

## RESUMEN FINAL DEL PROYECTO

Periodo de cobertura	01 septiembre de 2021 al 31 agosto de 2022 (1 año)
Nombre de la organización	USMC STRATEGIC ALLIANCE, ASOCIACIÓN CIVIL
Nombre del proyecto	"VER MEJOR PARA VIVIR MEJOR. BRIGADA DE SALUD 2021-2022"
ID del proyecto	ID. No. 6639

### Introducción.

USMC STRATEGIC ALLIANCE, A.C., es una asociación civil sin fines de lucro, totalmente ajena a la consecución de intereses políticos o partidistas, que tiene como finalidad el desarrollo humano en todas sus dimensiones, lo cual se cumple mediante la ejecución de proyectos destinados al desarrollo social, siendo parte esencial de su objeto social:

*"El desarrollo de proyectos sociales relacionados con el tema de la Salud, movilizandolos recursos a favor de la misma, incluyendo de manera enunciativa mas no limitativa, promover el derecho a la salud y los procesos del desarrollo del mismo, creando estrategias para desarrollar actividades de promoción de la salud, las cuales garanticen que la comunidad esté consciente de ésta como parte de sus desarrollo humano y se esfuerce por prevenirla y mejorarla, el acceso oportuno y aceptable a todo tipo de servicios de atención médica y protección de la salud con calidad suficiente, que ofrezca a todas las personas las mismas oportunidades de disfrutar del grado máximo de salud que se pueda alcanzar, sobre todo a grupos de mayor riesgo, vulnerables y marginados de las sociedades, sin discriminación por motivos de raza, edad, género, pertenencia a grupo étnico u otra condición".*

En virtud de lo anterior, USMC STRATEGIC ALLIANCE, A.C. comprometida con el bienestar de la comunidad juarense, llevó a cabo en conjunto con la FUNDACIÓN DEL EMPRESARIADO CHIHUAHUENSE, A.C. el Proyecto:

**ID 6639 "VER MEJOR PARA VIVIR MEJOR. BRIGADA DE SALUD 2021-2022"**, desarrollándose dentro de la Clínica Con Visión, ubicada en Calle Omega y Avenida Hermanos Escobar, del Parque Industrial Omega, en Ciudad Juárez, Chihuahua, mediante cita en un horario de las 9:00 a.m. a las 6:00 p.m. de lunes a viernes y además mediante Jornadas de Salud Visual.

El proyecto tuvo una duración de 12 meses, teniendo como objetivo general el de: Brindar procesos clínicos de valoración e intervención quirúrgica a público general con especial énfasis a personas trabajadoras de la industria maquiladora y sus familias directas como indirectas con discapacidad visual.

Para lograrlo se tenían 3 objetivos específicos:




OE1.	OE2.	OE3.
<b>2500</b>	<b>1000 – 100</b>	<b>1500</b>
Procesos clínicos de valoración por discapacidad visual.	1,000 operaciones de cataratas y 100 operaciones de pterigión para prevenir la discapacidad por ceguera.	Lentes graduados a no candidatos y candidatos a cirugía, para prevenir la ceguera

Después de llevar a cabo el Objetivo 1 y para lograr alcanzar los Objetivos 2 y 3, es necesario realizar los siguientes servicios o actividades:

<b>1500</b>	Consultas Oftalmológicas
<b>700</b>	Estudios preoperatorios
<b>700</b>	Consultas con Médico Internista
<b>700</b>	Estudios socioeconómicos
<b>1,000</b>	Pruebas Covid

En este **resumen final del proyecto** informaremos del logro de nuestros 3 objetivos y 5 actividades, así como las acciones que llevamos a cabo para lograrlo.

