



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DE HONDURAS



SECRETARÍA DE SALUD

**PLAN NACIONAL DE COMUNICACIÓN ESTRATEGICA PARA
INTRODUCCIÓN DE LA VACUNA CONTRA LA COVID-19,
HONDURAS.**

Enero, 2021



AUTORIDADES DE LA SECRETARÍA DE SALUD

Lcda. Alba Consuelo Flores

Secretaria de Estado en el Despacho de Salud

Dr. Roberto Cosenza

Sub Secretario de Redes Integradas de Servicios de Salud

Dr. Nery Cerrato

Sub Secretario de Estado en Gestión de Proyectos

Lic. César Barrientos

Sub Secretario de Regulación

Dra. Elvia María Ardón

Directora General de Normalización

Dra. Silvia Yolanda Nazar

Directora General de Vigilancia del Marco Normativo

Dr. Alcides Martínez

Director General de Redes Integradas de Servicios de Salud

Dra. Mireya Fuentes López

Directora General de Desarrollo de Recurso Humano



Equipo responsable de la elaboración del documento

Equipo editor

Lcda. Dunia Liseth Suazo, Unidad de Comunicación Social.

Lcda. Juana Yesenia Herculano, Unidad de Comunicación Institucional.

Lcda. Neydah Shirley Rivera, Unidad de Comunicación Social Región Intibucá.

Lcda. Nancy Padilla, Unidad de Vigilancia de la Salud Región Atlántida

Lcda. Mirna Toledo, Departamento de los Servicios del Primer Nivel de Atención

Equipo técnico validación

Dra. Ida Berenice Molina, Programa Ampliado de Inmunizaciones

Dra. Ileana Moya, Programa Ampliado de Inmunizaciones

Ing. Lourdes Ramírez, OPS/OMS-Honduras

Lcda. Karina Arteaga, OPS/OMS-Honduras

Lic. Héctor Espinal, UNICEF

Lcda. Cecilia Mendoza, Instituto Hondureño de Seguridad Social

Lcda. Gabriela Villeda, USAID/Gobernabilidad Local.

Contenido

I.	Introducción.....	5
II.	Objetivos.....	6 - 7
III.	Público objetivo.....	7
IV.	Portavoces o Voceros.....	8
V.	Medios de comunicación.....	8
VI.	Mapa de mensajes.....	9
VII.	Análisis de audiencias	10 -11
VIII.	Metas e indicadores.....	12
IX.	Plan de Acción.....	13 -15
X.	Responsables por nivel.....	20
XI.	Monitoreo y evaluación.....	21
XII.	Anexos.....	22-37

I. INTRODUCCIÓN

Ante la alerta mundial por el SARS- Co-Vv2, desde el mes de enero Honduras inició la preparación de la respuesta ante la inminente llegada de los primeros casos, bajo la coordinación de la Secretaría de Salud (SESAL) , comenzando con el fortalecimiento de la articulación del sistema de vigilancia, a nivel nacional, la reorganización de la red de prestación de servicios y conformación del equipo técnico de integración para la elaboración del Plan de Comunicación de Riesgos ante la COVID-19; tomando como base, las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) a través de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), de acuerdo a los nuevos avances de la enfermedad. El 11 de marzo la OMS hace declaratoria de pandemia mundial y en Honduras se registran los primeros casos de la COVID-19

Desde el inicio de la pandemia varias empresas productoras de vacunas a nivel mundial han estado trabajando de manera acelerada para desarrollar una vacuna contra la enfermedad y así poder detener la transmisibilidad y disminuir la morbimortalidad causada por este virus.

En el mes de junio Gavi, CEPI y OMS lanzan el mecanismo de acceso global a la vacuna COVID-19, denominado COVAX, creado para que los países tengan acceso equitativo a las vacunas contra la COVID-19, Honduras está dentro de los países elegibles, que recibirán apoyo a través de la iniciativa Gavi-COVAX-AMC para obtener la vacuna, al momento que esta esté disponible. La vacuna se obtendrá a través del Fondo Rotatorio de la OPS, cumpliendo de esta manera con la Ley de Vacunas de la República de Honduras. La compra a través del Fondo Rotatorio garantiza que la vacuna esté precalificada, lo cual significa que esta será efectiva y segura. A través del mecanismo COVAX, se prevé que el país tendrá acceso a vacunar al 20% de la población del país, recibándose primero un 3% y posteriormente 17%.

En la primera fase se vacunarán a los trabajadores de la salud del sector público y no público y algunos trabajadores esenciales y en la segunda fase, mayores de 60 años, enfermos crónicos y con otras condiciones subyacentes, , el resto de

trabajadores esenciales y otros grupos de acuerdo a la disponibilidad de la vacuna.

La definición de los grupos objetivo de vacunación se basó en recomendaciones de la OMS, Consejo Consultivo Nacional de Inmunizaciones (CCNI) y caracterización epidemiológica de la pandemia de la COVID-19 en el país, con base al análisis de la población más afectada (casos, hospitalizaciones, muertes, comorbilidad), considerando los objetivos del plan y de acuerdo a disponibilidad de acceso a la vacuna.

En el marco del Plan Nacional de Introducción de la Vacuna contra la COVID-19 en Honduras 2020, se ha elaborado el Plan de Comunicación Estratégica y diseñado una campaña de comunicación social, con mensajes específicos para diferentes grupos priorizados

II. Objetivos

Objetivo General

1. Informar a la población en forma oportuna y precisa sobre la vacunación contra la COVID-19, a través de la implementación a nivel nacional de un Plan de Comunicación Estratégica en fases.

