

MCP – ES

Mecanismo de Coordinación de País El Salvador
de lucha contra el VIH Sida, tuberculosis y malaria

Estrategia de Comunicaciones 2014-2018

NOVIEMBRE 2013

**Este documento se elaboró bajo la gestión de los Miembros del MCP-ES.
Periodo 2013-2016**

Sector	Organización	Miembros
ONG's Nacionales e Internacionales	Asociación Salvadoreña de Derechos Humanos "Entre Amigos"	Sr. William Vladimir Hernández
	Movimiento Estudiantil Cristiano MEC	Lic. Omar García
	Fundación Huellas	Dr. Luis Estrada
	Asociación PASMO	Lcda. Susan Padilla Calderón
	FUNDASIDA	Lic. Francisco Ortiz
	Fundación Intervida	Dr. Daniel Soriano
Gobierno	Ministerio de Salud	Dra. Ana Isabel Nieto
	Sanidad Militar	Cnel. José Agatón Perdomo Navarrete
	Ministerio de Educación	Lcda. Marily Ávila
Personas Afectadas por VIH y TB	ICW Capitulo El Salvador	Lcda. María Guadalupe de Castaneda
	Asociación Nacional de Personas Positivas Vida Nueva	Lic. José Eduardo Vásquez
	Red Centroamericana de Personas con VIH REDCA+	Lic. Otoniel Ramírez Hernández
Poblaciones Claves TS, HSH y Trans	Asociación de Mujeres Flor de Piedra	Sra. Silvia Teresa Vidal
	Movimiento de Mujeres Orquídeas del Mar	Sra. María Consuelo Raymundo
	Asociación Solidaria para impulsar el desarrollo humano ASPIDH-Arco Iris Trans	Edwin Alberto Hernández Aguilar
	Asociación Colectivo Alejandría El Salvador	Sra. Karla Alejandra Solís Guevara
Academia	IEPROES	Lcda. Virginia Aguilar de Cruz
	Universidad Evangélica	Dra. Concepción Herrera Rebollo
Privado	Asociación de Administradores de Recursos Humanos de El Salvador	Lcda. Yanira Olivo de Rodríguez
Cooperación	ONUSIDA	Dr. Herbert Betancourt
	OPS-OMS	Dr. Miguel Aragón
Organizaciones Basadas en la Fe	Asociación Cristiana de Desarrollo integral comunitario El Renuevo	Lcda. Verónica Jeannette Escalante Quintanilla
	CONTRASIDA	Dra. María Virginia Annel

Miembros del Comité Ejecutivo 2013-2016

Cargo	Nombre	Institución
Presidente	Sr. William Hernández	Asociación Salvadoreña de Derechos Humanos "Entre Amigos"
Vicepresidenta	Lcda. Yanira de Rodríguez	Asociación de Administradores de Recursos Humanos de El Salvador
Secretario	Lic. Omar García	Movimiento Estudiantil Cristiano MEC
Directora Ejecutiva	Lcda. Marta Alicia de Magaña	MCP-ES

Miembros del Comité de Comunicaciones 2013-2014

Nombre	Institución	Sector
Lcda. Guadalupe de Castaneda	ICW Capitulo El Salvador	Personas Afectadas por VIH y TB
Sra. Karla Alejandra Solís	Colectivo Alejandría	Poblaciones Clave
Lcda. Claudia Solórzano	Ministerio de Salud	Gobierno
Lic. Luis Martínez	Atlacatl Vivo+	Personas Afectadas por VIH y TB
Rvda. Verónica Escalante	Asociación Cristiana de Desarrollo integral comunitario El Renuevo	Organizaciones Basadas en la Fe
Lic. Francisco Ortiz	FUNDASIDA	ONG's Nacionales
Sr. William Hernández	Asociación Salvadoreña de Derechos Humanos "Entre Amigos"	ONG's Nacionales
Lcda. Marta Alicia de Magaña	MCP-ES	MCP-ES

Se contó con los aportes de:

Lcda. Guadalupe de Castaneda	ICW Capitulo El Salvador	Personas Afectadas por VIH y TB
Lic. José Eduardo Vásquez	Asociación Nacional de Personas Positivas Vida Nueva	Personas Afectadas por VIH y TB
Sra. Silvia Vidal	Asociación de Mujeres Flor de Piedra	Poblaciones Claves TS, HSH y Trans
Sra. Karla Guevara	Asociación Colectivo Alejandría El Salvador	Poblaciones Claves TS, HSH y Trans
Sra. Consuelo Raymundo	Movimiento de Mujeres Orquídeas del Mar	Poblaciones Claves TS, HSH y Trans
Lic. Francisco Ortiz	FUNDASIDA	ONG's Nacionales
Lcda. Susan Padilla	Asociación PASMO	ONG's Internacionales
Dr. Daniel Soriano	Fundación Intervida	ONG's Internacionales
Dra. Concepción Herrera Rebollo	Universidad Evangélica	Academia
Lic. Virginia de Cruz	IEPROES	Academia
Dra. Guadalupe Flores	Ministerio de Salud	Gobierno
Lic. Isabel Mendoza	Ministerio de Salud	Gobierno
Rvda. Verónica Escalante	Asociación Cristiana de Desarrollo integral comunitario El Renuevo	Organizaciones Basadas en la Fe

Dirección Técnica

Lcda. Marta Alicia de Magaña –Directora Ejecutiva MCP-ES

Consultora

Lcda. Norma de Escobar

Con el Apoyo Financiero de

GIZ- Iniciativa Backup

Fondo Mundial

CONTENIDO

1. Introducción	5
2. Sectores del MCP-ES	6
3. Organigrama del MCP-ES	7
4. Comité de Comunicaciones	8
4.1. La comunicación en el MCP-ES	
4.2. La Transparencia del MCP-ES	9
4.3. La Visibilidad del MCP-ES	10
5. Metodología	11
6. Objetivos	12
7. Públicos de Interés	13
8. Canales de Comunicación	15
9. Estrategias de Comunicación	16
10. Mensajes	18
11. Sistema de Indicadores	20
12. Plan de Trabajo de Comunicaciones	22
13. Presupuesto	23
14. Anexos	24
15. Siglas y Acrónimos	28

1. INTRODUCCIÓN

Fondo Mundial (FM), es la Fundación sin fines de lucro establecida a instancias del Secretario General de Naciones Unidas en 1999 y creada en enero 2002, bajo las leyes de Suiza y con sede en Ginebra, cuyo objetivo es “atraer, gestionar y asignar recursos adicionales a través de una nueva alianza público-privada que contribuya a reducir, de forma sostenible y significativa, las infecciones, las enfermedades y las muertes y, de ese modo, atenuar las repercusiones del VIH/SIDA, la tuberculosis y la malaria en los países necesitados, y ayudar a reducir la pobreza, en el marco de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)”.

El Mecanismo Coordinador de País (MCP-ES) Es la instancia colegiada, de composición multisectorial público-privado, responsable de coordinar los esfuerzos conjuntos en materia de financiamiento del Fondo Mundial u otra instancia financiadora en el tema de VIH/Sida, tuberculosis y malaria. El MCP-ES garantiza el uso eficiente, equitativo y transparente de los recursos asignados, busca otros recursos, y promueve una amplia participación de los diversos sectores de la población salvadoreña, a fin de incidir en la reducción del VIH/Sida, tuberculosis y malaria, y del ambiente de discriminación y estigmatización causado por estas epidemias

Este documento presenta el esfuerzo para la comunicación de MCP-ES para el periodo 2014-2018 y tiene como propósito facilitar un marco de trabajo que le permita una buena proyección institucional ante sus públicos de interés, con el fin de incrementar y fortalecer la respuesta de país para la lucha contra el VIH, Tuberculosis y Malaria y servir de guía para la inducción y orientación de los miembros y personal técnico del MCP-ES.

Describe los sectores representados en el MCP-ES, incluye el organigrama del Mecanismo, las funciones del Comité de Comunicaciones y de acuerdo con los Estatutos se definen las disposiciones a implementar para asegurar una excelente comunicación con todas sus contrapartes. Así como también la metodología utilizada en la elaboración de la estrategia; contiene los objetivos generales y específicos, públicos metas, canales de comunicación, mensajes para los públicos metas, estrategias y los procesos para su implementación, el sistema de indicadores definido, un cronograma y presupuesto para el 2014-2015, finalmente la consolidación de los aportes de las mesas de trabajo.

2. SECTORES DEL MCP-ES

1. SECTOR GUBERNAMENTAL. Compuesto por instituciones y organismos del Estado, quienes a través de su quehacer institucional participan en forma directa e indirecta en el cumplimiento de la obligación del Estado, en garantizar la salud de las personas.

2. SECTOR DE LA EMPRESA PRIVADA. Compuesto por entidades mercantiles con responsabilidad social, las cuales aportan liderazgo y experiencia en el manejo de los procesos y ejecución de proyectos; son portavoces de las personas económicamente activas; colaborando con los programas de salud; aportando su experiencia y la infraestructura del sector privado para llegar a las comunidades afectadas.

3. SECTOR DE POBLACIONES CLAVE: TS, HSH y TRANS. Compuesto por organizaciones, redes y alianzas que representan a grupos de personas que se encuentran en condición de mayor vulnerabilidad a una o más de las enfermedades y representan las necesidades de estos grupos, aportando sus experiencias para ampliar el acceso a los servicios de estas poblaciones, promoviendo la sensibilización social, a través del respeto a la dignidad humana y la tolerancia.

4. SECTOR DE PERSONAS AFECTADAS CON EL VIH Y SIDA y LA TUBERCULOSIS. Compuesto por organizaciones de personas directamente afectadas por las enfermedades; por lo que representan las necesidades de estas personas, aportando sus experiencias para ampliar los servicios hacia las poblaciones de difícil acceso.

