Asociación de Cirujanos Ortopédicos de España para el Mundo COEM

Acta de la reunión de la Junta Directiva

En Madrid a 17 de marzo de 2021, a las 17,00h, en la sede social, calle Velázquez 138, se reúne la Junta Directiva de COEM.

Asisten: Dr. Tomás Epeldegui (presidente), Dr. Luis Alfonso García-Lomas Pico (vicepresidente), Dr. Juan R. Truan (secretario), Dr. José Carlos Martí (Tesorero) y Dr. Marcos de Antonio (Vocal)

En la reunión, se tratan los siguientes asuntos:

Orden del Día

- Lectura y aprobación si procede, del acta de la reunión del 24 de octubre de 2020
- Convocatoria de la Asamblea General Ordinaria 2021
- Ampliación de la Junta Directiva
- Reanudación de los viajes a Camerún
- Próximo envío de material en contenedor
- Obras de ampliación del área quirúrgica
- Informe sobre la incidencia de la Covid19 en el Hospital
- Novedades sobre la conexión al programa de historias clínicas
- Cuotas de socio 2021
- Contratación de experta en redes sociales y Google Grants
- Contratación de experta en organización de eventos, etc.
- Bizum
- Nuevos socios
- Ruegos y preguntas

Lectura y aprobación si procede, del acta de la reunión del 24 de octubre de 2020

El secretario lee el acta de la reunión de la Junta Directiva anterior que se celebró el día 17 de enero de 2021.

Se aprueba por unanimidad.

Convocatoria de la Asamblea General Ordinaria 2021

El Dr. Truan informa de la necesidad de convocar la Asamblea General Ordinaria correspondiente al año 2021. El plazo es hasta el 30 de junio. Se plantea la dificultad de convocar una reunión a la que puede asistir mucha gente, dada la situación de pandemia y el estado de alarma. La posibilidad de una reunión telemática parece muy difícil de llevar a cabo por problemas técnicos.

Se plantea la posibilidad de hacerlo en un local muy amplio donde los asistentes puedan mantener la distancia de seguridad. El Dr. García Lomas queda encargado de enterarse de la normativa para tratar de acomodarnos a ella y hacer la asamblea lo antes posible.

Ampliación de la Junta Directiva

El Dr. Epeldegui propone ampliar en dos vocales la Junta Directiva con la finalidad de tratar de rejuvenecer la misma.

El Dr. Truan informa que la Junta Directiva tiene por estatutos un máximo de 9 miembros y un mínimo de 5, por lo que ampliar en dos vocales es perfectamente acorde con los estatutos.

El Dr. Epeldegui estima que debe elegirse a dos personas comprometidas con el proyecto y por su parte propone al Dr. Daniel Jiménez García. El Dr. Martí propone al anestesista Dr. Emilio Fernández García ya que los estatutos permiten que haya miembros de la JD que no sean traumatólogos mientras la mitad mas uno, si lo sean.

Se pondrán en contacto con ambos para proponérselo y elevar esta proposición a la Asamblea General para su nombramiento.

Reanudación de los viajes a Camerún

El Dr. Epeldegui va a reiniciar los viajes a Camerún el próximo mes de mayo y está organizando la composición de esta expedición.

Se comentan las dificultades burocráticas debidas a la pandemia, ya que es necesario presentar una PCR negativa para pedir el visado, otra para embarcar en Barajas, un test de antígenos en el aeropuerto de Douala al llegar y una PCR negativa para salir de Camerún.

Parece ser que se podría evitar la PCR del visado, pero el resto es obligatorio. La PCR de salida de Camerún es obligatoria para salir del país, independientemente del lugar al que vayas. De momento no hay nada sobre las vacunas.

Se acuerda que la primera expedición sirva de test para ver como se desarrollan los acontecimientos. No es posible de momento planificar más viajes.

Próximo envío de material en contenedor

Se está planificando el envío de material en un contenedor ya que hay que enviar cosas de gran peso y volumen. Un grupo de oftalmólogos está interesado en compartir espacio en ese contenedor

Obras de ampliación del área quirúrgica

El Dr. Epeldegui informa que las obras de ampliación del área quirúrgica están prácticamente acabadas a falta de la instalación para el suministro de O2, esta ampliación del presupuesto será financiada por Manos Unidas

Informe sobre la incidencia de la Covid19 en el Hospital

El Dr. Epeldegui informa que Sor Pilar ya está recuperada y que el Dr. Nges ha sido positivo pero que está bien aislado en su caso. También la Madre Superiora esta enferma pero parece que es una neumonía no covid

Parece ser que los casos de esta segunda ola en Camerún son casos mas leves

Novedades sobre la conexión al programa de historias clínicas

La empresa Salesforce está implantando un sistema de seguridad con doble identificación para el acceso al programa de historias clínicas a partir del año próximo. Para aplicar este sistema hay que descargarse una aplicación llamada Authenticator .