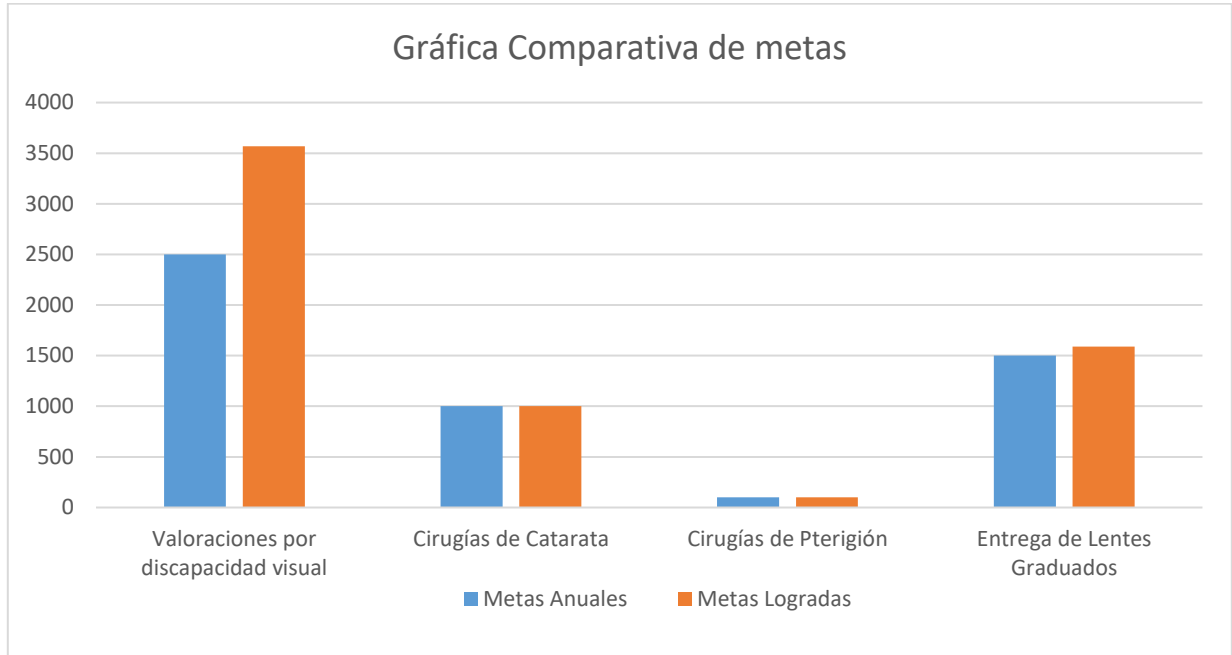
Este proyecto de 12 meses inició formalmente el día 01 de septiembre del 2021 concluyendo el día 31 de agosto del 2022; logrando en nuestros tres objetivos los siguientes números:

OE1.	OE2.	OE3.
<b>3568</b>	<b>1000 – 101</b>	<b>1591</b>
Procesos clínicos de valoración por discapacidad visual.	1,000 operaciones de cataratas y 101 operaciones de pterigión para prevenir la discapacidad por ceguera.	Lentes graduados a no candidatos y candidatos a cirugía, para prevenir la ceguera.
		

Es así como logramos llegar en el Objetivo de **Cirugías de Cataratas al 100% del avance anual** y en todos los demás objetivos y actividades superamos dicho porcentaje, tal y como se detalla en la siguiente tabla comparativa:

Descripción de la meta	Meta anual	Coberturas tetramestrales			Meta anual lograda	% Avance Anual
<b>OE1. Valoración por discapacidad visual</b>	<b>2,500</b>	1375	1203	990	<b>3568</b>	<b>142.7%</b>
Consultas Oftalmológicas	<b>1500</b>	939	712	508	<b>2159</b>	<b>143.9%</b>
Estudios preoperatorios	<b>700</b>	301	377	185	<b>863</b>	<b>123.3%</b>
Consultas con Médico Internista	<b>700</b>	285	342	240	<b>867</b>	<b>123.9%</b>
Estudios socioeconómicos	<b>700</b>	249	349	222	<b>820</b>	<b>117.1%</b>
Pruebas Covid	<b>1,000</b>	393	525	333	<b>1251</b>	<b>125.1%</b>
<b>OE2. Operaciones de cataratas</b>	<b>1,000</b>	261	459	280	<b>1000</b>	<b>100.0%</b>
<b>OE2. Operaciones de pterigión</b>	<b>100</b>	100	1	0	<b>101</b>	<b>100.1%</b>
<b>OE3. Lentes graduados a no candidatos y candidatos a cirugía</b>	<b>1,500</b>	397	433	761	<b>1591</b>	<b>106.1%</b>

