

- I. INTRODUCCION**
- II. MARCO TEÓRICO JUSTIFICACION**
- III. PROYECTO PROPUESTAS**
- IV. RESUMEN ACTIVIDADES Y ACCIONES**
- V. TRABAJO 2009**
- VI. CONCLUSIONES**
- VII. OFERTA FREE PRESS**

I. INTRODUCCION

La Sociedad Colombiana de Cardiología y Cirugía Cardiovascular a través del Comité de Prevención y Rehabilitación cardiaca inició un proyecto específico relacionado con la enfermedad cardiovascular en la mujer, a partir de la convocatoria de la Federación Mundial del Corazón (WHF) en el marco del Congreso Mundial de Cardiología en Buenos Aires Argentina en mayo de 2008. A partir de la información y aprendizaje de taller realizado en Buenos Aires, las experiencias y el conocimiento de varios profesionales que han trabajado en el tema desde diferentes frentes se iniciaron acciones de las propuestas del proyecto.

II. MARCO TEÓRICO

La Campaña "Go Red for Women" comenzó en el año 2002 en Estados Unidos, en el seno de la Asociación Americana del Corazón (American Heart Association AHA). Posteriormente, se unió a esta campaña la Federación Mundial del Corazón (World Heart Federation WHF), entidad que internacionalizó la propuesta, motivando y convocando a todos sus miembros (195, provenientes de 100 países) a ser parte de ella. Actualmente la campaña se realiza en aproximadamente 38 países donde las sociedades científicas de Cardiología y/o las Fundaciones del Corazón han estado a cargo de su difusión y ajustes de acuerdo a cada país. En Latinoamérica, Chile fue el primer país en responder al llamado y lanzar la campaña en el año 2007, ahora, en el año 2008, Colombia responde y decide seguir estos pasos.

La Sociedad Colombiana de Cardiología y Cirugía Cardiovascular es miembro de la Federación Mundial del Corazón (World HEart Federation), y como tal comparte la misión con respecto a la Prevención y Control de las Enfermedades Cardiovasculares en el mundo, principalmente en los países en vía de desarrollo.

DEFINICION:

La enfermedad cardio y cerebro vascular en la mujer causa más de 8 millones de muertes en el mundo entero. Es la principal causa de muerte en la mujer, superando las muertes ocasionadas por el cáncer y/o enfermedades infecciosas. Sin embargo, son pocas las mujeres que saben o que reconocen la enfermedad cardiovascular como la principal amenaza de sus vidas, además considerándola una enfermedad casi

exclusiva de los hombres.

Los países en vía de desarrollo presentan una alta prevalencia de enfermedad cardíaca y cerebrovascular, con cifras actuales que reportan, un estimado de 3.6 millones de mujeres que morirán por enfermedades cardio y cerebro vasculares en los próximos 12 años de las cuales el 80% provendrán de países con un ingreso socioeconómico medio y bajo. En Colombia la patología más seria y prevalente que presenta la mujer es la enfermedad cardiovascular (ECV) en estos primeros años del Siglo XXI. La ECV afecta en mortalidad en Colombia a 50.7 por 1 000 mujeres con enfermedades cerebrovasculares y a 67.1 por 1 000 mujeres con enfermedad isquémica del corazón¹, siendo la primera causa de muerte en este país, como se puede apreciar en la Tabla 1.

Tabla 1. Causas de Mortalidad - Tasa estimada de mortalidad (,por 100 000 habitantes) *

País	Población en miles	Mujeres 15-49 años/miles 2004	Enfermedades Cerebrovasculares 1997/2004 uad miles		Enfermedad Isquémica del Corazón / miles 2002 uad		Diabetes mellitus 1997/2002 uad / miles	
			Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Colombia	41 243 ¹	12 191	50.7	40.2	67.1	76.6	23.1	15.0
Ecuador	12 157 ²	3 486	36.2	35.2	24.8	34.2	34.7	25.8
Perú	26 152 ³	7 200	31.6	31.8	21.9	29.4	14.1	13.0
Venezuela	27 031 ⁴	6 883	35.0	33.4	53.9	76.4	23.7	20.3

uad = último año disponible

1- DANE: Censo 2005

2- INEC: VI Censo de Población 2001

3. INEI X Censo Nacional de Población

4- República Bolivariana de Venezuela - Ministerio de Salud- Anuario de Mortalidad – Caracas, Diciembre 2005

*- Género, Salud y Desarrollo en las Américas – Indicadores Básicos 2005.