Este sistema obliga a que cada licencia asigne un teléfono donde se recibirá un código para poder acceder al programa.

Esto plantea el problema de que como solo tenemos 7 licencias y cada una de ellas la utilizamos varias personas no vamos a poder recibir en el mismo teléfono el código para usar una licencia por personas diferentes.

Se hablará con Salesforce para ver que solución nos proponen.

Cuotas de socio 2021

El Dr. Truan indica que es tiempo de pasar al cobro los recibos de los socios. El Dr. Epeldegui comenta que resulta muy complejo elaborar las lista para mandarlas al banco. Se acuerda una reunión entre ambos para tratar de simplificar los listados.

Contratación de experta en redes sociales y Google Grants

El Dr. Marcos de Antonio nos ha puesto en contacto con Belén Nieva Hernandez, especialista en el manejo de las redes sociales que nos aporta el siguiente proyecto:

> A continuación te dejo mi propuesta para la gestión de campañas de Google Ads y redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter). He tenido en cuenta que no contáis con demasiado presupuesto, así que he hecho una propuesta escalable, te explico (intento explicártelo lo más claro posible y realista):
>
> **Primer mes de arranque:**
>
> **- Google Grants:** el primer mes es el que mayor dedicación conlleva, pues hay que hacer un estudio de palabras clave para ver con qué palabras o términos podemos aparecer en Google y así acaparar más clics; además de configurar la plataforma para que funcione correctamente la campaña. Por tanto, el primer mes haríamos:
>
> - Configuración de cuenta de Google Grants;
>
> - Estrategia + ejecución de campañas: establecer los anuncios con sus copies (títulos), enlaces y programar;
>
> - Configuración y entrega del informe mensual.
>
> **Fee de gestión: 450€ + IVA (14h de dedicación)**
>
> **Siguientes meses:**
>
> **- Google Grants:** optimización diaria de campaña (la optimización consiste en estar pendiente de las pujas de los términos por los que aparecemos en Google y ver la manera de generar más clics a un menor coste). En esa optimización también está la creación de nuevos copies y nuevos anuncios, pero se irá haciendo según vaya funcionando la campaña. Además de la optimización se incluye el informe mensual que se entrega en la primera semana del mes siguiente.

- Redes sociales: ahora mismo, de manera orgánica (sin hacer publicidad), todas las redes sociales tienen un alcance mínimo y más aún sin tener comunidad (ahora mismo tenemos muy pocos seguidores: 333 en Twitter; 298 en Facebook; y 476 en Instagram), por lo que yo os recomendaría destinar una pequeña cantidad de publicidad para así empezar a crecer y haceros visibles porque de otra manera es casi imposible (salvo que hagamos mucho boca-oreja, contemos con celebrities o hagamos publicidad en otros medios). Para que te hagas una idea, marcas que tienen 200.000 seguidores sólo alcanzan con sus publicaciones a un 0,70% en Facebook y un 2% en Twitter, un dato irrisorio, y esto es porque cada vez más los dueños de las redes sociales quieren que sean un negocio. Así que si queremos ganar visibilidad hay que pagar. Os propondría empezar los dos primeros meses con una **inversión de prueba de 150€ al mes**: 50€ para Facebook y 100€ en Instagram; en función de lo que mejor nos funcione mover inversión (si vemos que, por ejemplo, Instagram sale muy caro y Facebook nos va muy bien, pues balanceamos la inversión para Facebook). El objetivo sería alcance (hacemos varios vídeos para impactar a usuarios afines a nuestra ONG y darnos a conocer para luego hacerles remarketing, impactar a los que han visto el vídeo – porque si has visto el vídeo se entiende que te interesa y les impactamos con el fin de que se hagan fans). Captar fans significa tener comunidad afín que siga nuestros proyectos para después se hagan socios. El público lo trabajamos con la segmentación demográfica y por intereses. ¿Entiendo que sería sólo para España? En los siguientes meses haríamos campaña de publicidad con el fin de que hagan donaciones y seguir ganando fans. Según vaya funcionando la campaña de alcance y de fans, vemos cuánto invertir en lo sucesivo. Esta inversión la pagaréis vosotros directamente y decidís cuánto invertir. Aquí os propongo 150€ que es un mínimo para hacer una prueba, pero si disponéis de más, mejor.

Y en cuanto a la gestión de publicidad y de contenido de redes sociales, propongo:

- Instagram: ahora mismo es la red más usada y con más impacto visual, por lo que la imagen debe ser muy cuidada. Haría un diseño de Instagram para que el feed (la página de Instagram sea atractivo y se vea cuidado). Publicaríamos 2 contenidos semanales y 1 stories semanal donde expliquemos los proyectos. Algunas marcas que lo hacen bien:

https://www.instagram.com/auara_h2o/?hl=es

https://www.instagram.com/hofmann_espana/?hl=es

https://www.instagram.com/bulldoggin_es/?hl=es

https://www.instagram.com/arenalperfumerias/?hl=es

Además, Instagram es la plataforma clave para dar a conocer nuestras colaboraciones o dar voz a nuestros "embajadores" (celebrities). Mensualmente podemos contar con uno y que nos haga un vídeo (podríamos indicarle cómo tiene que ser el vídeo: si en vertical u horizontal, nosotros se lo editamos y se lo devolvemos con el estilo que vayamos a dar a nuestros vídeos para que lo publique en sus redes sociales y también en las nuestras).

