



## Cinco Fases Para La Victoria:

Promoción de políticas libres de humo en las instalaciones de abuso de sustancias y salud mental

A medida que crece la conciencia acerca de la tasa elevada de tabaquismo que hay entre las personas con diagnóstico de salud del comportamiento, se están aumentando los esfuerzos para cambiar las normas culturales en la comunidad. Según un estudio, las personas con abuso de sustancias o trastornos de salud mental representan más del 44% del mercado del tabaco de los EE.UU. y consumen más del 34% de todos los cigarrillos que se fuman. Hacer que una instalación sea libre de humo, por dentro y por fuera, es un paso importante para comenzar a cambiar la norma sobre fumar dentro de la comunidad de salud del comportamiento.

La Asociación Estadounidense del Pulmón del Centro para la Política y Organización del Tabaco de California ha desarrollado esta versión de nuestro documento de "Cinco fases para la victoria" que ayuden a desarrollar campañas exitosas para limitar el consumo de tabaco en las instalaciones de abuso de sustancias o de salud mental. Este documento puede ser utilizado por el personal, los clientes o los administradores.

El enfoque paso a paso que se describe a continuación debe completarse "en orden". Esto garantiza que para cuando llegue a la Fase 4 estará listo para la fase visible y pública de la campaña con un camino hacia el éxito. Sin embargo, estas fases de la campaña son pautas, no reglas irrefutables, así que siéntase libre de adaptarlas a su propia situación.

### FASE 1 - INVESTIGACIÓN PRELIMINAR Y EVALUACIÓN

El propósito de la fase de investigación preliminar y evaluación es construir el caso de un ambiente libre de humo en sus instalaciones y sentar las bases para desarrollar su estrategia en la siguiente fase.

Considere las siguientes actividades de investigación durante esta fase:

- Investigue para ver si su agencia alguna vez consideró una política libre de humo en el pasado. Averigüe si ha habido cambios en la política sobre el consumo de tabaco a lo largo del tiempo, desde no fumar en las entradas hasta reducir el número de secciones para fumar, las pausas para fumar o incluso la venta y distribución de cigarrillos en su establecimiento. Si la política fue reciente, averigüe cómo se manejó y cómo la recibieron los demás.
- Evalúe la experiencia de otras agencias similares a la suya dentro de su comunidad que se han vuelto libres de humo. Reúna documentos y artículos de fuentes fidedignas sobre los beneficios y la viabilidad de adoptar una política de ambientes libres de humo para eliminar cualquier concepto erróneo que pueda surgir más adelante en su campaña.
- Obtenga más información sobre la situación actual del consumo de tabaco en su agencia. ¿Dónde está permitido fumar? Ubique físicamente todos los lugares en donde se puede fumar dentro del establecimiento. Si quisiera permitir áreas designadas para fumadores al



aire libre, ¿cuál sería una buena ubicación? ¿Cuándo se permite fumar? ¿Se han incorporado pausas para fumar entre sus clientes? ¿Su personal? Identifique problemas, cuestiones y recursos que podrían afectar su objetivo de volverse libre de humo y comprenda otros factores que podrían influir en las personas que toman decisiones en su agencia. Averigüe si se aborda el consumo de tabaco en el proceso de planificación del tratamiento.

- Identifique el proceso de toma de decisiones para el establecimiento: ¿el responsable de la toma de decisiones es un director clínico, un administrador, una junta o alguna otra entidad externa como un comité de revisión/evaluación? Recupere una copia del organigrama de la agencia y conozca los flujos de financiación de su agencia. Considere cualquier posible conflicto si cambia la política del consumo de tabaco.
- Realice entrevistas informales con varias personas y mantenga un registro de sus conversaciones para referencias futuras. Hable con los clientes y el personal, como las enfermeras, médicos, dentistas y otros cuidadores. Hable con los gerentes del programa dentro de la agencia, así como también con otras agencias que se han declarado libres de humo. Estas conversaciones pueden proporcionarle información y ayudar a obtener apoyo para su esfuerzo.
- Encueste al personal de su agencia. El amplio apoyo para la política entre el personal puede ser un activo importante que necesita para saber si el personal está de acuerdo. Las condiciones dictarán cuándo se puede montar dicha encuesta, pero es más útil para la campaña en esta fase.

## FASE 2 - ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN

La acción principal de esta fase es desarrollar una estrategia preliminar o un plan de campaña. Sugerimos usar el Cuadro de Estrategia de Midwest Academy. La mejor manera de desarrollar su estrategia es en una reunión que involucre a su grupo principal, pero que también incluya a otros con conocimiento y experiencia críticamente necesarios, como otros miembros del personal, gerentes de programas, administración, coordinadores, administradores de casos, clientes y cuidadores principales (farmacéuticos, dentistas y fisioterapeutas). Si realizó una encuesta en la Fase 1, sabrá más sobre a quién invitar a su sesión de estrategia.