Objetivos Específicos

1. Desarrollar procesos de comunicación, promoción de la salud y educación a través de campaña, estrategias a nivel institucional y comunitario, para el abordaje de la introducción de la vacuna contra la COVID-19 en fases.
2. Operativizar procesos de movilización social en apoyo a las acciones en el abordaje de la vacuna contra la COVID-19, a través de un plan nacional de comunicación estratégica a nivel regional, municipal y local.

3. Fortalecer las capacidades del personal de salud, agentes comunitarios y aliados estratégicos, sobre los procesos del plan de comunicación estratégica, para la vacunación contra la COVID-19.
4. Divulgar información a la población sobre la vacunación contra la COVID-19, a través de los diferentes canales de comunicación.
5. Identificar las barreras encontradas en el plan de comunicación estratégica a través del monitoreo.
6. Evaluar el proceso de implementación de la campaña de comunicación social de introducción de la vacuna contra la COVID-19.

III. Público Objetivo

Público Objetivo Primario en su primera y segunda fase

Primera fase

1. Trabajadores de salud del sector público y no público censados/ primer lote
2. Adultos mayores concentrados en asilos y centros de cuidado diurno
3. Adultos mayores de 60 años con una o más comorbilidades
4. Personal de servicios de socorro (cuerpo de bomberos cruz rojo
5. Personal de seguridad
6. Personal de los Poderes del Estado (Titulares y Suplentes) y Cuerpo Diplomático.

Segunda fase:

1. Adultos mayores de 60 años
2. Población con comorbilidades y condiciones subyacentes de 18 a 59 años
3. Trabajadores esenciales para funcionamiento del Estado y la economía.

Público Objetivo Secundario

1. Aliados estratégicos
2. Población en general

IV. Portavoces o Voceros

- Secretaria de Estado en los despachos de salud
- Subsecretarios de Salud
- Jefa de la Unidad de Vigilancia de la Salud
- Jefa del programa Ampliado de Inmunizaciones
- Directora Médica Nacional, Director Regional Noroccidental y Coordinadores Médicos del IHSS
- Jefes de Regiones Sanitarias
- Jefes Departamentos de RISS en Regiones Sanitarias
- Jefes de las UVS regionales
- Representante de la Organización Panamericana de la Salud
- Representante de la UNICEF
- Otros designados por el nivel central y regional

V. Canales de Comunicación

- a) Medios de comunicación masiva (radio, televisión, prensa).
- b) Medios de comunicación alternativa (redes sociales, como ser: WhatsApp, Facebook, Twitter, etc. mensajes SMS, encuestas).
- c) Medios de comunicación comunitarios (radio comunitaria, perifoneo, redes comunitarias, murales entre otros).
- d) Medios de comunicación interpersonal (conversatorios, visitas domiciliarias). Charlas en sala de espera en Establecimientos de Salud.
- e) Medios de comunicación impresos (afiches, trífolios, láminas educativas, banners, vallas publicitarias volantes, mantas cruza calle, informes notas de prensa y comunicados).

VI. Mapa de Mensajes

Propuesta de Slogan

❖ ¡Prevenamos el contagio de la COVID-19, vacunémonos!

Matriz de Mensaje

PÚBLICO OBJETIVO PRIMARIO			
Mensajes principales			
1. Vacúnate contra la COVID-19, protégete: usa mascarilla, lávate las manos y práctica el distanciamiento físico 2. Vacunarte protege tu vida...la de tu familia y la comunidad 3. Para disminuir la COVID-19 a vacunarte debes ir			
Mensajes secundarios			
Personal de salud del sector público y no público	Mayores de 60 años con una o más comorbilidades	Personas con enfermedades crónicas	Otros grupos en riesgo (trabajadores esenciales)
1. Yo soy responsable por eso me vacuno contra la COVID-19 (imagen de médico o enfermera)	1. Para mantenerme sano, me vacuno contra la COVID-19.	1. Para conservar mi salud, yo me vacuno contra la COVID-19.	1. La vida cambió, cambió la forma de cuidarnos, por eso asistimos a vacunarnos, hagamos el cambio juntos (imagen de trabajadores de diferentes instituciones)
2. Para proteger tu salud somos los primeros en vacunarnos contra la COVID-19	. Para gozar de buena salud los adultos mayores vamos a vacunarnos contra la COVID-19	2. Tengo una enfermedad crónica, por eso voy a vacunarme contra la COVID-19	2. Yo soy parte de la reactivación del país, por eso debo vacunarme contra la COVID-19.
3. Yo me protejo y los protejo a ustedes, usando las medidas de bioseguridad y vacunándome contra la COVID-19	3. Somos responsables y nos vacunamos contra la COVID-19, en el establecimiento de salud más cercano	3. La vacuna contra la COVID-19 me ayudará a disminuir los riesgos de esta enfermedad.	3. Vacunarme contra la COVID-19, es una manera de seguirme protegiendo

VII. Análisis de Audiencias

En el análisis de audiencia, se han identificado cuatro grupos específicos, que a continuación se describen:

1. **Resistentes activos (bloqueadores):** Personas o grupos organizados que no están de acuerdo con la vacuna y que se pronuncian en contra de esta intervención.
2. **Resistentes pasivos (evitadores):** Personas o grupos organizados que no están de acuerdo con la vacuna, pero que no realizan ninguna acción para pronunciarse en contra de esta intervención.
3. **Defensores activos (campeones):** Personas o grupos organizados que están de acuerdo con la vacuna y que realizan acciones a favor de esta intervención.
4. **Defensores pasivos (promotores silenciosos):** Personas o grupos organizados que están de acuerdo con la vacuna, pero que no realizan ninguna acción en beneficio de esta intervención.