Organización Panamericana de la Salud. Oficina Regional de la Organización Mundial de la Salud. UNFPA – UNIFEM (Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer)

La probabilidad para muerte por ECV es casi 14 veces mayor, que la probabilidad para morir por cáncer de seno. De 75 891 muertes en 2 005 en mujeres, 25 441 ó 33.5 % fueron por causa de la ECV, según se puede apreciar en la Figura 1.

Dado que las enfermedades cardiovasculares y cerebrovasculares se pueden prevenir, el conocimiento de los factores de riesgo que conducen a estas enfermedades y sus consecuencias representan un paso fundamental y definitivo para reducir el enorme riesgo en salud de estas patologías.

METAS Y OBJETIVOS

La defensa del proyecto se basa en un proceso que logre influir en las personas para crear el cambio.

Establecer metas claras a largo plazo y objetivos específicos, medibles,

alcanzables, realistas y con límite en el tiempo (SMART) es el principio del trabajo.

Una de las metas consiste en convocar y conformar un equipo de trabajo interdisciplinario que lidere y apoye el tema desde el origen, pero que sea el que permita la continuidad en el mediano y largo plazo, generando retroalimentación y soporte para su crecimiento y a su vez influencia directa sobre las decisiones, estrategias y objetivos planteados.

La creación de este equipo de trabajo nos permite dar sentido de realidad a la meta principal a largo plazo:

Disminuir el porcentaje de muertes secundarias a enfermedades cardiovasculares y cerebrovasculares en las mujeres en nuestro país en los siguientes 10 años.

OBJETIVOS

1. Aumentar la conciencia, el diálogo y conocimiento acerca de la enfermedad cardio vascular y cerebro vascular en las mujeres (hasta nivelarlo con la importancia, posicionamiento y referencia que tiene en el día de hoy la prevención de enfermedades como el cáncer de mama y cáncer de cervix)
 2. Motivar y estimular a la mujer con respecto al cuidado de su salud cardiovascular (empoderarla del tema)
 3. Detectar, capacitar y motivar a mujeres líderes en grupos estratégicos para multiplicar la información (crear sociedad civil)
 4. Informar, actualizar y motivar a los profesionales de la salud con respecto al tema, involucrando a todas aquellas disciplinas que valoran las mujeres desde la prevención primaria (md generales, pediatras, Md de adolescentes, nutricionistas, ginecólogos, md,internistas, endocrinólogos, otras especialidades médicas, educadores físicos, psicólogos, promotores de salud etc)
 5. Crear un canal de información, comunicación y retroalimentación efectivo con las entidades gubernamentales y de salud respectivas para motivar el paso a la inclusión en tema de agenda como política de salud pública, con las medidas que ello implique
 6. Agendar el tema a nivel general de la población (medios masivos de comunicación hablados y escritos con periodicidad estratégica) para mantener el interés y retroalimentación a las actividades que se implementen
 7. Mantener vigente y activa la red del equipo de trabajo que permita continuidad y crecimiento de la campaña.
- Las metas en el tiempo de los objetivos varían y se deben definir de acuerdo a las barreras existentes, a las actividades, resultados, y cronograma que se establezca.

DIRECCION DE LA CAMPAÑA

1. Mujeres mayores de 20 años (Niñas en acciones e intervenciones de prevención primordial y primaria rel con actividad física y ejercicio)
2. Profesionales de la salud con influencia en el cuidado y la salud de la mujer
3. Autoridades de salud, educación y entidades de salud , líderes de opinión, con influencia directa en la agenda del tema

INICIO DE CAMPAÑA

La actividad de lanzamiento de la campaña corresponde a los resultados de la Encuesta de Percepción de enfermedad cardiovascular en la mujer en Colombia, (referencias anexas) que será ejecutada por el Centro Nacional de Consultoría.

Dicha encuesta será patrocinada por industria farmacéutica previa presentación del tema.

Durante la realización de la encuesta y con los resultados de la misma, se realizará revisión de esta propuesta inicial para profundizar estrategias, acuerdos y definir oportunidades y desarrollo de la misma

Las propuestas de acción planteadas (anexas) durante la concepción del proyecto serán revisadas y discutidas ampliamente en concordancia con lo anotado.