\*Estos datos se obtuvieron del archivo de Excel, concentrado de resultados



En total se operaron entre Cirugías de Catarata y Pterigión a:  
766 pacientes

De Cirugías de Catarata se operaron a:  
698 pacientes

Ojo (s)	Personas	Cirugías
2	302	604
1	396	396
	698	1000

De Cirugías de Pterigión se operaron a:  
81 pacientes

Ojo (s)	Personas	Cirugías
2	20	40
1	61	61
	81	101

**Cambios o ajustes y conclusiones de desempeño.**

El equipo de trabajo estaba conformado en cuatro ejes importantes, dirección y coordinación, administrativo y/o financiero, medición social, así como promoción y comunicación, siendo el engranaje de estos la parte fundamental para lograr nuestros objetivos y llegar inclusive a superar el 100% de nuestras metas.

En este proyecto se atendió a la industria maquiladora, además de la comunidad en general, lo que conllevó al éxito de este, en esta ocasión se optó por el sistema de valoración por cita, con lo cual se logró atender de una manera fluida a las personas que deseaban ser atendidas en la Clínica Con Visión, ubicada en calle Hermanos Escobar y Omega, del Parque Industrial Omega, en un horario de las 9:00 a.m. a las 6:00 p.m.

El equipo de promoción y comunicación tuvo la responsabilidad principal de dar a conocer el proyecto entre las empresas maquiladoras, instituciones y público en general.

Por parte del equipo de promoción se llevaron a cabo visitas a 191 empresas maquiladoras, se realizó volanteo en diversos parques industriales, se enviaron correos electrónicos a diversas empresas y se dio información telefónica constante a la comunidad.

El equipo de comunicación y promoción digital llevo a cabo una intensa promoción en redes sociales, en donde se comunicaba día a día del desarrollo proyecto y sus avances, con la finalidad de dar a conocerlo e invitar a la comunidad a recibir los beneficios de este, elaborando los diseños de promoción y compartiendo información importante en general.

El **Estadista y medidor social**, tuvo una función muy importante, ya que generaba los datos estadísticos mediante la medición social y sus necesidades del proyecto en cuestión, tanto en los parciales como el impacto final.

La medición social se realizó con base en indicadores de meta, ello tanto para la medición parcial y total de las atenciones expedidas en el proyecto "Ver mejor para vivir mejor. Brigada de Salud Visual - 2021-2022", ello permite dar cuenta de los resultados de atención con los objetivos del proyecto; así también, en el presente cabe destacar que el instrumento de medición y recolección de datos fue una encuesta no estandarizada que mide tanto datos demográficos como los indicadores de meta señalados por objetivo particular en un contexto referido como "medición de indicadores de servicio y datos demográficos del paciente". Además, la misma fue de corte censal, ello quiere decir que la persona atendida en el proyecto se le aplicó en forma total. Además, el sujeto en cuestión desarrolló la aplicación de encuestas de medición en el contexto de percepción de salud y bienestar no médico en el contexto de entrada y salida en medición, tanto a grupo control como grupo de intervención. Un indicador central es la medición de agudezas visuales ex-ante y ex-post, donde se determina el cambio estadístico y real de la intervención de catarata en mejora o no.

Por tanto, la condición que se midió fue: bienestar subjetivo, percepción de salud, agudezas visuales, condición demográfica; en su conjunto dan cuenta del impacto tanto subjetivo desde la percepción del paciente como objetiva en los cambios médicos medibles.

Todo lo anterior no hubiera sido posible sin el trabajo de nuestra directora y el esfuerzo de cada uno de los miembros del Equipo USMC para que todos los objetivos se pudieran lograr, el trabajo en equipo siempre será la llave maestra para el buen desarrollo y éxito de nuestros proyectos.

Después de que cada persona ha sido operada, el paciente colocó un engomado con su nombre en el **Muro de los Beneficiarios del Proyecto**, consiguiendo llevar a cabo **1000 Cirugías de Catarata y 101 Cirugías de Pterigion**, sumando así más historias de éxito y logrando bajar el

índice de discapacidad visual en la comunidad impactada, juntos USMC y FECHAC seguimos haciendo historia por el bien de nuestra comunidad juareense.