Audiencias identificadas			
<p>Resistentes activos (bloqueadores)</p> <p>Personas o grupos organizados que no están de acuerdo con la vacuna y que se pronuncian en contra de esta iniciativa.</p>	<p>Resistentes pasivos (evitadores)</p> <p>Personas o grupos organizados que no están de acuerdo con la vacuna pero que no realizan ninguna acción para pronunciarse en contra de esta iniciativa.</p>	<p>Defensores activos (campeones)</p> <p>Personas o grupos organizados que están de acuerdo con la vacuna y que realizan acciones a favor de esta iniciativa.</p>	<p>Defensores pasivos (promotores silenciosos)</p> <p>Personas o grupos organizados que están de acuerdo con la vacuna pero que no realizan ninguna acción en beneficio de esta iniciativa.</p>
Algunos integrantes del gremio médico	Algunos trabajadores	Autoridades de salud de la SESAL e IHSS.	Algún sector de los trabajadores de salud

	de salud		
Algunos líderes políticos contrarios al gobierno	Sector de la población	Representante de la OPS/OMS	Algunos líderes políticos contrarios al gobierno.
Algunos medios de comunicación	Algunos trabajadores del sector educativo	Organizaciones de cooperación externa	Algún sector de la población
Grupos antivacunas organizados.		Consejo Consultivo Nacional de Inmunizaciones	Algunas Asociaciones de profesionales de la salud
Parlamentarios (diputados) de diferentes movimientos políticos		Algunos miembros de Junta directiva de Colegios profesionales, asociaciones médicas	Casas farmacéuticas con intereses económicos particulares
Influencer		Algunos medios de comunicación	
Organizaciones de Derechos Humanos		Autoridades gubernamentales	
Líderes religiosos		Algunos integrantes de Colegios profesionales, enfermeras profesionales y auxiliares de enfermería	
		Líderes comunitarios	
		Grupos organizados de pacientes (enfermedades crónicas, diabéticos, personas con VIH)	
		Voluntarios de salud	
		Figuras públicas	
Organizaciones de Derechos Humanos			

		Líderes religiosos Pacientes con enfermedades crónicas, diabéticos, personas con VIH.	
--	--	--	--

Matriz de mensajes y estrategias según el análisis de audiencias incorporar mensajes que brinden el beneficio de la vacuna

Resistentes Activos (bloqueadores) y pasivos (evitadores)		Defensores Activos (campeones) y Pasivos (promotores silenciosos)	
Estrategias			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Alianza con Asociación de medios de comunicación, colegio profesional, empresa privada, gremios sociales respalda y promueve la vacuna, a través de conversatorios. ✓ Alianza con el FONAC, grupos de iglesias ✓ Difusión de información ✓ Identificación de influenciadores científicos (autoridades, personajes con credibilidad. 		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estos 2 grupos se trabajaran a través de mensajes dirigidos por audiencias. 	
Resistentes Activos (bloqueadores)	Resistentes pasivos (evitadores)	Defensores Activos (campeones)	Defensores Pasivos (promotores silenciosos)
Mensajes	Mensajes	Mensajes	Mensajes
-Apoyemos todos la vacunación contra la Covid-19... para la protección de la población...!	1-Trabajador de salud protégete, protege a tu familia y a tus pacientes... Vacúnate contra la Covid-19	1- En mi comunidad nos cuidamos contra la Covid-19, por eso apoyamos y promovemos la	1-Para prevenir la Covid-19, hay que vacunarse...!

<p>La vacuna es complementaria a las medidas de bioseguridad para proteger su salud</p>	<p>La vacuna es complementaria a las medidas de bioseguridad para proteger su salud</p>	<p>vacunación...! (Líderes comunitarios)</p>	<p>Necesitamos proteger a nuestros seres queridos más vulnerables. Vacúnelos!</p>
<p>2-Como profesionales estamos unidos en la prevención de la Covid-19... Vacúnate...! (Colegios profesionales)</p>	<p>2-Yo soy responsable, por eso apoyo la vacunación contra la Covid-19 (Trabajadores de la salud)</p>	<p>2- Porque amamos a nuestra comunidad , colaboramos con la vacunación contra la Covid-19 (Personal voluntario)</p>	<p>2- las vacunas son seguras, vacúnate contra la Covid-19</p>
<p>3-Por ti, por tu familia y por nuestra patria, apoyemos la vacunación contra la Covid-19 (Políticos)</p>		<p>3-¡Para cuidar tu salud y la de tu familia, debes prevenir la COVID-19, Vacúnate contra la Covid-19...! (Figura pública)</p>	<p>3- Prevenir es salud, vacúnate contra la Covid-19</p>
<p>4- la vacuna contra la Covid-19 es segura, ¡Vacúnate...! Porque nuestro compromiso es informar con honestidad. (Medios de comunicación)</p>			

