



---

## COMISIÓN DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO DE ALIANZAS

Laura Camacho  
Septiembre 13,  
2016

- ✓ **Fundación Merced- Presentación de proyecto**
- ✓ **Seguimiento estrategia AMIIF 2024**
- ✓ **Resultados en medios de comunicación**
  - **Nuevas métricas en medios**
  - **Avance estrategia actual**
- ✓ **Resultados en redes sociales**
  - **Información general**
- ✓ **Encuentro por la Salud, la Productividad y la Competitividad**
- ✓ **Eventos clave**
- ✓ **Proyecto Transversal- Laboratorio del Cambio**



---

## COMISIÓN DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO DE ALIANZAS



# Para dar seguimiento a los componentes de la Estrategia 2024, la AMIIF definió un objetivo estratégico para 2016

## COMISIÓN DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO DE ALIANZAS



# Impactos 2016

## COMISIÓN DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO DE ALIANZAS

Comunicador y punto de referencia de la innovación

Colaborador en la transformación del sector

Catalizador de capacidades y conocimiento

1 Anuncio de Moléculas Nuevas

13 Publicación de anteproyecto de NOM 220 y modificación NOM 073

14 Publicación de nueva estructura de Subcomité de Biotecnología

1 Foros de Biotecnológicos IFPMA y Técnico-Científico CASSS

Impacto

Medios



1



1



1

AMIIF  
Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica, A.C.

83

59

13

CANIFARMA

43

62

9



26

34

2

Impacto

Redes



2



3



2

AMIIF  
Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica, A.C.

5,684

28.8k

1,426

CANIFARMA

1,867

6.8k

2,612



NA

NA

1,640

Comunicación

5 Definición de nueva estrategia en redes sociales y seguimiento de la estrategia de contacto con medios de comunicación

# Impacto # Impacto +

1: # de publicaciones 2: # de seguidores 3: # de lectores de la nota más vista

# Impactos 2016

## COMISIÓN DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO DE ALIANZAS

	Comunicador y punto de referencia de la innovación	Colaborador en la transformación del sector	Catalizador de capacidades y conocimiento
A. Regulatorios	1 Anuncio de Moléculas Nuevas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Publicación de anteproyecto de NOM 220 y modificación NOM 073</li> <li>14 Publicación de nueva estructura de Subcomité de Biotecnología</li> </ul>	11 Foros de Biotecnológicos IFPMA y Técnico-Científico CASSS
Acceso	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 Presentación del Estudio. HTA</li> <li>3 Sustitución terapéutica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>15 Realizadas el 100% de las reuniones ISSSTE</li> <li>16 Inclusión de innovación farmacéutica en el cuadro básico del IMSS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>10 Foro de calidad de procesos IMSS</li> <li>11 Presentación estudio WIFOR</li> </ul>
P. Industrial	1 Difusión de estudio de Pugatch (Índice de competitividad)	15 Presentación del impacto de la protección de datos en la inversión extranjera	12 TPP
A. Públicos			<ul style="list-style-type: none"> <li>17 Participación en CEO Dialogue US/Mex</li> <li>18 Encuentro por la Salud la Productividad y la Competitividad</li> </ul>
Comunicación	5 Definición de estrategias de comunicación sociales y seguimiento de la estrategia de contacto con medios de comunicación		12 Laboratorio del cambio

**Impacto**

✓ Se entrenó a los involucrados en favor de la toma de decisiones en la Industria de Salud mediante una metodología de certificación de MIT como “agentes del cambio” para atender la agenda presupuestal

## RESULTADOS EN REDES SOCIALES

COMISIÓN DE COMUNICACIÓN  
Y DESARROLLO DE ALIANZAS

---

## RESULTADOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- Hemos hecho una revisión sobre los indicadores de resultados en medios
  - Comenzaremos a medir el impacto y penetración de los mensajes AMIIF de acuerdo a la visión estratégica 2024
- Indicadores:
    - ✓ Tier
    - ✓ Tipo de medio
    - ✓ Calidad de los mensajes
    - ✓ Visibilidad a: programas propios, programas en alianza, temas de acción inmediata o menciones indirectas
    - ✓ Comisión
    - ✓ Tono
    - ✓ Fuente de la información



# TERMÓMETRO DE ENGAGEMENT CON COLUMNISTAS CLAVE

COMISIÓN DE COMUNICACIÓN  
Y DESARROLLO DE ALIANZAS



Sin interacción con AMIIF	Interesado en AMIIF	Consciente de la existencia de AMIIF	Abierto a la información de AMIIF (sin publicación)	Entiende la información AMIIF y nuestras propuestas (en proceso de publicación)	Dispuesto a compartir información de AMIIF (publicación)	Activo en compartir información AMIIF (comparte información, incorpora datos clave como propios)

Apoyo *in situ* en ExpoIngenio Guadalajara para posicionar los mensajes clave sobre la propiedad industrial



# Foro de Calidad de los Procesos del IMSS

COMISIÓN DE COMUNICACIÓN  
Y DESARROLLO DE ALIANZAS

---

Atención a reunión para definir el plan de medios que se llevará a cabo por parte de Edelman en conjunto con Asociación ALE y Comunicación Social del IMSS  
Scouting en sede del evento para revisar necesidades logísticas.



