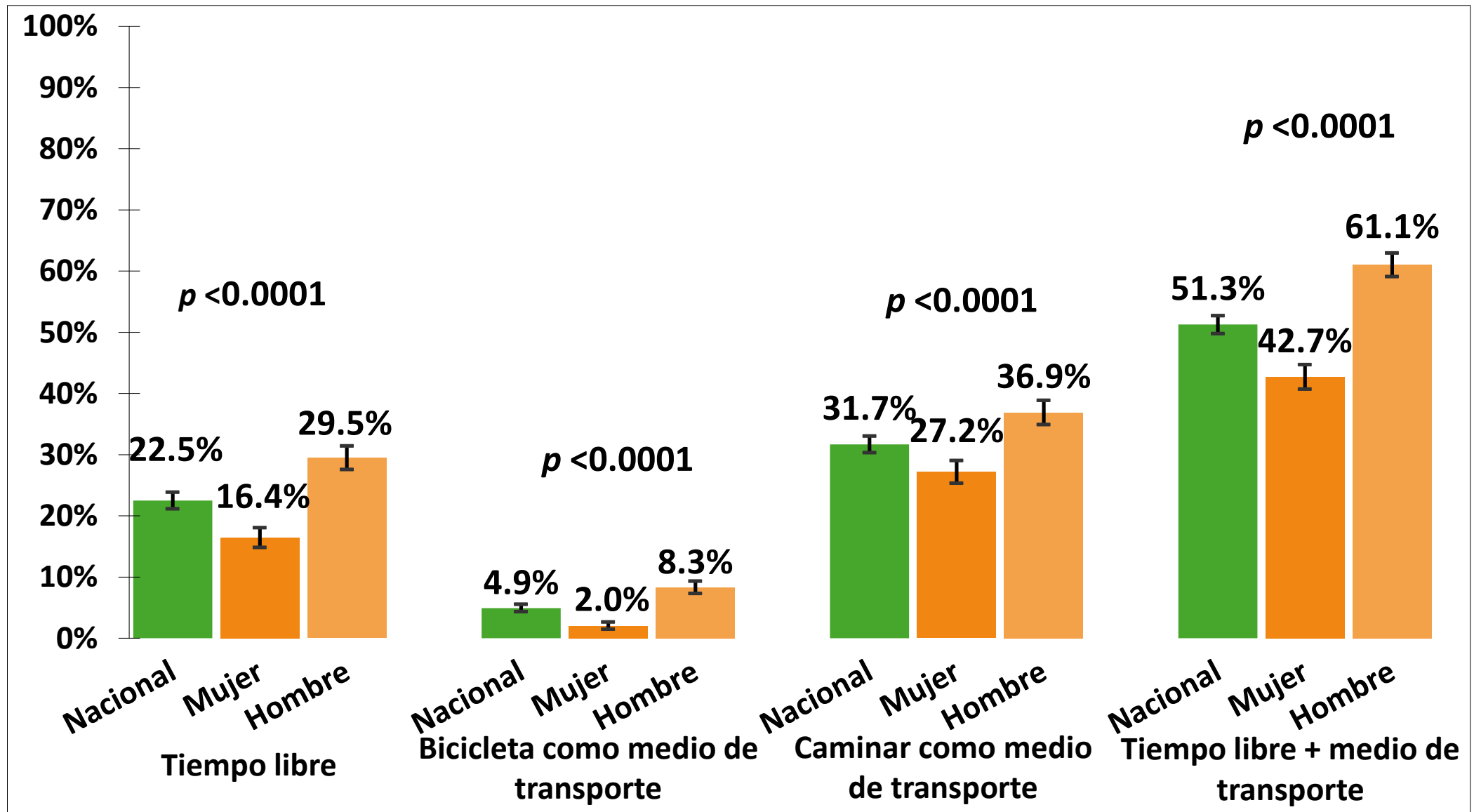
INICIO

MEDIO

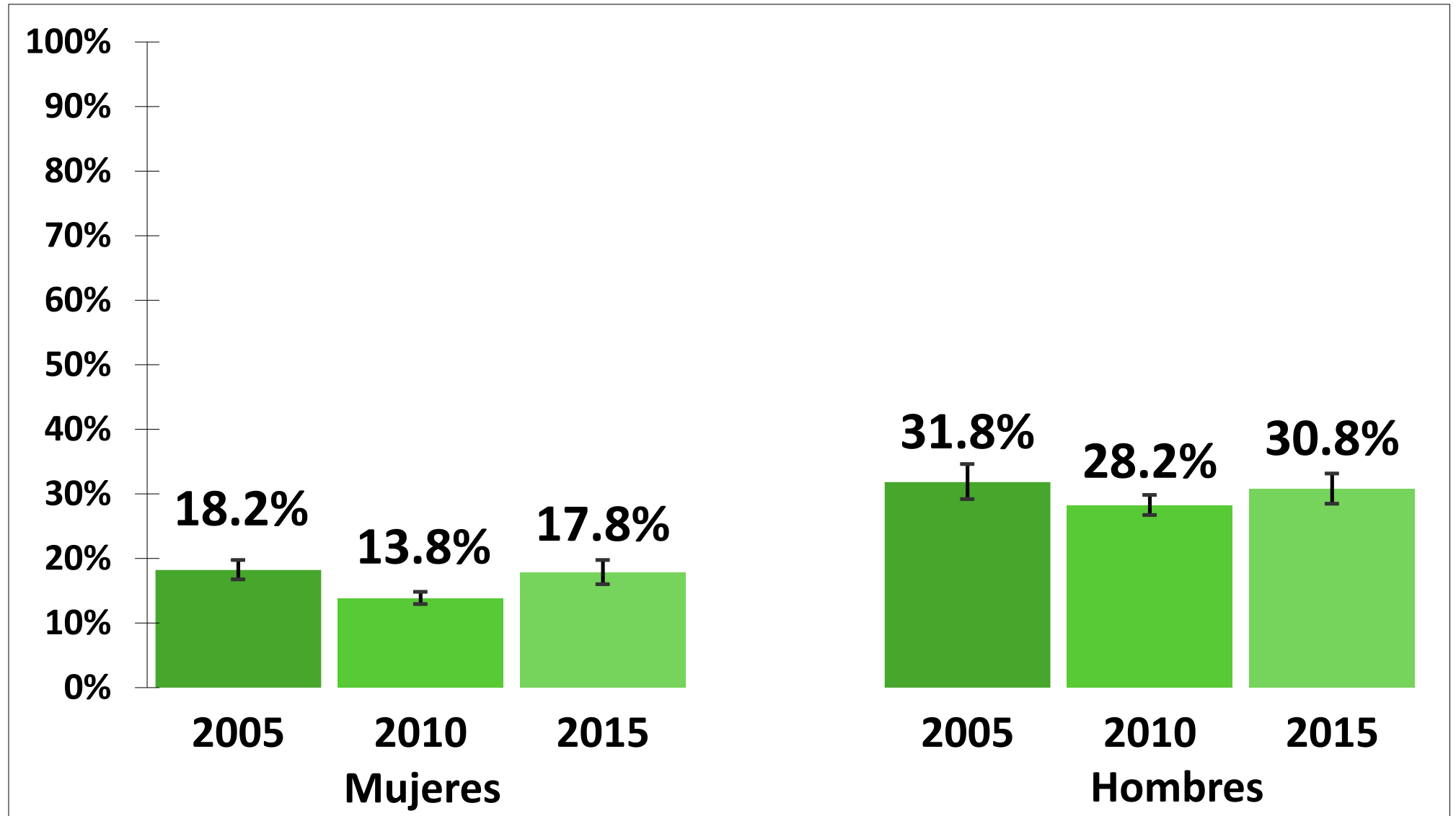
FINAL



PREVALENCIAS DE CUMPLIR CON RECOMENDACIONES DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LA POBLACIÓN DE 18 - 64 AÑOS, BRECHA POR SEXO



