**Plan de implementación de la campaña "La vacunación es...”**

**Nota:** El siguiente plan de implementación es un diseño que incorpora los materiales editables diseñados por MCN, NRC-RIM y promotores de salud comunitaria de la campaña “La vacunación es…”. Este plan puede modificarse para incluir otros materiales según sea necesario.

# Consideraciones preliminares

# 

* **Organizador de la campaña:** *El Organizador de la campaña* (en adelante *Organizador*) se refiere a la persona u organización que pone en marcha la creación y el lanzamiento de la campaña y tiene la responsabilidad de:
  + organizarla,
  + escoger a los *Miembros Claves de la Comunidad* *(*en adelante *Miembros Claves)* que apoyan la campaña,
  + buscar fondos, y
  + proporcionar asistencia técnica para los *Socios de la Campaña* (en adelante *Socios*).
* **Promotores de salud comunitaria:** Considere la posibilidad de incluir a las personas familiarizadas con las necesidades de salud de su audiencia o *Comunidad Objetivo* y a los promotores de salud comunitaria. Estos últimos pueden ayudar a crear y diseñar materiales para la campaña, ponerla en marcha y ser el punto de contacto de esta. Se sugiere darles a los promotores de salud una compensación monetaria.
* **Administrador de la campaña:** Escoja a uno o dos *Organizadores* para que se responsabilicen de hacer seguimiento a los avances de la campaña incluyendo los planes preliminares, las comunicaciones entre la organización y los promotores de salud comunitaria y los diferentes pasos de la campaña. Los *Organizadores* también deben asegurarse de que las voces de los promotores de salud y otros miembros de la comunidad se escuchen y que se les incluya en el proceso de edición y lanzamiento de la campaña.
* **Socios de la campaña:** Los *Socios de la Campaña* son las organizaciones locales y los líderes comunitarios que están en una posición especial para influir positivamente a la *Comunidad Objetivo* y se les pide que participen en cada una de las *Solicitudes de la Campaña* (en adelante *Solicitudes*).
* **Reuniones periódicas para hacer lluvia de ideas y presentar cualquier actualización:** Antes del inicio de la campaña reúnase de 3 a 4 veces por semana con sus promotores de salud comunitaria para hacer lluvia de ideas y presentar cualquier actualización. Una vez se haya iniciado la campaña, reúnase cada vez que sea necesario. En cada reunión fije la fecha de la próxima.
  + **No tenga miedo de tener a pocas personas en las reuniones ordinarias de la campaña:** Contar con menos personas solo significa que tendrá que hacer más cosas. Invite a más personas periódicamente especialmente si va a hacer trabajo preparatorio.
* **Presupuesto:** Antes del comienzo de la campaña, revise cuál es su presupuesto para hacer trabajos de impresión y qué fuentes adicionales de financiamiento tiene, como por ejemplo, fondos provenientes de la ciudad y el condado.
* **Presentación inicial de la campaña:** Los *Organizadores* deben tener una presentación de la campaña para presentarla inicialmente a los diferentes *Socios*, la cual debe actualizarse a medida que las personas familiarizadas con el *Público Objetivo* aporten nuevos comentarios y se hagan cambios esenciales.
* **Imágenes de la campaña:**
  + **Imágenes para los materiales de la campaña:** Haga un banco de imágenes que se puedan usar para los carteles y para las publicaciones editables de redes sociales. Estas deben ser recopiladas antes de que se diseñen los materiales y deben representar al *Público Objetivo*.

Las imágenes tomadas de la comunidad solo pueden usarse si las personas firman una forma de consentimiento para su uso.

* + **Imágenes de líderes comunitarios:** Tome fotografías de los líderes comunitarios que apoyen la vacunación. Estos líderes deben dar permiso para que se usen sus fotos y para promoverlos como promotores de la campaña.
* **Videos de la campaña:** Considere crear videos personalizados usando grabaciones de los miembros de la comunidad que apoyan la vacunación. Estos videos deben recopilarse lo antes posible. Encontrará ejemplos de videos en los materiales de esta campaña.

Los videos de la comunidad solo pueden usarse si las personas que participaron firman una forma de consentimiento para el uso.

# Etapas de la campaña:

## Etapa 1 – Lluvia de ideas:

1. Reúnase con los promotores de salud comunitaria y otros representantes comunitarios para presentar una visión general de las primeras ideas para la campaña.
   * Haga ajustes a la campaña basándose en las ideas generadas en la lluvia de ideas.
   * Haga una lista inicial de posibles *Socios*.
2. Pídales a los promotores de salud comunitaria que contacten a quienes puedan ser *Socios* instrumentales para la campaña, para:
   * + presentarles las ideas actualizadas sobre la campaña (es decir, la presentación inicial de la campaña editada)
     + determinar la duración de la campaña (generalmente entre 1 a 2 semanas), y
     + escoger el mejor momento para implementarla.