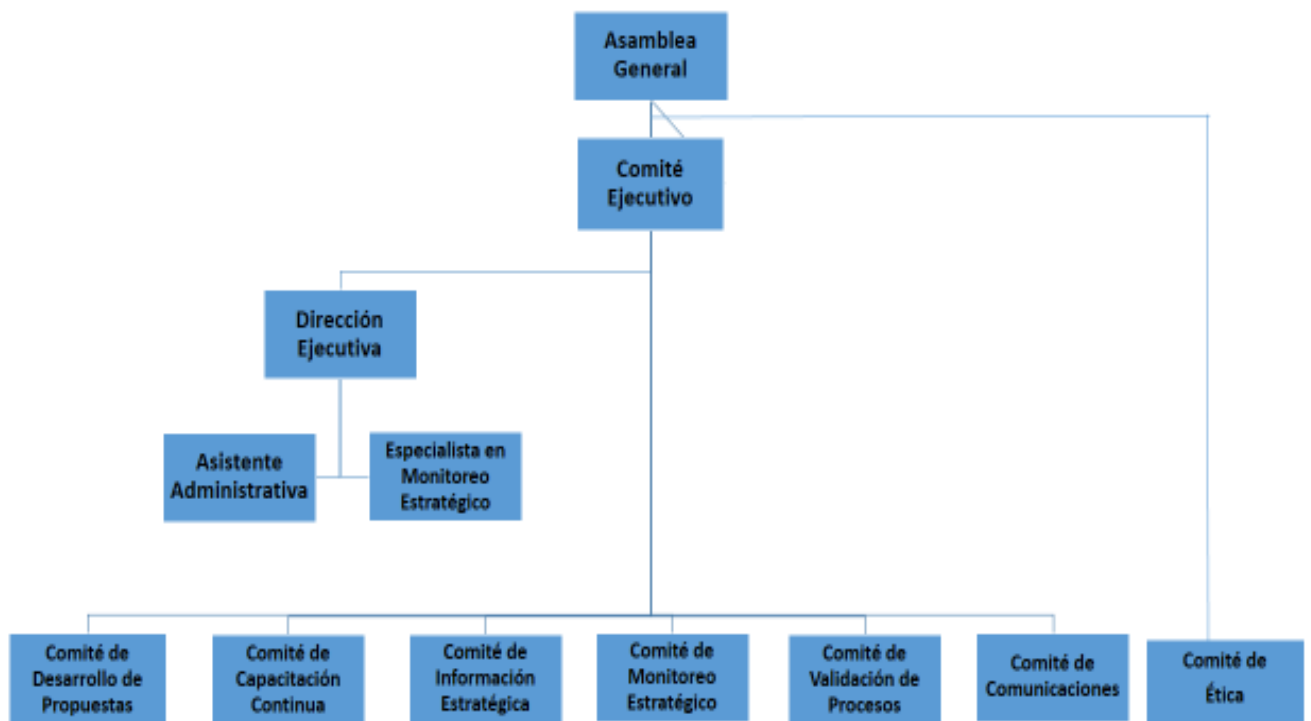
5. SECTOR DE ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES. Compuesto por organizaciones no gubernamentales Nacionales e Internacionales que trabajan en la lucha contra las enfermedades y sus soluciones. Representan a quienes conocen las necesidades de las poblaciones, tienen experiencia en la ejecución de proyectos, en la prestación de servicios y en programas de prevención y educación.

6. SECTOR ACADÉMICO. Compuesto por instituciones de educación superior, que aportan conocimientos sobre los determinantes epidémicos, sociales, políticos, culturales y de investigación, en la lucha contra las dos enfermedades, abordando de manera científica el conocimiento y comprobación del problema y su resolución. Forman parte de este sector las universidades, públicas y privadas y otras Instituciones de Educación Superior.

7. SECTOR DE ORGANIZACIONES BASADAS EN LA FE. Compuesto por organizaciones religiosas y basadas en la fe, desempeñando una labor esencial dentro de las comunidades afectadas por las enfermedades; proporcionando servicios fundamentales a las poblaciones. Tienen relación con autoridades nacionales y locales, para requerir la priorización de las necesidades.

8. SECTOR DE AGENCIAS DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL, BILATERALES o MULTILATERALES. Compuesto por instancias bilaterales o multilaterales de cooperación internacional, acreditadas en el país, que trabajan directa o indirectamente, en las respuestas nacionales de la lucha contra VIH y la TB, y quienes tienen vínculos con los actores de las mismas, aportando la asistencia técnica y financiera.

3. ORGANIGRAMA DEL MCP



4. COMITÉ DE COMUNICACIÓN DEL MCP-ES

Es el responsable del establecimiento de canales de comunicación dentro y fuera del MCP ES. Concretamente, el Comité de Comunicación, es responsable de:

- a. Elaborar y actualizar la estrategia, la política y el plan de comunicaciones para el MCP ES. La aprobación de estos es potestad de la Asamblea General
- b. Desarrollar materiales de comunicación (página web, boletín periódico, conferencias de prensa, Diálogos de País, etc.);
- c. Asegurar el respeto a las directrices del FM sobre la promoción, la transparencia y la comunicación de las actividades del MCP ES;
- d. Asegurar la preparación y formación de los miembros del Comité, en el tema de Comunicaciones., en coordinación con el Comité de Capacitación Continua.
- e. Organizar con los Coordinadores de los distintos Comités, la obtención de la información clave a ser divulgada.
- f. Garantizar junto con el Comité Ejecutivo, la obtención de recursos para la ejecución de su plan de trabajo.
- g. Elaborar y entregar de manera oportuna, al Comité Ejecutivo, un Plan de trabajo que incluya presupuesto, a efecto que se considere en los planes y presupuestos del MCP-ES del siguiente año.

Este comité deberá estar integrado por un mínimo de 3 miembros y un máximo de 5. En la conformación, se deberá tomar en cuenta que, al menos uno de ellos, sea No Miembro del MCP-ES. La Dirección Ejecutiva, es un miembro permanente del Comité, sin derecho a voto, en adición al número de miembros designado por el pleno.

4.1 La Comunicación en el MCP-ES

De acuerdo con sus Estatutos, y con el fin de apoyar la implementación de los proyectos de país, el MCP ES, establece las disposiciones que siguen a continuación para asegurar una excelente comunicación con todas sus contrapartes:

- a. El MCP ES está abierto a todos los actores a nivel nacional;
- b. Sus miembros deben realizar de forma regular, la celebración de reuniones con sus colegas del mismo sector, a fin de asegurar la expresión de opiniones representativas y de preocupaciones específicas de cara a las reuniones del pleno del MCP ES;
- c. El MCP ES asegurará la incorporación de todos los actores interesados en las cuestiones relativas al FM en El Salvador y la transparencia hacia el público en general de sus decisiones;

- d. El MCP ES garantizará la difusión de la Información sobre el FM en el país, así como la convocatoria de propuestas por el FM o decisiones adoptadas por el MCP ES que afectan la financiación de las enfermedades para las que el país pida subvención.

4.2 La transparencia del MCP-ES

La transparencia del MCP ES será demostrada fundamentalmente por sus actividades de comunicación.

El MCP ES enviará anualmente o cuando fuere necesario, a la Secretaría del FM, la lista actualizada de miembros y personas representantes, con apellidos y nombre, organización/institución, sector representado, cargo funcional, correo electrónico y postal, teléfono celular y de oficina, así como la fecha de ingreso al MCP-ES. La Dirección Ejecutiva asegurara que esta Información está disponible al público.

Los representantes, deberán cumplir con las siguientes consideraciones así:

- El representante deberá convocar a sus representados, al menos tres veces al año, a fin de compartir la sus representados información que se considere relevante en cuanto a su accionar en el MCP-ES, y obtener comentarios de sobre las actividades del MCP-ES, tales como las *reuniones multisectoriales*.
- El representante dará un informe, a las Autoridades de su institución, al menos una vez al año, sobre su gestión como miembro del MCP-ES, denominadas *reuniones de instancias políticas*.
- El representante, al menos dos veces al año, deberá compartir con sus representados, las Actas de Reuniones plenarias sostenidas por el Pleno del MCP-ES, que incluyen acuerdos para el seguimiento de la ejecución de los proyectos.
- El representante del MCP-ES, deberá preparar, al menos cuatro veces al año, boletines periódicos sobre las actividades del MCP-ES, y diseminarlos ampliamente entre sus representados.
- Se considerará que el miembro representa adecuadamente a su sector, si evidencia documentalmente, que ha sostenido al menos, diez actividades de comunicación.
- Se considerarán como evidencia de cumplimiento, los correos electrónicos, que incluyen comunicaciones directas del representante con su sector, así como el reenvío de información oficial, que el MCP-ES determine como de uso público en relación a los proyectos del FM.
- Para las actividades de comunicación, el representante contará con el apoyo de la Dirección Ejecutiva y del Comité de Comunicaciones del MCP ES.

- Será responsabilidad del representante contar con un directorio actualizado de sus representados y compartirlo con la Dirección Ejecutiva y con el Comité de
- comunicaciones, al menos una vez al año. Este directorio, deberá al menos contener:
Nombres y apellidos, organización/institución, cargo funcional, correo electrónico, dirección física, teléfono celular y de oficina.
- El representante del Sector, podrá indistintamente, realizar otras actividades de comunicación, incluidas reuniones, al interior de su sector, cada vez que lo estime conveniente y sin perjuicio a lo arriba regulado.

Conforme a las directivas del FM, los miembros del MCP ES deberán tener acceso a:

- Todos los documentos importantes del Fondo Mundial, incluyendo las directrices del Fondo Mundial y convocatorias de nuevas propuestas;
- Toda la correspondencia oficial del Fondo Mundial incluyendo comentarios sobre las propuestas presentadas por el MCP ES;
- Todos los documentos pertinentes relativos a la preparación de la propuesta para el Fondo Mundial, así como, la versión final enviada al Fondo Mundial;
- La lista completa y actualizada de los miembros del MCP con la información de contacto.