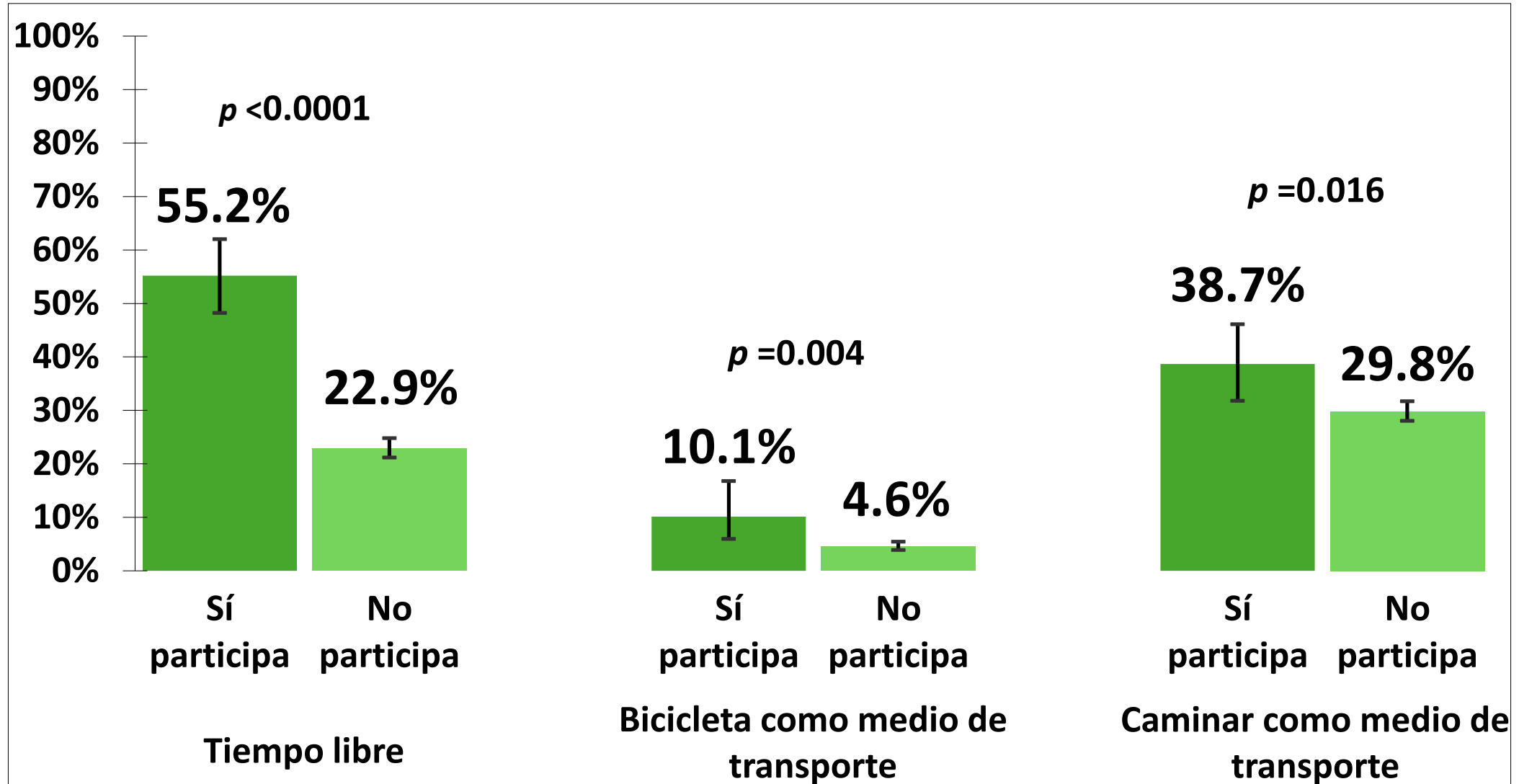
TENDENCIA EN EL TIEMPO DE CUMPLIR CON RECOMENDACIONES DE ACTIVIDAD FÍSICA EN EL TIEMPO LIBRE, BRECHA POR SEXO