VIII. Metas e indicadores

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	METAS 100%	INDICADORES %	FUENTE DE VERIFICACIÓN
1. Informar a la población en forma oportuna y precisa sobre la vacunación contra la COVID-19, a través de la implementación a nivel nacional de un Plan de Comunicación Estratégica.	1. Desarrollar procesos de comunicación, promoción de la salud y educación a través de campañas, estrategias a nivel institucional y comunitario, para el abordaje de la introducción de vacunación contra la COVID-19.	100% de las regiones, municipios y nivel local con plan socializado.	Número de regiones, municipios y nivel local con el plan introducción de la vacuna socializado.	Informes, listados asistencia, fotografías, videos.
		100% de los planes regionales municipales y locales elaborados.	Número de planes municipales y locales elaborados.	Planes en físico y digital
		El 100% de las Regiones Sanitaria cuentan con material de comunicación de la campaña.	% de Regiones Sanitarias, municipios y nivel local que recibieron material de comunicación.	Material de comunicación impreso y en digital
		El 100% de gestión con gobiernos locales, ON's y Cooperantes	Porcentaje de las instituciones aliadas apoyando la introducción de la vacuna	Listado de instituciones aliadas Informe de reuniones (fotografías y videos) Listado de los integrantes de las Mesas Intersectoriales
	2. Operativizar procesos de movilización social en apoyo a las acciones en el abordaje de la vacuna contra la COVID-19, a través de un plan nacional de comunicación estratégica a nivel regional, municipal y	100% de mesas intersectoriales desarrollando acciones de comunicación social en apoyo a la introducción de la vacuna	% de mesas intersectoriales empoderadas y ejerciendo acciones	-Listado de instituciones aliadas -Informe de reuniones (fotografías y videos) -Listado de los integrantes de las Mesas -Documento de Planes regionales elaborados

	local.			
	3. Fortalecer las capacidades del personal de salud, agentes comunitarios y aliados estratégicos, sobre los procesos del plan de comunicación estratégica, para la vacunación contra la COVID-19.	100% de capacitaciones realizadas por los comunicadores sociales regionales a los aliados estratégicos.	Número de capacitaciones realizadas	Informe técnico y listado de participantes Fotografías
		100% Acciones de gestión con gobiernos locales, Ong,s y Cooperantes	Porcentaje de las instituciones aliadas apoyando la introducción de la vacuna.	Listado de instituciones aliadas Informe de reuniones (fotografías y videos) Listado de los integrantes de las Mesas Intersectoriales Informe de reuniones (fotografías y videos)
	4. Divulgar información a la población sobre la vacunación contra la COVID-19, a través de los diferentes canales de comunicación.	100% de piezas de comunicación difundida en medios de comunicación local	Porcentaje de piezas de comunicación difundidas en medios locales	Solicitud de gestión con los medios locales Informe de monitoreo
		100% de piezas de comunicación difundidas en redes sociales	Porcentaje de mensajes disseminados a redes	Capturas de pantallas de la publicaciones
	5. Identificar las barreras encontradas en el plan de comunicación estratégica a través del monitoreo.	EL 100% de las Regiones Sanitarias supervisadas.	Supervisión de las acciones de comunicación social en las Regiones Sanitarias.	-Informe técnico Informe de reuniones (fotografías y videos) -Guía de supervisión de la introducción de la vacuna.
	6. Evaluar la implementación del plan de comunicación estratégica.	El 100% de las regiones con el plan de comunicación estratégica implementado	Número de planes de comunicación estratégica implementados	Informes Visitas de supervisión

IX. Estrategias de comunicación

Las estrategias de comunicación van orientadas a la prevención organización sensibilización y comunicación a la población de la vacuna contra la covid-19, Promoviendo cambios de comportamiento y movilizando grupos organizados, así como identificar otros colaboradores y aliados, para fortalecer las capacidades comunicacionales, establecer mecanismos de vigilancia y monitoreo, determinar canales alternativos de comunicación y gestionar recursos para contribuir a las acciones de introducción de la vacuna en sus fases. Estas estrategias serán aplicadas en los diferentes niveles: Nacional, regional, municipal y local. Las que se detallan en el plan de acción.

X. Plan de Acción

I. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

En esta estrategia se encuentra toda la parte de preparación y organización.

Fase 1: Preparación-organización

Objetivos específicos	Actividades	Período	Responsables
1. Desarrollar procesos de comunicación, promoción de la salud y educación a través de campañas, estrategias a nivel institucional y comunitario, para el abordaje de la introducción vacunación contra la COVID-19.	-Conformación de equipo petit, para elaborar el documento.	18 de agosto 2020	Unidad de Comunicación Social – SESAL
	-Elaboración del Plan Nacional de Comunicación Estratégica.	Agosto y septiembre	Equipo Petit
	-Revisión técnica del plan nacional de comunicación estratégica.	Septiembre	Comité Nacional
	-Socialización del plan a jefes regionales y aliados estratégicos.		Comité Nacional
	-Socialización del plan a comunicadores sociales.	Noviembre	Comité Nacional
	-Lanzamiento de la campaña de	2021	Comité Nacional

	introducción de la vacuna contra la COVID-19.		Comité Nacional
--	---	--	-----------------

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA

Esta estrategia está enfocada a los trabajadores de la salud del sector público y no público independientemente del área de desempeño, en la que se requiere realizar acciones previa y durante la introducción de la vacuna contra la COVID-19.