Nota: es posible que durante las reuniones algunas comunidades recomienden evitar hacer la campaña durante los días festivos para asegurar su participación.

1. Reúnase con los promotores de salud comunitaria para finalizar las ideas de la campaña, decidir si la campaña va a durar 1 o 2 semanas y completar la lista de *Socios.*

## Etapa 2 – Preparación de la campaña:

1. *Solicitud* inicial: Invite a los *Socios* paraque participen en la campaña.
   * Escoja la mejor manera de contactarlos ya sea por teléfono, Zoom o en persona.
   * Trate de conseguir un ‘sí’ definitivo en vez de un ‘quizás’ o ‘lo voy a pensar’.
   * Dígales a todos aquellos que no están seguros de participar, que usted les va a mandar un correo electrónico.
2. Creación de materiales: Asegúrese de que los siguientes materiales hayan sido creados con sus promotores de salud o que ellos les hayan ayudado a editar los materiales después de crearlos. *Idealmente,* la creación de materiales debe hacerse antes de que la campaña se presente a sus *Socios* principales. Aun si esto no ha sido posible, los siguientes materiales deben estar ya terminados para este momento:
   * Correo electrónico introductorio para iniciar la comunicación con los *Socios*: Este correo debe incluir:
     + La presentación de la campaña: Recuerde mencionar la importancia de la participación de los *Socios.*
     + Una explicación clara de lo que se le pide a los Socios (*Solicitudes*).
     + Un resumen de la campaña mencionando los tipos de *Solicitudes*, luego una descripción detalla de cada una de las *Solicitudes* y, al final del correo, de nuevo, un breve resumen de las *Solicitudes*. No tema insistir, repetir y reiterar lo que se les pide.
     + Enlaces a todos los recursos para imprimir:
       - Pósteres/carteles: Aunque la información de los carteles para vacunarse se puede editar con Adobe Acrobat, se debe incluir en el correo electrónico los enlaces a los carteles con información a nivel nacional y estatal para registrarse. Esto facilitará el uso de los carteles a los *Socios.*
       - Hojas informativas prediseñadas: Se deben proporcionar versiones específicas para el estado y versiones generales, si las hay, en el idioma del *Público Objetivo* y en inglés.
       - Libros cómicos prediseñados: Se deben proporcionar versiones específicas para el estado y versiones generales, si las hay en el idioma del *Público Objetivo* con traducciones al inglés. Evite hacer traducciones al inglés de los cómics por separado de su versión original ya que la estructura y estilo de las oraciones de una conversación pueden ser muy diferentes.
   * Correos electrónicos de seguimiento a los *Socios*: De ser posible, se deben crear correos electrónicos con *Solicitudes* adicionales antes de que comience la campaña.
   * Caja de recursos para redes sociales: Los artículos incluidos en la caja de recursos deben crearse antes de terminarla. La caja de recursos para redes sociales debe incluir lo siguiente:
     + instrucciones para publicaciones en redes sociales (otra vez)
     + imágenes y enlaces a todos los materiales para las redes sociales:
       - imágenes prediseñadas
       - marcos editables
       - enlaces a videos y otros recursos
     + hashtags de la campaña
     + 10 a 15 publicaciones prediseñadas para las redes sociales (en el idioma del *Público Objetivo* con traducción al inglés).
   * Lista de los líderes comunitarios a los que se les va a destacar en las publicaciones de las redes sociales. Recuerde:
     + Recopilar fotos de líderes comunitarios
     + Recopile y escriba resúmenes para acompañar las imágenes y proporcióneselas a los líderes comunitarios.
     + Presente la campaña al *Socio* que hará las publicaciones en su página para que otros *Socios* a su vez las puedan compartir, lo que le ahorrará tiempo a la mayoría de los *Socios* de la campaña.
3. Presentación precampaña para los *Socios* principales: Justo antes o después del inicio de la campaña se deben hacer presentaciones a los *Socios* principales. Los *Socios* principales pueden ser aquellas organizaciones o personas muy respetados en la comunidad; esto incluye hospitales y centros de salud al igual que otras organizaciones comunitarias locales. Durante la presentación de la campaña debe dedicarse un tiempo para hacer preguntas y respuestas a fin de que los *Socios* principales sepan bien cómo tener acceso a los materiales y entiendan en qué consiste cada una de las *Solicitudes*. No es necesario que los promotores de salud comunitaria estén presentes, aunque es beneficioso.
   * Considere la posibilidad de organizar múltiples presentaciones sobre cómo participar en la campaña para que *todos* los *Socios* asistan*.*

## Etapa 3 – Inicio de la campaña:

1. Mande el correo electrónico inicial a los *Socios*: Este correo debe mandarse unos días antes de que comience la campaña.
2. Programe las reuniones entre el *Organizador* y los promotores de salud comunitaria según sea necesario para hablar sobre las novedades que tengan los promotores de salud, los problemas que puedan surgir, la ayuda que puedan necesitar los *Socios* y las instrucciones sobre cuándo se deben enviar los correos electrónicos de seguimiento con *Solicitudes* adicionales para la campaña.