PREVALENCIAS DE CUMPLIR CON RECOMENDACIONES DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LA POBLACIÓN DE 18 - 64 AÑOS POR REGIONES DE COLOMBIA



PREVALENCIA DE CUMPLIR CON RECOMENDACIONES DE ACTIVIDAD FÍSICA, EN LA POBLACIÓN DE 18 - 64 AÑOS, SEGÚN PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN EL ÚLTIMO MES



**PARA QUE LOS
NÚMEROS INSPIREN A
LA ACCIÓN, NO SOLO
DEBEN TENER SENTIDO.**

**TAMBIÉN TIENEN QUE
TENER UN SIGNIFICADO.**

3

HAGAN UN
LLAMADO A
LA ACCIÓN

**PARA QUE UN DISCURSO SEA EXITOSO, EL
PÚBLICO TIENE QUE LLEVARSE LA IDEA DE
CÓMO ACTUAR.**

**PARA ELLO HAY QUE MENCIONAR CLARA Y
BREVEMENTE CUÁL ES EL PAPEL DE LA
AUDIENCIA Y CÓMO PUEDEN TOMAR PARTIDO
EN LA IDEA PARA EJECUTARLA.**



Agente



Proveedor



Influenciador



Innovador

¿Quiénes son?

¿Qué pueden hacer por nosotros?

¿Cómo lo hacen?

Tomar acción en las actividades

Realizan las actividades, así como reclutan y motivan a otros agentes para completar la tarea.

Obtener recursos

Pueden compartirnos recursos, ya sean financieros, humanos o materiales. Tienen los medios para que podamos avanzar.

Cambiar percepciones

Pueden influenciar individuos y grupos, pequeños y grandes, movilizarlos y convencerlos de unirse a nosotros.

Generar ideas

Piensen en nuevas formas de implementar nuestras ideas. Crean estrategias, perspectivas y productos.

HAGAMOS UN EJEMPLO

ELEMENTOS QUE DEBEMOS TENER EN CUENTA

- Historia que llame la atención
- Quién soy y qué hago
- Información que ilustre la importancia de eso que hago
- Qué es lo que hay
- Qué es lo que podría ser
- Qué es lo que nos falta para llegar allá
- Cómo usted puede ayudarnos a llegar allá

Ideas

Sus preferencias e intereses mostrados en el plan de desarrollo

Metas del Plan de Desarrollo

Cuales son sus ideologías y plan de gobierno.

Decirle que marcara la historia de su departamento, ya que contribuirá a crear sociedades mas ativas

Indagar si conoce el programa, en caso de que no, contextualizarlo.

Lo amo! 

Su vision en cuanto a la continuidad y desarrollo de nuestro programa en su periodo de administracion en esta

Ayudar a contribuir con la salud de lo habitantes de Cundinamarca llevando hábitos y estilos de vida saludables a sus barrios

Quería compartir con usted esta historia, y mirar que posibilidades hay para q se pueda llevar a cabo. Involucra a la comunidad de esta manera y posiblemente se va veneficiar este porcentaje de nuestro

Resume scroll



Slide is not active

Activate

CONSTRUYAN SU PROPIO DISCURSO EN GRUPOS

TIENEN 10 MINUTOS PARA CONSTRUIR EL GUIÓN



00 : 10 : 00

>

Change Clock Type

Digital

Duration:

00

10

00

TimeUp Reminder (Optional):

--

01

--

Choose Sound Effect

None

Choose TimeUp Sound

Alarm

☐ Enable Count Up ☐ Combine With Bar Clock

Start

Pause

Stop

Reset

**TRES VOLUNTARIOS QUE
NOS PRESENTEN SU
DISCURSO**

Ve a www.menti.com y utiliza el código 46 84 18

i

 Mentimeter

¿Qué tal este ejercicio vs el anterior?



