

Marzo 26, 2012

Observatorio de Mortalidad Materna en México

#### ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN:

Objetivo: Concretar una estrategia de comunicación para difundir el quehacer del OMM

SEDE:

Vía skype.

---

---

## ASISTENTES

No.	NOMBRE	CARGO	CORREO ELECTRÓNICO
1	Graciela Freyermuth	Secretaria técnica	gracielifreyermuth54@hotmail.com
2	Dora Rodríguez	Monitoreo PP	doris19683@hotmail.com
3	Guadalupe Ramírez Rojas	Monitoreo Convenio	<a href="mailto:amairanai@gmail.com">amairanai@gmail.com</a>
4	Hilda E. Argüello	Asist. secretariado	maternidadseguramexico@gmail.com
5	Jorge Collado	Diseñador	<a href="mailto:jacapa_278@hotmail.com">jacapa_278@hotmail.com</a>
6	Pilar Ochoa	Asist. investigación	mapy8a@hotmail.com
7	Laura E. Martínez B.	Asist. secretariado	lauraelenamartinez@hotmail.com

## DESARROLLO DE LA REUNIÓN

GF: se propone, sobre todo, diseminar información estratégica a través de recomendaciones por medio de medios estratégicos, publicaciones, Facebook, Twitter, utilización de la página web por usuarios, material de IEC, comunicados y conferencias de prensa. Considerar si las conferencias de prensa valen la pena como estrategia o hacer un listado de periódicos y periodistas e irles dando comunicados de prensa, o abrir en la página web comunicados de prensa. Lo que ha pasado es que CIMAC no ha dejado clara su estrategia, o contratamos a alguien o lo hacemos como parte del equipo.

DR: sí hay que contratar a alguien que haga el trabajo de divulgación y comunicación. Ya había sugerido que se retomara la propuesta de reunirnos con entidades sanitarias de las tres entidades que trabajamos, primero se les comunicaría a ellos.

GFE: para lo del Convenio sobre la AEO y AFASPE, primero los documentos políticos, GR ya tiene un documento general que estaba bajo revisión, tendríamos que ver cómo van con AFASPE, ponerse de acuerdo en un cronograma de reuniones, tienen en común algunos estados para la presentación de los resultados: primero hay que enviarles los resultados y pensar en un mapa estratégico. Este trabajo no es como contratar a alguien, esto es como una consultoría que iba a hacer CIMAC. El balance que hicimos Laura y yo es que no fue muy bueno del trabajo de CIMAC.

Dora: tenemos un directorio de medios.

LM: sí, lo tenemos. Mi propuesta: colocar la información que necesitamos difundir en los medios electrónicos, en la página web, en fb, twitter, tener un grupo de medios de comunicación afines al quehacer del OMM y, ya teniendo este grupo de medios de comunicación, tener contacto permanente con ellos, enviándoles correo con la información (la liga de la información subida), estableciendo retroalimentación. Organizar una conferencia de prensa presencial o virtual. Llevar un seguimiento de la difusión de la información que se ha proporcionado. Otorgar entrevistas específicas a temas concretos que hayan despertado interés. Vincular a las instituciones aliadas al OMM. Nos faltan las ligas a otras organizaciones, ligarnos mutuamente.

HA: establecer vínculos con el CPMSM y sus organizaciones y comités estatales.

DR: Inmujeres sí nos tiene. La estrategia de incidencia ¿es para todo lo que hace el OMM o sólo para los resultados de AFASPE y Convenio?

GF: necesitamos una estrategia de comunicación en general, de AFASPE y Convenio: tener los documentos listos. En marzo tendríamos esto. Jorge ¿cuándo podrías tener los documentos formateados?

Jorge: en un par de días

GF: En una semana Dora, una Laura y una Jorge.

LM: Yo creo que el último documento está en revisión de Graciela ¿o no?

GF: Voy a revisarlo esta semana, ya puede hacer los documentos políticos, lo que sí es que estamos hablando que en abril ya tendríamos todos estos documentos listos. En mayo tendrían que ser las reuniones con los estados.

DR: pensaría en que enviáramos una carta de invitación para realizar una reunión con todo el personal directivo.

GR: antes de empezar a hacer precisiones, en la propuesta que envié estaba hacer un modelo de difusión que quedara bien planteado, que se hiciera de manera continua, yo consideraba que se hiciera dentro del grupo aprovechando que se tienen vínculos con otras instituciones: mercadeo directo, plan de comunicación y herramientas.

