

**BORRADOR**

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

**PARA**

**EL CAMPUS VIRTUAL DE SALUD PÚBLICA**



## INDICE

---

1.	Introducción.....	3
1.1.	Elementos necesarios en una estrategia de comunicación .....	3
2.	Análisis de la situación .....	4
3.	Planteamiento de objetivos .....	7
4.	Nuestro público objetivo .....	9
4.1.	Mensaje hacia nuestros público objetivo .....	10
5.	Acciones estratégicas para el CVSP .....	11
5.1.	Acciones específicas.....	15
5.1.1.	Definición de la imagen corporativa de CVSP .....	15
5.1.2.	Implicación de las instituciones, nodos y OPS .....	16
5.1.3.	Visibilidad en la web .....	18
5.1.4.	Transmisión de información de las propias actividades del Campus.....	18
5.1.5.	Actividades hacia los medios de comunicación.....	19
5.1.6.	Comunicación interna .....	21
5.1.7.	Evaluación .....	21
	Tabulación de las acciones específicas .....	23



## 1. Introducción

El Campus Virtual de Salud Pública (CVSP) es una estrategia de cooperación técnica de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) diseñada en el contexto de la iniciativa La Salud Pública en las Américas, que aspira contribuir al fortalecimiento de las capacidades institucionales y las prácticas de salud pública en la Región de las Américas; así como al desempeño de las funciones esenciales de salud pública por parte de las autoridades de salud.

El Campus Virtual constituye una red descentralizada de personas, instituciones y organizaciones que comparten cursos, recursos, servicios y actividades de educación, mediante un uso intenso de las nuevas tecnologías de la información, de la comunicación y de la educación en salud y busca convertirse en un espacio de creatividad y de innovación en el desarrollo de políticas y procesos de educación permanente en salud.

### 1.1. Elementos necesarios en una estrategia de comunicación

El objetivo de una estrategia de comunicación es dar a conocer el CVSP y sus actividades a los públicos interesados con el fin de incrementar y fortalecer la masa crítica necesaria, para que el CVSP se convierta en una red social de la Educación en Salud Pública, que colabore con el desarrollo de los Recursos Humanos en Salud y permita mejorar las competencias de los profesionales de la salud.

La necesidad de lograr una masa crítica en el CVSP requiere de una estrategia que garantice la información a instituciones formadoras y de servicios en América y la formación y capacitación a profesionales en materia de salud pública.

Este documento tiene como objetivo dotar al Campus de una línea de trabajo especializada en comunicación que le permita difundir a través de las diferentes herramientas atribuidas al ámbito de la difusión y comunicación, su imagen, sus principios y valores, sus contenidos y sus avances de manera sistemática, con el objeto de facilitar y favorecer la aceptación y la participación en el mismo. Esto contribuirá a aumentar la motivación y cohesión entre las instituciones, toda vez que favorezca el desarrollo profesional, en aras de la salud de la población.

Todas las acciones, principios y contenidos, deben estar al servicio de los distintos nodos, convirtiéndose en un sistema abierto a la participación, generando la credibilidad y la confianza necesarias para alcanzar el fin último de ser un portal de referencia en materia de formación y capacitación hacia los profesionales sanitarios.

Un plan estratégico de comunicación debe ser un elemento imprescindible que debe ser desarrollado en varios pasos:

- 1) Análisis para determinar cuál es la situación presente de la comunicación e imagen del Campus, su situación de implantación en el diseño de la web, y ver las



necesidades y expectativas de las personas e instituciones implicadas en el proyecto.

- 2) Determinar objetivos y alcance, planificar acciones, definir los mecanismos y metodología para llevar a cabo las acciones, y establecer la evaluación a lo largo del proceso.
- 3) Tener el compromiso de todas las partes intervinientes en las acciones que sean programadas, sensibilizar a los participantes y predisponerlos para que estén abiertos a ser responsables de su ejecución y, de esta forma, facilitar su implementación.
- 4) Implementar el plan como punto o etapa culminante de la estrategia. Es la puesta en marcha, que deberá estar acompañada de un seguimiento continuo que retroalimente el proyecto, permitiendo ajustes y mejoras con el fin de obtener un mayor logro de los objetivos propuestos. Un plan estratégico de comunicación debe ser un proceso pensado, continuo y evaluado para hacer los ajustes requeridos en el transcurso de su ejecución, para que al final, se tenga una toma de decisiones correcta y adecuada para el éxito de cualquiera de los logros propuestos.
- 5) Difusión del proyecto. Para poder llevar a cabo una diseminación del proyecto es necesario sensibilizar a los nodos de países e instituciones participantes, compartir la estrategia y difundir los mensajes tanto internamente dentro de los participantes, como hacia el exterior.
- 6) Para poder llevar a cabo las acciones relativas a la comunicación, el CVSP deberá poder contar con recursos humanos especializados en materia de comunicación que permita poner en marcha las acciones, darle continuidad, y conseguir la implicación del nodo regional y de países en materia de comunicación institucional. A la luz de los cambios en el nivel de información, la percepción y la opinión que sobre el Campus se genere, se irá adecuando progresivamente la estrategia de comunicación.

## 2. Análisis de la situación

Progresivamente desde su inicio, el CVSP ha ido alcanzando un grado de madurez, tanto a través de las actividades realizadas, como su implantación dentro de los nodos de países y regional. En la evolución y giro que está siguiendo, la meta de alcanzar y generar cada vez más confianza entre las instituciones y nodos participantes se está consolidando. La imagen que el CVSP está obteniendo corresponde a un portal con solidez, afianzado en una línea de actuación en materia de formación y capacitación de recursos humanos en salud pública. Todo ello ha permitido:

- La construcción de una imagen institucional de referencia sobre principios de bien público, trabajo en red, solidaridad, calidad, educación permanente y sostenibilidad.



- Fortalecer relaciones y comenzar a generar compromisos con las instituciones y agentes sociales.
- Realizar proyectos de calidad que sirvan de referencia para los recursos humanos de la región.
- Dar respuesta a las necesidades de la comunidad, promoviendo iniciativas de calidad destacando aquellos relacionados con capacitación de líderes, educación en salud y poniendo el valor de la innovación y las tecnologías al servicio de la comunidad.

A través de las iniciativas desarrolladas, se ha consolidado una web activa que ha sabido responder a las necesidades de quienes están preocupados por la salud pública en la región de las Américas, tanto de los nodos, de las instituciones como de los profesionales sanitarios interesados en su propia capacitación y gestión de los recursos humanos en salud. Teniendo en cuenta el amplio abanico de maneras desde las que desde nuestro trabajo podemos cuidar de la salud y el bienestar de la población, nuestra actividad está basada en impulsar la innovación tecnológica en la educación, o desarrollar actividades que permitan adelantarnos y dar soluciones a los problemas de salud pública, frente a los cambios que afectan a nuestro entorno.