Objetivos	Actividades	Periodo	Responsables
	<p>Cómo y que lo vamos a comunicar?</p> <p>A quién vamos a influir?</p>		
Personal de salud de primera línea debidamente informado sobre la estrategia de vacuna contra la COVID-19.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar piezas de comunicación dirigidos a los trabajadores de la salud, enfatizando que se vacunaran el 100% en su primera fase de la vacuna. 2. Producir una infografía con las fases, personas elegibles para la vacuna (sujetos y edades de vacunación) 3. Incentivar y reforzar a los trabajadores de la salud del sector público y no público través de mensajes comunicacionales sobre la vacuna contra la COVID-19. 4. Reactivar equipos de integración regional, municipal y local, para apoyo de las acciones previa y durante introducción de la vacuna. 5. Estandarizar información para envió a las Regiones Sanitarias (con igual mensaje). 6. Ampliar el equipo interinstitucional que apoyara a las regiones 7. Informar al personal de salud sobre las fases de la vacuna. 8. Concienciar a todo el recurso humano de la secretaria de salud y del Instituto Hondureño de seguridad social, sobre el deber y responsabilidad de 	Febrero 2021- diciembre de 2021 fecha tentativa	<p>Nivel central, regional, municipal y local</p> <p>Equipo de Integración regional/nivel municipal y local.</p>

	<p>vacunarse.</p> <p>9. Comunicar a través de la campaña interna a nivel nacional, el objetivo de vacunar a esta población en su primera fase.</p> <p>10. Informar a los trabajadores de la salud a través de la campaña interna a nivel nacional sobre la importancia de vacunarse.</p> <p>11. Elaborar mensajes, comunicados boletines en donde haga mención o se enfatice que la vacuna en su primer lote se dirigirá a tres Regiones Sanitarias priorizadas RMDC, RMSPS, y Cortés, por epicentro de la pandemia.</p> <p>12. Todas las regionales informadas y con material difundido</p>		
--	--	--	--

II. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN DE PRENSA

Es la sensibilización y operativización de movilización social en apoyo al abordaje de las acciones, puesto que su objetivo es concienciar al público sobre la vacuna contra la COVID-19, tratándose de un conjunto de acciones y actividades que se realizan para influir en el cambio de comportamiento en la población.

Fase 2: Sensibilización y comunicación de riesgo

Objetivos específicos	Actividades	Período	Responsables
<p>2. Operativizar procesos de movilización social en apoyo a las acciones en el abordaje de la vacuna contra la COVID-19, a través de un plan nacional de comunicación estratégica a nivel regional, municipal y</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Elaborar planes operativos de promoción de la salud -Diseñar el material de comunicación. - Realizar validación técnica del material de comunicación. -Realizar validación de campo del 	<p>IV trimestre 2020 y I semestre 2021</p>	<p>UCS, UCI. IHSS</p> <p>Comité Nacional</p> <p>USC y UCI, nivel central</p>

local.	material de comunicación -Distribución del material de comunicación a las 20 Regiones Sanitarias.		PAI
3. Fortalecer las capacidades del personal de salud, agentes comunitarios y aliados estratégicos, sobre los procesos del plan de comunicación estratégica, para la vacunación contra la COVID-19.	-Capacitación a la prensa sobre la vacuna contra la COVID-19. -Socialización del plan con aliados estratégicos. -Capacitaciones al personal de salud	IV trimestre 2020 y I trimestre 2021	Regiones Sanitarias

III. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE PRENSA

Esta estrategia es fundamental para la difusión de información relevante y objetiva, se elaboran plan operativo para la implementación de las acciones, comunicados, notas de prensa, conferencias de prensa como estrategia de difusión, se identifican los voceros oficiales, se gestionan espacios en medios de comunicación para realizar comparecencias.

Objetivos específicos	Actividades	Período	Responsables
4. Divulgar información a la población sobre la vacunación contra la COVID-19, a través de los diferentes canales de comunicación.	-Elaboración de plan de medios y plan operativo.	Junio - Diciembre 2021	UCI/NC, regionales.
	-Conformación y funcionamiento de comité de comunicación estratégica, a fin de generar confianza sobre la seguridad de la vacuna y responder a información errónea ante situaciones de crisis.	Permanente	<u>Comité</u> Secretaría de Estrategia y comunicación del Gobierno, Secretaría de salud, Consejo Consultivo de Inmunizaciones. OPS, UNICEF, IHSS, USAID/GLH y miembros del subgrupo de comunicación social
	-Identificación de voceros oficiales para que brinden información sobre la		SESAL, OPS/OMS, IHSS, UNICEF, CCNI Regiones

	vacunación contra la COVID-19.		Sanitarias nivel municipal y local
	-Elaboración y envío de resumen ejecutivo.	Antes , durante la vacuna	PAI UCI/NC UCS, regionales
	-Elaboración de comunicados y notas de prensa, texto comunicacionales que se envía a periodistas con la intención de que estos publiquen las novedades de la empresa en la prensa.	De manera periódica	UCI/NC UCS, regionales
	-Gestionar espacios para comparecencias en los medios de comunicación.	Semanal	UCS/NC, regionales
	-Realizar conferencias de prensa	Semanal o cada 15 días	UCI/NC UCS, regionales
	-Conferencias de prensa cada 15 días en diferentes temática relacionada con la vacuna contra la covid-19.	Semanal o cada 15 días	
	-Comparecencias en los diferentes medios de comunicación sobre la vacuna, la Ley la compra, la cámara fría...	-De manera periódica y cada vez que se presente participación negativa sobre la vacuna o temas relacionados	Pendiente definir
	-Espacias a gestionar de manera mensual para participación de expertos en el tema de 2 recursos por instancia	Mensual	SESAL, OPS/OMS, IHSS, CCNI.