En esta sesión, adoptará un enfoque para convencer a los responsables de la toma de decisiones que identificó en la Fase 1. Su sesión de estrategia generará un documento escrito que se convertirá en su plan de campaña. A medida que se desarrolla la campaña, será útil volver a revisar el plan, marcar los logros, revisar juicios o suposiciones y modificar tácticas según sea necesario. Su piedra angular es la que lo lleva de vuelta al punto de partida y lo mantiene enfocado y estratégico.

Además, en esta discusión estratégica, querrá considerar qué tipo de política va a defender: un campus 100% libre de humo al aire libre y fuera, u otra cosa.



Tenemos documentos adicionales que pueden servir como recurso durante esta fase; puede visitar nuestro sitio web para obtener estas herramientas.

### **FASE 3 - CAPTACIÓN**

Ahora es el momento de llegar más allá de sus partidarios principales e involucrar a más personas en su esfuerzo. Cuando identificó a las personas responsables de tomar la decisión de volverse libre de humo y encontró un camino a ellos en la Fase 2, en realidad dio un paso hacia la identificación de las personas adicionales que necesita captar. Además de captar aliados estratégicos que tienen influencia sobre quienes toman las decisiones, necesitará un grupo de personas que apoyen la política y puedan demostrarlo (escribiendo cartas o firmando peticiones).

En esta fase, usted y sus seguidores deberán realizar actividades destinadas específicamente a captar nuevos defensores. Debe entrenar a su grupo principal para realizar reuniones y presentaciones de captación personalizadas. Con estas habilidades, su grupo principal está preparado para llevar a cabo una reunión individual con los líderes clave dentro de la agencia, así como con los posibles nuevos miembros. Los voluntarios también pueden hacer presentaciones al personal, los clientes, los miembros de la familia del cliente, la administración y los cuidadores (dentistas, farmacéuticos, fisioterapeutas, terapeutas para dejar de fumar y personal del programa). También puede captar otros eventos de la agencia.

Además de captar partidarios dentro de su agencia, también debe involucrar a los partidarios de fuera de su agencia. Observe a otras instituciones que se han declarado libres de humo, la coalición de control del tabaco del condado local y otras organizaciones de defensa, tal como la asociación local de salud mental; estos grupos tienen experiencia y pueden ser un gran recurso para su campaña. Por ejemplo, pueden ayudar a hacer presentaciones para diferentes grupos dentro de su agencia. Un proveedor local para ayudar a dejar de fumar puede ser útil; pídale que ofrezca su programa en su establecimiento y los participantes pueden interesarse en apoyar su trabajo.

### **FASE 4: LA CAMPAÑA**

En esta fase, tomará el plan desarrollado en la tabla de estrategias en la Fase 2 y lo implementará. Pero antes de seguir adelante, revise el cuadro de estrategia y la línea de tiempo para obtener la opinión de nuevos partidarios. Tener un plan por escrito es muy útil para que los nuevos seguidores se pongan al día. Les brinda una manera de saber en qué se están metiendo y quizás ofrecer una nueva perspectiva sobre las decisiones tomadas anteriormente en la campaña.

En esta fase, recomendamos crear diferentes comités para implementar de manera eficiente el cuadro de estrategia. Puede elegir qué tácticas son las mejores para su campaña, su situación y su agencia:

- Equipo de actividades: este equipo circulará peticiones o cartas de apoyo, realizará encuestas a clientes o el personal, tendrá una tabla de información u organizará un evento



de visibilidad. El equipo de actividades también puede aprovechar otros eventos alineados con su campaña tales como el Great American Smoke Out, las resoluciones sobre el tabaquismo de Año Nuevo, el Mes de Concientización sobre Salud Mental, el Día de la Tierra y el Día Mundial Sin Tabaco para concientizar sobre sus esfuerzos.

- Equipo de oradores: este equipo preparará y entregará presentaciones educativas a los diversos grupos dentro de la agencia y en la comunidad para obtener su apoyo. El equipo de oradores también se reunirá con la administración para abordar la propuesta de la política y servir como portavoces de la campaña para la prensa.

## FASE 5 - IMPLEMENTACIÓN Y EVALUACIÓN

Después de que su agencia haya adoptado la política, el próximo desafío es asegurarse de que su agencia la implemente y la haga cumplir. Comience por investigar cómo se debe implementar la política para que sea efectiva. ¿Cómo lo han hecho otras instalaciones?

Es fundamental continuar y renovar las relaciones con los médicos, el personal, los clientes y los cuidadores desarrolladas durante la campaña para aprobar la política y desarrollar nuevas relaciones con el personal involucrado en la implementación de la política. Después de una implementación cuidadosa, y con el tiempo, las políticas de no fumar se hacen cumplir por sí mismas o son impulsadas por las quejas, así que aliste al público como un aliado en la implementación y el esfuerzo de cumplimiento aumentando la conciencia pública sobre la política.

Para implementar la política de manera efectiva, asegúrese de considerar cómo integrar el dejar de fumar en el programa para facilitar la transición de dejar de fumar en el establecimiento. Evalúe la efectividad de la implementación y el esfuerzo de cumplimiento a través de observaciones visuales, limpiezas de colillas de cigarrillos y registros de quejas.