Slide is not active

Activate

Pause scroll

 0

**¿CÓMO USAR LAS REDES SOCIALES PARA
COMUNICAR UN MENSAJE?**

Ve a www.menti.com y utiliza el código 46 84 18

 Mentimeter

¿Qué tipo de redes sociales utilizan en su comunidad de participantes del programa HEVS?



Slide is not active

Activate

 0

¿Qué tipo de redes utilizan?

Cada red social es diferente. Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, todas tienen un potencial para promover sus actividades.

En estas redes se pueden compartir imágenes, videos, comentarios, etc.

Con esos formatos puede contar una historia de lo que quiere ofrecer o mostrar a los demás

Compartir experiencias reales de otros.

- Cuando conocemos las historias de los demás, podemos sentirnos identificados y motivados a tomar acción.
- Es importante ser muy respetuoso de esas historias y contar siempre con el consentimiento de ellas al momento de compartirlo.

Compartir un mensaje al día.

- A veces las personas sólo necesitan un mensaje inspiracional, que les llegue fácilmente.
- Pueden construir su propio mensaje a partir de lo que ya conocen que funciona o pueden acudir a nuevas fuentes para innovar.
- Las frases motivacionales pueden ser útiles, pero no deberían ser repetitivas. Es importante cambiar de temas constantemente.
- Recuerde no excederse en los mensajes. No podemos cansar a nuestra audiencia.

Mostrar interés en las personas del grupo o comunidad

Hay que mantener una relación interactiva con nuestro grupo. Para ello puede preguntar qué contenido les gustaría ver en redes o qué otros intereses tienen.

Responder personalmente en redes

Tómese el tiempo para responderle a cada persona que le envíe un mensaje. De esta manera se sentirán acompañados.

Conectarse con personas o grupos locales que tengan intereses similares.

- Las redes sociales permiten conectar con personas o grupos que tienen intereses similares.
- Agregue los grupos cercanos a usted que le recomiendan las redes sociales
- Aprenda de las estrategias de comunicación de otros grupos.

10

COSAS QUE NO DEBEN OLVIDAR DE ESTE TALLER

1. Una comunicación bien pensada, puede motivar a otros a cambiar.
2. Tenemos que tener muy claro con quién hablamos. Conocer a quien nos escucha es fundamental.
3. Debemos construir nuestras historias estrellas, esas que demuestran lo importante de nuestro trabajo.
4. Investigar cifras y datos es clave para respaldar nuestros argumentos o convencer sobre un asunto particular. Siempre podemos preguntar a compañeros o a nuestros superiores.
5. Hay que tener presente qué esperamos de las personas que nos escuchan y así sabremos qué decir para que nos apoyen.
6. Antes de cualquier oportunidad donde podamos acercarnos a esa persona que puede ayudarnos o a quien queremos

convencer, debemos repasar lo que vamos a decir. Practicar y repetir hasta dominar

7. Escuchar también es fundamental. Debemos tomar nota de las respuestas y las reacciones de las personas con quienes hablamos para poder comprender sus preocupaciones. Si no logramos convencerlos la primera vez, tendremos una mejor oportunidad si aprendemos del primer intento.
8. Las redes sociales tienen un potencial muy grande para construir una comunidad fuerte y activa.
9. Pero, no podemos saturar las redes ni la comunidad. Debe construirse un espacio de respeto y de apoyo. Un espacio seguro y amigable.
10. El trabajo que ustedes hacen es maravilloso. Sigán transformando vidas.



MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN