

Marketing educativo para prevenir embarazos y enfermedades de transmisión sexual en estudiantes de secundaria

Elena Dolores Domínguez Pérez¹, Heberto Romeo Priego Álvarez², Manuel Higinio Morales García³,
María Isabel Ávalos García⁴

¹Maestra en Salud Pública. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

²Doctor en Ciencias de la Salud. Profesor Investigador, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

³Doctor en Ciencias de la Educación. Profesor investigador de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

⁴Doctora en Ciencias de la Salud. Profesor Investigador Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

INTRODUCCIÓN

Los adolescentes presentan un conocimiento deficiente respecto a la prevención de las ETS. Investigaciones realizadas en Cuba (Linares et al. 2017) y Perú (Segura et al. 2015), han revelado que más de la tercera parte de los adolescentes tienen un conocimiento bajo sobre el tema. Mientras que en Costa Rica se demostró la deficiencia en los conocimientos sobre métodos anticonceptivos (Posada, Mora, 2005).

OBJETIVO

Diseñar, ejecutar y evaluar una estrategia mercadológica para aumentar los conocimientos y actitudes de los estudiantes de secundaria sobre los métodos anticonceptivos y las ETS.

MÉTODO

- Se realizó una estrategia de marketing en 3 fases: a) diagnóstica b) diseño y ejecución y c) evaluación.
- Se obtuvo una muestra no probabilística por conveniencia de 24 alumnos que cursaban el segundo grado de secundaria.
- Se incluyeron a los adolescentes que estuvieran matriculados en la institución educativa y tuvieran entre 13 y 15 años de edad al momento del estudio. Se excluyeron a los adolescentes cuyo padre o tutor no firmara el consentimiento informado para ser parte de la intervención. Se eliminaron a los participantes que no cumplieron como mínimo el 80% de asistencia a las sesiones educativas y a aquellos que completaran el llenado de los cuestionarios.
- En la fase diagnóstica, se aplicó el instrumento denominado "Cuestionario sobre conocimientos y actitudes sobre prevención de Infecciones de Transmisión Sexual y métodos anticonceptivos", el cual fue elaborado por Navarro y López en el 2012 y modificado por Rojas y Valle en el 2017.
- En la fase de diseño y ejecución, se consideraron las preferencias y necesidades manifestadas por los jóvenes, posteriormente se elaboró un plan de marketing. Se realizaron 24 sesiones interactivas dos veces a la semana, utilizando las tecnologías de la información y la comunicación, con una duración de dos horas cada una, por tres meses.
- En la fase de evaluación, se aplicó el cuestionario utilizado en la fase diagnóstica al término de la estrategia.
- El estudio fue aprobado por el comité de ética institucional.

RESULTADOS

FASE I: DIAGNÓSTICA

El 91.7% (22) obtuvo un bajo conocimiento sobre las enfermedades de transmisión sexual. De igual forma, un 91.7% (22) de los adolescentes reportaron un bajo conocimiento sobre métodos anticonceptivos.

FASE II. DISEÑO Y APLICACIÓN DE LA INTERVENCIÓN

En esta fase se estableció el número de sesiones educativas las cuales se llevaron a cabo en el aula asignada dentro de la Escuela Secundaria Manuel Campos Payró de Bosques de Saloya, Nacajuca, Tabasco y cada una tuvo una duración de 100 minutos en horarios de 14:20 a 16:00 horas, durante 12 semanas (del 9 de enero al 14 de marzo del 2019).

FASE III. EVALUACIÓN FINAL

Después de diagnosticar, diseñar y aplicar la intervención, se realizó una evaluación final haciendo uso del mismo cuestionario de la evaluación diagnóstica, posteriormente se realizó una comparación de los resultados del pre test con el post test así como de sus medias.

Figura 1. Comportamiento de las unidades de medición antes y después de la intervención en el apartado de conocimientos sobre Enfermedades de Transmisión Sexual