4.3 La visibilidad del MCP-ES en actividades y publicaciones financiadas con recursos del FM.

En todas las actividades financiadas con recursos del FM, realizadas por Receptores Principales, deberá asegurarse la participación de un representante del MCP-ES según sea el caso

En todas las publicaciones financiadas con recursos del FM, realizadas por Receptores Principales, Sub Receptores y Sub sub receptores del MCP-ES, deberá asegurarse la visibilidad del logo oficial del mecanismo, según sea el caso.

Los receptores Principales deberán respetar la línea gráfica del MCP-ES y la política de Branding.

5. METODOLOGÍA

La elaboración de la Estrategia de Comunicaciones del MCP-ES 2014-2018, se ha dividido en cinco partes, descritas a continuación:

- **Reuniones y Entrevistas:**
La primera parte consistió en reuniones y entrevistas con la Dirección Ejecutiva del MCP-ES, para ver los resultados obtenidos en la evaluación de la Estrategia de Comunicaciones 2010-2011, lo que nos permitió sustentar los aportes recibidos por los participantes en la evaluación, así como recopilar información significativa y relevante que nos fuera útil para la elaboración de la nueva estrategia.
- **Diseño de Herramientas para la Elaboración de Estrategia:**
En la segunda fase se diseñaron los formularios que serían la base de trabajo para los participantes en la elaboración de la estrategia de Comunicaciones 2014-2018.
- **Taller de Trabajo:**
Se realizó taller participativo con los miembros del MCP-ES y otros actores relevantes, en el cual se formaron tres mesas donde todas y todos los asistentes trabajaron, dieron aportes individuales que luego consensuaron, acto seguido se presentaron en plenaria las posiciones de cada mesa para la toma de decisión final del contenido de la estrategia.
- **Resultados:**
Durante el taller se determinaron los objetivos Generales y específicos, los públicos de interés, los mensajes para cada público meta y los canales de difusión a utilizar, así mismo se determinaron las nuevas estrategias de comunicación y los procesos para implementar estas estrategias, el cronograma de actividades y presupuesto para el 2014-2015.
- **Elaboración de Informe:**

A partir de la información recolectada y analizada, se procedió a redactar el documento borrador para presentarlo al Comité Ejecutivo, Comunicaciones y Dirección Ejecutiva del MCP-ES, para su aprobación y luego pasar a la fase de diseño.

6. OBJETIVOS

General:

Difundir el rol del MCP-ES como la entidad de liderazgo multisectorial que coordina y monitorea estratégicamente los proyectos subvencionados por el Fondo Mundial en materia de VIH, Tuberculosis y Malaria en el País.

Específicos:

1. Generar una comunicación fluida y efectiva entre los miembros del MCP-ES, que favorezca el buen trabajo al interior del Mecanismo.
2. Ampliar, fortalecer y mantener actualizados los canales de comunicación con las personas e instituciones que conforman los distintos sectores y RP's, para así visibilizar la labor del MCP-ES.
3. Publicar de forma transparente el trabajo del MCP-ES y la ejecución de los proyectos que supervisa ante sus públicos de interés.
4. Garantizar una amplia difusión de las decisiones, convocatorias a propuestas e información sobre la implementación de los proyectos.

7. PÚBLICOS DE INTERÉS

Se entiende por públicos de interés al conjunto de instituciones y personas aliadas o no, actuales o potenciales, generadores de opinión, que puedan contribuir al proceso de ejecución de la estrategia de comunicación del MCP-ES.

De acuerdo a lo analizado se han determinado los públicos siguientes:

1. Miembros del MCP-ES: Representan a los sectores al interior del MCP-ES, se encargan del funcionamiento del Mecanismo. Son quienes comunican el trabajo realizado a sus respectivos sectores.
2. Sectores representados ante el MCP-ES. Se componen de instituciones gubernamentales o no gubernamentales que trabajan directa o indirectamente en el tema de VIH, Tuberculosis y/o Malaria.
3. Unidades ejecutoras de los proyectos. Representan a los Receptores Principales de la subvención. Deben estar al tanto del trabajo del MCP-ES.
4. Autoridades del Fondo Mundial: Incluye al Gerente de Portafolio, Agentes Locales de Fondos y demás autoridades.
5. Cooperantes bilaterales y Multilaterales: Instituciones de cooperación internacional, acreditadas en el país, que trabajan directa o indirectamente, en las respuestas nacionales de la lucha contra VIH y la TB, y quienes tienen vínculos con los actores de las mismas, aportando asistencia técnica y financiera.
6. Beneficiarios de los proyectos. Les interesa conocer acerca de la implementación de los proyectos y la articulación de la respuesta nacional.
7. Medios de comunicación. Son quienes difundirán a la sociedad civil en general la labor del MCP-ES y la ejecución de los proyectos.
8. CONASIDA: Comisión nacional que articula los esfuerzos y recursos del sector público, del sector privado y de las organizaciones de la sociedad civil involucradas en labores de prevención, atención, monitoreo y evaluación del VIH-Sida
9. Tercera Edad. Fundaciones e instituciones que desarrollan programas de atención, información y ayuda a la tercera edad.
10. Adolescentes y Jóvenes. Población estudiantil en instituciones educativas privadas y públicas.
11. Organizaciones de Mujeres. Instituciones y Organizaciones que unen esfuerzos en labores de ayuda integral e información a las mujeres de El Salvador.

12. **Municipalidades:** Cada municipio salvadoreño es gobernado localmente por una Alcaldía Municipal cada alcaldía se encuentra en el poblado administrativo del municipio. Los habitantes de cada municipio eligen a su alcalde por períodos de 3 años se trabajara con este sector a través de las actividaes de Salud que realizan las alcaldias y lideres comunitarios.
13. **Presidencia de la República.** Entre algunas de las funciones del presidente de la república están:procurar la armonía social.conservar la paz y tranquilidad del país.celebrar tratados y convenciones internacionales.dirigir las relaciones exteriores.sancionar, promulgar, publicar y ejecutar las leyes. asegurar la aplicación de leyes que sean aprobadas.
14. **Corte Suprema de Justicia: Sala de lo Constitucional,** integrada por cinco magistrados, que conforme al artículo 174 de la Constitución, es el único tribunal competente para conocer los demandas de inconstitucionalidad de las leyes, decretos y reglamentos, los procesos de amparo y habeas corpus.
15. **Asamblea legistiva: Comisión de Hacienda de la Asamblea Legislativa.** Esta comisión estudia la legislación relacionada con la administración de la Hacienda Pública, los ingresos, a través de impuestos, tasas o contribuciones especiales, préstamos y demás compromisos económicos que adquiere el Estado; estudia y dictamina, de manera particular, sobre la Ley de Presupuesto y Salarios, que anualmente presenta el Órgano Ejecutivo y las reformas que frecuentemente se hace a esta ley; así como la auditoría o contraloría de los bienes del Estado. Le corresponde también dictaminar sobre el informe de labores del Ministerio de Hacienda y del informe complementario sobre el estado de la Hacienda Pública.
16. **Ministerio de Hacienda: Comision del Presupuesto** El presupuesto público es el instrumento de gestión que proyecta ingresos y gastos públicos, con el fin de poder brindar los bienes y servicios indispensables para la satisfacción de las necesidades de la población, de conformidad con el rol del Estado.

El proceso presupuestario comprende las etapas de Formulación, Aprobación, Ejecución, Seguimiento y Evaluación del Presupuesto; fases que se realizan en los ejercicios fiscales previo y vigente, en fechas determinadas por la ley, según se presenta en el siguiente diagrama:

17. **Ministerio de Trabajo. Dirección General de Previsión Social.** Esta Dirección dirige, coordina, supervisa y opera la función de la seguridad e higiene en el trabajo, la salud y medio de trabajo, los derechos de los menores trabajadores y otros grupos vulnerables contando con tres Departamentos: Gestión de Empleo, Bienestar Social y Seguridad Ocupacional, esta actividad también es vinculante a las realizadas atraves del Instituto Salvadoreño del Seguro Social que es la institucion vinculada con el organo ejecutivo a través del Ministerio de Trabajo y Prevision social.

8. CANALES DE COMUNICACIÓN

1. Boletín Informativo Trimestral a través de correo electrónico
2. Sitio web www.mcpelsalvador.org.sv.
3. Facebook
4. Twitter
5. Área de acceso restringido al interior del sitio web
6. Dialgo de Pais (Multisectoriales)
7. Informe Anual a las instancia políticas y Autoridades Nacionales.
8. Medios de comunicación masiva.
9. Conferencias y comunicados de prensa.
10. Radio Virtual
11. Material impreso con el logo del MCP-ES
12. Banner y Bandera para las actividades Públicas según el caso.
13. Entrevistas en medios públicos.

9. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

ESTRATEGIA 1:

Incrementar la comunicación efectiva dentro y fuera del MCP-ES.

Procedimiento de ejecución:

- Diseño y envío de mini boletines electrónicos en el periodo posterior a las elecciones donde se dé a conocer los nombres y datos de contacto de los nuevos miembros de cada sector del MCP-ES.
- Levantamiento y envío de un directorio con los datos de contacto de los miembros del MCP-ES. Esto permitirá que la comunicación sea fluida entre todos los representantes. La lista se socializará además con los distintos sectores.
- Diseño, reproducción y socialización del Manual de Bienvenida y demás materiales del Taller de Inducción, donde se incluya toda la información que necesitan saber los nuevos miembros acerca del Fondo Mundial y el MCP-ES para su buen desempeño y su participación proactiva.
- Uso de área exclusiva en el sitio web donde los miembros del MCP-ES tengan acceso a documentos de gobernanza, propuestas, proyectos y otros materiales de interés, durante el proceso de elaboración y aprobación.
- Diseño y envío de boletines trimestrales a todos los miembros del MCP-ES, para informar sobre las actividades realizadas durante ese período

ESTRATEGIA 2:

Dar a conocer efectivamente el trabajo que realiza el MCP-ES y la ejecución de los proyectos del Fondo Mundial entre los sectores representados y otros mecanismos que colaboran en la lucha del VIH y TB en el país.

