#CÓDIGORIÑÓN

Una llamada a la acción en prevención y detección precoz ante la “epidemia silenciosa” de la Enfermedad Renal Crónica

Sociedad Española de Nefrología

CÓDIGO RIÑÓN

ÍNDICE

UN GRAN PROBLEMA DE SALUD PÚBLICA	1
OBJETIVOS	2
PÚBLICO OBJETIVO	3
ACCIONES	3-8
POR QUÉ SUMARSE	8
CONTRAPRESTACIONES	8

UN GRAN PROBLEMA DE SALUD PÚBLICA...

La **Enfermedad Renal Crónica (ERC) es un importante problema de Salud Pública en España**, como acreditan estudios como el EPIRCE, en el que se halló que esta patología afecta aproximadamente al 10% de la población adulta española y a más del 20% de los mayores de 60 años y, además, seguramente está **infradiagnosticada**. En el último estudio realizado por la S.E.N. sobre la Cohorte del Estudio ENRICA (Nutrición y Riesgo Cardiovascular), suficientemente representativa de la población española, se halló que esta prevalencia en 2016 llegaba ya al 15%. De hecho, en pacientes seguidos en Atención Primaria (AP) con enfermedades tan frecuentes como la hipertensión arterial (HTA) o la diabetes mellitus (DM), la prevalencia de ERC puede alcanzar el 35-40%. La magnitud del problema es aún mayor teniendo en cuenta el incremento de la morbimortalidad, especialmente cardiovascular, relacionada con el deterioro renal.

... QUE VA A MÁS...

En la última década, la Enfermedad Renal Crónica (ERC) ha crecido un 20% en nuestro país, asociada al envejecimiento de la población, y al incremento de la prevalencia de sus factores de riesgo como la enfermedad cardiovascular, la diabetes mellitus, la hipertensión arterial o la obesidad. Aproximadamente 4.5 millones de personas padecen ERC en España, de las cuales unas 56.000 están en Tratamiento Renal Sustitutivo (TRS). Se trata de una patología, por tanto, con una gran prevalencia y en crecimiento. Asimismo, el tratamiento de la Enfermedad Renal Crónica representa ya **alrededor del 3% del gasto sanitario anual**, por lo que frenar la epidemia y evitar el actual diagnóstico tardío es también fundamental para la propia sostenibilidad del Sistema Público de Salud.

... Y, SIN EMBARGO, BASTANTE DESCONOCIDO...

A pesar de todo ello, y a pesar del impacto en la salud y calidad de vida de los pacientes, la enfermedad renal es una gran desconocida por parte de la población. Así, por ejemplo, es poco conocido que la mortalidad de estas enfermedades se sitúa en el 8% y que una persona que requiere diálisis pasa conectada a una máquina más de doce horas semanales, doce horas que no puede dedicar a la familia o los amigos, a su trabajo o a sus hobbies.

Asimismo, la población reconoce fácilmente la hemodiálisis y el trasplante renal, pero desconoce la prueba básica para medir la función renal (filtrado glomerular) o los factores de riesgo para el desarrollo de la enfermedad renal.

El tratamiento de la Enfermedad Renal Crónica en nuestro país en fases avanzadas de la enfermedad – insuficiencia renal– es excelente, como reflejan las ratios de acceso a diálisis/trasplante, pero para **revertir la progresión de las cifras de prevalencia de la ERC, es necesario mejorar tanto la prevención** primaria – educación para la salud/fomento de hábitos de vida saludables- como secundaria/terciaria - detección precoz y tratamiento en fases tempranas –para evitar el progreso de la enfermedad y el deterioro hasta precisar Tratamiento Renal Sustitutivo TRS–. Y todo ello pasa por lograr una **mayor sensibilización social de la patología**, su impacto y la forma de prevenirla.

#CODIGORIÑÓN, UNA INICIATIVA PARA QUE SE HABLE DE SALUD RENAL

Con este fin, **la S.E.N ha creado el programa #CódigoRiñón**, una iniciativa para la promoción de la salud renal y la prevención y detección precoz de la ERC. De forma más específica, **sus objetivos son**:

- Crear en los poderes públicos conciencia de la importancia de la Enfermedad Renal Crónica y su elevado impacto en la salud de la población y en el sistema sanitario.
- Estimular la puesta en marcha de políticas de prevención primaria y secundaria –educación para la salud y detección precoz y tratamiento en fases iniciales-, incluido políticas de cribado en presencia de factores de riesgo, para detener el avance de las enfermedades renales.
- Alertar a la población de la epidemia creciente de las enfermedades renales y de su fuerte impacto sobre la salud y la calidad de vida de quienes las padecen, a fin de influir, mediante acciones de educación para la salud, en la modificación de aquellos hábitos de vida que conducen al deterioro de la salud renal
- Estimular el conocimiento por parte de la población de las pruebas que determinan el deterioro de la función renal y la necesidad de su realización, con carácter periódico, en grupos de riesgo.