Fase 3: Sostenibilidad del Plan de Comunicación Estratégica para la vacunación contra la Covid-19.

Objetivo	Actividad	Período	Responsable
----------	-----------	---------	-------------

5. Identificar las barreras encontradas en el plan a través del monitoreo.	Monitoreo de avances de la implementación del plan	Junio, julio, agosto	Equipo nacional y regional
6. Evaluar la implementación del plan de comunicación estratégica.	Elaboración de instrumento de evaluación. Evaluaciones periódicas a las Regiones Sanitarias	Agosto 2020	
	Actualización del plan	Septiembre- Diciembre 2021	

XI. Responsables por nivel

Unidades e instituciones responsables de la gestión del Plan en todos los niveles

Nivel Central	Nivel Regional	Nivel Red/municipio	Nivel Local
-Unidad de Comunicación Social -Unidad de Comunicación Institucional -Programa Ampliado de Inmunizaciones -Departamento de Servicios del Primer Nivel de Atención -Unidad de Vigilancia de la Salud - IHSS -OPS/OMS -UNICEF	-Unidad de Comunicación Social -Jefe Región Sanitaria -Jefe Departamento de RISS Enlace de PAI,	-Promotores - Educadores	-Equipos de Salud Familiar -Guías de familia -Voluntarios de salud -Líderes comunitarios

XII. Monitoreo y Evaluación

Parte esencial del Plan Nacional de Comunicación Estratégica de introducción de la vacuna Contra la COVID-19, consiste en el establecimiento de mecanismos para el seguimiento y desarrollo de los objetivos de comunicación, así como la evaluación de su implementación mediante una serie de indicadores que midan los resultados.

El seguimiento o monitoreo debe efectuarse de forma continua a lo largo del desarrollo del plan, ya que nos permite controlar y medir en tiempo real la evolución de las estrategias con el fin de corregir el proceso.

Para la medición del desarrollo de este proceso se elaborará una guía de implementación la cual contendrá los indicadores y medios de verificación.

XIII. Anexos

En este apartado de anexos solo material educativo y plan de medios será para sus dos fases, el resto como: cuña de radio, spot de tv. Perifoneo y plan de implementación están como referencia en su primera fase para empresa consultora entendiéndose que segunda fase la empresa contratada elaborará.

1. Material de comunicación en su primera y segunda fase
2. Plan de medios en su primera y segunda fase
3. Guión cuña de radio primera fase, segunda fase la empresa consultora elaborará
4. Guión spot de tv.
5. Guión de perifoneo
6. Propuestas de referencia
7. Cuestionario para encuesta de conocimiento de la población sobre la vacuna contra la COVID-19.
8. Guía del plan de implementación primera y segunda fase, una vez diseñadas las piezas de comunicación por la empresa consultora.

Anexo No.- 1 Cuadro de distribución de material de comunicación primera fase

Nº.	Regiones Sanitarias	Afiche de introducción de la vacuna acuerdo a las fases de los grupos a vacunar.	Banner inaugural	Banner araña	CD. cuña de radio	CD Spot TV.	CD. Perifoneo	Boletín informativo sobre seguridad vacunación de COVID-19	
1	Atlántida								
2	Colón								
3	Comayagua								
4	Copán								
5	Cortés								
6	Choluteca								
7	El Paraíso								
8	Fco. Morazán								
9	Gracias a Dios								
10	Intibucá								
11	Islas de la Bahía								
12	La Paz								
13	Lempira								
14	Ocotepeque								
15	Olancho								
16	Santa Bárbara								
17	Valle								
18	Yoro								
19	Metropolitana D.C.								
20	Metropolitana S.P.S.								
21	Nivel Central								
22	IHSS								
TOTAL									

Anexo N0. 2.- Plan de Medios con cobertura nacional

Introducción de vacuna contra la COVID-19

Medio	Horario	# de Spot diarios	# de spot por mes
HCH	L a V matutino	1 Presencia de marca en pantalla	23
HCH Radio	L a D	8	240
América Multimedios	L a D Diferentes horarios	44	1176
Emisoras Unidas	L a D Diferentes horarios	27	591
Power FM cobertura a nivel nacional	L a D Diferentes horarios	8	208
Televiscentro (TVC)		2	27

Medios	Programa	Spot diario
América multimedios		
Radio América	Noticiero el minuto	1
"	Diario del aire	1
"	Deporte al instante	1
"	<i>Noticias radio américa</i>	1
"	<i>Expreso informativo</i>	1
"	<i>Noticias estelar</i>	1
Ultra FM	Cambio comercial	6
Radio súper 100	Cambio comercial	6
Radio san Pedro	Programación variada	6
Stereo Ceiba	Programación variada	6
Radio Valle	Programación variada	6
Total spot diarios		44
Emisoras Unidas	Programa	Diarios
HRN	Diario Matutino e informativo	1
HRN	Consultorio del Aire	1
HRN	Cambios rotativos	3
-Radio Satélite	Programación variada	7

-Rock ´n pop	Programación variada	7
-Radio Choluteca	Programación variada	7
Total spot diarios		27
AUDIO SISTEMA (POWER FM)	PROGRAMA	DIARIOS
Musicales	Programación variada música cobertura a nivel nacional	7 + 1 de bonificación
		208