Jaime Calderón H., MD
Presidente
Sociedad Colombiana de Cardiología
Y Cirugía Cardiovascular

Claudia V. Anchique S., MD
Comité de Prevención y
Rehabilitación Cardíaca

III. PROYECTO PROPUESTA TRABAJO MUJER Y ENFERMEDAD CARDIOVASCULAR

1. ESTADISTICAS:

- A. Recolección de los datos epidemiológicos existentes relacionados con ENFERMEDAD CARDIOVASCULAR EN LA MUJER en el país y cada región, con investigación en fuentes y análisis de la necesidad de nuevos datos, de datos complementarios para diseñar las herramientas que se requieran y lograr el desarrollo de las mismas.

Utilizar datos de otros países como referentes, comparación.

Debe involucrar las personas y los grupos que se encuentren trabajando en el tema que aporten el conocimiento y aval con respecto a nuevas herramientas que se quieran crear para que los instrumentos que se utilicen sean unificados.

OBJETIVOS:

Determinar que se conoce hasta el momento en nuestro país con respecto al tema

Definir que se quiere conocer y averiguar con respecto a la epidemiología en nuestro país para implementar las herramientas

correspondientes

Determinar cifras de partida para comparar y evaluar impacto de medidas que se implementen

Medir y comparar tanto las cifras y acciones con respecto a otros países que permitan orientar estrategias con especificación cultural (de acuerdo a la idiosincrasia y diversidad cultural de Colombia)

Utilizar información en los medios de comunicación para sensibilizar a la población sobre el tema, y una forma de incluir el tema en la agenda a distintos niveles.

B. PERCEPCION PUBLICA:

. Estudiar e implementar encuesta telefónica (estudios ya realizados en otros países) con formato que ya se tiene, para diseñar la parte logística de esta recolección de información.

OBJETIVOS:

Cuantificar percepción inicial (antes de acciones específicas dirigidas)

Medir percepción con acciones que se implementen

Cuantificar impacto acciones.

2. DIRECTORIO, CONFORMACION DE RED

Crear directorio, base de datos de entidades, instituciones que cuenten con **Programas dirigidos a la mujer: (ejemplo FCI, Marly, Clinica de la Mujer, FCV, etc), asociaciones científicas , y médicos relacionados con el tema (asociación de ginecología, menopausia, climaterio, medicina interna) a nivel nacional** para crear grupo interdisciplinario, recolectar información de experiencia y datos obtenidos hasta el momento para crear propuestas que involucren la totalidad de los que trabajan en el tema lo cual favorece la cobertura de cualquier estrategia y el mantenimiento del trabajo y su seguimiento.

.OBJETIVOS

Fortalecer la red de trabajo y la justificación de los objetivos y estrategias por implementar

Fortalece el recurso humano para aumentar la divulgación del tema y las acciones que se emprendan

3.

HERRAMIENTAS PARA PROFESIONALES:

- A. Incluir el tema como conferencia en Actividades médicas como el Simposio del Día Mundial del Corazón
- B. Promover la inclusión del tema como conferencia en los diferentes congresos nacionales (med general, pediatría, med interna, subespecialidades, salud pública, adolescentes, etc): convocatoria a presidentes de Sociedades Científicas para que incluyan el tema en programas científicos, así como convenios para definir la presencia de un stand en cada uno de los congresos para brindar información y sensibilización sobre el tema.
- B. Información básica con recomendaciones concretas periódicas actualizaciones, invitaciones a eventos, etc, en medios, en pag web, correo electrónico etc.(con creación previa de página) enlazada a las páginas web de las asociaciones y sociedades involucradas con permanente alimentación para los usuarios
- C. Promover con Institutos de Recreación y Deportes de cada ciudad, la creación de programas que tengan direccionamiento y motivación para el ejercicio, actividad física en las mujeres, adolescentes, niñas. Campañas específicas que promuevan el ejercicio en niñas y adolescentes, disminuyan el abandono del mismo a temprana edad, y motiven a la mujer adulta.
- D. Incluir el tema en agenda de estas instituciones y profesionales del área física para generar nuevas propuestas

OBJETIVOS

Ampliar cobertura de divulgación de información

Agendar el tema en profesionales y estudiantes de la salud de diferentes áreas que hoy desconocen el tema