- Incidir especialmente en la infancia en esta labor de educación, abordando a los niños, a los jóvenes y a sus educadores –colegio y familias-, para generar así un verdadero cambio de paradigma en la relación de las personas con su salud renal.

DIRIGIDA A DECISORES, INFLUENCERS, MEDIOS Y TODA LA OPINIÓN PÚBLICA

Los Públicos Objetivos a los que se dirige **#CódigoRiñón** son:

- **Poderes públicos**: Administración central y regional, Congreso y Senado, Parlamentos autonómicos
- **Medios de Comunicación**
- **Escolares**, en especial en los últimos años de educación Primaria y primeros años de educación Secundaria.
- **Educadores y familias**.
- **Población general**, en especial personas de 50 años o más
- **Profesionales sanitarios**, en especial equipos de Atención Primaria
- **Otras especialidades médicas**: cardiología, medicina interna, pediatría, epidemiología…

QUE PROMOVERÁ NUMEROSAS ACCIONES DE SENSIBILIZACIÓN Y DIFUSIÓN

El programa de **#CódigoRiñón** se nutre de las siguientes acciones de influencia, sensibilización y difusión:

Web de #CódigoRiñón

Será una web a través de la cual se desarrollará una intensa actividad de difusión y sensibilización social sobre prevención, diagnóstico precoz, y control de la enfermedad para que no evolucione a ERC. Incluirá informaciones de "¿sabías qué?", entrevistas a médicos y pacientes, video-encuesta a pie de calle, video-reportajes de pacientes en diálisis o pacientes que esperan un trasplante, entrevistas a directores de servicios autonómicos sanitarios, etc.

También tendrá una gran importancia el *snack content* (curiosidades, tips de salud…) más enfocado al público joven, al consumo rápido de información y al posicionamiento en Google, con un formato más audiovisual y atractivo.

En este sentido, se comportará como un verdadero medio de comunicación, de actualización diaria, que será además contenedor del resto de iniciativas de **#CódigoRiñón**, actuando en este sentido como una web específica de campaña con el dominio codigoriñon.es. Será una web de diseño limpio y llamativo, responsiva, concebida muy especialmente para su navegabilidad en móviles.

Difusión a medios

Se proporcionarán a los medios de comunicación artículos, entrevistas y noticias sobre **#CódigoRiñón**, vinculadas a las propias actividades de la campaña, así como a informaciones genéricas que se planteen con motivo de argumentos informativo que proporcione la actualidad sanitaria española.

Difusión social-media

Se realizará una intensa campaña sobre **#CódigoRiñón** en las tres redes sociales más masivas, Facebook, Twitter e Instagram, y en YouTube, con una planificación editorial semanal de varias actualizaciones diarias en las tres primeras redes, con mensajes de textos simples, mensajes gráficos con *gifs*, fotos, videos o ilustraciones, mensajes con contenidos enlazados a la web propia u otras webs de referencia. También se harán emisiones en directo de eventos y "Preguntas y respuestas" con distintas personalidades e influencers, además de concursos y sorteos de merchandising oficial.

Con el objetivo de llegar a ser Trending Topic en Twitter se utilizarán plataformas gratuitas de *crowdspeaking* como Thunderclap, que permite publicar tweets de forma masiva a través de campañas de apoyo.

En YouTube se creará un *youtuber* que hablará sobre el riñón y la nefrología en clave de humor, a fin de generar conciencia en el público más joven a través de una de las plataformas de moda. Esta fórmula se replicará igualmente en formato podcast a través de plataformas de acceso gratuito como Ivoox o Soundcloud.

Paralelamente a esta actividad de difusión, se desarrollará una intensa actividad de captación de seguidores y de conversación con ellos, interaccionando para favorecer la participación y monitorizando los resultados.