Comunicaciones del Atlántico Radio Patio*	Vivencias Inolvidables	06:00 a 08:00 am	1	20
	Revista musical	8:00 a 11:00 A.M	1	20
	Radio deportiva	11:00 a 12:00 M	1	20
	diario del medio día	12:00 a 02:00 M	1	20
	Rancheras del primo Arlen	2:00 a 03:00 PM.	1	20
	Les invito a recordar	3:00 a 05:00 PM.	1	20
	zona retro	5:00 a 7:00 PM.	1	20
	For the good times	7:00 a 9:00 PM	1	20
				240
<u>Stereo 92</u>	Babando,	8:00 a 11:00 am	1	32
	El Enlace	11:00 a 2:00 am	1	32
	La chispeadera	2:00 a 5:00 pm	1	32
	La jaula de los buitres	5:00 a 8:00 pm	1	24
				360 spot mensual
Santa Bárbara multimedios *	Santa Bárbara visión canal 25	Todo el día L a V	2 + 4	66+ 132 bonificación
	Radio Santa Bárbara	L a V	4 + 8	132 + 264
	Radio Ondas de Ulúa	L a V	4+ 8	132 + 264

	Radio Luna	L a V	4+ 8	132 + 264
Total				Spot 1386
Canal 6	Matutino	L a V 6:00 a 7:00 am	1 spot 1 mención	126
	Meridiano	L a V 12: 00 a 1:00	1spot 1 mención	126
	Estelar	L a V 6:00 a 8:00 pm	1spot 1mención Cintillo Logo	126 126 126 126

*Estos precios están actualizados hasta el mes de septiembre de 2020, los cuales pueden sufrir modificaciones de acuerdo al cambio del dólar.

* Estas regiones se tomó como referencia para contar con un costo de pauta a nivel local

Anexo N0.- 3

Guión spot de radio /primera fase propuesta de referencia empresa consultora

Campaña de comunicación social para la introducción de la Vacuna contra la COVID-19 en Honduras.

TEMA	Vacuna contra la COVID-19
DURACIÓN	30 SEGUNDOS
GÉNERO	RADIAL

Honduras ya cuenta con la vacuna contra la Covid-19 y el personal de Salud, adultos mayores, personas con enfermedades de base y trabajadores esenciales deben vacunarse.

El Coronavirus afecta las vías respiratorias, para prevenirlo debes vacunarte, usar correctamente la mascarilla, lavarte las manos con agua y jabón o utilizar gel a base de alcohol.

¡Prevenamos el contagio de la COVID-19, vacunémonos!

Asiste al establecimiento de salud más cercano y guarda el distanciamiento físico.

La vacunación es gratuita

“Por nuestras familias, vacunemos hoy”

**Secretaría de Salud
Gobierno de la República**

Anexo.-4

GUIÓN DE SPOT TV /primera fase propuesta de referencia empresa consultora


GUIÓN DE SPOT TELEVISIVO (STORY BOARD)

VACUNA CONTRA LA COVID-19

TEMA **Campaña de comunicación social para la introducción de la Vacuna
contra la COVID-19 en Honduras.**

DURACIÓN 30 Segundos

GÉNERO Televisivo

VIDEO	TEXTO	TIEMPO
	Honduras ya cuenta con la vacuna contra la Covid-19 y el personal de Salud, adultos mayores, personas con enfermedades de base y trabajadores de salud deben vacunarse.	5"



shutterstock.com • 1307188546

La COVID-19 es una enfermedad que afecta las vías respiratorias y para prevenirlo debes vacunarte, usar mascarilla, lavarte las manos con agua y jabón o utilizar gel a base de alcohol.

5"



Texto Prevenamos el contagio de la COVID-19, vacunémonos!



Asiste al establecimiento de salud más cercano y guarda el distanciamiento físico.



La vacunación es gratuita

“Por nuestras familias, vacunemos hoy”

<p>FADE OUT</p> 	<p>SECRETARIA DE SALUD GOBIERNO DE LA REPUBLICA</p>	<p>5”</p>
--	---	-----------

Anexo.-5

Texto de perifoneo /Primera fase propuesta de referencia empresa consultora.

Guión de perifoneo móvil o fijo

Atención mucha atención, prevengamos el contagio de la COVID-19, a los habitantes de esta comunidad se les informa que la Secretaría de Salud está vacunando a los adultos mayores, enfermos crónicos y trabajadores esenciales (Personal de salud, policía nacional, ejército, bomberos y otros cuerpos de socorro).

El Coronavirus afecta las vías respiratorias y para prevenirlo debes vacunarte, usar mascarilla, lavarte las manos con agua y jabón o utilizar gel a base de alcohol.

¡Prevengamos el contagio de la COVID-19, vacunémonos!

Asiste al establecimiento de salud más cercano y guarda el distanciamiento físico.

La vacunación es gratuita

“Por nuestras familias, vacunemos hoy”

**TE INVITA EL PERSONAL DEL ESTABLECIMIENTO DE SALUD DE TU
COMUNIDAD**

Anexo N0. 6 Propuestas diseño de referencia

Banner de la campaña de comunicación interna



Banner reacciones adversas/ agregar versión final



Piezas de comunicación para redes Sociales (4)





Anexo N0. 7

Guía de implementación del plan pendiente ya que la empresa consultora elaborará

Anexo N0. 8 Cuestionario conocimientos de la población meta sobre la vacuna contra la COVID-19



Cuestionario conocimientos de la población meta sobre la vacuna contra la COVID-19

La Secretaría de Salud está realizando una encuesta para introducir la vacuna contra la COVID-19 la cual tiene como objetivo recolectar el conocimiento de la población meta sobre esta vacuna y explorar sus preferencias para recibir información identificando los medios de comunicación de su elección sobre estos servicios de vacunación.