Procedimiento de Ejecución:

- Diseño y envío del Boletín Informativo a una lista de todas las instituciones pertenecientes a los sectores representados en el MCP-ES, y otros sectores de los públicos de interés.
- Realización de Diálogos de País que sirvan de espacio de diálogo entre los sectores y sus representantes.

- Promover que los miembros participen en el Facebook y el twitter para compartir información con su sector
- Elaboración de Plan de Trabajo de representantes junto con sus representados

ESTRATEGIA 3:

Difusión del trabajo realizado por el MCP-ES y la ejecución de los proyectos del Fondo Mundial ante la sociedad civil.

Procedimiento de Ejecución:

- Elaboración y circulación de Boletines Informativos con las noticias más recientes de las actividades o proyectos en ejecución del MCP-ES.
- Actualización y mantenimiento del sitio Web con las noticias recientes y documentos de interés.
- Reuniones con la Instancia Política y las autoridades nacionales para rendirles informe de la ejecución e implementación de los proyectos, y recibir retroalimentación de su parte.
- Convocatoria a los medios de comunicación a conferencias de prensa y presentaciones de informes.
- Identificación de espacios en medios de comunicación masiva (prensa, radio, televisión y medios en línea), a través de los cuales se pueda informar acerca de la ejecución e implementación de los proyectos subvencionados por el Fondo Mundial y monitoreados por el MCP-ES.

10. MENSAJES

1. PÚBLICO EN GENERAL:

- 1.1 El MCP-ES, presenta propuestas, nombra a los Receptores Principales y Monitorea la implementación de los proyectos financiados por el Fondo Mundial.
- 1.2 El MCP-ES funciona como un grupo de consenso nacional y promueve alianzas para el desarrollo e implementación de los programas del Fondo Mundial en el país.
- 1.3 El MCP-ES integra esfuerzos multisectoriales en la respuesta nacional del VIH, TB y Malaria.
- 1.4 El MCP-ES, gestiona proyectos para mejorar la calidad de vida de las personas, afectadas por el VIH y TB y Malaria, en el marco de los derechos humanos y equidad de género.

2. MIEMBROS Y OTROS PARTICIPANTES:

- 2.1 Los miembros del MCP-ES son elegidos de manera democrática por los sectores a los que representan.
- 2.2 Ser miembro del MCP-ES implica participar activamente e Informar periódica y recíprocamente de las actividades del MCP ES al sector que representan.
- 2.3 Los miembros del MCP-ES son socios en igualdad de condiciones, con derecho a participar, expresarse e involucrarse en la toma transparente de decisiones.
- 2.4 El MCP-ES comparte información con todos sus miembros y otros actores pertinentes, de acuerdo con el principio de transparencia del Fondo Mundial.

3. CONASIDA Y COMISIÓN DE HACIENDA

- 3.1 Es mejor Prevenir que tratar
- 3.2 La mejor inversión es la Prevención
- 3.3 La única vacuna para detener el VIH y TB es la prevención
- 3.4 A través del MCP-ES invertimos en la prevención del VIH, TB y Malaria

4. JÓVENES

- 4.1 El MCP vela por la juventud salvadoreña apoyando la prevención del VIH y la TB

5. ALCALDÍAS

5.1 El MCP-ES promueve alianzas verdaderas para el desarrollo e implementación de los proyectos apoyados por el Fondo Mundial.

6. PRESIDENCIA Y ASAMBLEA:

6.1 Con el apoyo internacional y tu compromiso mantendremos la sostenibilidad a la respuesta Nacional de VIH, TB y Malaria.

6.2 Para detener el VIH, TB y Malaria, El MCP-ES ya está haciendo su parte ¿y tú?

6.3 Ante la epidemia del VIH, TB y Malaria, Únete y comprométete con la respuesta nacional. El MCP-ES ya está comprometido.

11. SISTEMA DE INDICADORES

Los indicadores de medición de esta estrategia permitirán un mejor análisis de las políticas de comunicación del MCP-ES, brindaran la información de apoyo para evaluar las actividades de comunicación que se realicen y evaluar el avance que a través de ellas se ha logrado.

Los indicadores constituyen una herramienta para medir, evaluar y concretar resultados, pero también para tomar decisiones, corregir, mejorar actividades y aportar comprensión sobre el rendimiento de las acciones de comunicación del MCP-ES.

Para esta estrategia se han establecido tres sistemas de indicadores: de Realización, Resultados y de impacto.

Los dos primeros se detallan a continuación:

1. De Realización: para conocer el número de actividades de comunicación que se lleven a la práctica.
2. De Resultados: para evaluar los efectos directos y el plazo en el que se van a realizar las actividades de comunicación contenidas en la estrategia.

No.	TIPOS DE ACTIVIDADES	INDICADOR DE REALIZACIÓN	INDICADOR DE RESULTADOS
1	Actividades y Actos públicos a realizar	No. de Eventos realizados No. de eventos planificados	No. de asistentes No. De asistentes esperados
2	Actividades de Difusión en medios de Comunicación	No. De actos de difusión realizados No. de actos de difusión planificados	No. de publicaciones realizadas No. de medios que asistieron
3	Publicaciones a Realizar	No. de Publicaciones realizadas No. de publicaciones planificadas	No. de publicaciones a distribuir No. de publicaciones a editar
4	Información que se dará a través de páginas web	No. de documentos consultados No. de documentos publicados	No. de visitas No. de miembros

1. Diálogos de País
2. Conferencias de Prensa, entrevistas en radio y/o canales de televisión
3. Sistematización de trabajo, boletines informativos,
4. Documentos subidos a la página web (actas, agendas)

El sistema de indicadores se describe a continuación:

3. **Indicador de impacto:** permitirán medir los efectos o consecuencias a largo plazo, de las actividades de comunicación y si esos efectos son atribuibles a dichas actividades. En la selección de estos indicadores se ha tenido en cuenta la claridad en su delimitación, la sencillez en su aplicación y la representatividad en cuanto a los objetivos que pretende lograr la estrategia. Así, a través de estos indicadores, se pretende recolectar con los miembros del MCP-ES y otros actores relevantes no miembros, información transparente de las actividades que realiza el MCP-ES.

No.	INDICADORES DE IMPACTO	UNIDAD DE MEDIDA
1	Grado de conocimiento de los miembros del MCP-ES de sus derechos, obligaciones y responsabilidades	Porcentaje %
2	Grado de satisfacción que indique su valoración del MCP-ES con respecto a la información facilitada y/o recibida.	Porcentaje %
3	Grado de utilidad de la información recibida	Porcentaje %
4	Grado de conocimiento de los distintos proyectos o actividades que realiza el MCP-ES	Porcentaje %
5	Grado de conocimiento del papel desempeñado por el MCP-ES dentro de la Respuesta Nacional VIH y TB	Porcentaje %

12. PLAN DE TRABAJO DE COMUNICACIONES 2014 – 2015

Actividades	2014				2015			
	Programación				Programación			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
1. Diálogos de País								
2. Información actualizada en el sitio Web								
3. Informes del trabajo del MCP-ES a través de boletines trimestrales								
4. Informe del trabajo del MCP-ES y avance de los proyectos a las autoridades nacionales e Instancias políticas del MCP-ES.								
5. Convocatoria a los medios de comunicación para la presentación de informes de ejecución								
6. Reuniones de Comité de Comunicaciones								
7. Elaboración de sistematización de trabajo del MCP del 2010-al 2013								
8. Taller de fortalecimiento a miembros en el área comunicaciones								

13. PRESUPUESTO ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES 2014 – 2015

Actividades	No.	2014	No.	2015
	Eventos	Montos \$	Eventos	Montos \$
1. Reuniones de coordinación del Comité de Comunicaciones	4	\$ 1,600.00	4	\$1,600.00
2. Diálogos de País	3	\$ 9,000.00	3	\$ 9,000.00
3. Información actualizada en el sitio Web, Twitter y Facebook	12	\$ 6,000.00	12	\$ 6,000.00
4. Informes del trabajo del MCP-ES a través de boletines trimestrales	4	\$ 2,000.00	4	\$ 2,000.00
5. Informe del trabajo del MCP-ES y avance de los proyectos a las autoridades nacionales e Instancias políticas del MCP-ES.	1	\$ 1,000.00	1	\$ 1,000.00
6. Convocatoria a los medios de comunicación para la presentación de informes de ejecución	1	\$ 500.00	1	\$ 500.00
7. Elaboración de sistematización de trabajo del MCP del 2010-al 2013	1	\$13,000.00		
8. Taller de fortalecimiento a miembros en el área comunicaciones	1	\$1000.00		
Totales por año	21	\$34,100.00	21	\$20,100.00

14. ANEXOS

1. Instrumentos utilizados para la elaboración de la estrategia
 - a. Formulario 1: Elaboración de Objetivos
 - b. Formulario 2: Públicos de Interés
 - c. Formulario 3: Canales de Comunicación
 - d. Formulario 4: Definición de Públicos de Interés
 - e. Formulario 5: Definición de Mensajes
 - f. Formulario 6: Presupuesto de la Estrategia
 - g. Formulario 7: Como Ejecutar el Plan de Comunicación
 - h. Formulario 8: Medición de Impacto

2. Aportes de Mesas de Trabajo
 - a. Formulario 1: Elaboración de Objetivos
 - b. Formulario 2: Públicos de Interés
 - c. Formulario 3: Canales de Comunicación
 - d. Formulario 4: Definición de Públicos de Interés
 - e. Formulario 5: Definición de Mensajes
 - f. Formulario 6: Presupuesto de la Estrategia
 - g. Formulario 7: Como Ejecutar el Plan de Comunicación
 - h. Formulario 8: Medición de Impacto