Observando todas estas premisas, es importante considerar la necesidad de impulsar la visibilidad del CVSP, la posibilidad de acceder a más grupos institucionales, para transmitir nuestros mensajes, e incrementar la diferenciación con otras webs educativas a partir de programas de calidad, tanto internodales como interregionales, y promover una mayor difusión de nuestros proyectos.

El proceso de un plan de comunicación así entendido, debe comprometer a la mayoría de los actores del mismo, ya que su legitimidad y el grado de adhesión dependerán en gran medida del nivel de participación con que se implemente. Para lograr esa adecuada planificación es indispensable fortalecer la imagen del CVSP y determinar cómo mejorar la atención a su público externo, teniendo en cuenta cuáles serán las demandas que plantee el entorno y el tipo de dificultades y obstáculos que pueden entorpecer la capacidad de respuesta.

Cuando se pretende una comunicación estratégica eficaz, las fortalezas y debilidades internas deben ser tenidas en cuenta, sobre todo para determinar qué es capaz la organización de hacer con los medios y recursos disponibles, así como los elementos o herramientas internas que podrían mostrarse inadecuados o insuficientes a la hora de una mayor presencia como portal de referencia hacia un público externo.

A continuación se ha realizado un análisis DAFO, tratando de ordenar debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, desde lo más general a lo más específico en cada uno de los aspectos.

### **Debilidades**

- Bajo reconocimiento de la imagen del CVSP por parte de la comunidad que desea formación.



- Ausencia de *networking* con los principales representantes de los nodos. Inexistencia de relaciones basadas en el concepto de socios y colaboradores de intercambio de información.
- No hemos sido capaces de posicionarnos entre los buscadores en los primeros lugares en materia de formación.
- Hablamos un lenguaje distinto -muy tecnológico- al que hablaba la sociedad.
- Desactualización del Portal integrador y de los nodos de países. (información, noticias, eventos).
- Limitada capacitación y estabilidad del personal encargado del Portal y del repositorio en los países.
- Limitados procesos formativos (cursos) en los países, que limita el uso de los profesionales o interés en ese país.
- Falta de sistematización en la evaluación de sus resultados e impacto.
- Limitado uso de las herramientas de comunicación entre los nodos: foros, Elluminate, wiki ..

### **Fortalezas**

- Avance en la información y herramientas contenidas en el CVSP, en el desarrollo de procesos formativos priorizados para la OPS (cursos) y aporte de recursos educativos: creación de objetos de aprendizaje, identificación y selección en la red de nuevos objetos de aprendizaje (videos, presentaciones, CD, imágenes, etc.).
- Interoperabilidad del Campus Virtual y la Biblioteca Virtual de Salud, como parte del fortalecimiento de una red de objetos de aprendizaje a nivel regional y en los países.
- Integración y realineamiento del Campus con la estrategia del Web 2.0 de la OPS y actualización del soporte tecnológico.
- Fortalecimiento de algunos nodos de países en cuanto a la participación de sus instituciones, y el monitoreo y seguimiento continuo de las acciones que se realizan por parte de los coordinadores responsables.
- Aporte de herramientas metodológicas y tecnológicas para el desarrollo de la cooperación técnica, entornos colaborativos y abiertos de aprendizaje en red nacional y regional para crear, colaborar y compartir objetos de aprendizajes en los procesos de capacitación virtuales.
- Existencia de un instrumento de auto-evaluación para el seguimiento los nodos de países, con diferentes indicadores relacionados al número de instituciones incorporadas, aportes, noticias, eventos, cursos (inicio, término, alumnado, egreso, tutores, eficiencia) y los recursos educativos publicados y referenciados.
- Desarrollo de actividades de comunicación tales como los boletines y las salas de situación.

### **Amenazas**

- Los nodos de países no cuentan con prioridades estratégicas de recursos humanos en salud para encauzar su trabajo.
- Las instituciones incorporadas en los nodos de países tienen una limitada participación y convocatoria.



- A día de hoy, todavía se da una escasa comunicación o comprensión del concepto del CVSP por parte de algunas instituciones que conforman los nodos.
- En algunas instituciones se detecta escaso apoyo al proyecto por parte de sus propios directivos o responsables de las mismas.
- Dificultad de capacitación y estabilidad del personal encargado del portal y repositorio en los países.
- Dificultades para actualizar de forma homogénea el portal, entre los nodos de país y el nodo regional.
- Escaso dominio de las tecnologías por parte de las instituciones o bien por parte del usuario que quiere acceder a los cursos de capacitación.

### **Oportunidades**

- Reconocimiento y credibilidad de la imagen de la OPS y su vinculación con todos los procesos y herramientas del CVSP.
- Hay espacio y posibilidad para alinear los intereses del Campus con las prioridades de salud a nivel de país.
- Capacitación y formación es un área de interés para los gobiernos en materia de salud pública.
- Necesidad de estimular a las instituciones la sensación de pertenencia al Campus como símbolo de calidad.
- Incremento de la sensibilidad social ante temas de salud pública, y por ende, necesidad de capacitación de los profesionales sanitarios.
- Actualmente hay poca comunicación de la formación y capacitación, escasa comunicación de los temas relativos a la innovación y nuevas tecnologías en la información en salud.
- Nuevo diseño e imagen del CVSP, alineamiento con la web2.0 de OPS.
- Identificación de las buenas prácticas y las fuentes de información disponibles en los nodos y las instituciones del país que pueden ser compartidos como recursos educativos a través del Campus.
- Posibilidad de aumentar el uso del Foro, Elluminate, wiki y otras herramientas de comunicación, mediante capacitación y fortalecimiento de los equipos de trabajo en los nodos.
- Seguimiento y control por los países a los Programas educativos en el CVSP priorizados por la OPS: Salud Internacional, Atención Primaria en Salud, Liderazgo de RHS, Formación de Tutores, Determinantes Sociales y Funciones Esenciales de Salud Pública.

### **3. Planteamiento de objetivos**

El redimensionamiento de un nuevo modelo del Campus Virtual de Salud Pública como herramienta de la cooperación técnica con carácter de bien público, tiene como uno de sus puntos de referencia el modelo conceptual y operativo de la BVS, lo cual ha permitido avances críticos en su funcionamiento y crecimiento en forma sostenible. La experiencia del Campus Virtual en su calidad de red descentralizada de aprendizaje



para el fortalecimiento del liderazgo y de las prácticas de salud pública plantea nuevos retos comunes a la BVS, como la organización del repositorio de recursos de aprendizaje.

En este sentido, existen avances importantes en el realineamiento de las redes de BVS y CVSP con la red portal OPS a nivel de la Oficina Central, las representaciones y los centros especializados, que permiten configurar espacios de convergencia con otras redes como el Observatorio de recursos humanos en salud, EvipNet, ScienTi, los Centros Colaboradores, asegurando una mayor sinergia entre si y, últimamente, un mayor impacto en los países.