Deseamos nos brinde unos minutos de su tiempo para responder a las siguientes preguntas, por lo que le solicitamos su autorización. **Todo lo que aquí se le pregunta es estrictamente confidencial por tal motivo no se le pide identificación.**

Estas preguntas solo pueden ser contestadas por personas mayores de 18 años

A.- Datos Generales

1. No. de encuesta: _____

2. Departamento: _____

3. Municipio: _____

4. Comunidad: _____ Urbana _____ Rural _____

5. Establecimiento de Salud al que asiste o trabaja: _____

6. Edad: _____ Sexo: Hombre: _____ Mujer: _____

7. Ocupación/ escolaridad _____

B.- Conocimiento de la vacuna

8. ¿Tiene algún conocimiento sobre la vacuna contra la COVID-19?

Sí No

9. ¿Considera que las vacunas son seguras y no causan ningún daño a la salud?

a) Si b) No c) No sabe /no responde

10. ¿Usted cree que las vacunas son efectivas para evitar enfermedades?

a) Si b) No c) No sabe /no responde

11. ¿Sabía usted que las vacunas son totalmente gratuitas en el sistema público?

Si b) No c) No sabe /no

12. Seleccione algunos grupos que usted considere que deberían de recibir primero la vacuna contra la Covid-19.

Adultos mayores	<input type="checkbox"/>	Personal de Salud	<input type="checkbox"/>
Personas con enfermedades crónicas	<input type="checkbox"/>	Personal del ejército y policía nacional	<input type="checkbox"/>
embarazadas	<input type="checkbox"/>	Cuerpos de Socorro	<input type="checkbox"/>
Niños menores de 5 años	<input type="checkbox"/>		

13. ¿Considera usted que vacunarse contra la COVID-19 es lo correcto?

a) Si b) No c) No sabe /no responde

14. ¿Usted piensa que la vacunación le protegerá contra la COVID-19?

a) Si b) No c) No sabe /no responde

15. ¿Considera que vacunándose usted o un familiar se previene la propagación de la COVID-19 en su comunidad?

a) Si b) No c) No sabe /no responde

16. ¿Si una vacuna para la COVID-19 está disponible y se la recomiendan, ¿Ud. se vacunaría?

a) Si b) No c) No sabe /no responde

17. ¿Si usted tuvo COVID-19, se pondría la vacuna si estuviera disponible?

a) Si b) No c) No sabe /no responde

18. ¿Además de la vacuna contra COVID -19, cree Ud. que todos deberían vacunarse de acuerdo con el calendario (esquema) nacional de vacunación?

a) Si b) No c) No sabe /no responde

C.- Medios de preferencia

19. ¿En qué medios de comunicación le gustaría recibir información de la vacuna contra la COVID-19?

Televisión	<input type="checkbox"/>	Internet/Redes sociales	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	Especifique otros: _____	
Periódico	<input type="checkbox"/>		

20. ¿Si el medio de preferencia es la radio o televisión en que programa le gustaría recibir la información sobre la vacuna contra la COVID-19?

Noticias	<input type="checkbox"/>	Salud	<input type="checkbox"/>
Musicales	<input type="checkbox"/>	Deportes	<input type="checkbox"/>
Entretenimiento	<input type="checkbox"/>	Especifique otros: _____	
Programas religiosos	<input type="checkbox"/>		

21. ¿Si las redes sociales son de su preferencia, ¿en cuál le gustaría ver información de la vacuna contra la? COVID-19

Facebook	<input type="checkbox"/>	YouTube	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>	Twitter	<input type="checkbox"/>
WhatsApp	<input type="checkbox"/>	Página web de la SESAL	<input type="checkbox"/>

22. ¿A través de quien le gustaria recibir información de la vacuna contra la COVID-19?

Personal de Salud	<input type="checkbox"/>	Líderes religiosos	<input type="checkbox"/>
Maestros	<input type="checkbox"/>	Líderes comunitarios	<input type="checkbox"/>
Voluntarios de Salud	<input type="checkbox"/>	Especifique otros: _____	
Vecinos (as)	<input type="checkbox"/>		

22 ¿A través de que material promocional le gustaría recibir información de la vacuna de COVID 19?

Afiches	<input type="checkbox"/>	Murales	<input type="checkbox"/>	
Hojas volantes	<input type="checkbox"/>	Recibos públicos	<input type="checkbox"/>	
Mantas cruza calles	<input type="checkbox"/>	Especifique		otros:
Vallas publicitarias	<input type="checkbox"/>	_____		

23 ¿En qué lugares públicos le gustaría ver información sobre la vacuna contra la COVID-19?

Establecimientos de Salud	<input type="checkbox"/>	Pulperías	<input type="checkbox"/>
Centros educativos	<input type="checkbox"/>	Supermercados	<input type="checkbox"/>
Iglesias	<input type="checkbox"/>	En la calle	<input type="checkbox"/>
Centros deportivos	<input type="checkbox"/>	Restaurantes/hoteles	<input type="checkbox"/>
Lugar de trabajo	<input type="checkbox"/>	Especifique otros: _____	

Agradecemos su tiempo e información, la cual será de mucha ayuda.

