

Contenido

Reconocimientos	III
Prefacio	VII
Capítulo 1: Descripción general de las campañas de mercadeo para el control del tabaco	1.2
Capítulo 2: Planificación estratégica	2.2
Apéndice	
2.1: Planilla de planificación de campaña	2.25
2.2: Fuentes de información sobre datos demográficos y control y consumo de tabaco	2.30
2.3: Descripción general de la campaña para dejar de fumar “Bob y Martin” de Health Canada	2.32
Capítulo 3: Investigación del público objetivo	3.2
Apéndice	
3.1: Ejemplo de seleccionador de reclutamiento para las entrevistas personales de interceptación relacionadas con el abandono del hábito de fumar	3.30
3.2: Ejemplo de seleccionador de reclutamiento para entrevistas individuales para probar los anuncios y los conceptos de publicidad	3.32
3.3: Ejemplo de seleccionador de reclutamiento para entrevistas de grupo	3.35
3.4: Ejemplo de la guía del moderador para entrevistas de grupo con fumadores	3.36
3.5: Ejemplo de protocolo de prueba de la publicidad	3.40
3.6: Ejemplo de perfil de público objetivo	3.43
Capítulo 4: Poblaciones específicas	4.2
Apéndice	
4.1: Desarrollo de la Primera Campaña para Dejar de Fumar para los maoríes en Nueva Zelanda	4.16
Capítulo 5: Evaluación de la campaña	5.2
Apéndice	
5.1: Ejemplo de descripción general de la encuesta cualitativa para evaluar el material de comunicaciones	5.23
5.2: Ejemplo de plan de evaluación	5.25
5.3: Ejemplo de cuestionario de encuesta de seguimiento cuantitativa	5.29
5.4: Ejemplo de encuesta cuantitativa de las actitudes, conocimiento y creencias de los no fumadores sobre el consumo de tabaco	5.34
Capítulo 6: Gestión de la campaña	6.2
Apéndice	
6.1: Cómo administrar el proceso de llamado a propuestas	6.21
6.2: Elementos de un informe creativo	6.23
6.3: Ejemplo de informe creativo de The Quit Group	6.26
6.4: Ejemplo de informe creativo de los Centros para Control y Prevención de Enfermedades de Estados Unidos y la Organización Mundial de la Salud	6.30
6.5: Ejemplo de informe creativo de QUITPLAN®	6.33
6.6: Ejemplo de presupuesto para seguimiento con los fumadores inscritos en el Programa Deje de Fumar y Gane 2006 en tres regiones de Ghana	6.35
6.7: Ejemplo de presupuesto para la campaña en los medios de comunicación en Canadá	6.38

Capítulo 7: Publicidad	7.2
Apéndice	
7.1: Ejemplo de plan para la campaña en medios de comunicación de Australia	7.28
7.2: Ejemplo de plan para la campaña en medios de comunicación de Nueva Zelanda	7.30
7.3: Ejemplo de resumen del plan en medios de comunicación, incluidos medios conquistados de Canadá	7.32
Capítulo 8: Relaciones públicas	8.2
Apéndice	
8.1: Estudio de caso sobre cómo apoyar la introducción de lugares de trabajos libres de humo en Noruega	8.29
8.2: Ejemplo de editorial	8.31
8.3: Ejemplo de carta al editor	8.32
8.4: Ejemplo de artículo de opinión	8.33
8.5: Ejemplo de comunicado de prensa 1	8.35
8.6: Ejemplo de comunicado de prensa 2	8.37
8.7: Ejemplo de hoja informativa	8.39
8.8: Ejemplo de reporte de análisis de los medios de comunicación (Resumen ejecutivo)	8.43
Capítulo 9: Promoción mediática	9.2
Apéndice	
9.1: Promoción mediática en Irlanda	9.21
Capítulo 10: Mercadeo comunitario	10.2
Apéndice	
10.1: Acción comunitaria por medio de líderes religiosos en Camboya	10.18
Capítulo 11: Promoción de los servicios para dejar de fumar	11.2
Apéndice	
11.1: Cómo los factores ambientales afectaron los índices de participación en las campañas por aire libre de humo en Alemania	11.26
11.2: Ejemplo de protocolo de comunicaciones	11.27
Capítulo 12: Financiación de las campañas	12.2
Apéndice	
12.1: La necesidad de campañas efectivas de educación pública en medios masivos de comunicación como parte de los programas integrales para el control del tabaco	12.13
12.2: Ejemplo de documento de informe a las partes interesadas	12.19

Reconocimientos

Nuestro agradecimiento a todas las personas y organizaciones que hicieron posible este paquete de herramientas para el desarrollo de campañas.