Con la interoperabilidad y convergencia entre la BVS y el CVSP como bienes públicos para la gestión cooperativa de información científica y técnica, conocimiento y evidencias, y de la formación de recursos humanos, se abren nuevos espacios para el trabajo colaborativo y el aprendizaje en red, desde el interior de los propios sistemas y servicios de salud, con herramientas metodológicas y tecnológicas que permiten fortalecer las competencias de la Fuerza de Trabajo en Salud Pública.

El modelo incorpora los componentes de acceso, operación y contribución de las Fuentes de Información, alineados con los conceptos del Web 2.0. que presenta el CVSP y la renovación de su interfaz preserva los conceptos ya consolidados de navegabilidad de la BVS y la conformidad con los estándares de utilización y accesibilidad.

En el objetivo de que la OPS se convierta en una organización basada en el conocimiento, resulta ser una necesidad estratégica, privilegiar la modalidad de trabajo cooperativo por medio de redes sociales temáticas en la conducción e implantación de sus programas y acciones de cooperación técnica con un abordaje orientado a aumentar progresivamente la racionalidad, convergencia e interoperabilidad de las iniciativas, recursos y procesos relacionados.

Teniendo en cuenta todos estos planteamientos, de trabajo en red, capacitación, interoperabilidad y visibilidad, los objetivos específicos que nos planteamos, son los siguientes:

- 1) Proporcionar información sobre la organización y funcionamiento del Campus y sus potencialidades para el trabajo en Red, a profesionales e instituciones formadoras y de servicios en la región de las Américas, que permita alcanzar la masa crítica necesaria para su visibilidad e impacto en los procesos de desarrollo de la Fuerza de Trabajo en Salud Pública.
- 2) Promover el reconocimiento de los posibles aportes y ganancias al interior de las instituciones y en otros niveles de la sociedad en materia de recursos, servicios y herramientas para el desarrollo de capacidades y competencias en Salud pública.
- 3) Comunicar las características principales del Campus, incluyendo su impacto probable y los desafíos que plantea. El resultado debe ser la comprensión de los beneficios que puede reportar el CVSP en el incremento de las capacidades institucionales y las competencias profesionales en el campo de la Salud Pública.





Al mismo tiempo es importante empezar a trabajar en un cambio de paradigma en la percepción de las instituciones sobre nuestra estrategia, funciones, propósitos e imagen. Para ello, hará falta un esfuerzo sin precedentes que convenga a nuestros grupos de interés de que somos el portal de referencia en materia de capacitación de los profesionales sanitarios en salud pública, demostrando que nos comprometemos sin reservas a ser socios de los sistemas sanitarios y a mejorar la atención de la población haciendo frente a las necesidades mediante nuestros programas de capacitación a profesionales sanitarios.

Es también necesario que el profesional sanitario conozca nuestros aportes, destacando aquellos relacionados con valor de la innovación en capacitación y tecnologías de la información al servicio de la sociedad.

Conseguir mediante nuestra contribución en la mejora de la salud de nuestra sociedad, favorecer y generar visibilidad para el Campus, fortaleciendo relaciones con instituciones públicas y privadas, y con la sociedad en general, es nuestro objetivo final.

#### **4. Nuestro público objetivo**

Esta estrategia se dirige a un universo amplio por medio de un acercamiento descentralizado, adaptado a los requisitos específicos de países, de regiones, organismos e instituciones. La aplicación de la estrategia de comunicación corre a cargo principalmente de los nodos a los diferentes niveles y de las representaciones de OPS/OMS en los países de la Región; los cuales compartirán la información disponible con: autoridades nacionales, regionales y locales, instituciones formadoras y de servicios, centros de información, y organizaciones de la sociedad civil:

- Agencias de Cooperación y Autoridades Sanitarias: Áreas y programas de OPS, oficinas de Representación, Ministerios de Salud y Centros especializados.
- Instituciones Formadoras: Escuelas de Salud Pública, Facultades de Ciencias Médicas, Universidades, entre otras.
- Instituciones de Servicios e investigación: Unidades de Atención Primaria, Hospitales, Centros de Investigaciones, Centros Colaboradores OMS. Sociedades Médicas.
- Sociedad Civil: Asociaciones profesionales, sindicatos, fundaciones, organizaciones no gubernamentales, medios de comunicación y sector privado.

Esta es, por tanto, una estrategia descentralizada que comparte responsabilidad entre el Programa de Recursos Humanos de OPS y las representaciones en los países, con vistas a proporcionar información objetiva y transparente sobre el CVSP; mientras las instituciones comprometidas participantes y sus líderes, comparten los mensajes en su propio contexto.



El responsable de implementar la estrategia de comunicación será el equipo del CVSP a nivel regional. Las oficinas de las Representaciones de OPS en los países trabajarán en colaboración estrecha con gobiernos, centros de información existentes y Escuelas de Salud Pública para adaptar esta información a las características de cada país.

#### 4.1. Mensaje hacia nuestros público objetivo

En primer lugar, los mensajes que debemos manejar, deben estar basados en los propios principios del Campus. Son aquellos que demuestran nuestros valores y nuestro compromiso, y que desde un punto de vista de una comunicación social, son los primeros que llegan al público en general, poniendo en contexto para qué estamos trabajando.

- *Bien público.* Constitución de un espacio colectivo propiedad de los países de la región que representa un bien público global que opera como fuente compartida y acceso universal.
- *Trabajo en Red.* Instauración de un modelo de gestión abierto que opera en forma descentralizada para la construcción cooperativa de métodos, conocimientos y herramientas de aprendizaje en red, basada en las evidencias y las mejores prácticas de la salud pública y que responde a las prioridades definidas en cada país y la región en el campo de los recursos humanos en Salud.
- *Solidaridad.* Promoción de la solidaridad con los países y las poblaciones de los contextos geopolíticos con mayores necesidades sociales y de salud pública. Impulso a los procesos que reducen las brechas digitales con atención especial a los enfoques de género e interculturalidad.
- *Aseguramiento de Calidad.* Impulso a los procesos de calidad, pertinencia, evaluación y control de los procesos, recursos y servicios para la Educación Permanente de la Fuerza de Trabajo en Salud Pública.
- *Educación Permanente.* Fortalecimiento de los programas de educación permanente en Salud Pública para que operen bajo un enfoque de mejora continua basado en el aprendizaje y el trabajo colaborativo en red.
- *Capacidades locales.* Respaldo al desarrollo de las capacidades locales en los procesos educativos, promoviendo la adopción de conocimientos y desarrollo de herramientas, metodologías y tecnologías de aprendizaje en red.
- *Sostenibilidad.* Estructuración con base en criterios de sostenibilidad técnico-financiera y universalidad en el acceso.
- *Convergencia y estándares.* Uso y aprovechamiento de innovaciones tecnológicas que aseguren la interoperabilidad de fuentes de información siguiendo estándares internacionales y priorizando las prácticas internacionales



de Software Libre, incluyendo desarrollos que pueden ser ofrecidos bajo licencias gratuitas u onerosas de acuerdo a criterios justos, equitativos y no discriminatorios.

