

Fomente la visibilidad y capte promotores



Como promotores de salud (CHW), desempeña un papel fundamental en la promoción de la salud y el bienestar de su comunidad. Su trabajo ha aumentado de manera efectiva el acceso a la atención médica y otros recursos vitales, mejorado los resultados en materia de salud, reducido los costos de la atención y mucho más. Estos resultados lo convierten en un colaborador muy valioso para su comunidad.

Es posible que los líderes de las organizaciones y los profesionales de atención médica no estén muy familiarizados con el impacto positivo de los promotores de salud en la salud pública. Dichos líderes y profesionales pueden ser una importante voz de apoyo para promover los programas de los CHW. Estos son algunos de los pasos que puede seguir para difundir su mensaje y dar a conocer los importantes servicios que proporciona a su comunidad.

PASO 1

Identifique a posibles promotores

Piense en las personas a las que beneficia con sus servicios y que pueden usar su posición para promover su labor. Estas pueden ser las siguientes:

- Organizaciones de salud locales, estatales y públicas.
- Administradores y directores del sistema de atención médica Personal de primera línea (médicos, enfermeros, técnicos en emergencias médicas [emergency medical technician, EMT], trabajadores sociales, etc.)
- Organizaciones comunitarias y sin ánimo de lucro
- Compañías de seguros
- Líderes comunitarios y grupos de interés

Recuerde que hablar con el personal de apoyo puede ser una excelente manera de obtener la atención de los responsables de la toma de decisiones.

El embudo de la promoción

Es importante identificar en qué parte del embudo de la promoción se encuentran los posibles líderes. Esto lo ayudará a transmitir el mensaje correcto e impulsarlos hacia un rol de liderazgo. Recuerde que el objetivo de la promoción es crear conciencia y educar a los líderes, no intentar influir en sus decisiones.

1. Desconocimiento

Ayude a los líderes a comprender quiénes son los CHW y qué hacen.

2. Conocimiento

Enseñe a los líderes los beneficios de trabajar con los CHW.

3. Interés

Brinde a los líderes más información sobre los CHW.

4. Participación

Mencione a los líderes que pueden trabajar con CHW locales.

5. Influencia

Ayude a los líderes a demostrar de manera activa su apoyo a los CHW.

6. Influencia

Pida a los líderes que compartan sus comentarios e ideas para la promoción de los CHW.



PASO 2

Demuestre su influencia positiva

Comparta historias de éxito

No hay mejores voces para hablar de la influencia positiva de los promotores de salud que aquellas a las que ha servido. Las historias de los clientes pueden ser una forma emotiva de compartir cómo los CHW están ayudando a crear comunidades más sanas, especialmente con los líderes de las organizaciones y los profesionales de atención médica.

Esto es lo que puede hacer:

- Recopile y comparta las historias de éxito y experiencias únicas de sus clientes.
- Pida a sus clientes que compartan sus experiencias positivas de la siguiente manera:
 - Participando en un panel
 - Hablando en una conferencia de salud, el ayuntamiento o una reunión del consejo
 - Reuniéndose de forma individual con los líderes del sistema de salud

Destaque de forma clara el return on investment (retorno de la inversión, ROI)

A los sistemas de salud y otros directivos les encanta ver cifras y datos que demuestren los resultados. Si bien puede ser difícil medir y registrar gran parte del trabajo de los CHW, es importante reunir estos datos para su promoción y financiación.

Esto es lo que puede investigar en su comunidad:

- Una disminución en la cantidad de visitas a la sala de emergencias
- Un aumento en el acceso a la atención médica
- Un aumento en la utilización de servicios de salud y recursos comunitarios
- Un aumento en los resultados en materia de salud, como la recuperación de enfermedades crónicas
- Un aumento en los índices de vacunación

Estos son algunos ejemplos de investigaciones que muestran cifras claras:

Programa Penn Medicine IMPaCT

<https://www.pennmedicine.org/news/news-releases/2020/february/penns-community-health-worker-program-yields-247-for-every-1-invested-annually-by-medicaid>

Con la intervención de los promotores de salud, el programa Penn Medicine IMPaCT tiene como objetivo abordar las necesidades de las comunidades desatendidas, como la vivienda y la inseguridad alimentaria. A partir de un ensayo controlado aleatorizado de 302 clientes, descubrieron que el programa de CHW producía un ROI de 2.47 dólares por cada dólar gastado, es decir, **una reducción del 38 % en los costos de la atención médica.**

Programa Molina Healthcare CHW

https://www.orchwa.org/resources/Documents/CHW_New-Mexico-Case-Study-Issue-Brief.pdf

Molina Healthcare de New Mexico implementó un programa de CHW en apoyo a los clientes con necesidades sociales y sanitarias complejas. Las personas a las que ayuda el programa generan aproximadamente el 50 % de todos los costos de atención médica, a pesar de ser solo el 5 % de la población de clientes. Tras probar el programa durante seis meses, calcularon que **por cada dólar invertido ahorran 4.**

PASO 3

Organice la información

Los líderes de las organizaciones y los profesionales de atención médica valoran que la información útil se presente de forma clara y concisa. Puede tener el mayor impacto adaptando su mensaje al momento. Estas son algunas opciones de presentación:

Cree una presentación de PowerPoint

Cree una presentación de PowerPoint. Las presentaciones de PowerPoint son una excelente manera de organizar las ideas y difundir el mensaje sobre los promotores de salud y su impacto. También es una forma fácil de transmitir su mensaje en persona, por correo electrónico o como herramienta para que los promotores la envíen a niveles superiores. **Utilice la presentación de PowerPoint incluida en esta guía práctica y no dude en personalizarla si lo desea.**

Cree un discurso de presentación

No siempre resulta sencillo tener la oportunidad para presentar su mensaje. A veces, solo necesita abrirse paso. Piense en lo más importante que quiere transmitir y redúzcalo a un discurso conciso que pueda pronunciar en un minuto.

*Sea consciente de los datos que recopila y compruebe si necesita una autorización escrita de la HIPAA (Health Insurance Portability and Accountability Act).

Escriba un estudio de caso

Dado que los promotores de salud trabajan en estrecha colaboración con sus clientes, un estudio de caso es también una forma eficaz de detallar y hacer un seguimiento de sus historias de éxito. Puede ser emotivo e incluir datos concretos que haya recopilado.

El siguiente es el esquema básico de un estudio de caso:

- Origen e introducción
- Problema
- Contexto y detalles de la comunidad
- Rol de apoyo de los CHW
- Desafíos
- Resultados y logros
- Conclusiones y lecciones aprendidas

Escanee este código para obtener más información sobre cómo escribir un estudio de caso y ver ejemplos.



PASO 4

Busque oportunidades

Ahora que todo está listo y que se siente seguro de su mensaje, es hora de encontrar oportunidades para transmitirlo. Piense en las mejores formas de llegar a los posibles promotores que ha identificado.

Esto es lo que puede hacer:

- Solicite reuniones individuales.
- Preséntese en reuniones comunitarias o del consejo.
- Participe en seminarios y eventos comunitarios relacionados con la salud.
- Colabore con organizaciones comunitarias y sanitarias.
- Únase a organizaciones centradas en el acceso a la atención médica, la salud comunitaria y los problemas de la fuerza laboral de salud pública.

Acepte cualquier oportunidad para difundir su mensaje. Los posibles promotores de Wisconsin necesitan escucharlo y conocer sobre el impacto positivo que genera como promotores de salud. Por lo tanto, debe alzar su voz.