Promover acciones de prevención primordial que trasciendan a nivel escolar y universitario

4. TRABAJO CON LA COMUNIDAD

- A. CELEBRACIÓN DIAS ESPECIFICOS (DIA MUNDIAL DEL CORAZON, DIA DE LA MUJER, DIA MUNDIAL DE LA HTA, DE LA ACTIVIDAD FÍSICA ETC)

Programar actividades dirigidas a las mujeres en cada una de las fechas que hay relacionadas con la salud

Folleto informativo sobre tema enfermedad cardiovascular

Conferencias tema enfermedad cardiovascular en la mujer

Inclusión de actividades lúdicas específicas relacionadas con el tema que tengan en algunos aspectos direccionamiento para niñas, jóvenes y mujeres.

Espacio para incluir otra actividad propuesta sugeridas por WHF (World Heart Federation)

- B. Proponer módulos interactivos que representen el tema o los tópicos que llamen la atención, para ser ubicados en forma permanente en sitios como MALOKA, EXPLORA, parques temáticos, (que son sitios de visita de niños y jóvenes. (alianza con gobierno local, empresas privadas)

- C. Creación página web con enlaces a Sociedades, asociaciones científicas y otras páginas relacionadas con el tema y que se alimente regularmente con información general, recomendaciones, noticias relacionadas con el tema, invitación a eventos, actividades.

D. Conformar grupo de mujeres líderes dentro de la comunidad que multipliquen la información a través de capacitaciones (programa piloto: cooperativas)

OBJETIVOS:

Acercar a diferentes grupos poblacionales al tema: educación, información

Promover otros medios de comunicación y acceso a la comunidad, que se convierta en medio de consulta a los usuarios tanto para información, capacitación, dudas, como para convocatoria a eventos y que simultáneamente permita recolectar información de los usuarios.

Ubicar información y mensaje educativo y de motivación, en lugares de importante afluencia de niños y jóvenes

Empoderar a la mujer para convertirla en multiplicadora y líder de los objetivos y campañas

5. MEDIOS, PUBLICIDAD

Implementar estrategias de información con cronograma establecido para mantener tema agendado en los medios (alternando radio, TV, revistas, periódicos, con características diversas en los contenidos que mantengan la atención)

Implementar estrategias “publicitarias” que logren la permanencia de la atención general: mujeres famosas, farándula, actividades específicas que permitan asociación con el tema, símbolos que se vuelvan de referencia con el tema, días de referencia sobre el tema entre otros.

OBJETIVOS:

- Mantener el tema vigente dentro de la sociedad civil
- Acceder a mayor número de personas con la información
- Aumentar posibilidad de recursos económicos para alimentar las campañas

6. ESTAMENTOS GUBERNAMENTALES, SECTOR DE LA SALUD

Crear canales de comunicación y retroalimentación con los diferentes estamentos relacionados con el tema de la salud y su reglamentación (locales, regionales, nacionales)

OBJETIVOS:

- Agendar el tema como problema de salud pública
- Motivar y participar en la creación conjunta de estrategias dentro de los modelos de salud
- Motivar para la vinculación en diferentes campañas y estrategias del programa

1. PROCESOS DE SEGUIMIENTO Y EVOLUCION:

Cada una de las acciones y actividades que se realice requiere grupo específico de trabajo con actividades, tareas e informes periódicos que retroalimenten el grupo base y permita ser dinámicos y oportunos en el seguimiento y directrices.

OBJETIVOS:

Construir estadísticas propias que permitan análisis de impacto para redefinir acciones.

2. PATROCINIO, SOPORTE ECONOMICO

Búsqueda de patrocinio por parte de empresa privada, gobierno local , regional, fundaciones, federaciones cuyo plan debe establecerse .

La red debe permanecer en constante comunicación, capacitación, intercambio de información para optimizar recurso humano, económico y avanzar en el tema de prevención primordial y prevención primaria.