No obstante, estos principios nos permiten construir nuestra imagen, pero no son los únicos para transmitir, de una forma uniforme, lo que hacemos. Es por ello, que se hace necesario confluír en un mensaje único, sencillo, fácil de difundir y asimilar por diferentes públicos. Este mensaje que debería transmitirse debe construirse sobre la base de que el **Campus Virtual de Salud Pública es una estrategia de la OPS, que constituye una red descentralizada de personas, instituciones y organizaciones que comparten cursos, recursos, servicios y actividades de educación, mediante un uso intenso de las nuevas tecnologías de la información.**

Este mensaje, encauzado hacia el público objetivo de acuerdo al plan, permitirá que la participación e intereses de las instituciones confluyan para crear, colaborar y compartir fuentes de información, así como alinear los mensajes existentes.

A su vez, la puesta en práctica de esta estrategia de comunicación parte de reconocer, que la tarea principal es brindar información y comunicar mensajes sobre los avances del Campus Virtual de Salud Pública en su actual concepción, haciendo énfasis en los beneficios que aporta a profesionales e instituciones de la Región.

Para desarrollar y difundir los mensajes con eficacia, los líderes de las instituciones requieren un flujo de información objetiva actualizada, de uso fácil a través de Internet, y otros medios técnicos.

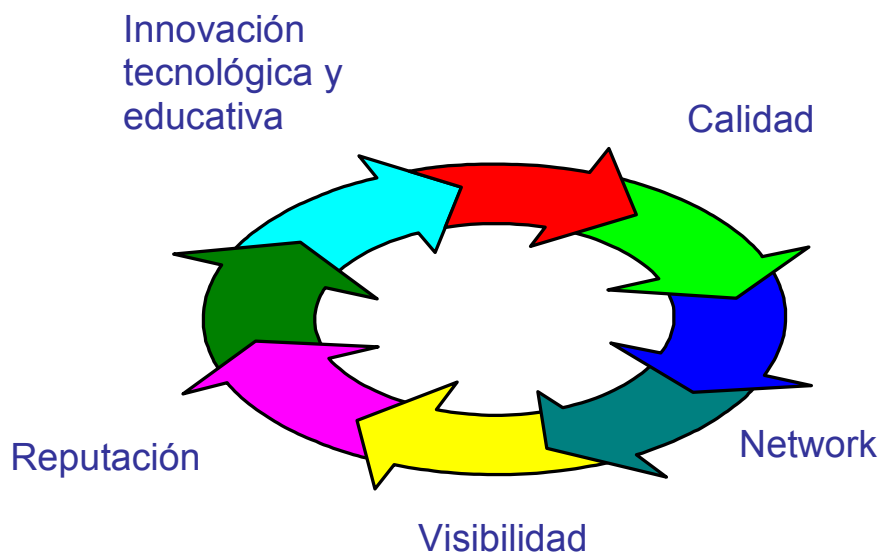
Las acciones de colaboración con las instituciones de mayor implicación y experiencia deben ser propiciadas activamente.

## 5. Acciones estratégicas para el CVSP

Se desarrollarán áreas estratégicas con unos principios que se deben retroalimentar y permitir la homogeneización y cohesión entre nodos e instituciones participantes.

Las líneas de actuación que se han desarrollado hasta ahora, han permitido posicionar fuertemente al Campus dentro del ámbito de la capacitación mediante herramientas tecnológicas, pero es necesario destacarse en materia de comunicación, dentro del sector de formación en salud pública. No obstante, dada la proyección adquirida y la necesidad de ampliar nuestro público objetivo y la percepción que se tiene sobre el CVSP, se hace conveniente darle un mayor enfoque social en un lenguaje más cercano y comprensible por los usuarios que permitan desarrollar y obtener una mayor visibilidad, con el fin de consolidar su reputación.





Por ello, merece la pena destacar que lo que queremos lograr con las acciones a desarrollar, tiene como fin el promover de cara a un público más amplio el compromiso del CVSP con la capacitación en salud pública y las nuevas tecnologías; reconocer el trabajo realizado por las instituciones dedicadas a la salud pública e incrementar la visibilidad sobre la importancia de la salud pública en la región de las Américas.

Para ello, se propone desarrollar un planteamiento estratégico y su consecuente implementación, con el fin de lograr los objetivos que nos marcamos.

1. Construcción de una imagen institucional de referencia sobre principios de compromiso, credibilidad, calidad, excelencia y colaboración.
2. Para garantizar la información sobre el CVSP a profesionales e instituciones formadoras, es necesario realizar acciones de refuerzo con las instituciones formadoras y de servicios en la región de las Américas.
3. Promover el reconocimiento de los posibles aportes y ganancias al interior de las instituciones y en otros niveles de la sociedad, será necesario para ayudar a comprender la propia actividad del Campus y qué puede aportar en materia de capacitación.
4. Aumentar la red de alianzas con grupos de expertos e identificación de grupos que de forma habitual colaboren con el Campus, nos permitirá fortalecer relaciones con las instituciones y generar compromisos con los agentes sociales.
5. Mantener e implementar programas de relación con instituciones clave para luego poder explotarlos mediáticamente.



6. Desarrollo de una nueva imagen del portal, más homogénea, sencilla y fácilmente accesible.
7. Identificar las buenas prácticas y las fuentes de información disponibles en la Organización y las instituciones del país que pueden ser compartidos como recursos educativos a través del Campus.
8. Desarrollar programas de divulgación y comunicación para dar a conocer las necesidades de capacitación y de recursos educativos a nivel de país que se requieren para lograr el fortalecimiento de los procesos de cooperación técnica y encauzarlos a través del CVSP.
9. Capacitación y utilización de herramientas de comunicación para lograr un mayor conocimiento entre las instituciones participantes en los nodos de país y a nivel regional, conjuntamente con la OPS.
10. Para poder proporcionar y generar información sobre la organización y funcionamiento del Campus y sus potencialidades para el trabajo en Red, es necesario crear materiales específicos que ayuden a comprender mejor el Campus y el porqué del mismo.
11. Iniciar programas de relaciones con los medios de comunicación con el fin generar visibilidad pública y ganar credibilidad y confianza de la sociedad en general y establecernos como socio de referencia en cuanto a información en recursos humanos en salud pública y formación.
12. Desarrollar y reforzar las relaciones con los gabinetes de prensa de Administraciones, Instituciones públicas y privadas y educativas.
13. Comunicar las características principales del Campus, incluyendo su impacto probable y los desafíos que plantea. Será necesario potenciar las relaciones con otros actores, medios de comunicación que nos permitirá a su vez, difundir información y materiales. Esto nos permitirá demostrar que la capacitación supone un gran valor añadido para el sistema sanitario, la economía y la sociedad y mejora la calidad de vida de la población.
14. Desarrollar mensajes efectivos, más cercanos, que apoyen el posicionamiento del Campus como una herramienta de referencia en capacitación y compromiso con la salud pública.
15. Seguimiento y control por los países a los Programas educativos en el CVSP priorizados por la OPS: Salud Internacional, Atención Primaria en Salud, Liderazgo de RHS, Formación de Tutores, Determinantes Sociales y Funciones Esenciales de Salud Pública, con el fin de conocer el grado de aceptación y participación y el manejo de las redes, repositorio y recursos educativos
16. Fomentar la comunicación entre las instituciones de los distintos nodos para identificar las prioridades en Salud a nivel de país, en las que se defina el rol a



desempeñar por los Nodos del CVSP para el desarrollo de competencias de la fuerza de trabajo en salud pública y fortalecer los Equipos de trabajo en los nodos.