Gerenta de Proyecto

Annamaria Feltracco, Feltracco Consulting, Canadá

Editora Técnica

Julie Jensen, editora independiente, Estados Unidos

Editoras Ejecutivas

Annamaria Feltracco, Feltracco Consulting, Canadá

Karen Gutiérrez, Diálogo Global para Campañas Efectivas para Dejar de Fumar, Internacional.

Diseño Gráfico

Vance Merson, Shane O'Brien y Katarina Saric, The Graffic Link Design Studio, Inc., Canadá

Proveedores de fondos y contribuciones en especie

Sociedad Estadounidense del Cáncer

Campaña para Niños Libres de Tabaco

Departamento de Salud, Inglaterra

Health Canada

Coalición Internacional No Gubernamental contra el Tabaco

Pfizer

Médicos por Canadá Libre de Humo

Equipo del proyecto y Panel de revisión internacional

Lisa Belluci, Pfizer, Internacional

Cynthia Collard, Médicos por un Canadá Libre de Humo, Canadá

Annette David, Health Partners, L.L.C., Guam

Marcus Frohe, Instituto Nacional del Cáncer, Brasil

Meg Gallogly, Campaña para Niños Libres de Tabaco, Estados Unidos

David Graham, Johnson & Johnson, Internacional

Catherine Jo, Sociedad Estadounidense del Cáncer, Estados Unidos

Katerina Langrova, Coalición Checa contra el Tabaco, República Checa

Wasim Maziak, Centro Sirio para Estudios sobre el Tabaco, Siria, y Universidad de Memphis, Estados Unidos

Krista Scaldwell, Johnson & Johnson, Internacional

Jane Webb, Departamento de Salud, Inglaterra

Edith Wellington, Servicio de Salud de Ghana

Nan Yi, Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades, China

Revisores y colaboradores especialistas:

Linda Bailey, Consorcio Norteamericano de Líneas de Ayuda para Dejar de Fumar, Estados Unidos
Eduardo Bianco, Fundación Interamericana del Corazón, Uruguay
Lois Biener, Universidad de Massachusetts, Estados Unidos
Jack Boomer, Coalición Aire Limpio de British Columbia, Canadá.
Brenda Bryan, Consorcio Norteamericano de Líneas de Ayuda para Dejar de Fumar, Estados Unidos
Sharon Carothers, American Legacy Foundation, Estados Unidos
Beatriz Champagne, Fundación Interamericana del Corazón, Internacional
Siri Christin Naesheim, Departamento para el Control del Tabaco, Directorado de Asuntos Sociales y Sanitarios, Noruega
Greg Connolly, Facultad de Salud Pública de Harvard, Estados Unidos
Jeffrey Costantino, American Legacy Foundation, Estados Unidos
Trish Cotter, Instituto del Cáncer de Nueva Gales del Sur, Australia
Deena Crawley, Agencia de Publicidad McKee Wallwork Cleveland, Estados Unidos
Steve Crone, QUIT UK, Reino Unido
Donna Czukar, Sociedad Canadiense del Cáncer–División Ontario, Canadá
Annette David, Health Partners, L.L.C., Guam
Anita Dessaix, Instituto del Cáncer de Nueva Gales del Sur, Australia
Marianne Dreher, ClearWay Minnesota, Estados Unidos
Lorie Dunbar, Oficina de Programas y Medios Masivos de Comunicación, Programa de Control del Tabaco, Canadá
Nancy Dubois, Du-B-Fit Consulting, Canadá
Debra Efrogmson, HealthBridge, Bangladesh
Larry Elmore, Programa para la Prevención y el Control del Consumo de Tabaco, Departamento de Salud de Nuevo México, Estados Unidos
Kristin Engdahl, Edelman Public Relations, Estados Unidos
Evelyn Fang, Hospital de Familias Unidas de Beijing, China y Universidad de California, San Francisco, Fresno, Estados Unidos
Michael Fiore, Centro de Investigación e Intervención del Tabaco, Facultad de Medicina y Salud Pública de la Universidad de Wisconsin, Estados Unidos
Geoff Fong, Proyecto Internacional de la Encuesta de Evaluación del Control del Tabaco, Universidad de Waterloo, Canadá
Marcus Frohe, Instituto Nacional del Cáncer, Brasil
Meg Gallogly, Campaña para Niños Libres de Tabaco
Helen Glasgow, The Quit Group, Nueva Zelanda
Alissa Guy, Quit Victoria, Australia
Carol Hall-Walker, Departamento de Salud de Rhode Island, Estados Unidos
David Hammond, Departamento de Estudios de Salud, Universidad de Waterloo, Canadá
Todd Harper, VicHealth, Australia
Carter Headrick, Campaña para Niños Libres de Tabaco, Estados Unidos
Fenton Howell, Medicina de Salud Pública, Universidad Real de Médicos, Irlanda
Laurent Huber, Alianza Convenio Marco, Suiza
Kari Huseby, Departamento para el Control del Tabaco, Directorado de Asuntos Sociales y Sanitarios, Noruega
Clare Hutchinson, Agencia Publicitaria AMV BBDO, Reino Unido
Lisa Kelly, Programa para el Control del Tabaco, Departamento de Salud del Estado de Nueva York, Estados Unidos
Nancy Korstanje, Línea de Ayuda para Fumadores de Ontario, Sociedad Canadiense del Cáncer–División Ontario, Canadá
Niki Legge, Iniciativas para Dejar de Fumar y Control del Tabaco, Asociación del Pulmón de Newfoundland y Labrador, Canadá

