

## Planeación campaña de vacunación

### **Objetivo:**

Fomentar la vacunación entre la población mexicana

### **Mensajes clave a comunicar:**

¡Quiero vacunarme!

¡Necesito vacunarme!

### **Problemática:**

Existe el problema de un gran número de creencias equivocadas en una parte de la población mexicana:

1. Considera que el COVID-19 no existe y es un producto de los medios de comunicación
2. Las vacunas de COVID-19 son un medio para el control de la población (dígase método de esterilización, rastreo de personas e incluso control mental)
3. Las personas que fallecen tras ingresar a un hospital “se encontraban en un buen estado de salud”, por lo que el sistema de salud mexicano no es confiable
4. Las vacunas no sirven y/o empeoran el estado de salud de uno.
5. Las vacunas son peligrosas y hasta mortales para la salud
6. Existen otros tipos de medicina (naturista, homeopatía, acupuntura, etc) que pueden curar el COVID sin necesidad de acudir al medico (este pensamiento afecta la percepción en lo referente a la gravedad de la enfermedad)
7. La primera dosis de la vacuna genero un estado de malestar en la persona, por lo que esta ya no desea aplicarse una segunda dosis
8. Motivos religiosos o culturales

### **Recursos económicos disponibles:**

Se debe buscar una solución gratuita

### **Rango de edad al que se encuentra dirigida la campaña:**

Jóvenes entre 18 y 29 años.

Menores de edad.

**Medio de difusión de la campaña:**

Principalmente Tik Tok, Facebook y cortos en YouTube, también se considera la opción de Twitter.

**Planteamiento de la campaña de marketing:**

Se planea abordar la problemática de la vacunación, desde dos ángulos distintos:

El primero apela a la rebeldía e impulsividad comúnmente presente en los jóvenes y adolescentes, mismos que constantemente buscan probar su valía ante sus contemporáneos al asumir retos. En este sentido, una campaña de videos y memes cortos en redes sociales, donde se “rete” al joven mexicano a vacunarse podría ser una posible solución. Si bien esta forma de abordar el problema pareciera poco seria, retos como el inhalar canela, las COVID-fiestas, e incluso el tatuarse, ponerse pircings y pintarse el cabello impulsivamente son una muestra de la impulsividad contenida en los jóvenes. En este sentido, si se aborda con una campaña de propaganda adecuada, centrada en la rebeldía (alejada de la imagen seria de las instituciones) y con una apariencia más bien espontánea, podría funcionar

El segundo planteamiento, es mas conservador, pero no menos importante. Basados en la problemática planteada anteriormente, es notable que una gran cantidad de personas no se vacunan, por temor derivado de la falta de información sobre la vacuna y sus efectos. Una campaña de capsulas informativas (con lenguaje popular y accesible a la población general) podría ayudar a mitigar este temor. En este sentido, también se podría dirigir esta campaña a jóvenes, principalmente, niños, los cuales tiene menos prejuicios en lo referente a las vacunas, y a la vez, su curiosidad les hace sujetos idóneos para consumir este tipo de información y difundirla al resto de su familia.

**Tiempo estimado (máximo) de duración de videos de la campaña:**

1 minuto (preferiblemente menos de 30 segundos) para conservar la atención del espectador