Por si sola, una única acción de comunicación no es la panacea para las necesidades del Campus ni para dar respuesta a una estrategia. Por el contrario, muchas veces se convierte un arma de doble filo que en lugar de favorecer puede generar inconvenientes.

Todos los puntos anteriormente enumerados, finalmente evolucionan hacia las principales líneas de actuación:

- Definición de la imagen corporativa de CVSP
- Implicación de las instituciones, nodos y OPS
- Visibilidad en la web
- Transmisión de información de las propias actividades del Campus
- Actividades hacia los medios de comunicación
- Comunicación interna
- Evaluación continua.

La presente estrategia de comunicación abarca el flujo de acciones y presentación de información objetiva en forma de actividades claves adaptadas a las audiencias a la que nos queremos dirigir, y teniendo en cuenta el nivel de participación de los nodos.

Un modelo basado en conceptos de Comunicación como el que se quiere impulsar con este plan, debe incorporar necesariamente la dimensión de sensibilización de las instituciones. A lo largo de este tiempo ha quedado suficientemente contrastado, que es imprescindible incorporar tanto una mayor visibilidad de las acciones llevadas a cabo, como una mayor conciencia de las instituciones con relación a los compromisos y responsabilidades en el logro de objetivos comunes.

El Campus es de todos o no es. Por consiguiente, es fundamental para su desarrollo el papel de los programas de OPS y el de las representaciones en los países. Las instituciones incorporadas al Campus, deben también jugar un papel decisivo en hacer llegar la información publicada y los mensajes necesarios adaptados a los intereses y a las preocupaciones particulares de cada contexto particular.

Estos esfuerzos serán apoyados por el Comité Director y el Grupo de Coordinación del CVSP, a través de información actualizada, que asegure el flujo informativo sobre los avances del desarrollo del Campus y proporcione orientaciones sobre el diseño de las actividades de comunicación en los diversos países.

La implementación es la etapa culminante del plan de comunicación, es la puesta en marcha, acompañada de un seguimiento continuo que retroalimente el proyecto, realizando ajustes y mejoras que permitan un mayor logro de los objetivos propuestos.



## 5.1. Acciones específicas

El conjunto de acciones, que a continuación se detallan, pretenden dar respuestas al planteamiento y líneas estratégicas a través de actividades concretas, propias del ámbito de la Comunicación. Todas ellas corresponden a una propuesta preliminar que será desarrollada en plazos y cuantificada para cada acción, si se decidieran implementar.

Al final del documento, todas ellas se encuentran tabuladas.

### 5.1.1. Definición de la imagen corporativa de CVSP

*Objetivo:* transmitir una imagen renovada del CVSP

*Estrategias:* proporcionar a nuestros socios materiales basados en una nueva imagen, y creación de materiales corporativos que incluyan la misión y sean acordes con la nueva imagen tanto del CVSP como OPS web 2.0.

Desarrollar una línea de actuación para la imagen corporativa y logotipo, que defina la identidad del Campus, unificado con la identidad corporativa de OPS.

La imagen corporativa del Campus, será unificada en todos los nodos de países. Se pretende que todas las páginas del Campus tengan la misma identidad, colores y tipo de letra. Así como la terminología que se va a utilizar. Los beneficios que se obtienen son la homogeneidad del diseño, que será importante para potenciar la participación de los nodos e instituciones, reducir cargas de trabajo para los participantes y simplificar los procesos.

El cambio de imagen debe ser importante para destacar aquello que queremos potenciar y lo que consideramos que se debe reducir (potenciar la colaboración entre instituciones, la calidad de los cursos, los sistemas de evaluación. Reducir la terminología tecnológica, simplificar los procesos. Sencillez en nuestro discurso. Lenguaje más cercano). Para el diseño de la imagen se trabajará idealmente con los recursos (diseñadores) internos de la propia organización, o por el contrario y si así se decidiera, se abordaría a través de la contratación de una agencia especializada en diseño y comunicación.

Acciones a llevar a cabo:

- a) Diseño y producción de materiales:
  - Trípticos, dípticos
  - Brochure Corporativo impreso en soporte papel.
  - Presentación interactiva en soporte electrónico para presentaciones en Congresos o Reuniones.
  - Carpetas corporativas con imagen institucional
  - Gimmicks o material de recuerdo: (bolígrafos, agenda, marcapáginas, bloc de notas, ...)
  
- b) Planificación y ejecución de una campaña institucional (de ejecución de banners para enlace en otras páginas). La selección de las páginas será primeramente la de las instituciones participantes para que, de esta forma,





sean conscientes de la implicación en el Campus, y sirva además para impulsar la imagen dentro del nodo de país y entre los usuarios que tengan interés en acceder a cursos virtuales.

- c) Elaboración de una Guía de Estilo, con el fin de facilitar a la organización, nodos e instituciones participantes una guía que asegure la homologación de nuestra comunicación, a través de mensajes en actos públicos, presentaciones, materiales impresos y on-line e identidad corporativa. La guía de estilo puede estar disponible en la web.

#### 5.1.2. Implicación de las instituciones, nodos y OPS

**Objetivo:** conseguir una mayor participación de las instituciones del Campus

**Estrategia:** crear sinergias y herramientas que permitan fomentar y generar relaciones entre las distintas instituciones entre nodos de país y de la región

El modelo estratégico del Campus se convertirá en un componente central de las actividades de comunicación del Grupo de Trabajo del CVSP. Los medios electrónicos se convertirán en los medios importantes para transmitir la información con el fin de asegurar la consistencia con los mensajes corporativos de la organización y asegurar la coordinación de las políticas de comunicación con las instituciones

Acciones específicas:

- a) Los coordinadores de cada uno de los nodos contactarán con las instituciones para que incorporen en sus webs el banner que sea diseñado como imagen institucional con el fin de servir para impulsar la imagen dentro del nodo de país y entre los usuarios que tengan interés en acceder a cursos virtuales, que accedan primeramente a las páginas web de las instituciones.
- b) Se utilizarán instrumentos de difusión tradicionales, como folletos, desplegados, publicaciones etc. Al mismo tiempo se fomentará entre los nodos de país, el uso de las herramientas disponibles en el portal como foros, NING, etc. IKM, BIREME, INFOMED y otras Instituciones Líderes de la Región, proporcionarán información especializada sobre aspectos de interés de acuerdo a los ejes de responsabilidad asignados a estas instituciones.
- c) Elaboración de unas *guidelines* de comunicación que definan y faciliten el trabajo de todos los miembros de los equipos para presentaciones y participación en eventos relevantes. Además se podrá utilizar un brochure o presentación corporativa interactiva (también para ser colgado en el servidor) que sirva de tarjeta de presentación del Campus entre cada una de las instituciones.
- d) Se capacitará a las instituciones participantes en el uso de herramientas y de repositorio con el fin de que puedan aportar de manera sistemática recursos educativos al Campus.
- e) Se procurará que la Dirección de OPS incluya regularmente temas sobre el CVSP en sus declaraciones públicas.





f) Desarrollo de un Premio en materia de capacitación y comunicación en salud pública.