Ruth Loewen, Proyecto Internacional de la Encuesta de Evaluación del Control del Tabaco, Universidad de Waterloo, Canadá

Wasim Maziak, Centro Sirio para Estudios sobre el Tabaco, Siria, y Universidad de Memphis, Estados Unidos

Rich McCracken, Agencia Publicitaria Clarity Coverdale Fury, Estados Unidos

Danny McGoldrick, Campaña para Niños Libres de Tabaco

Jeffrey McKenna, Centros para Control y Prevención de Enfermedades, Estados Unidos

Kiann McNeil, Comisión de Abuso del Alcohol y Drogas de Alberta, Canadá

Christine Megerdichian, Facultad de Salud Pública de Harvard, Estados Unidos

Kristin Mosaker Granborg, Departamento de Comunicación y Documentación, Directorado de Asuntos Sociales y Sanitarios, Noruega

Narine Movsisyan, Centro de Investigación y Desarrollo de Servicios de Salud, Universidad Estadounidense de Armenia, Armenia

Andrea Mowery, ClearWay Minnesota, Estados Unidos

David Newton, Agencia Publicitaria AMV BBDO, Reino Unido

Gillian Parrish, Edelman Public Relations, Estados Unidos

Anita Peter, Asociación de Ayuda a Pacientes con Cáncer, India

Paula Pasquali, Programas de Salud Comunitaria, Departamento de Salud y Servicios Sociales, Gobierno de Yukón, Canadá

Todd Phillips, Academia de Desarrollo Educativo, Estados Unidos

Krzysztof Przewozniak, Centro del Cáncer e Instituto de Oncología, Polonia

Lezli Redmond, Centro de Investigación e Intervención del Tabaco, Facultad de Medicina y Salud Pública de la Universidad de Wisconsin, Estados Unidos

Robin Reece, Red Canadiense de la Línea de Ayuda para Fumadores, Canadá

Abby Rosenthal, Oficina de Tabaco o Salud, Centros para Control y Prevención de las Enfermedades, Estados Unidos

Gary Saffitz, Centro de Programas de Comunicación, Universidad Johns Hopkins, Facultad de Salud Pública Bloomberg

Jonathan Santos, Iniciativa Libre de Tabaco, OMS/Oficina Regional del Pacífico Occidental, Guam

Kawaldip Sehmi, Salud e Igualdad, QUIT UK, Reino Unido

Patti Seikus, Oficina de Comunicaciones de Salud, Centro para Control y Prevención de Enfermedades, Estados Unidos

Karen Slama, Investigación Operativa en el Control del Tabaco, Unión Internacional contra la Tuberculosis y las Enfermedades Pulmonares, Francia

Cilla Snowball, Agencia Publicitaria AMV BBDO, Reino Unido

Jin Sook Choi, Asociación Coreana sobre Tabaquismo y Salud, Corea

Sandra Soria, Departamento de Servicios de Salud de California, Control de Enfermedades Crónicas y Lesiones

Penny St. John, The Quit Group, Nueva Zelanda

Colleen Stevens, Departamento de Servicios de Salud de California, División de Control de Enfermedades Crónicas y Lesiones, Sección de Control del Tabaco, Estados Unidos

Linda Tasi-Mulitalo, The Quit Group, Nueva Zelanda

Sarah Tukua, Agencia Publicitaria Clarity Coverdale Fury, Estados Unidos

Melanie Wakefield, Centro para la Investigación de la Conducta en el Cáncer, Consejo del Cáncer, Victoria, Australia

Edith Wellington, Servicio de Salud de Ghana, Ghana

Nan Yi, Centros para Control y Prevención de Enfermedades, China

Prefacio

Es un momento emocionante y fascinante para formar parte de la comunidad internacional para el control del tabaco. Hemos aprendido a reducir el consumo de tabaco y la exposición al humo de segunda mano, incluso mientras continuamos combatiendo la formidable influencia de la industria tabacalera con nuestra relativa falta de recursos. Las mejorías en la salud resultantes de nuestras intervenciones, en contraste con los altos costos de salud asociados con el consumo del tabaco, también han generado un mayor interés en el control del tabaco por parte de los nuevos socios internacionales. Un desafío significativo en medio de estos éxitos es capitalizar las lecciones que hemos aprendido y difundirlas más ampliamente para que todos los países puedan realizar progresos tendientes a reducir el tabaquismo y la exposición al humo de segunda mano.

