

El esfuerzo de The California Endowment para educar sobre la Ley de Atención Médica Accesible y Protección del Paciente

The California Endowment está participando en un esfuerzo de todo el estado para educar a las personas sobre cómo pueden beneficiarse de la nueva ley de salud. Este documento presenta información de última hora sobre nuestras actividades y da un resumen de lo que se puede esperar en las próximas semanas.

Qué

The California Endowment está participando en un esfuerzo de educación no partidista de muchos millones de dólares que se está llevando a cabo en todo el estado para **despertar conciencia sobre la información, los beneficios y las nuevas cláusulas de elegibilidad de la nueva ley de salud.**

Basándonos en el análisis de datos de encuestas e información presentada por grupos aliados e interesados de los 14 centros del programa Building Healthy Communities (BHC) distribuidos por toda California, determinamos que lograríamos más si comenzáramos por enfocarnos en tres grupos en la fase inicial de este esfuerzo educacional: **los latinos, la comunidad de los negocios y los californianos menores de 26 años.**

Las tácticas educacionales de este esfuerzo incluyen:

- **Pagar a los medios de comunicación** latinos (televisión, posiblemente radio, prensa escrita y correo)
- **Lograr la participación de medios de comunicación sociales y de Internet**, especialmente los que están dirigidos a los menores de 26 años
- **Formar coaliciones** con atención especial a comunidades latinas y comunidades de negocios
- **Convocar eventos locales** en las áreas de Building Healthy Communities o sus alrededores para educar a la gente sobre la Ley de atención médica accesible, especialmente sobre las nuevas cláusulas de este año

Para lograr el mayor impacto posible, The California Endowment está compartiendo información sobre estas actividades con sus organizaciones aliadas para conocer su opinión y coordinar las actividades.

Por Qué

The California Endowment ha puesto en marcha este esfuerzo porque la gente de este estado conoce muy poco sobre las opciones de la nueva ley de salud que hay a su disposición. La implementación exitosa de esta ley es vital para todas las personas de California, especialmente para las que viven en las áreas del programa. Creemos que el éxito de los aspectos clave del plan Building Healthy Communities (10 años, \$100 millones en tan sólo este año) depende del éxito de la implementación de la nueva ley de salud en este estado.

Las previsiones dicen que cuando se implemente totalmente, la Ley de atención médica accesible traerá **más de \$120 mil millones de dólares de fondos federales** de inversión en la salud y el bienestar de California y sus comunidades.

El plan que tiene The California Endowment para poner en marcha un esfuerzo de educación del consumidor se basa en la creencia de que:

- **La gente debe tener conciencia de los nuevos beneficios** de la ley que les corresponden y participar activamente para disfrutar de los mismos. Actualmente, los residentes de California saben muy poco sobre las cláusulas de la ley.
- **Cuando la gente sabe en qué consiste la nueva ley de salud, le gusta y está más deseosa de participar.**

Cómo

Las tres secciones siguientes informan sobre las últimas novedades de lo que puede esperar de este esfuerzo educacional en las próximas semanas.

ALCANCE HACIA LOS LATINOS

La misión de The California Endowment es ampliar el acceso a una atención médica de calidad accesible para las personas y comunidades menos atendidas, y promover mejoras fundamentales del estado de salud de todos los residentes de California. Aunque estamos haciendo un esfuerzo para informar a los latinos en esta primera fase del esfuerzo de educación sobre la Ley de atención médica accesible, es solo el comienzo. Los latinos representan más del 37 por ciento de la población actual de California, y aproximadamente el 70 por ciento de los residentes de las áreas de Building Healthy Communities.

Adicionalmente, según nuestra investigación inicial sobre las encuestas, los latinos, como la mayoría de los norteamericanos, saben muy poco sobre la nueva ley de salud, aun cuando la mayoría de los latinos se van a beneficiar de muchas de las nuevas cláusulas de la ley (algunas entrarán en vigencia este año). Para lograr que nuestro esfuerzo educacional tenga efecto en esta comunidad, hemos tomado estas medidas:

- **Investigación de encuestas**
 - Completamos una encuesta por todo el estado y cinco grupos de discusión con latinos de California de distintos grupos para determinar qué mensajes tendrían más efecto en este esfuerzo educacional
- **Anuncios pagados de educador del consumidor**
 - Crear anuncios de televisión que, de acuerdo con los datos de nuestras encuestas, comiencen el proceso de educar a los latinos sobre la Ley de atención médica accesible. Estos anuncios se pasarán en septiembre
 - Evaluar los datos de las encuestas para determinar si es apropiado hacer anuncios en radio, prensa, correo e Internet para reforzar los anuncios de la televisión
- **Atraer a los medios de comunicación y a grupos de base comunitaria**
 - Colaborar con organizaciones para escribir editoriales de opinión que respalden el éxito de la implementación de la ley, convocar eventos en los medios de comunicación para resaltar las cláusulas de la ley y destacar en los medios de comunicación cómo afecta la ley a los residentes de California de las comunidades de BHC

ALCANCE HACIA LOS NEGOCIOS

A pesar de las numerosas cláusulas de la nueva ley de salud que van a ayudar a los negocios, algunos de los líderes de empresa de California siguen oponiéndose a la implementación de la Ley de atención médica accesible. The California Endowment está colaborando con líderes de empresa que están a favor de esta ley para dar una imagen más completa del impacto que van a tener sobre la pequeña y la gran empresa y sobre los trabajadores.

Este proceso se basa en la premisa de que los miembros de la comunidad de los negocios son los mejores mensajeros que pueden articular los beneficios de la ley para otros negocios. Para lograr este objetivo, hemos tomado medidas como éstas:

- Convocar docenas de reuniones en persona con miembros influyentes de la comunidad de la pequeña empresa y organizaciones empresariales
- Distribuir un folleto sobre los efectos positivos de la ley en el estado
- Planear mesas de discusión por todo el estado
- Ayudar a escribir y publicar artículos de opinión en los periódicos principales de California
- Coordinar la participación de voceros en funciones de negocios de todo el estado

ALCANCE DE LOS JÓVENES

Como muchas de las cláusulas que entrarán en vigor el 23 de septiembre de este año están dirigidas a los jóvenes menores de 26 años, también hemos puesto en marcha un esfuerzo para dirigirnos a este grupo demográfico de California por Internet. Esta estrategia tiene el objetivo de **llegar a esta audiencia donde se concentra normalmente en lugar de pedirle que vaya a otro lugar para recibir información**. Aspectos específicos de esta estrategia incluyen:

- **Un sitio web central:** Estamos diseñando el sitio GetCoveredCA.com para que sea un punto central de comunicación en línea que albergue contenidos generados por los usuarios y enlaces a muchos otros sitios relacionados.
- **Facebook:** Con casi cinco millones de usuarios de Facebook en California que tienen entre 18 y 26 años, estamos creando fichas personalizadas en Facebook donde se pueden insertar videos, crear peticiones, promover esfuerzos para recaudar fondos y convocar sesiones de preguntas y respuestas en directo en Facebook.
- **Anuncios en línea:** Estamos diseñando anuncios interactivos en línea dirigidos a este sector demográfico. Estos anuncios se adaptarán específicamente a zonas geográficas y sectores demográficos, y a intereses personales.
- **Canal YouTube (y otros sitios de videos):** Nos encontramos en proceso de crear y encargar videos que hagan de enlace entre el sitio web central y esta red en línea, para que se compartan videos.