El Premio puede surgir como reconocimiento e incentivo a los esfuerzos que en esta área se están realizando en toda la región. En los últimos años, se han iniciado muchas experiencias innovadoras en capacitación, lo que demuestra la disposición de los profesionales a asumir un reto en el que ven una oportunidad de cambio y mejora de sus servicios. Este movimiento se extiende a gran velocidad y pone de manifiesto la necesidad de conocimientos y herramientas de gestión, modernos y acordes a los valores dominantes en nuestra sociedad como flexibilidad para su adaptación a las nuevas tecnologías y sensibilidad a las necesidades de los usuarios.

El premio persigue motivar a los profesionales para desarrollar iniciativas, reconociendo y premiando los mejores proyectos en gestión en el ámbito de la salud pública. En este contexto, supone un reconocimiento a aquellos programas que aportan un claro valor añadido a la mejora de los servicios por su impacto en áreas tales como la utilización eficiente de los recursos humanos, técnicos y económicos, la mejora de los sistemas de comunicación/información, la gestión de calidad o la capacitación de líderes en recursos humanos.

Se valoraría la posibilidad de establecer dos premios: uno a una institución que haya demostrado mejoras en el desarrollo y capacitación en materia de salud pública. Hay otra posibilidad, que permitiría involucrar a los medios de comunicación e incrementaría la visibilidad, y es la posibilidad de poder dar participación a los medios de comunicación, premiando al mejor artículo sobre salud pública.

Las categorías que podrían ser seleccionadas para el premio, podrían ser llevadas a cabo en consonancia con algunas de las líneas estratégicas de la cooperación técnica de la OPS, basada en los Objetivos de la Agenda de Salud para las Américas y las Funciones Esenciales de Salud Pública.

1. Aseguramiento de la calidad
2. Determinantes de la salud
3. Desarrollo sostenible y salud ambiental
4. Educación en SP
5. Emergencias y desastres en salud
6. Equidad en salud y desarrollo humano
7. Familia y salud comunitaria
8. Gestión y desarrollo de RHS
9. Investigación en SP, Planificación y administración en SP, Promoción de salud
10. Tecnologías y salud

Cada año el premio podría englobarse dentro de una categoría distinta para tener oportunidad de premiar cada año a instituciones diferentes y aumentar la visibilidad. La categoría del premio, podría ser en consonancia con la prioridad estratégica cada año de algunos de los países intervinientes en los nodos.

EL Jurado podría estar compuesto por representantes de las instituciones participantes en el Campus, seleccionando una por nodo, y siendo rotatorio cada año. La OPS designaría a 2 representantes como miembros del Jurado, siendo los mismos



en todas las convocatorias con el fin de ser referencia de calidad año a año en los proyectos recibidos para concurso.

El reconocimiento al proyecto ganador, tendría una aportación económica –que podría dotarse mediante la búsqueda de un patrocinador – y la difusión del proyecto ganador sería realizada en la propia página del Campus, así como difusión a través de notas de prensa a los medios de comunicación.

La difusión de la convocatoria se realizaría a través de:

- inclusión de la página del Campus
- artículos para difusión de la convocatoria en los propios boletines del Campus
- Banner específicos para ser incluidos en las webs de las instituciones
- Difusión a medios de comunicación a través de notas de prensa
- Correo electrónico a las bases de datos del CVSP con banner interactivo a las bases de la convocatoria que se direccionaría al CVSP.

### 5.1.3. Visibilidad en la web

**Objetivo:** Facilitar el reconocimiento de CVSP por la opinión de instituciones, la capacitación de recursos humanos

Hacer del portal, una herramienta de comunicación potente y competitiva. Avanzar en la comunicación desde la formación a la imagen social, como concepto más amplio.

**Estrategias:** Homologación de todas las webs de nodos actualmente en funcionamiento, sin perder su identidad con el área que representan y adaptación a la nueva imagen, mediante adaptación de todas las webs de los nodos a la misión e imagen de nuevo diseño del portal, asegurando la homogeneidad como refuerzo de nuestra identidad de “marca”. Para ello se trabajará conjuntamente con los diseñadores de web 2.0 de OPS.

La dimensión de un portal de referencia requiere un patrón básico de actuación en los temas relativos a la comunicación externa para la homogenización de los portales. *La visibilidad de la web, se podrá trabajar según documento de análisis de la situación del CVSP realizado.*

### 5.1.4. Transmisión de información de las propias actividades del Campus

**Objetivo:** Facilitar el reconocimiento de CVSP y el conocimiento de las actividades del propio CVSP

**Estrategia:** poner en marcha mecanismos de participación tanto de los nodos de países como nodo regional, para que las instituciones puedan sentirse interesadas en las actividades de difusión

a) Edición de boletines on line

Realización de boletines o *Newsletter* en formato *online* remitido a todos los actores participantes y socios. Se revisará el diseño de los boletines actuales con el fin de incluir nuevas secciones (como editoriales o entrevistas).



b) En la redacción del boletín se tendrá en cuenta no solo las noticias generadas tanto por el propio Campus como por los nodos de países, sino que se gestionará entrevistas con representantes de las instituciones participantes.

c) También se podría explorar la posibilidad de gestionar entrevistas para el boletín de algún *Think Tank* de instituciones independientes al Campus para conocer su opinión en materia de capacitación de recursos humanos en salud pública

En los boletines se tendrá en cuenta la homologación con la propia web del CVSP, así como la homologación con los boletines de OPS para transmitir una imagen homogénea.

d) Actualizaciones de bases de datos.

Se elaborarán listas de instituciones y personas que recibirán información actualizada por vía electrónica, de acuerdo a intereses específicos.

Incluir también en los listados de distribución a los medios de comunicación con el fin de que el periodista pueda contar con su propia biblioteca de documentación en estas áreas y recurrir a ella cuando lo necesite.

Las acciones específicas que se realizarán será la del envío de boletines mensuales y el envío de brochure electrónico con el fin de difundir el Campus y sensibilizar a los participantes, y predisponerlos para que estén abiertos a recibir el mensaje.

e) Participaciones en eventos, congresos

Los eventos relacionados con Salud Pública, y Educación en Salud, entre ellos las reuniones de ALAESP, UDUAL, CRICS, etc. deben ser aprovechados para compartir las experiencias del Campus. Para ello se utilizarán presentaciones corporativas.