Claudia Victoria Anchique Santos

MD Internista cardióloga

Comité Prevención y Rehabilitación Cardíaca

Sociedad Colombiana de Cardiología y Cirugía Cardiovascular

IV. RESUMEN ACTIVIDADES Y ACCIONES

INICIO PROYECTO: MAYO 2008

TIEMPO DE TRABAJO 9 MESES

GRUPO RESPONSABLE: Comité de Prevención y Rehabilitación Cardíaca de la Sociedad Colombiana de Cardiología

CORRESPONDENCIA, SEGUIMIENTO, ARCHIVO: Diana Baquero

DIRECCION: Dr. Jaime Calderón Herrera

1. RECOLECCION DATOS EPIDEMIOLOGICOS NACIONALES
Datos DANE 2005

Encuesta Nacional de Salud 2008

2. ENCUESTA PERCEPCION ENFERMEDAD
CARDIOVASCULAR EN LA MUJER

Realizada en agosto y septiembre 2008 por el Centro Nacional de Consultoria. Lanzamiento en el Marco del Día Mundial del Corazón a los medios de Comunicación.

Material de referencia para propuestas de acciones específicas

3. DIRECTORIO, CONFORMACIÓN DE RED

En levantamiento .Intersectorial, e interinstitucional. (instituciones de salud, facultades de medicina y enfermería, agremiaciones científicas, EPS, ARP)

4. HERRAMIENTAS PARA PROFESIONALES

Conferencia en el Simposio de Prevención en el Marco del Dia Mundial del Corazón Sept 2008

5. TRABAJO CON LA COMUNIDAD

Información general en el marco del Dia Mundial del Corazón

6. MEDIOS DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD

En el marco del Día Mundial del Corazón articulado con el lanzamiento de la encuesta de opinión

Programa de medios y relaciones públicas diseñado para año 2009 con frentes para la comunidad y para el sector de la salud.

7. ESTAMENTOS GUBERNAMENTALES

Presentación de encuesta de opinión y proyecto general al Ministerio de Protección Social.

Posibilidad de presentarlo en la mesa de trabajo de “crónicas” del Ministerio de Protección Social, con voz de las Sociedades Científicas y representantes designados, para articularlo con el

trabajo de dicha mesa.

8. PATROCINIO Y SOPORTE ECONOMICO

Hasta el momento dos laboratorios (Merck Colombia y Bayer) han patrocinado actividades y uno de ellos (Merck Colombia) se ha vinculado formalmente al proyecto a largo plazo.

V. TRABAJO AÑO 2009

Durante el año 2009 se llevarán a cabo diferentes actividades de las mencionadas en propuesta descrita, se adelantarán otras para iniciarlas, y se ajustarán y anexarán las que se consideren necesarias. El desarrollo de las mismas tendrá un cronograma establecido que se regirá por el planteamiento inicial.

Enero y Febrero 2009: reuniones y trabajo de convocatoria para

- Conformación de grupos: contactos red diferentes niveles, convocatoria a líderes de opinión industria farmacéutica y no farmacéutica
- Elaboración de organigrama de los actores involucrados (instituciones, empresas, líderes, comunidad, etc)
- Definición de actividades centrales de primer y segundo semestre con fechas
- Elaboración y aprobación de contenido de mensajes iniciales
- Realización de boletines de prensa para primer semestre
- Realización perfil y asignaciones de tareas a líderes de opinión y líderes de cada grupo de trabajo
- Definición de perfil de la campaña publicitaria y el contenido en los diferentes frentes
- Elaborar agenda de reuniones de seguimiento y metodología de retroalimentación.
- Contactos y presentación del proyecto a entes gubernamentales, no gubernamentales, agremiaciones, industria, etc.
- Presentación a grupo médico base de referencia

Febrero marzo 2009:

- Lanzamiento medios, realización y desarrollo de programa de relaciones públicas y edios planteado.
- Participación en la mesa de trabajo de enfermedades crónicas del Ministerio de Protección Social

MARZO 06,07, 08 2009

- Trabajo medios (mensajes fundamentales, símbolos, logos, etc)
- Lanzamiento del programa que se crea se pueda anexar de acuerdo a estrategia de relaciones públicas y publicidad aprobada.
-

MARZO, ABRIL, MAYO, JUNIO, JULIO, AGOSTO 2009

- Preparación día mundial del corazón.