## Etapa 4 – Primera semana de implementación de la campaña:

1. Llamadas de seguimiento: Una vez que se mande el correo electrónico inicial, los promotores de salud comunitaria deben empezar a llamar por teléfono a cada *Socio* hasta el primer o segundo día después de iniciada la campaña. Durante la llamada se deben hacer las cuatro preguntas siguientes:
2. si el *Socio* o posible *Socio* recibió el correo electrónico
3. si participará en la campaña (busque un ‘sí’ directo de quienes quieren participar)
4. si tiene alguna duda
5. si necesita ayuda para editar los materiales o para cualquier otra cuestión.

Al final de la conversación, reitérele que está a su disposición para cualquier cosa en la que pueda ayudar durante la campaña.

1. Apoyo con las *Solicitudes*: Esté disponible durante la semana de la campaña para apoyar a los promotores de salud comunitaria para que ayuden a su vez a los *Socios* con cualquier solicitud.
2. Mandar por correo electrónico las *Solicitudes* adicionales a los *Socios:* 
   * Pida a los *Socios* que publiquen los mensajes prediseñados para las redes sociales con información para vacunarse en su área. Si la campaña cubre muchas áreas, tenga listas varias versiones.

o Incluya otra vez en este correo la caja de recursos para redes sociales en caso de que los *Socios* hayan perdido el correo anterior.

* + Pida a los *Socios* que hagan publicaciones en las que se destacan a los líderes comunitarios desde las redes sociales que se designaron originalmente para publicar
  + Pida a los *Socios* de la campaña que hagan un video de sí mismos explicando por qué se pusieron la vacuna contra COVID-19 o por qué se la van a poner (preferiblemente en el idioma principal de la campaña).

## Etapa 5 – Cierre de la campaña:

1. Correo electrónico de agradecimiento: Mande un correo a los *Socios* donde les:
   * agradezca su participación
   * reafirme la importancia de su participación
   * recuerde que deben seguir publicando materiales de la campaña en las redes sociales al menos una vez por semana para seguir respondiendo a las *Solicitudes* adicionales.

Nota: Opcionalmente puede incluir un recordatorio de las *Solicitudes* que se hicieron en los correos de seguimiento que se mandaron.

1. Llamada telefónica de seguimiento: Llame a cada *Socio*, 2 a 3 semanas después de que termine la semana inicial de la campaña. En la llamada:
   * agradezca a los *Socios* por su participación
   * pregúnteles si han estado usando los materiales al menos una vez por semana
   * pídales que continúen la campaña y que estén pendientes de los correos de seguimiento
   * recuérdeles que usted está disponible para ayudarles con cualquier pregunta que tengan sobre el uso de los materiales o sobre su participación en las *Solicitudes*
2. Solicitudes continuas: A medida que surjan, mande *Solicitudes* adicionales que ayuden a que las poblaciones vulnerables tengan mayor acceso a la vacuna contra COVID-19.

## Etapa 6 – Evaluación:

* Considere proporcionar a todos los *Socios* evaluaciones que:
  + midan la frecuencia con que se publicaron los materiales de la campaña en las redes sociales y,
  + estimen las audiencias de los *Socios*
* Considere entrevistar a varios de los *Socios* que participaron arduamente en la campaña para recopilar información sobre:
  + qué tan fácil o difícil fue la participación durante la campaña
  + qué tan fácil o difícil fue el uso de cada uno de los materiales
  + otros comentarios que puedan tener
* Considere medir otros aspectos de la campaña tales como la familiaridad de su *Comunidad Objetivo* con la campaña al final de la primera semana o si la vacunación se incrementó en su comunidad (considere otras iniciativas realizadas en su comunidad).

# Recursos adicionales de la campaña:

* Siga revisando [la página de la campaña](https://www.migrantclinician.org/es/recursos-campana-de-concientizacion-sobre-las-vacunas-contra-covid-19) de la Red de Proveedores de Servicios de Salud para Migrantes (MCN por sus siglas en inglés) para obtener más recursos, incluyendo recursos específicos para los estados.