Si es posible, brochures impresos serán difundidos en los Congresos. Al mismo tiempo, se podrá incluir la participación del CVSP en stands en congresos cuando la OPS participe en un evento/Congreso, mediante la difusión de las presentaciones institucionales interactivas en pantalla de plasma en un stand. O bien la instalación de una computadora que permita proyectar la presentación corporativa y el usuario pueda comprobar, a la vez in situ, las propias actividades del Campus o darse de alta en alguno de los cursos.

#### 5.1.5. Actividades hacia los medios de comunicación

**Objetivo:** Maximizar las oportunidades informativas de las iniciativas del CVSP para fidelizar a los medios y crear un clima de opinión favorable a la capacitaciones de líderes en materia de salud pública.

**Estrategia.** Identificación y puesta en marcha de herramientas que faciliten relaciones con los medios.

Las actividades emprendidas en el marco de la estrategia engloban debates públicos, seminarios, conferencias, y otras actividades en colaboración con los medios de comunicación (en particular, con la televisión). No obstante, es importante saber que



en materia de comunicación no siempre todo lo que se genera es de interés para los medios. Por tanto, es necesario saber identificar con los medios, aquello que resulte de interés, y por tanto, que merece la pena ser potenciado.

a) Se elaborará un dossier de prensa, que recoja, la información contenida en el brochure, junto con los datos más relevantes para los medios, y tendrá un espacio importante para mantener información actualizada sobre el desarrollo del Campus, historia organización y vinculación al Campus, avances e hitos obtenidos, y FAQ (preguntas frecuentes) que den respuesta rápida a preguntas relacionadas con salud pública. Los medios de comunicación son ávidos de datos, cifras, y estadísticas, por lo que incluir datos relevantes de salud pública y capacitación en la región de las Américas puede ayudar a difundir los mensajes vinculándolos al Campus. De esta forma estaremos dotando, a los medios, de herramientas para elaborar sus noticias.

b) Gestión editorial: redacción de artículos de opinión y elaboración de editoriales. Se promoverá entre las instituciones participantes la realización de artículos, “cartas al director” que serán gestionados para ser incluidos en los medios de comunicación tanto escrito, como on – line. Se gestionará, si se considerara necesario, la aparición pública de algún representante de los nodos de país y regional en cadenas de televisión.

c) Encuentros con periodistas y creadores de opinión. Se podrán incluir en algunos de los congresos en los que sea importante la presencia del CVSP la gestión de encuentros con periodistas, trabajando conjuntamente con el Gabinete de comunicación de OPS. De aquellas comparecencias públicas que se realicen se elaborará un dossier con discurso, protocolo de actuación y FAQs, con el fin de que la persona participante, pueda contar con toda la información de cara a los medios de comunicación.

d) Seminario para periodistas. Se podrá realizar un seminario exclusivo para periodistas especializados en salud para explicarles la necesidad de capacitación en recursos humanos en materia de salud pública, con el fin de que ellos tengan recursos, conocimiento e información, necesarios a la hora de publicar noticias sobre el tema

e) Elaboración de notas de prensa. Se realizarán notas de prensa de aquellas actividades que se consideren relevantes del CVSP para información de un medio de comunicación, y que involucren la participación de instituciones de los nodos de país o nodo regional.

El seguimiento de las acciones con los medios de comunicación se realizará conjuntamente con el Gabinete de comunicación de OPS.

Para todas estas acciones, sería altamente recomendable contar con una agencia de comunicación, que conozca el panorama e idiosincrasia de los países en cuanto a las relaciones directas con los medios de comunicación, que coordina conjuntamente con los responsables del nodo regional.

Clientes target:



- Medios de Comunicación (locales/regionales)
- Gabinetes de Comunicación de instituciones públicas y privadas, administración sanitaria, y OPS.

#### 5.1.6. Comunicación interna

*Objetivos:* Promover la comunicación entre los propios nodos. *Estrategias:* Desarrollar y contribuir a espacios de información, compartir, potenciar la retroalimentación y la participación en espacios de opinión (foros).

En toda estrategia de comunicación, siempre debe haber una dimensión que esté dirigida hacia el fomento de la comunicación interna. La comunicación interna permite la introducción, difusión, aceptación e interiorización de los valores y pautas de gestión que acompañan el desarrollo de los proyectos. Sirve para que la visión y estrategias sean compartidas por todos.

De este modo, al incrementar la posibilidad de participación, favorece las iniciativas para movilizar la creatividad, y se convierte en un factor de integración, motivación y desarrollo institucional, reduce posibles focos de conflicto o falta de información a partir del fortalecimiento de la cohesión de los miembros.

Asimismo, sería preciso promover y facilitar internamente la comunicación no solo entre los nodos participantes, sino también entre las propias oficinas de OPS en los países, con el fin de desarrollar un ambiente de circulación de la información. Gestionar la comunicación interna implicará también definir un procedimiento mediante el cual se despliegan recursos de comunicación para apoyar la labor de las organizaciones. Estos procedimientos deberán basarse en los propios procedimientos de OPS.

#### 5.1.7. Evaluación

*Objetivo:* Conocer el grado de aceptación del CVSP y re-evaluar periódicamente las acciones previstas

*Estrategia:* Elaboración de herramientas que permita detectar la prioridades del Campus

a) Se realizarán encuestas sobre el Campus, de diferentes tipos y con objetivos diversos y en determinados momentos.

Asimismo se promoverá el tratar de analizar y conocer la opinión del participante no exclusivamente en la calidad de los cursos realizados, sino en el conocimiento del Campus, manejo de las herramientas y recursos, y obtener información de hábitos de formación del participante y de dónde obtiene esa formación de forma sistemática.

b) La Gerencia del Campus, las representaciones de OPS en los países y las direcciones de las instituciones integrantes, de acuerdo a sus posibilidades pueden propiciar análisis y debates que permitan conocer el estado de opinión y valoración crítica sobre el desarrollo del Campus. Incluye varios medios para determinar la evolución de las opiniones sobre el Campus. Sus prioridades deben ser adaptadas en consecuencia.



### **Métricas**

- Aumento de la visibilidad del CVSP y la presencia en escenarios de referencia
- Aumento de la presencia activa en eventos.
- Aumento de las visitas al portal y la participación en cursos
- Aumentar el número de instituciones realmente involucrados en actividades del CVSP
- Capacidad de responder de forma rápida y eficaz a los requerimientos de organizaciones públicas y privadas y ante autoridades y expertos en materia de capacitación en salud pública.
- Aumentar la presencia en medios de comunicación.