Mercadeo directo:

- Identificación de audiencias y asuntos clave a desarrollar en cada una de ellas
- Institutos estatales de mujeres
- Desarrollo social de los estados y de la federación
- Organizaciones estatales de la sociedad civil
- Directorio de periodistas o medios de comunicación

Plan de comunicación

- Fortalecimiento de la imagen e identidad institucional:
  - Evaluación continua de la página (PO)
  - Estrategia particular para los twitters, sistema de retroalimentación de la página, bitácora, poner una pregunta si te surgió una duda (GR), poner última actualización de la página (José Mijares), número de visitas que puedan ver los visitantes (José Mijares). Laura-Twitter, Hilda Fb.
  - Explotar el apartado de temas: empezar con Convenio, poner todo lo relativo al mismo, poner la sala (GR) ANIMAR LA SALA a través de Twitter y fb.
- Promoción de intercambio de experiencias:
  - Grupos de trabajo
  - Actores (CPMS, IMSS, ISSSTE)
- Plan de comunicación:
  - Incidencia política en proyectos particulares
- Herramientas
  - Comunicados y conferencias de prensa sobre AFASPE y Convenio
    - o Ver la posibilidad de que en mayo se haga una estrategia muy agresiva de twitters, del 1º al 28 de mayo. Les mandemos a Sedesol, SP, Chertorivsky, estrategia de twitteo de una semana intensiva.
    - o Vincularlo con el Día internacional de la mujer, alrededor de, pensar en una estrategia más agresiva, empezar a ver qué grupos tenemos para hacer una estrategia
    - o Vídeos: de Maribel, SLP.

GF: hacer un proyecto para UNFPA tanto de promoción como de replicación del modelo. Hacer hojas informativas para su divulgación, reuniones con autoridades sanitarias, pensar en un documento que se pueda difundir de los resultados del AFASPE y el Convenio, ese podría ser un paquetito y el de la replicación otro.

En mayo tendríamos que salir a las reuniones con los estados.

DR: en la primera quincena de mayo, porque mayo y junio se va a hacer la réplica en otros estados.

GF: el directorio lo pedimos como una consultoría.

LM: podríamos pedir los medios con que cada organización tiene contacto. A partir de este primer directorio que consigamos (participantes del OMM) les hacemos un comunicado, ellos probablemente tengan contacto con gente cercana a nuestro quehacer.

GF: Maribel hizo un directorio. Habría que recuperar ese directorio. Estoy viendo a quién le han mandado las numeralias. Faltarían las secretarías de salud, comunicarse con Posadas o Patricia Veloz. Empezar con la numeralia. Habría que ver hasta dónde llega ese directorio, animar el Grupo de Difusión y reunirnos el 28 de mayo con el mismo Comité, con la Coalición para hacer toda esta estrategia. Nos reuniríamos el 27 de abril.

GR: retomaría lo del festejo. Respecto a los directorios, con todas las áreas que confluí fue la de promoción y difusión, hacer reuniones con las encargadas de comunicación del IMSS, ISSSTE, SSA, de compartir con ellos directorios de utilidad para el OMM, sobre todo al nivel estatal.

GF: hay dos situaciones, el CNEGSR va a financiarnos 700 mil pesos, pero 200 mil pesos van a irse al Comité, me quedan como dos plazas para el CNEGSR, tiene que ser alguien que haya tenido relación con ellos, por ejemplo se supone que ahora sí se va a hacer el pago rápido. Puede ser en el caso de Jorge, ya se venció, tengo que sacarle fondos para su pago y en el caso de GR y LM se terminan en abril.

A Javier le interesan mucho estas reuniones en los estados, valdría la pena hacer un proyecto para estas dos cosas, la réplica y la difusión de resultados. Cuánto nos saldría la primera publicación.

DR: la réplica en otras tres entidades, pensar en tres entidades en donde tengamos alguna organización donde se puedan hacer.

GF: pueden ser Tlaxcala, Zacatecas, Chiapas, SLP. Haz el costo de lo que salió, aumentar un plus donde hagan un check list de los productos. Tendrías que pensar en una reunión inicial con la gente que va a hacer la réplica. Tres reuniones con los grupos, el trabajo de hacer las entrevistas y hacer un check list de algo comprado o instalado.

#### ACUERDOS

ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1. Elaborar cronograma de reuniones con autoridades estatales en mayo de 2012, para revisión de resultados de monitoreo de AFASPE y Convenio	DRS/GRR
2. Enviar carta a autoridades estatales para solicitar entrevistas: gobiernos con sus departamentos de SSR, Inmujeres estatales, ONG's, desarrollo social	DRS
3. Solicitar directorio de medios a UNFPA	LEMB
4. Solicitar directorio de medios a CNEGySR	LEMB
5. Revisar directorio del OMM	HAA/LEMB
6. Averiguar mecanismo para llevar a cabo la evaluación continua de la página web	POT
7. Hacer seguimiento a los twitters: cantidad y tipo de mensajes	TODOS
8. Preparar la información para colocar "Salas" en la página web	GRR
9. Negociar intercambio y colocación de enlaces en páginas web de otras instituciones	LEMB
10. Elaborar y enviar comunicados a los medios para hacer incidencia política sobre AFASPE y Convenio	DRS/GRR
11. Identificar medios para difundir Numeralia	HAA/LEMB
12. Identificar audiencias para difusión de actividades del OMM	HAA/LEMB
13. Elaborar y colocar "Pregunta del día" en página web	GRR/POT
14. Enviar twitters específicos a secretarios de salud y funcionarios de salud estatales a partir de mayo	LEMB
15. Presentación de estrategia de comunicación a grupos del OMM el 28 de mayo	GFE
16. Próxima reunión: abril 27, 10:00 hs, vía skype.	TODOS