# ENCUENTRO POR LA SALUD, LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD

COMISIÓN DE COMUNICACIÓN  
Y DESARROLLO DE ALIANZAS



**Sede: Hotel Four Seasons CDMX**

**5 de octubre**

**8:30 am-- Desayuno  
notables, Hotel Four  
Seasons**

**12:00– Foro en Cámara  
de Diputados**

**5:00 pm– Foro en  
Cámara de Senadores**

**6 de octubre**

**8:30 am-- Desayuno  
para prensa, Hotel Four  
Seasons**

**11:30 am– Encuentro  
con ONGs, Hotel Four  
Seasons**

# ENCUENTRO POR LA SALUD, LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD

COMISIÓN DE COMUNICACIÓN  
Y DESARROLLO DE ALIANZAS

---

**Acercamientos con columnistas para preparar el ambiente:**



**Maricarmen Cortés**



**Darío Celis**



**Maribel R.  
Coronel**

# TERMÓMETRO DE ENGAGEMENT CON COLUMNISTAS CLAVE

COMISIÓN DE COMUNICACIÓN  
Y DESARROLLO DE ALIANZAS



## RESULTADOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

COMISIÓN DE COMUNICACIÓN  
Y DESARROLLO DE ALIANZAS

4 notas

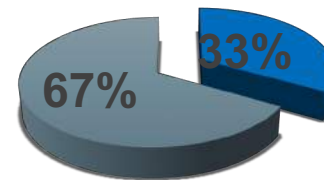


**\$100,530**

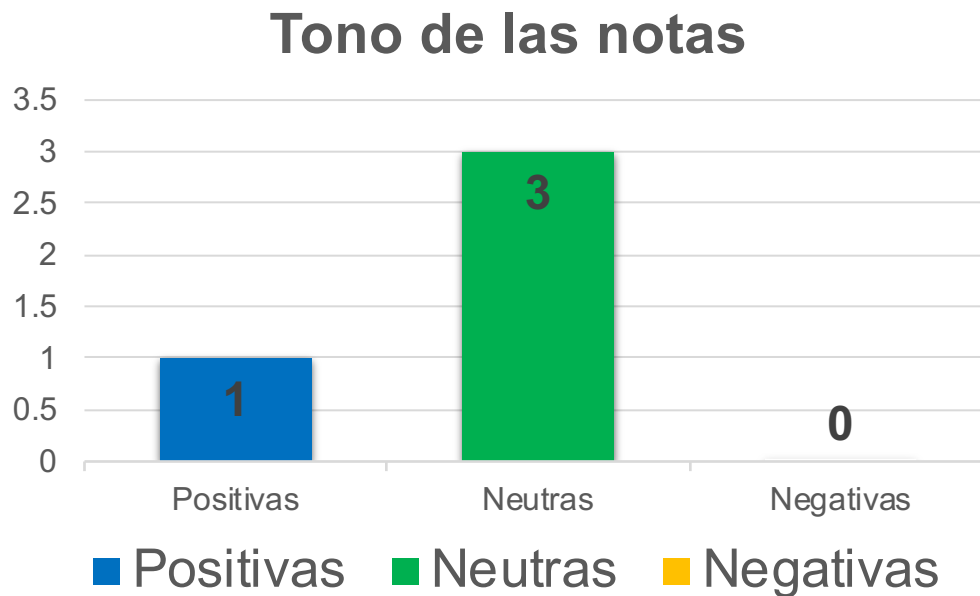


**30,000**

Notas por tipo de medio



■ Digital ■ Impresas ■ Revista





# VISIÓN GENERAL CAMPAÑA NACIONAL EN DEFENSA DEL PRESUPUESTO EN SALUD

COMISIÓN DE COMUNICACIÓN  
Y DESARROLLO DE ALIANZAS

**Objetivo:** Conseguir un incremento y blindar el Presupuesto Federal en Salud

## Visión Estratégica General:

Generar comisiones temáticas de trabajo que permitan aprovechar las capacidades de cada OSC

Generar un proceso de trabajo replicable y sustentable en el tiempo

Generar una programa integral de defensa, vigilancia y blindaje del Presupuesto Asignado a Salud