- Reuniones retroalimentación actividades
- Ciclos de capacitación a líderes de grupos , entidades escogidos con mensajes iniciales
- Convocatorias para ampliar red, seguimiento a capacitaciones
- Revisión material, actualización material, aprobación material
- Búsqueda ampliación recursos económicos
- Trabajo en medios (programas, freepress, testimoniales, referentes)
- Desarrollo del cronograma de medios y de relaciones públicas aprobado

SEPTIEMBRE 2009 25,26,27 2009

DIA MUNDIAL DEL CORAZÓN

Actividades en las diferentes ciudades para la comunidad (puestos de detección, tamizaje, información)

Actividad en Valledupar: simposio, festival de corazones, carrera at'letica con todo el corazón.

SIMPOSIO PARA Y POR LAS MUJERES.

OBJETIVO: generar un espacio de información, actualización y motivación con respecto a la relación de los factores de riesgo con la enfermedad cardiovascular en la mujer y el impacto de las intervenciones oportunas y adecuadas.

Intercambiar el conocimiento y las experiencias de diferentes grupos interdisciplinarios en esta área que permitan fortalecer una red de trabajo en el corto, mediano y largo plazo.

FECHA Y LUGAR:

VIERNES SEPTIEMBRE 25 2008 8 AM 1PM VALLEDUPAR.

HORA	TEMA	CONFERENCIAS TA	OBSERVACIONES
8:00-8:15	INAGURACION	DR. JAIME CALDERON ALEXIS LLAMAS SCC Y QX CV	
8:15-8:40	ENFERMEDAD CARDIOVASCULAR EN LA MUJER: EPIDEMIOLOGIA IMPLICACIONES DE LAS DIFERENCIAS DE GENERO.		
8:40-8:50			
8:50-9:15	TABAQUISMO Y MUJER: UNA REALIDAD		
9:15-9:40	HTA EN LA MUJER		
9:40-9:55	DESCANSO MUESTRA COMERCIAL		
10:00-10:25	DISLIPIDEMIA EN LA MUJER		
10:25-10:50	EJERCICIO: estrategia imprescindible .		
10:50-11:15	OBESIDAD: no es un problema de estética		
11:15-11:40	NUTRICION para la mujer y la flia.		

11:40- 12:00	D E S C A N S O M U E S T R A C O M E R C I A L		
12::00:- 12:25	M U J E R E S Y S O C I E D A D		
12:25- 12:50	MUESTRA COMERCIAL FINAL DESCANSO FINAL.		

I. ACTIVIDADES CON LA COMUNIDAD

- VALLEDUPAR sábado 26 de septiembre plaza central plaza publica
- Festival de Corazones: actividades lúdicas educativos con respecto a los factores de riesgo dirigidas a niños y adultos: ejercicios dirigidos, canciones con temática de hábitos saludables, concursos educativos relacionados con el tema, videos de prevención cardiovascular, videos de programas de Plaza Sésamo relacionados con el tema de la nutrición y el ejercicio, recomendaciones de alimentación saludable, degustaciones de productos saludables, toma de tensión arterial, perímetro de cintura, información de campaña de ambientes 100% libres de humo de cigarrillo, información significado fumador pasivo, módulos interactivos. ACTIVIDADES LUDICAS ESPECÍFICAS DIRECCIONADAS PARA MUJER.
- Concurso de pintura y fotografía para niños y adolescentes con temática correspondiente.
- OTRAS CIUDADES: Bogotá, Cali, Bucaramanga, Tunja, Manizales, Barranquilla, Cartagena, Montería, Valledupar.
Se ubicarán puntos (en centros comerciales, supermercados) de información y educación con respecto a los factores de riesgo cardiovasculares, y se continua la campaña 100% libres de humo de cigarrillo, (toma de Tensión arterial, perímetro abdominal, información, educación)

V. CONCLUSIONES

LOGROS:

- Vinculación de personas y organizaciones a la red del grupo de trabajo
- Creación de canales de comunicación con Ministerio de Protección Social
- Realización de encuesta base para medición posterior para evaluación de estrategias implementadas
- Consecución de apoyo diseño e implementación de tema de relaciones públicas y medios de comunicación
- Consecución de apoyo económico y logístico para las actividades realizadas hasta el momento.

SUGERENCIAS:

- Cumplir con el aspecto de retroalimentación dinámica de las actividades

- Definir los procesos y procedimientos correspondientes para el manejo de rubros y recursos que se consigan para el proyecto en forma específica
- Mantener canal de comunicación e informes periódicos a junta directiva.
- Favorecer la realización de reuniones intersectoriales