### Tabulación de las acciones específicas

Definición de la imagen corporativa de CVSP		
<b>OBJETIVO 1</b>	Transmitir una imagen renovada del CVSP	
<b>ESTRATEGIA</b>	Proporcionar a nuestros socios materiales acordes con la nueva imagen, y creación de materiales corporativos que incluyan la misión y sean fieles a la nueva imagen tanto del CVSP como OPS web 2.0.	
ACCIONES	RESPONSABLE	INDICADORES
Desarrollar una línea de actuación para la imagen corporativa y logotipo (identidad, tipología, ...)	Nodo regional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento de la visibilidad del CVSP y la presencia en escenarios de referencia</li> <li>• Aumento de las visitas al portal y la participación en cursos</li> <li>• Aumentar el número de instituciones realmente involucrados en actividades del CVSP</li> </ul>
Unificar la imagen en todos los nodos de países.	Nodos de países	
Diseño y producción de trípticos	Nodo regional	
Brochure Corporativo	Nodo regional	
Presentación interactiva	Nodo regional	
Gimmicks o material de recuerdo: (agenda, bloc de notas, bolígrafos, carpetas corporativas con imagen institucional ...)	Nodo regional	
Planificación y ejecución de una campaña institucional (de ejecución de banners para enlace en otras páginas).	Nodo regional	
Elaboración de una Guía de Estilo.	Nodo regional	



## Implicación de las instituciones, nodos y OPS

**OBJETIVO 2** Conseguir una mayor participación de las instituciones del Campus

**ESTRATEGIA** crear sinergias y herramientas que permitan fomentar y generar relaciones entre las distintas instituciones entre nodos de país y de la región

ACCIONES	RESPONSABLE	INDICADORES
Incorporación en webs de instituciones el banner diseñado.	Coordinadores nodo de países	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento de la visibilidad del CVSP y la presencia en escenarios de referencia</li> <li>• Aumentar el número de instituciones realmente involucrados en actividades del CVSP</li> <li>• Capacidad de responder de forma rápida y eficaz a los requerimientos de organizaciones públicas y privadas y ante autoridades y expertos en materia de capacitación en salud pública.</li> </ul>
Utilización de instrumentos de difusión tradicionales.	Nodos de países y nodo regional	
Elaboración de unas guidelines de comunicación.	Nodo regional	
Capacitación de instituciones en el uso del repositorio	Nodos de países y nodo regional	
Inclusión de la dirección de OPS temas sobre el CVSP en sus declaraciones públicas.	Nodo regional	
Desarrollo de un Premio en materia de capacitación y comunicación en salud pública.	Nodo regional	



**Visibilidad en la web**

<b>OBJETIVO 3</b>	Hacer del portal, una herramienta de comunicación potente y competitiva. Avanzar en la comunicación desde la formación a la imagen social, como concepto más amplio.
-------------------	--

<b>ESTRATEGIA</b>	Adaptación a la nueva imagen y diseño del portal, sencilla y como herramienta de comunicación, asegurando la homogeneidad y homologación de todas las webs de nodos actualmente en funcionamiento.
-------------------	--

<b>ACCIONES</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>INDICADORES</b>
Creación de un portal sencillo y homogéneo	Nodo regional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento de la visibilidad del CVSP y la presencia en escenarios de referencia</li> <li>• Aumento de las visitas al portal y la participación en cursos</li> <li>• Aumentar el número de instituciones realmente involucrados en actividades del CVSP</li> </ul>
Actualización del portal con contenidos informativos	Nodos de países y nodo regional	
Inclusión y actualización de materiales de comunicación en el portal	Nodo regional	
Posicionamiento en primeros lugares en buscadores	Nodo regional	



### Transmisión de información de las propias actividades del Campus

<b>OBJETIVO 4</b>	Facilitar el reconocimiento de CVSP y el conocimiento de las actividades del propio CVSP
-------------------	--

<b>ESTRATEGIA</b>	Poner en marcha mecanismos de participación tanto de los nodos de países como nodo regional, para sentirse partícipe en las actividades de difusión
-------------------	---

ACCIONES	RESPONSABLE	INDICADORES
Realización de <i>Newsletter</i> en formato <i>online</i>	Nodo regional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento de la visibilidad del CVSP y la presencia en escenarios de referencia</li> <li>• Aumento de la presencia activa en eventos.</li> <li>• Aumento de las visitas al portal y la participación en cursos</li> <li>• Aumentar el número de instituciones realmente involucrados en actividades del CVSP</li> <li>• Aumentar la presencia en medios de comunicación</li> </ul>
Gestión entrevistas con representantes de las instituciones participantes	Nodos de países y nodo regional	
gestionar entrevistas Think Tank de instituciones independiente al Campus	Nodos de países y nodo regional	
Actualización de las bases de datos	Nodos de países y nodo regional	
Participaciones en eventos, congresos	Nodo regional	
Distribución de brochure en congresos	Nodo regional	
Presentación corporativa en stands	Nodo regional	

<b>Actividades hacia los medios de comunicación</b>	
<b>OBJETIVO 5</b>	Maximizar las oportunidades informativas de las iniciativas del CVSP para fidelizar a los medios y crear un clima de opinión favorable a las capacitaciones de líderes en materia de salud pública.

<b>ESTRATEGIA</b>	Identificación y puesta en marcha de herramientas que faciliten relaciones con los medios
-------------------	---

<b>ACCIONES</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>INDICADORES</b>
Elaboración de un dossier de prensa, específico para medios	Nodo regional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento de la visibilidad del CVSP y la presencia en escenarios de referencia</li> <li>• Aumento de la presencia activa en eventos.</li> <li>• Aumentar la presencia en medios de comunicación</li> </ul>
Gestión editorial: elaboración de artículos, cartas al director	Nodo regional	
Gestión de apariciones en medios (TV)	Nodo regional	
Encuentros con periodistas y creadores de opinión	Nodo regional	
Seminarios específicos para periodistas especializados en salud	Nodo regional	
Elaboración de notas de prensa	Nodo regional	



Comunicación Interna	
<b>OBJETIVO 6</b>	Promover la comunicación entre los propios nodos.

<b>ESTRATEGIA</b>	Desarrollar y contribuir a espacios de información, compartir, potenciar la retroalimentación y la participación en espacios de opinión (foros).
-------------------	--

ACCIONES	RESPONSABLE	INDICADORES
Participación en foros de manera periódica	Nodos de países y nodo regional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumentar el número de instituciones realmente involucrados en actividades del CVSP</li> <li>• Capacidad de responder de forma rápida y eficaz a los requerimientos de organizaciones públicas y privadas y ante autoridades y expertos en materia de capacitación en salud pública.</li> </ul>
Utilización de la herramienta NING	Nodos de países y nodo regional	
Elaboración de procedimientos de comunicación interna	Nodo regional	



Evaluación	
<b>OBJETIVO 7</b>	Conocer el grado de aceptación del CVSP y re-evaluar periódicamente las acciones previstas
<b>ESTRATEGIA</b>	Elaboración de herramientas que permita detectar la prioridades del Campus

ACCIONES	RESPONSABLE	INDICADORES
Elaboración de encuestas	Nodo regional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento de las visitas al portal y la participación en cursos</li> <li>• Capacidad de responder de forma rápida y eficaz a los requerimientos de organizaciones públicas y privadas y ante autoridades y expertos en materia de capacitación en salud pública.</li> </ul>