## Áreas clave del proyecto:

### Análisis y monitoreo permanente

- Revisión de situación actual
- Impacto de últimos recortes
- Necesidades de inversión

### Generación de posturas

- Postura conjunta adaptada a cada nivel y stakeholder clave

### Acercamiento a actores clave

- Secretaría de Hacienda
- Secretaría de Salud
- Organizaciones clave
- Legisladores
- Certificación Gestores de Cambio MIT

### Activación

Campañas tipo "grassroots"

Cartas y seguimiento a la generación de respuestas oficiales antes de la definición de presupuesto

Postura ante prensa a la presentación del presupuesto

Conferencia de prensa tras definición de presupuesto

Campaña permanente en redes sociales

### Documentación

- Proceso de documentación de acuerdo a agencias internacionales de la ONU
- Análisis de impacto de resoluciones y redefinición de estrategia ante asignación de presupuesto
- Definición de seguimiento

---

**Plataforma abierta para cualquier organización que desee sumarse a la defensa del presupuesto en salud**

---

**Las organizaciones participantes en el Laboratorio del Cambio representan el grupo base y se cuenta con un grupo de estrategias y redactores (seleccionados por el grupo) para la toma de decisiones**

---

**Las organizaciones que se sumen podrán replicar la información y participar en la implementación de tareas específicas**

# ruta crítica inicial

## COMISIÓN DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO DE ALIANZAS

8 de septiembre

- Presentación del presupuesto federal

20 de septiembre

- Foro a puerta cerrada en Senado– Sen. López Brito
- Encabezado por la Red de Acceso, la Campaña Nacional apoyará con divulgación del evento y de los resultados, así como compartiendo los temas clave con todas las organizaciones involucradas en el Laboratorio del Cambio

Octubre-Noviembre

- Hasta la definición del presupuesto se activará una campaña de advocacy destinada a hacer evidente el impacto del recorte de presupuesto. La campaña está compuesta por:
- Testimonios de pacientes
- Testimonios de falta de recursos en hospitales
- Envío de cartas a líderes y tomadores de decisión para impulsar el no recorte y posible aumento
- Activación de firmas en Change.org

13/14 de septiembre

- Distribución a medios y autoridades clave de postura y solicitud oficial ante presupuesto

27 de septiembre

- Presentación de campaña e invitación a otras organizaciones, comunicación a través de redes clave como Fed. De Hemofilia, Fed. De Diabetes
- Presentación diagnóstico de capacidades

### UNA VEZ DEFINIDO EL PRESUPUESTO (Noviembre)

Realización de conferencia de prensa para presentación de postura grupal en donde se informe el seguimiento que hará el grupo sobre el uso correcto del presupuesto y la vigilancia permanente para su protección

Envío de cartas de apoyo a autoridades

Activación de testimonios de esperanza y compromiso

Si el resultado es positivo o neutral... es decir, si no hay recorte adicional o si hay aumento del presupuesto...

Si el resultado es negativo... si el presupuesto es menor al actual...

Campaña de cartas y testimonios a autoridades  
Campaña en redes sociales  
Búsqueda de reuniones con autoridades clave  
Posicionamiento ante medios de comunicación

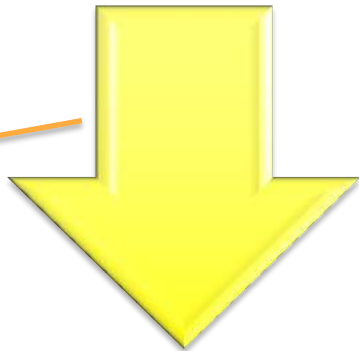
- **Esperamos resultados en dos sentidos:**



### Avances en defensa del presupuesto:

- Establecer una posición de defensa y vigilancia de los recursos ante los recortes al presupuesto en salud
- Encuentros con autoridades clave para presentación de casos reales
- Sumar esfuerzos y replicar información en otros estados diferentes al DF
- Subir el nivel de discurso y discusión entre organizaciones civiles y autoridades

**Desarrollo de capacidades, en línea con el diagnóstico realizado al inicio del proyecto**



### Desarrollo y fortalecimiento de capacidades en:

- Gestión de proyectos
- Vinculación con autoridades clave
- Generación de información sustentada en evidencia y en casos reales de la población
- Vinculación y fortalecimiento de redes de trabajo entre ONGs

- **Seguimiento en generación de capacidades a través de esfuerzos formales**
- **Involucramiento de organizaciones adicionales– Sugerencias**
- **Evaluación– José Romero**



---

**COMISIÓN  
DE COMUNICACIÓN  
Y DESARROLLO DE  
ALIANZAS**

**Laura Camacho  
Septiembre 13,  
2016**

**¡GRACIAS!**