Es así como el trabajo de todo el equipo fue el engranaje esencial para que el proyecto fuera todo un éxito, ya que alcanzamos el 100% el objetivo de Cirugías de Catarata y en todos los demás rubros superamos dicho porcentaje.

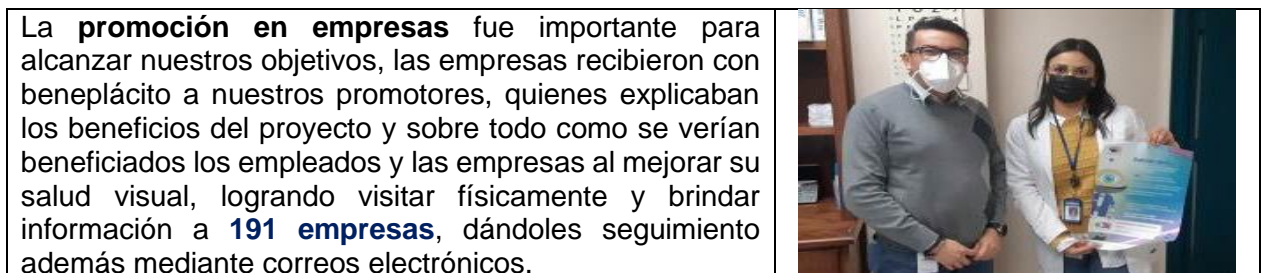
### Cambios o ajustes y conclusiones de gestión y estructura.

Además de nuestro principal colaborador la FUNDACIÓN DEL EMPRESARIADO CHIHUAHUENSE, A.C., se contó además con el apoyo de FONDO UNIDO CHIHUAHUA, A.C. e IMAGEN DIAGNOSTICA, para poder otorgar a los pacientes los estudios preoperatorios, siendo así grandes aliados de este proyecto.



### Estrategias a realizar.

La principal estrategia realizada para lograr todos nuestros objetivos y llegar al mayor número de personas fue la promoción en las empresas, promoción en las redes sociales, volanteo, seguimiento telefónico, entre otros, sin duda todos estos elementos nos ayudaron a dar a conocer el proyecto a toda la comunidad.





La **promoción en redes sociales** sin lugar a dudas fue fundamental para dar a conocer este proyecto, ya que por este medio los dimos a conocer más allá de las empresas, a toda la comunidad en general, quienes atendiendo a la publicidad proporcionada, hacían su cita al teléfono (656) 123-8011, brindándole el promotor telefónico toda la información requerida para resolver todas sus dudas.



Otra estrategia fue también acudir a las empresas maquiladoras a promocionar el proyecto directamente a los trabajadores mediante **entrega de volantes**, quienes también se acercaban a nuestros promotores para despejar algunas dudas las cuales se les resolvieron inmediatamente.



Asimismo, el **seguimiento telefónico** es muy importante para el éxito de cualquier proyecto, ya que así resolvían sus dudas, además se les hablaba a las personas que por hipertensión, azúcar alta o Covid-19 no pudieron operarse en su momento, para invitarlos a mejorar su salud y poder operarse.



Además de todo lo anterior, también las **Jornadas de Salud Visual** fueron importantes para el logro de nuestros objetivos, realizando sólo 3 en este proyecto, una en MFI International al inicio del proyecto y dos más para poder alcanzar el objetivo de entrega de lentes graduados, la primera los días 10 y 16 de agosto con alumnos del **Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos del Estado de Chihuahua** (Cecytech No. 9 Lomas de Poleo), lográndose beneficiar a 62 alumnos, y los días del 11 y 15 al 18 de agosto, se llevó a cabo otra Jornada en las instalaciones de **Electrolux**, beneficiándose con lentes graduados a casi 280 empleados..



## ¡FELICIDADES... JUNTOS SUPERAMOS LA META!

Reporte elaborado por:



Lic. Griselda Kuri Sánchez.  
Directora Ejecutiva de  
USMC Strategic Alliance, A.C.