Programa de influencers

Dentro de la actividad social media, se desarrollará de forma específica una actividad de difusión y conversación dirigida a influencers: periodistas, blogueros, líderes de opinión en el ámbito de la salud pública, *celebrities*, autoridades públicas, políticos, *youtubers*... El objetivo es conseguir su complicidad y convertirlos en prescriptores de **#CódigoRiñón.**

Plan de medios online

Se desarrollará un plan de medios online en redes sociales con el objetivo de complementar y reforzar la difusión social-media basada en "espacios ganados" sólo a base de contenidos. Los recursos publicitarios disponibles se utilizarán inicialmente como campaña de *branding* para aportar notoriedad a la marca **#CódigoRiñón** y, en una segunda oleada, para favorecer la participación entre los concursos y las acciones de cocreación que se plantean en esta campaña.

Presentaciones en los Parlamentos autonómicos

Tras una primera presentación de **#CódigoRiñón** ante las Comisiones de Salud del Congreso de los Diputados y el Senado, el programa contempla encuentros con las Comisiones de Sanidad de los diferentes Parlamentos autonómicos, empezando por las autonomías de mayor población e influencia política sobre el conjunto del Estado: Andalucía, Cataluña, Madrid y País Vasco.

Se plantearán estos encuentros políticos como hitos o perchas informativas, que servirán para proyectar **#CódigoRiñón** en los medios de comunicación y también a través de las redes sociales, en una acción dirigida sobre todo a influencers y decisores.

Encuesta anual sobre conocimiento de salud renal

"Sólo sé que no sé nada" es un célebre aforismo que se atribuye a Sócrates, que viene a demostrar, entre otras cosas, que cuanto más se sabe, más consciente se es de lo de que se ignora, y que el primer paso para salir del desconocimiento es ser consciente de él. Para sacar a la población de esa suerte de inopia en la que vive en relación con la importancia de la salud de los riñones, se ha planteado realizar una encuesta anual sobre conocimiento

de salud renal a través de la cual pretendemos lograr llamativos titulares que muestran la escasa información que tiene la gente sobre el impacto de la enfermedad, la forma de prevención, la prevalencia, la comparación con otras patologías. Dar proyección a lo que la gente no sabe será una forma eficaz de combatir ese desconocimiento. Buscaremos siempre datos impactantes que muestren lo que ignora la población, como el 90% de la población ignora qué prueba diagnóstica identifica la enfermedad renal! o "el 80% no conoce que los enfermos de diálisis pasan doce horas semanales conectados a una máquina"

La encuesta aportará datos y variables relacionadas con las diferentes comunidades autónomas, a fin de poder territorializar la información, adaptarla al interés de los diferentes medios de comunicación según la zona geográfica y así expandir el impacto de las informaciones. Junto a su vocación mediática y de agitación de la conciencia política y social, la encuesta tendrá una parte orientada a conocer la valoración y el nivel de impacto y recuerdo de la propia campaña de **#CódigoRiñón**, de manera que en sí misma sirva para medir el alcance y rendimiento de la campaña y valorar posibles nuevas iniciativas.

Pilotaje y sensibilización con escolares entre el final la educación Primaria y comienzo de la educación Secundaria.

Se establecerán acuerdos con centros educativos para las visitas de alumnos de estas edades al Servicio de Nefrología de hospitales de referencia de su provincia. Previamente, en sus colegios, habrán rellenado una encuesta para valorar conocimientos y actitudes/hábitos previos en relación a la salud renal y recibido una breve introducción sobre Código Riñón. Llegarán al hospital identificados con la pegatina del proyecto. Una vez allí, realizarán una vista a las salas de Diálisis, donde se les explicará el proceso. Acto seguido, en el Salón de Actos del Hospital se les proyectará un vídeo didáctico y adecuado a su edad sobre la función renal y los factores de riesgo que deterioran el funcionamiento de los riñones, así como sobre pautas y estilos de vida saludables. Se les entrega también material informativo.

Se invita además a un niño/s que haya pasado por la unidad de Diálisis o haya sido trasplantado para que aporte su testimonio. Ya en su Colegio, se les

realizará de nuevo un pequeño test para conocer si la intervención educativa ha logrado mejorar los conocimientos previos y podría modificar hábitos.

De todo ello se aportará información en medios de comunicación y redes sociales, siempre en estricto cumplimiento de las leyes de protección de los menores.