1. Instrumentos Utilizados en la elaboración de Estrategia:
 a. Formulario 1: Elaboración de Objetivos

MISION	OBJETIVOS ESTRATEGIA ACTUAL	RESULTADOS DE LA EVALUACION	APORTE A LA NUEVA ESTRATEGIA
<p>Somos un mecanismo que define y coordina participativamente las políticas y estrategias para la conducción, diseño, elaboración, presentación, monitoreo estratégico y evaluación de propuestas de país financiadas por el Fondo Mundial y otros cooperantes que apoyen la respuesta nacional; orientadas a la reducción de la incidencia y prevalencia de VIH, Tuberculosis y Malaria en la sociedad salvadoreña, con énfasis en poblaciones expuestas a mayor riesgo y vulnerabilidad.</p> <hr/> <p style="text-align: center;">VISION</p> <p>Ser un mecanismo líder, de coordinación multisectorial, referente de un modelo de gestión a nivel nacional e internacional, que en el marco de la respuesta al VIH, Tuberculosis y Malaria contribuirá a la reducción significativa y sostenible del impacto social, económico, político y cultural causado por éstas en la población salvadoreña, con enfoque de Derechos Humanos y Equidad de Género.</p>	<p>General: Posicionar al MCP-ES como la entidad que coordina las estrategias y supervisa la ejecución de los proyectos subvencionados por el Fondo Mundial, en materia de VIH y tuberculosis en el país.</p> <p>Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Generar una comunicación fluida y efectiva entre los miembros del MCP-ES, que favorezca el buen trabajo al interior del Mecanismo. 2. Crear un canal de comunicación permanente con las personas e instituciones que conforman los distintos sectores, para así visibilizar la labor del MCP-ES. 3. Difundir de manera transparente el trabajo del MCP-ES y la ejecución de los proyectos que éste supervisa, ante todos sus públicos de interés 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar termino "Monitoreo Estratégico" en lugar de la palabra "supervisión". • Crear estrategia definida para instancia política y diferenciarla de estrategia para sectores. • El canal existe sugerimos cambiar el verbo crear por ampliar, mantener o actualizar a través del canal (correo o pagina web). • Contar con el apoyo de los representantes de sector dentro del mecanismo, para la difusión de la información a sus respectivos sectores. • Debe dársele una redacción que generalice el rol activo que debe tener el MCP en la respuesta nacional. • Que en nuevo periodo de la estrategia NMF se haga una proyección de la imagen al exterior, con ampliación al público. • Fortalecer los canales de comunicación existentes e implementar nuevas herramientas de comunicación de bajo costo (Facebook, Twitter) • Se recomienda el objetivo específico 3 como objetivo general ya que la comunicación debe ser hacia afuera del MCP. 	

b. Formulario 2: Públicos de Interés

Públicos de la estrategia actual	Resultados de la evaluación	Aporte a la nueva estrategia
Miembros del MCP-ES.	<ul style="list-style-type: none"> Incluir como público a Instancias Políticas, Autoridades Nacionales y Asamblea Legislativa. 	
Sectores representados ante el MCP-ES	<ul style="list-style-type: none"> Sectores no representados en el MCP-ES (Niños +, Etnias, Jóvenes, Discapacitados) 	
Unidades ejecutoras de los proyectos	<ul style="list-style-type: none"> Reformular también el público e incluir los Receptores principales 	
Autoridades del Fondo Mundial		
Beneficiarios de los proyectos		
Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Funcionarios de las diferentes carteras de Estado y Unidades de Comunicación Partidos Políticos Directores de Hospitales Otros Cooperantes Fracciones legislativas. 	

c. Formulario 3: Canales de Comunicación

Canales de Comunicación de la actual Estrategia	Resultados de la Evaluación	Aporte a la nueva Estrategia
1. Newsflashes a través de correo electrónico		
2. Boletín Informativo bimensual	<ul style="list-style-type: none"> • Se sugiere se elabore trimestral. 	
3. Sitio web www.cceelsalvador.org.sv	<ul style="list-style-type: none"> • Agregar o diseñar una radio virtual. • Hacer un diseño más amigable para su navegación, ya que es mucha información. Se podrían crear tutoriales para la navegación en la página web. Colgar videos y los podcast de las sesiones. • Promover dialogo de País. 	
4. Blog de los miembros del MCP dentro del sitio web	<ul style="list-style-type: none"> • Comprar y hacer uso de plataformas para reuniones virtuales. • Consideramos que el blog ya paso de moda, la tecnología ha avanzado tanto que existen redes como facebook y twitter para generar opinión. O crear plataformas virtuales ECOMODO 	
5. Foro abierto al público en general dentro del sitio web	<ul style="list-style-type: none"> • Retomar el foro abierto al público, para identificación de fortalezas, debilidades, sugerencias u opiniones de la población que accede. • fomentar el uso y disponibilidad del foro. 	
6. Área de acceso restringido al interior del sitio web (para la comunicación interna entre los miembros)	<ul style="list-style-type: none"> • Siempre necesario por información delicada que se quiera transmitir únicamente a los miembros. • Para compartir documentos privados. 	
7. Reuniones sectoriales, multisectoriales y con la instancia política.	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones de Dialogo de País, con los diferentes sectores de sociedad civil, instancias políticas. 	
8. Medios de comunicación masiva	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar accesos a espacios en un programa radial. • En revistas matutinas en TV 	
9. Conferencias y comunicados de prensa	<ul style="list-style-type: none"> • Se realizaran de acuerdo a las actividades de gran envergadura como la firma del convenio de la propuesta de NMF. 	

d. Formulario 4: Definición de los Públicos de Interés

PUBLICOS DE INTERES DE LA ACTUAL ESTRATEGIA	RESULTADOS DE LA EVALUACION	A CONSIDERAR	APORTE A LA NUEVA ESTRATEGIA
Miembros del MCP-ES.	<ul style="list-style-type: none"> Incluir como público a Instancias Políticas, Autoridades Nacionales y Asamblea Legislativa 	¿Qué queremos que hagan con el mensaje?	
Sectores representados ante el MCP-ES	<ul style="list-style-type: none"> Incluir Sectores no representados en el MCP-ES (Niños +, Etnias, Jóvenes, Discapacitados) 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Informarse? 	
Unidades ejecutoras de los proyectos	<ul style="list-style-type: none"> Reformular también el público e incluir los Receptores principales 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Tomar Conciencia? 	
Autoridades del Fondo Mundial		<ul style="list-style-type: none"> ¿Cambiar sus actitudes o su comportamiento? 	
Beneficiarios de los proyectos		<ul style="list-style-type: none"> ¿Compartir información con otros? 	
Medios de comunicación	<p>Incluir los siguientes públicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Funcionarios de las diferentes carteras de Estado y Unidades de Comunicación. Partidos Políticos Directores de Hospitales. Otros Cooperantes <p>Con la inclusión de estos públicos se pretende ampliar cobertura a través de los mecanismos de comunicación establecidos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ¿Promover o Participar en una causa? ¿Responder o comunicarse con otros? ¿Aportar su tiempo o dinero? ¿Influir en la toma de decisiones? 	

e. Formulario 5: Definición de Mensajes

MENSAJES DE LA ACTUAL ESTRATEGIA	A CONSIDERAR PARA DEFINIR LOS NUEVOS MENSAJES	APOORTE A LA NUEVA ESTRATEGIA
1. El Mecanismo Coordinador de País es la entidad encargada de presentar propuestas al Fondo Mundial; nominar a los Receptores Principales; y supervisar la implementación de los proyectos financiados por las subvenciones del Fondo Mundial.	Analizar los mensajes en base a cada una de las siguientes interrogantes:	
2. El MCP-ES funciona como un grupo de consenso nacional y promueve alianzas verdaderas para el desarrollo e implementación de los proyectos apoyados por el Fondo Mundial.	✓ ¿Responden los mensajes a los objetivos del MCP-ES?	
3. El MCP-ES integra esfuerzos multisectoriales en la respuesta nacional ante el VIH, sida y tuberculosis	✓ ¿Comunican los Mensajes que hace y por que el MCP-ES?	
4. Las personas miembros que conforman el MCP-ES son elegidos de manera democrática por las personas pertenecientes al sector que representan	✓ ¿Comunican los mensajes lo que va a ocurrir a causa de la labor que hace el MCP-ES?	
5. Todas las personas miembros del MCP-ES son tratadas como socios en igualdad de condiciones, y tienen plenos derechos para participar, expresarse e involucrarse en la toma transparente de decisiones	✓ ¿Es relevante e interesante la labor del MCP-ES, para el publico meta?	
6. Ser miembro del MCP-ES implica informarse, participar activamente y multiplicar sus principios al interior de los sectores que representan.		

f. Formulario 6: Presupuesto de la Estrategia

A CONSIDERAR:	APORTE A LA NUEVA ESTRATEGIA
1. Están incluidas las actividades de comunicación en el presupuesto del plan de trabajo del MCP-ES?	
2. ¿Cómo potenciar los recursos de comunicación de los miembros, para fortalecer la comunicación del MCP-ES?	
3. ¿Cómo minimizar costos al utilizar los medios de comunicación?	
4. ¿Cómo incorporar los mensajes de comunicación en todas las actividades del MCP-ES?	
5. Recomendar acciones para cultivar relaciones amigables con los medios y con periodistas, que nos ayuden a reducir costos.	

g. Formulario 7: Como Ejecutar el plan de Comunicación

Como vamos a ejecutar el plan de Comunicación	Aporte a la nueva Estrategia
1. ¿Para qué vamos a Comunicar?	
2. ¿Hacia quienes vamos a dirigir la comunicación?	
3. ¿Qué vamos a hacer?	
4. ¿Cómo vamos a hacerlo?	
5. ¿Cuánto va a costar?	
6. ¿Cuándo vamos a hacerlo?	
7. ¿Quién lo va a hacer?	
8. ¿Cuánto impacto va a tener?	

h. Formulario 8: Medición del Impacto

Como vamos a medir el impacto	Aporte a la nueva Estrategia
1. ¿Cuántos Artículos se van a publicar?	
2. ¿Adónde se van a publicar estos artículos?	
3. ¿Vamos a medir la cantidad de personas que accedan a la información en la página web?	
4. ¿Adónde usaremos el logo del MCP-ES?	
5. ¿Cuántas actividades públicas se realizaran?	
6. ¿Adónde se van a realizar las actividades?	
7. ¿Cuántos actos de difusión se realizaran?	