- Facebook: hacer 2 contenidos semanales con vuestras propias imágenes, además de 1 stories semanal (8-10 contenidos mensuales).

- Twitter: publicación de 4 tweets a la semana, 2 de contenido propio y 2 pueden ser noticias que

puedan afectarnos (16-20 contenidos mensuales). Twitter es la red social de la actualidad y conviene hacernos eco de algunas noticias para unirnos a los hashtags del día.

- Creación de mini vídeos: propongo hacer **2 minivídeos mensuales** de 15-20 segundos (duración óptima para redes sociales) para poder distribuir en redes sociales que consten de una transición de fotos y se expliquen nuestros proyectos y con algún mensaje "publicitario" para también usarlo en nuestras campañas de publicidad.

- Publicidad: hay que crear una cuenta de gestión de Publicidad en Facebook, en Twitter esto no hace falta. Y montar la campaña y hacer un seguimiento de ésta con un informe a final de mes.

Inversión en redes: 150€ + IVA

Fee de gestión: 450€ + IVA (si aumentamos la inversión en publicidad, esto no varía). Incluye diseño y creación de 2 mini vídeos, gestión de redes y gestión de publicidad. No incluye la inversión en publicidad (la publicidad la paga directamente el cliente aunque podemos pagarla también nosotros, si se necesitara).

El flujo de trabajo sería que me dierais acceso a vuestras imágenes para así hacer una selección, que me indicarais aspectos a destacar (si tenéis un claim de marca/ONG), novedades, etc. para así trabajar los copies (los mensajes).

Te dejo algunos ejemplos de vídeos o animaciones que se podrían hacer adaptándolas a vuestra ONG (el vídeo de EBN banco es para que veáis la locución que hago por si queréis hacer un vídeo corporativo más
extenso): https://wetransfer.com/downloads/14c3f308ba0eacdbb10f9e16d627e9a72021031111325 6/97ff0667c738533f388d82bc61b44d7020210311113324/3426a8

Si te surge cualquier duda, escríbeme o llámame sin problema.

Muchas gracias y quedo a vuestra disposición. Un saludo,

Belén Nieva Hernández

Se encarga al Dr. Truan que negocie con ella un periodo de tres meses de prueba y si acepta, la contrataremos.

Contratación de experta en organización de eventos, etc.

Se ha iniciado una ronda de contactos con Doña Sarah Estaum para incorporarla para la organización de eventos y cualquier clase de gestiones encaminadas a la recaudación de fondos. De momento solo se ha podido establecer un contacto con el Dr truan que informa muy favorablemente.

Bizum

Se han iniciado los trámites para cambiar el CNAE de COEM para que el Banco Sabadell acepte el procedimiento para poder recibir donaciones por Bizum.

Nuevos socios

De acuerdo a lo estipulado en los artículos 5, 6, 7 y 8 del Reglamento de Régimen Interno de COEM, el secretario expone ante la Junta Directiva la lista de solicitantes de ingreso como socios:

Nombre	Apellidos	Socio	Nº de Socio
Joaquin	Ramos Martínez	No Numerario	138
Mónica	Álvarez Muñoz	Numerario	139
Emilio	Fernández García	No Numerario	140
Álvaro	Esquivel	No Numerario	141
Marta	Redondo	Asociado	142
Salvador	Álvarez Villar	Numerario	143
Carlos	López López	Asociado	144
María Asunción	Chavarri Garayo	No Numerario	145
Hugo	Velasco	Asociado	146
Santiago	Milans del Bosch	Asociado	147
María	Epeldegui Pereda	Asociado	148
Antonio	Domínguez Arqueas	Asociado	149
JAIME	Martínez Pérez	Numerario	150
Sarah	Estaun Rodríguez-Roldan	Asociado	151
Juan Carlos	Garví Abad	Asociado	152
ines	Luengo Manjavacas	No Numerario	153
Beatriz	Martínez Urgel	Asociado	154
Ramón	Suso Martínez	Asociado	155

Se examinan las solicitudes y se comprueba que todos ellos cumplen con los requisitos exigidos por los estatutos para ingresar como socios.

El secretario informará a la Asamblea General Ordinaria de 2021 detallan do las altas y bajas ocurridas desde la última Asamblea General Ordinaria.

Ruegos y preguntas

No hubo

Sin más asuntos que tratar se da por terminada la reunión de la Junta Directiva de COEM a las 18,30h.

Vº Bº EL PRESIDENTE

Dr. Tomás Epeldegui

EL SECRETARIO

Dr. Juan R. Truan