Sketches

Se realizarán sketches muy breves, de no más de 3-4 minutos, en clave de humor, para contar las 'complejas relaciones de pareja' entre nosotros y nuestros riñones, siempre resueltas de forma positiva a través de la concienciación de las necesidades del 'otro'. El objetivo es crear un producto cómico que conciencie a través del entretenimiento, con un formato en que se inspiraría en el de la serie televisiva *Modern Family*, directa y con declaraciones a cámara, y con pretensiones de adquirir cierta viralidad, sobre todo entre los jóvenes, a través de las redes sociales.

Concurso de rap

Se crearán varios raps sobre **#CódigoRiñón**, también con pretensión de viralización en redes, y con el objetivo de dinamizar un concurso social-media para que niños y jóvenes participen con sus propias creaciones relacionadas con **#CódigoRiñón**. Se trata de una campaña de cocreación para la sensibilización social, que será dinamizada con algunos premios y publicidad en redes sociales.

Como elemento dinamizador e influencer se contactará con Arkano, campeón mundial de las 'Batallas de Gallos de Red Bull' y uno de los raperos más famosos de España.

Se realizará un concurso de 'Jóvenes promesas' para fomentar que aquellos cantantes que están iniciando su carrera musical manden su propia canción.

Acciones con el movimiento asociativo (vecinos, amas de casa…)

Se realizarán acciones de difusión y sensibilización con las federaciones provinciales de asociaciones de vecinos y amas de casa de diferentes ciudades españolas, a las que se llevará el mensaje de **#CódigoRiñón**, con una presentación

Video, material Informativo y merchandising básico sobre #CódigoRiñón

De cara a los diferentes encuentros y presentaciones sobre **#CódigoRiñón**, se prepararán dos videos didácticos, uno para adultos y otro adaptado a escolares, así como materiales informativos y *merchandising* básico: *plotters*, desplegables, *flyers*, pegatinas, camisetas…

POR QUÉ SUMARSE A #CÓDIGORIÑÓN

Vincularse a **#CódigoRiñón** es vincularse a:

- El concepto de vida sana…
  - en una iniciativa de sensibilización social y prevención…
  - promovida por la Sociedad Española de Nefrología (S.E.N.)
  - y apoyada por las instituciones públicas…
  - plenamente incardinada en los objetivos públicos de salud pública.

QUÉ CONTRAPRESTACIONES CONCRETAS SE OBTIENEN

- Presencia del logotipo en una posición destacada en la web de campaña de **#CódigoRiñón**.
- Aparición del logotipo en todos los comunicados a medios y mención en el *boilerplate* junto a la S.E.N.
- Aparición del logotipo en todos los *emalings* de convocatoria a actos de la campaña.
- Mención en las noticias de la página web sobre actividades específicas de la campaña.
- Agradecimiento expreso al patrocinador en los *speeches* institucionales en actos públicos.
- Participación destacada junto al promotor en los actos públicos y eventos **#CódigoRiñón**.
- Aparición del logotipo en el video, material informativo y *merchandising* básico del programa.

- Aparición del logotipo del patrocinador en la imagen de cabecera de las redes.
- Mensajes de agradecimiento al patrocinador en redes sociales.
- Menciones expresas en todos los concursos y publicidad online.
- Permiso para utilizar la marca "Patrocinador de **#CódigoRiñón**. Sociedad Española de Nefrología (S.E.N.)" en soportes y condiciones negociados.

ACCIONES 2018

MARZO

- Día Mundial del Riñón 2018. Jornada Institucional en el Congreso y en el Senado

ABRIL - DICIEMBRE

- Desarrollo y alimentación de la Web Código Riñón

MARZO - DICIEMBRE

- Desarrollo las acciones de difusión off y on line (medios de comunicación, creación de perfiles Código Riñón y comienzo de la actividad social media, programa de influencers, plan de medios on line...)

SEPTIEMBRE - DICIEMBRE

- 3 acciones en Parlamentos autonómicos

OCTUBRE - DICIEMBRE

- 6 acciones en diferentes autonomías/provincias con escolares

MODALIDADES DE PATROCINIO

- La modalidad de Patrocinio y Colaboración establecida es global, para todas las acciones del proyecto, durante un año.

- El precio estimado del patrocinio para la puesta en marcha de las acciones correspondientes a 2018 es de 60.000 euros. El patrocinio podrá ser compartido entre no más de 5 patrocinadores.

- Podrán estudiarse modalidades de Patrocinio Platinum, no inferior 40 por ciento el programa par aun año; Patrocinio Gold, no inferior al 30 por ciento del programa para un año, y Patrocinio Silver, no inferior al 20 por ciento del programa para un año.