2. APORTES DE MESAS DE TRABAJO

Formulario 1: Elaboración de Objetivos			
Mesa 1	Mesa 2	Mesa 3	Consenso
<p>GENERAL:</p> <p>1. Posicionar al MCP-ES como la entidad de liderazgo multisectorial que coordina y monitorea estratégicamente las acciones del proyecto subvencionados por el fondo mundial y otros cooperantes en materia VIH, TB y malaria a nivel nacional e internacional.</p> <p>2. Difundir el rol del MCP.</p>	<p>GENERAL:</p> <p>1. Difundir el rol del Posicionar al MCP-ES como la entidad de liderazgo multisectorial que coordina las estrategias y el monitoreo estratégico para la ejecución de los proyectos subvencionados por el Fondo Mundial, en materia de VIH y tuberculosis en el país.</p> <p>2. En la mesa se consensó que el MCP no está posicionado, porque siempre en eventos se hace referencia a los RP, pero explicar que el juego de logos o banners es bueno para posicionar una marca, primero con los actores que hacen que a nivel nacional nos conozcan.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <p>1. Generar una comunicación fluida y efectiva entre los miembros del MCP-ES, que favorezca el buen trabajo al interior del Mecanismo.</p> <p>2. Ampliar los canales de comunicación manteniéndolos actualizados permanentemente con las personas e instituciones que conforman los distintos sectores, para así visibilizar la labor del MCP-ES.</p> <p>3. Difundir de manera transparente el trabajo del MCP-ES y la ejecución de los proyectos que éste supervisa, ante todos sus públicos de interés.</p>	<p>GENERAL:</p> <p>Difundir el rol del MCP-ES a la población salvadoreña a través de las actividades y estrategias que realiza para el monitoreo estratégico de ejecución de los proyectos subvencionados por el Fondo Mundial, en materia de VIH y tuberculosis en el país.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <p>1. Promover la cultura de comunicación en cascada entre los miembros, para favorecer un buen trabajo al interior del Mecanismo.</p> <p>2. Fortalecer los canales de comunicación permanentes con las personas e instituciones que conforman los distintos sectores, para así visibilizar la labor del MCP-ES.</p> <p>3. Desarrollar nuevas estrategias de comunicación para mantener la información transparente del trabajo del MCP-ES y de los proyectos que se ejecutan, ante todos sus públicos de interés</p>	<p>GENERAL:</p> <p>Difundir el rol del MCP-ES como la entidad de liderazgo multisectorial que coordina y monitorea estratégicamente los proyectos subvencionados por el Fondo Mundial en materia de VIH y Tuberculosis en el País.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <p>5 Generar una comunicación fluida y efectiva entre los miembros del MCP-ES, que favorezca el buen trabajo al interior del Mecanismo.</p> <p>6 Ampliar, fortalecer y mantener actualizados los canales de comunicación con las personas e instituciones que conforman los distintos sectores, para así visibilizar la labor del MCP-ES.</p>

Formulario 2: Definición de Públicos de Interés

Mesa 1	Mesa 2	Mesa 3	CONSENSO
<p>1. Todos los públicos existentes e Incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> • CONASIDA • Comisión de Hacienda de la Asamblea. • Ministerio de Hacienda • Ministerio de Trabajo • Organizaciones de Mujeres: Ormusa, Imu (Instituto de la Mujer), Colectivo Prudencia Ayala 	<p>1. Incluir como público a Instancias Políticas, Autoridades Nacionales y Asamblea Legislativa.</p> <p>2. Tercera Edad</p> <p>3. Adolescentes y jóvenes</p> <p>4. incluir los Receptores principales</p> <p>5. Partidos políticos predominantes</p> <p>6. Cooperantes bilaterales y multilaterales.</p> <p>7. Sector Privado</p>	<p>1. Todos los públicos existentes e Incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sector Jóvenes • Municipalidades • 3 poderes del estado: Presidencia, Corte Suprema de Justicia y Pleno Asamblea Legislativa. 	<p>1. Miembros del MCP-ES</p> <p>2. Sectores representados ante el MCP-ES</p> <p>3. Unidades ejecutoras de los proyectos</p> <p>4. Autoridades del Fondo Mundial</p> <p>5. Beneficiarios de los proyectos</p> <p>6. Medios de comunicación.</p> <p>7. CONASIDA</p> <p>8. Tercera Edad, Adolescentes y Jóvenes.</p> <p>9. Organizaciones de Mujeres (Ormusa, IMU, Colectivo Prudencia Ayala)</p> <p>10. Municipalidades</p> <p>11. Partidos Politicos Predominantes.</p> <p>12. Presidencia de la República</p> <p>13. Corte Suprema de Justicia</p> <p>14. Pleno de Asamblea Legislativa</p> <p>15. Cooperantes bilaterales y Multilaterales.</p> <p>16. Comisión de Hacienda de la Asamblea Legislativa.</p> <p>17. Ministerio de Hacienda</p> <p>18. Ministerio de Trabajo</p>

Formulario 3: Definición de Canales de Comunicación de la nueva Estrategia

Mesa 1	Mesa2	Mesa 3	Consenso
<p>Redes sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook y Twiter, • Boletines impresos y electrónicos • Sitio Web actualizado • Material impreso con el logo del MCP • Banner, bandera, • Material promocional 	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar una nueva Plataforma virtual 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas en Medios públicos • Radios de los mercados Municipales • Agregar o diseñar una radio virtual. • Radios Comunitarias 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Newsflashes a través de correo electrónico. 2. Boletín Informativo bimensual. 3. Sitio web actualizado www.cceelsalvador.org.sv. 4. Blog de los miembros del MCP-ES dentro del sitio web. 5. Foro abierto al público en general dentro del sitio web. 6. Área de acceso restringido al interior del sitio web (para la comunicación interna entre los miembros). 7. Reuniones sectoriales, multisectoriales y con la instancia política. 8. Medios de comunicación masiva. 9. Conferencias y comunicados de prensa. 10. Radio Virtual 11. Material impreso con el logo del MCP-ES 12. Banner y Bandera para las actividades Públicas. 13. Entrevistas en medios públicos.

Formulario 4 Mesa 2:		Definición de Mensajes	
MENSAJES DE LA ACTUAL ESTRATEGIA		A CONSIDERAR PARA DEFINIR LOS NUEVOS MENSAJES	APORTE A LA NUEVA ESTRATEGIA
7.	El Mecanismo Coordinador de País es la entidad encargada de presentar propuestas al Fondo Mundial; nombrar a los Receptores Principales; y supervisar la implementación de los proyectos financiados por las subvenciones del Fondo Mundial.	✓ Analizar los mensajes en base a cada una de las siguientes interrogantes: Responden los mensajes a los objetivos del MCP-ES? Comunican los mensajes que hace el MCP-ES? Comunican los mensajes que ocurren a la hora de la labor que hace el MCP-ES? Es relevante e interesante el mensaje del MCP-ES, para el público meta?	Comisión de Hacienda 1) De acuerdo mensaje para ambas poblaciones. Pero "Es mejor prevenir que tratar" CONASIDA "La mejor inversión es la prevención y adolescentes: El MCP-ES vela por la juventud salvadoreña apoyando la prevención del VIH y TB." "A través del MCP-ES invertimos en la prevención del VIH y TB" Municipalidades El MCP-ES promueve alianzas verdaderas para el desarrollo e implementación de los proyectos apoyados por el Fondo Mundial.
8.	El MCP-ES funciona como un grupo de consenso nacional y promueve alianzas verdaderas para el desarrollo e implementación de los proyectos apoyados por el Fondo Mundial.	✓ Comunican los mensajes que hace el MCP-ES? Comunican los mensajes que ocurren a la hora de la labor que hace el MCP-ES? Es relevante e interesante el mensaje del MCP-ES, para el público meta?	"La salud vacuna para detener el VIH y TB es la prevención" "A través del MCP-ES invertimos en la prevención del VIH y TB" El MCP-ES promueve alianzas verdaderas para el desarrollo e implementación de los proyectos apoyados por el Fondo Mundial.
9.	El MCP-ES integra esfuerzos multisectoriales en la respuesta nacional ante el VIH, sida y tuberculosis	✓ Es relevante e interesante el mensaje del MCP-ES, para el público meta?	
10.	Las personas miembros que pertenecen al sector que conforman el MCP-ES son elegidos de manera democrática por las personas pertenecientes al sector	✓ Es relevante e interesante el mensaje del MCP-ES, para el público meta?	
11.	Todas las personas miembros del MCP-ES son tratadas como socios en igualdad de condiciones	✓ Es relevante e interesante el mensaje del MCP-ES, para el público meta?	
12.	Ser miembro del MCP-ES implica informarse, participar activamente y multiplicar sus principios al interior de los sectores que representan.		