Mientras la comunidad internacional continúa aprendiendo y poniendo en práctica programas para el control del tabaco integrales de manera efectiva, varios componentes han emergido como claves del éxito, y uno de ellos son las campañas de mercadeo para el control del tabaco. Estas campañas de educación pública, llevadas a cabo a través de los medios masivos de comunicación y otros canales, pueden aumentar la concientización sobre los problemas relacionados con el consumo de tabaco, generar conocimiento relevante, cambiar las creencias y actitudes y contribuir con los cambios conductuales. Además, el Artículo 14 del Convenio Marco para el Control del Tabaco obliga a las partes del convenio a diseñar e implementar programas efectivos orientados a promover el abandono del consumo de tabaco. En respaldo a las campañas de educación pública efectivas en el ámbito internacional, y a las campañas para dejar de fumar en particular, específicos, el Diálogo Global para Campañas Efectivas para Dejar de Fumar ha desarrollado el ***Paquete de herramientas para el desarrollo de campañas: una guía internacional para planificar e implementar campañas para dejar de fumar.***

El paquete de herramientas comparte las “lecciones aprendidas” sobre las campañas de mercadeo para el control del tabaco así como un proceso para desarrollar tales esfuerzos. Se ha diseñado con información de varias fuentes que incluyen *Diseño e implementación de una campaña efectiva de contramercadeo del tabaco* de los Centros para Control y Prevención de Enfermedades de Estados Unidos (CDC), *Pilares del control del tabaco* de la Organización Mundial de la Salud, *Cómo hacer que las comunicaciones de salud sean efectivas* del Instituto Nacional del Cáncer de Estados Unidos y la *Herramienta electrónica de mercadeo social* de Health Canada. En respuesta a las necesidades de nuestra red internacional de planificadores de campaña e investigadores, decidimos usar muchos de los capítulos del manual de contramercadeo de los CDC como punto de partida para el paquete de herramientas. Los gerentes de campaña de África, Asia, Europa, Oceanía, América del Sur y América del Norte revisaron y ayudaron a adaptar los capítulos para públicos internacionales. También se incorporaron materiales y documentos provistos por contactos internacionales de más de 25 países para asegurar que los ejemplos del paquete de herramientas tengan la mayor diversidad y relevancia posible. Los capítulos fueron revisados por especialistas en contenido, el equipo del proyecto, el panel de revisión internacional y los socios de Diálogo Global. Cada revisor realizó su contribución para que el paquete de herramientas sea como esperamos, un recurso valioso para los planificadores de campaña de todo el mundo, ayudándoles a desarrollar campañas que realicen un aporte significativo a la reducción de las cargas provocadas por el consumo de tabaco y la exposición al humo de segunda mano.

Los primeros seis capítulos de este paquete de herramientas se concentran en los aspectos generales de las campañas, planificación estratégica, investigación del público objetivo, poblaciones específicas, diseño de un plan de evaluación e implementación de la campaña. Los siguientes cuatro capítulos abordan los componentes clave que debe considerar incluir en su campaña: publicidad, relaciones públicas, promoción mediática y mercadeo comunitario. Los dos capítulos finales se concentran en los servicios para dejar de fumar, incluidas líneas de ayuda para dejar de fumar, y las formas de asegurar y mantener la financiación de su campaña.

Nos entusiasma compartir este recurso importante con promotores internacionales del control del tabaco y esperamos que sea una guía importante y útil para aquellas personas interesadas en implementar campañas de mercadeo para el control del tabaco. La versión en línea de este paquete de herramientas se revisará periódicamente para mantenerla lo más actualizada y relevante posible. Por favor envíe sus comentarios sobre el paquete de herramientas a info@stopsmokingcampaigns.org. También aceptamos con gusto documentos y materiales de campaña adicionales, similares a los que se incluyen en el paquete de herramientas. ¡Gracias de antemano por su aporte!



Karen Gutiérrez
Director

Diálogo Global para Campañas Efectivas para Dejar de Fumar