Formulario 4 Mesa 3: Definición de Mensajes

MENSAJES DE LA ACTUAL ESTRATEGIA	A CONSIDERAR PARA DEFINIR LOS NUEVOS MENSAJES	APORTE A LA NUEVA ESTRATEGIA
<p>1. El Mecanismo Coordinador de País es la entidad encargada de presentar propuestas al Fondo Mundial; nominar a los Receptores Principales; y supervisar la implementación de los proyectos financiados por las subvenciones del Fondo Mundial.</p> <p>2. El MCP-ES funciona como un grupo de consenso nacional y promueve alianzas verdaderas para el desarrollo e implementación de los proyectos apoyados por el Fondo Mundial.</p> <p>3. El MCP-ES integra esfuerzos multisectoriales en la respuesta nacional ante el VIH, sida y tuberculosis</p> <p>4. Las personas miembros que conforman el MCP-ES son elegidos de manera democrática por las personas pertenecientes al sector que representan</p> <p>5. Todas las personas miembros del MCP-ES son tratadas como socios en igualdad de condiciones, y tienen plenos derechos para participar, expresarse e involucrarse en la toma transparente de decisiones</p> <p>6. Ser miembro del MCP-ES implica informarse, participar activamente y multiplicar sus principios al interior de los sectores que representan.</p>	<p>Analizar los mensajes en base a cada una de las siguientes interrogantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Responden los mensajes a los objetivos del MCP-ES? ✓ Comunican los Mensajes que hace el MCP-ES? ✓ Comunican los mensajes lo que va a ocurrir a causa de la labor que hace el MCP-ES? ✓ Es relevante e interesante el mensaje del MCP-ES, para el público meta? 	<p>Presidencia y Asamblea Legislativa</p> <p>Mensaje 1. ¿Qué es el MCP-ES? El Mecanismo Coordinador de País es la entidad encargada de presentar propuestas al Fondo Mundial; nominar a Receptores Principales; y supervisar la implementación de los proyectos financiados por las subvenciones.</p> <p>Mensaje 2. ¿Cómo Funciona? El MCP-ES funciona como un grupo de consenso nacional y promueve alianzas verdaderas para el desarrollo e implementación de los proyectos apoyados por el Fondo Mundial.</p> <p>Mensaje 3. ¿Quiénes lo integran? El MCP-ES integra esfuerzos multisectoriales para mejorar la respuesta nacional ante el VIH, sida y tuberculosis.</p> <p>Mensaje 4. No aplica para público.</p> <p>Mensaje 5 No aplica para publico.</p> <p>Mensaje 6 ¿Qué implica ser miembro? Si aplica porque se va a convocar para que participen o se involucren.</p>



--	--	--

MENSAJE	PUBLICO DE INTERES	A CONSIDERAR	APORTE A LA NUEVA ESTRATEGIA
<p>“Es más barato prevenir que tratar” Mensaje del MCP-ES.</p> <p>“La mejor inversión es la prevención del VIH y TB” Mensaje del MCP-ES.</p> <p>“La única vacuna para detener el VIH/TB es la Prevención” Mensaje del MCP-ES.</p> <p>“A través del MCP el país invierte en la prevención de VIH y TB”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ CONASIDA ❖ Comisión de Hacienda 	<p>¿Qué queremos que hagan con el mensaje?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Informarse? • ¿Tomar Conciencia? • ¿Cambiar sus actitudes o su comportamiento? • ¿Compartir información con otros? • ¿Promover o Participar en una causa? • ¿Responder o comunicarse con otros? • ¿Aportar su tiempo o dinero? • ¿Influir en la toma de decisiones? 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Influir en la toma de decisiones. ❖ Aportar su tiempo o dinero ❖ Tomar Conciencia ❖ Asumir los compromisos adquiridos como País ante la cooperación. ❖ Contribuir al logro de los indicadores.

Formulario 5 Mesa 2: Uso de Información

MENSAJE	PUBLICO DE INTERES	A CONSIDERAR	APORTE A LA NUEVA ESTRATEGIA
		<p>¿Qué queremos que hagan con el mensaje?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Informarse? • ¿Tomar Conciencia? • ¿Cambiar sus actitudes o su comportamiento? • Compartir información con otros? • Promover o Participar en una causa? • Responder o comunicarse con otros? • Aportar su tiempo o dinero? • Influir en la toma de decisiones? 	<p><u>Jóvenes y adolescentes:</u> El MCP-ES vela por la juventud salvadoreña apoyando la prevención del VIH y la TB.</p> <p>Que queremos que hagan con el mensaje?</p> <p>Informarse Tomar conciencia Cambiar sus actitudes o su comportamiento</p> <p><u>Municipalidades:</u> Que queremos que hagan con el mensaje? Influir en la toma de decisiones</p> <p>Se propone el siguiente mensaje: El MCP-ES te invita a promover alianzas para el desarrollo e implementación de los proyectos en Prevención del VIH y Tb en tu municipio.</p>

Formulario 5 Mesa 3: Uso de Información

MENSAJE	PUBLICO DE INTERES	A CONSIDERAR	APORTE A LA NUEVA ESTRATEGIA
<p>Con el apoyo internacional y tu compromiso mantendremos la sostenibilidad a la Respuesta Nacional de VIH y TB.</p> <p>MCP-ES ya está haciendo su parte ¿y tú?</p> <p>Ante la epidemia del VIH Y TB, Únete y comprométete con la respuesta nacional.</p> <p>MCP-ES ya está comprometido.</p>	<p>Asamblea</p> <p>Casa presidencial</p>	<p>¿Qué queremos que hagan con el mensaje?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Informarse? • ¿Tomar Conciencia? • ¿Cambiar sus actitudes o su comportamiento? • ¿Compartir información con otros? • ¿Promover o Participar en una causa? • ¿Responder o comunicarse con otros? • ¿Aportar su tiempo o dinero? • ¿Influir en la toma de decisiones? 	<p>Compromiso.</p> <p>Aportar tiempo y dinero.</p> <p>Influir en la toma de decisiones.</p> <p>Cambio de comportamiento.</p> <p>Toma de conciencia</p> <p>Promover o participar en la causa.</p> <p>Mantener el VIH y TB en agenda política</p>

FORMULARIO 6 Mesa 1: PRESUPUESTO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES
2014 – 2018.

(De acuerdo al Plan de Trabajo del MCP-ES)

A CONSIDERAR:	APORTE A LA NUEVA ESTRATEGIA
6. Están incluidas las actividades de comunicación en el presupuesto del plan de trabajo del MCP-ES?	Deberían de estar
7. Como potenciar los recursos de comunicación de los miembros para fortalecer la comunicación del MCP-ES?	2 Hacer uso de medios electrónicos Copias e impresiones
8. Como minimizar costos al utilizar los medios de comunicación	3. Convenios con las Universidades Convenios con Radios comunitarias Alianzas y convenios con Medios de comunicación Convenio con Radios Cristianas
9. Como incorporar los mensajes de comunicación en todas las actividades del MCP-ES?	4. Incluir logos y mensajes del MCP con los Receptores y Sub receptores. Hacer uso de banner y roll ups.
10. Recomendar acciones para cultivar relaciones amigables con los medios y con periodistas, que nos ayuden a reducir costos.	5 Acercamiento con medios de comunicación Envió de una hoja informativa a los medios cada mes o dos meses

FORMULARIO 6 Mesa 2: PRESUPUESTO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES
2014 – 2018.
(De acuerdo al Plan de Trabajo del MCP-ES)

A CONSIDERAR:	APORTE A LA NUEVA ESTRATEGIA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Están incluidas las actividades de comunicación en el presupuesto del plan de trabajo del MCP-ES? 2. Como potenciar los recursos de comunicación de los miembros para fortalecer la comunicación del MCP-ES? 3. Como minimizar costos al utilizar los medios de comunicación 4. ¿Cómo incorporar los mensajes de comunicación en todas las actividades del MCP-ES? 5. Recomendar acciones para cultivar relaciones amigables con los medios y con periodistas, que nos ayuden a reducir costos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incluir en el presupuesto del plan de trabajo las actividades del MCP-ES las nuevas actividades del Comité de Comunicación. 2. Solicitar a las instituciones inclusión del sitio web en la página web. Con un link. 3. Solicitar apoyo institucional con la Unidad de Editorial de MINSAL. 4. Gestión de espacios como aporte de proyección social en medios de comunicación oficial y privados. 5. Incluir mensajes elaborados en los canales de comunicación identificados. <p>Elaboración de Plan de Incidencia con los medios de comunicación (Ganar- Ganar)</p>


FORMULARIO 6 Mesa 3: PRESUPUESTO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES
2014 – 2018.
(De acuerdo al Plan de Trabajo del MCP-ES)

A CONSIDERAR:	APORTE A LA NUEVA ESTRATEGIA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Están incluidas las actividades de comunicación en el presupuesto del plan de trabajo del MCP-ES? 2. Como potenciar los recursos de comunicación de los miembros para fortalecer la comunicación del MCP-ES? 3. Como minimizar costos al utilizar los medios de comunicación 4. Como incorporar los mensajes de comunicación en todas las actividades del MCP-ES? 5. Recomendar acciones para cultivar relaciones amigables con los medios y con periodistas, que nos ayuden a reducir costos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sí, hay esfuerzos económicos y técnicos destinados a actividades de comunicación. 2. Se tienen medios como imprenta nacional, medios de comunicación masivos nacionales y convocatorias de prensa de instituciones nacionales. 3. Insertar logos del MCP-ES en publicaciones de receptores principales. Invertir más en medios de alto alcance y bajo costo (redes sociales). 4. En actividades públicas de Receptores Principales, incluir mensajes del MCP-ES. 5. Hacer convocatorias a través de los Receptores Principales. Incluir a representantes de medios de comunicación en las capacitaciones que hacen los receptores principales, para formar lazos que permitan pedir cobertura directa en el futuro.

FORMULARIO 7 Mesa 1: COMO EJECUTAR LA NUEVA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES
2014 – 2018

COMO VAMOS A EJECUTAR EL PLAN DE COMUNICACIÓN	CONASIDA	COMISION DE HACIENDA DE LA ASAMBLEA LEGISLATIVA
9. ¿Para qué vamos a Comunicar?	1. Para Influir en la Toma de decisiones	1. Para Influir en la Toma de decisiones
10. ¿Hacia quienes vamos a dirigir la comunicación?	2. CONASIDA	2. Comisión de Hacienda
11. ¿Qué vamos a hacer?	3. CONASIDA: Incluirnos en punto de Agenda por lo menos dos veces al año	3. Comisión de Hacienda por lo menos una vez al año antes que se apruebe el presupuesto general. Con el fin de comprometerlos en la contrapartida
12. ¿Cómo vamos a hacerlo?	4. CONASIDA. Una Reunión con el secretario para incluirnos en agenda: Dos Reuniones con el pleno (Enero y Junio)	4. Comisión de Hacienda: Una Reunión con los técnicos de la comisión de hacienda (Agosto) y Una reunión plenaria vez al año (Septiembre)
13. ¿Cuánto va a costar?	5. \$ 300 anual	5. \$ 300 anual
14. ¿Cuándo vamos a hacerlo?	6. Enero y Junio	6. Agosto y Septiembre
15. ¿Quién lo va a hacer?	7. Comité Ejecutivo, Comité de comunicaciones y dirección ejecutiva	7- Comité Ejecutivo, Comité de comunicaciones y dirección ejecutiva
16. ¿Cuánto impacto va a tener?	8. Mantener en Agenda Publica la temática	8- Mantener en Agenda Publica la temática

COMO VAMOS A EJECUTAR EL PLAN DE COMUNICACIÓN	APORTE A LA NUEVA ESTRATEGIA	Municipalidades
<p>1. ¿Para qué vamos a Comunicar?</p> <p>2. ¿Hacia quienes vamos a dirigir la comunicación?</p> <p>3. ¿Qué vamos a hacer?</p> <p>4. ¿Cómo vamos a hacerlo?</p> <p>5. ¿Cuánto va a costar?</p> <p>6. ¿Cuando vamos a hacerlo?</p> <p>7. ¿Quien lo va a hacer?</p> <p>8. ¿Cuanto impacto va a tener?</p>	<p>Jóvenes:</p> <p>1) Para posicionar al MCP-ES a nivel nacional.</p> <p>2) Hacia la población joven y adolescentes.</p> <p>3) Operativización de la Estrategia de Comunicaciones.</p> <p>4) A través de la ejecución de las actividades: uso de redes sociales, blogs, sitios web, radio virtual, etc.</p> <p>5) Manejo Página web \$300.00 mensual; ¿verificar costos de radio virtual? Gestión de donaciones nacionales e internacionales.</p> <p>6) En el año 2014-2018</p> <p>7) El MCP-ES a través del comité de Comunicaciones.</p> <p>8) Incrementar el posicionamiento del MCP-ES en la población de adolescentes y jóvenes a nivel nacional.</p>	<p>1) Para posicionar al MCP-ES a nivel nacional.</p> <p>2) Hacia las municipalidades</p> <p>3) Operativización de la Estrategia de Comunicaciones.</p> <p>4) A través de la ejecución de las actividades: reproducción boletines, radios comunitarias, reuniones, etc.</p> <p>5) Reproducción \$5,000 anuales. Gestión de donaciones municipales, nacionales e internacionales.</p> <p>6) En el año 2014-2018</p> <p>7) El MCP-ES a través del comité de Comunicaciones.</p> <p>8) Incrementar el posicionamiento del MCP-ES en las municipalidades a nivel nacional.</p>



--	--	--

FORMULARIO 7 Mesa 2: COMO EJECUTAR LA NUEVA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES
2014 – 2018

FORMULARIO 7 Mesa 3: COMO EJECUTAR LA NUEVA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES
2014 – 2018

FORMULARIO 8 Mesa 1: IMPACTO DE LA NUEVA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES 2014-2018

COMO VAMOS A MEDIR EL IMPACTO	CONASIDA		COMISION DE HACIENDA
<p>EJECUTAR EL PLAN DE COMUNICACIÓN</p> <p>1. ¿Cuántos Artículos se van a publicar?</p> <p>1. ¿Para qué vamos a Comunicar?</p> <p>2. ¿Adónde se van a publicar estos artículos?</p> <p>3. ¿Vamos a medir la cantidad de personas que van a acceder a la información en la página web?</p> <p>4. ¿Adónde usaremos el logo del MCP-ES?</p> <p>3. ¿Qué vamos a hacer?</p> <p>5. ¿Cuántas actividades públicas se realizarán?</p> <p>4. ¿Cómo se van a realizar las actividades?</p> <p>7. ¿Cuántos actos se realizarán?</p> <p>5. ¿Cuánto va a costar?</p> <p>6. ¿Cuándo vamos a hacerlo?</p> <p>7. ¿Quién lo va a hacer?</p>	<p>ESTRATEGIA</p> <p>1. Para generar compromiso y conciencia de la importancia de la participación de Órganos del estado en la Respuesta Nacional.</p> <p>2. Casa Presidencial, Asamblea</p> <p>3. Enviar Informe de labores a asamblea legislativa</p> <p>Enviar correspondencia directa a diputados.</p> <p>4. A través de boletines dirigidos.</p> <p>Convocatoria a diputados para asistir a diálogos de país.</p> <p>5. Emisión de boletines (planificado en plan de trabajo) y pedir apoyo para envío de boletines.</p> <p>6. Trimestral y eventos especiales. Comité de comunicaciones del MCP-ES.</p> <p>Se espera hacer conciencia en todos los miembros de la asamblea y casa presidencial a través de la</p>	<p>ANUALES</p> <p>1. 2. Memorias de labores de Conasida divulgarlo en el sitio web.</p> <p>3. Si por medio de un informe de labores en la página web</p> <p>4. En todos los canales de comunicación identificados. Tener en cuenta siempre de colocarlo en la parte derecha</p> <p>5. Tres reuniones anuales</p> <p>6. En las oficinas de la CONASIDA</p> <p>En los lugares donde se reúne el pleno de la CONASIDA</p> <p>7. 4 reuniones del dialogo de país</p>	<p>Asamblea</p> <p>1. ANUAL</p> <p>2. MEMORIAS DE LABORES ACTAS DE CONASIDA.</p> <p>3. DIVULGARLO EN EL SITIO WEB</p> <p>Asamblea Legislativa en la Respuesta Nacional.</p> <p>Asamblea</p> <p>Enviar Informe de labores a asamblea.</p> <p>5. Dos reuniones directas a presidente de fracción.</p> <p>6 En la Asamblea Legislativa</p> <p>Boletines dirigidos.</p> <p>4 reuniones del dialogo de país</p>
<p>8. ¿Cuánto impacto va a tener?</p>	<p>información reflejada en los boletines y generar compromiso con la labor.</p>		

COMO VAMOS A MEDIR EL IMPACTO	APORTE A LA NUEVA ESTRATEGIA Joven y adolescentes	APORTE A LA NUEVA ESTRATEGIA Municipalidades
1. ¿Cuántos Artículos se van a publicar?	1) Una trimestral	1) Boletines trimestrales
2. ¿Adónde se van a publicar estos artículos?	2) Sitio Web, redes sociales.	2) Radios comunitarias, en las oficinas de las municipalidades
3. ¿Vamos a medir la cantidad de personas que accedan a la información en la página web?	3) Si se va a medir, de forma periódica cada tres meses.	3) Se va a medir con el número de cuñas radiales ganadas y difundidas y la cantidad de boletines distribuidos.
4. ¿Adónde usaremos el logo del MCP-ES?	4) EL logo se usará en toda la papelería y material impreso que se use en los eventos, en los banner de los RP.	4) EL logo se usará en toda la papelería y material impreso que se use en los eventos, en los banner de los RP.
5. ¿Cuántas actividades públicas se realizaran?	5) 4 anuales	5) 4 anuales
6. ¿Adónde se van a realizar las actividades?	6) En lugares apropiados para realizar eventos.	6) En lugares apropiados para realizar eventos.
7. ¿Cuántos actos de difusión se realizaran?	7) 4 anuales	7) 4 anuales

FORMULARIO 8 Mesa 2: IMPACTO DE LA NUEVA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES 2014-2018

COMO VAMOS A MEDIR EL IMPACTO	APORTE A LA NUEVA ESTRATEGIA (Publico: Presidencia y Asamblea)
1. ¿Cuántos Artículos se van a publicar?	1. 4 boletines, 1 por cada trimestre.
2. ¿Adónde se van a publicar estos artículos?	2. Informe de labores, en Sitio Web, Redes Sociales, Eventos públicos.
3. ¿Vamos a medir la cantidad de personas que accedan a la información en la página web?	3. Sí, ya se está haciendo. (Hace una semana se está haciendo)
4. ¿Adónde usaremos el logo del MCP-ES?	4. En todas las publicaciones y eventos propios, receptores principales y sub receptores.
5. ¿Cuántas actividades públicas se realizaran?	5. 4 Diálogo de país.
6. ¿Adónde se van a realizar las actividades?	6. Hoteles.
7. ¿Cuántos actos de difusión se realizaran?	7. Dos veces al año.

15. SIGLAS Y ACRÓNIMOS

ALF	Agente Local del Fondo
FM	Fondo Mundial de Lucha contra el SIDA, Tuberculosis y Malaria
HSH	Hombres que tienen sexo con hombres
MCP-ES	Mecanismo de Coordinación de País El Salvador
MINSAL	Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social
TS	Trabajadoras sexuales
OBF	Organización basadas en la Fe
OMS	Organización Mundial de la salud
ONG	Organización no gubernamental
OPS	Organización Panamericana de la Salud
PDDH	Oficina del Procurador de los Derechos Humanos
PNS	Programa Nacional de ITS, VIH – SIDA
TB	Tuberculosis