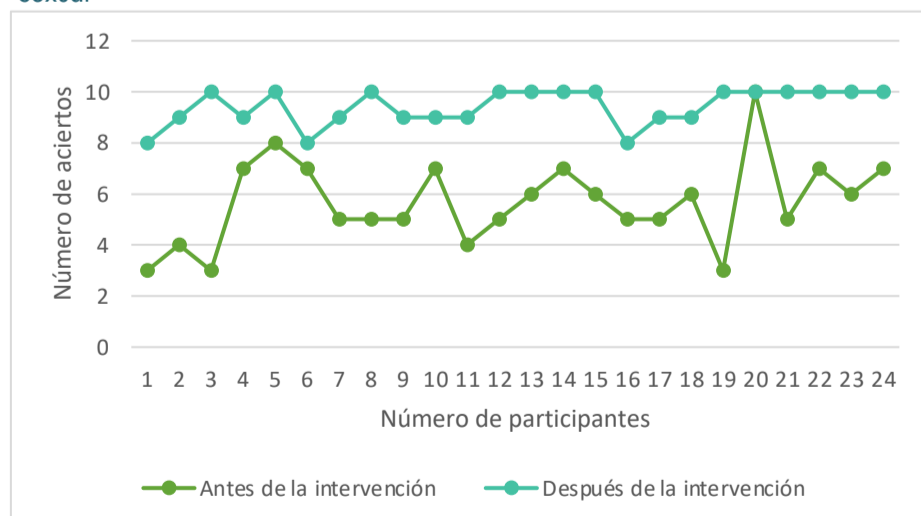
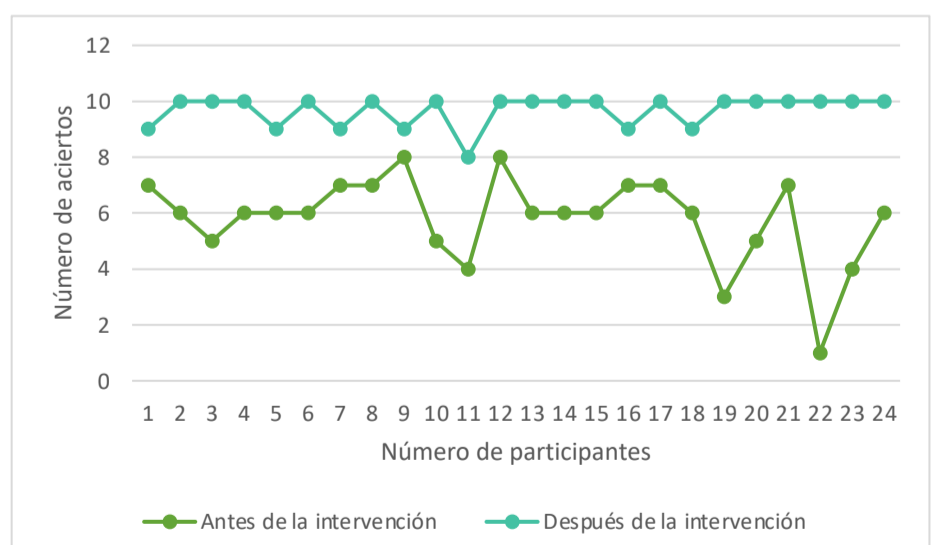


Figura 2. Comportamiento de las unidades de medición antes y después de la intervención en el apartado de conocimientos sobre métodos anticonceptivos.



CONCLUSIÓN

Con los resultados de la intervención educativa, a través del uso de las estrategias del marketing se logró impactar en los aspectos cognitivos, generar actitudes y desarrollar acciones preventivas para prevenir enfermedades de transmisión sexual y embarazos no deseados en este grupo de jóvenes.

Se concluye que la intervención fue exitosa ya que se cumplieron los objetivos planteados, aunado a que los resultados mostraron que antes de la intervención, los conocimientos de los adolescentes eran bajos, y las actitudes poco favorables, y al término de la estrategia estos conocimientos aumentaron y las actitudes fueron muy favorables, además que, al comparar las medias de la pre y post intervención, se encontraron diferencias estadísticamente significativas.

Referencias Bibliográficas

- Linares CL, Linares CL, Álvarez GL, Linares CA. (2017). Intervención educativa sobre infecciones de transmisión sexual en un grupo de adolescentes, 2015-2016. Revista Universidad Médica Pinareña; 13(2): 104-116. Recuperado el 29 mayo 2019 de: <https://www.medigraphic.com/pdfs/revunimedpin/ump-2017/ump172b.pdf>
- Segura ZS, Matzumura KJ, Gutiérrez CH. (2015). Intervención educativa sobre infecciones de transmisión sexual en adolescentes del tercer año de secundaria del Colegio "Los Jazmines de Naranjal" de Lima, 2014. Horiz Med. 15(4): 6-10. Recuperado el 24 de mayo 2019 de: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-558X2015000400003
- Posada M, Mora B. (2015). Conocimientos previos acerca de métodos anticonceptivos y su relación con conocimientos adquiridos después de una intervención educativa con simulador. Rev. Enfermería Actual en Costa Rica. 28, 1-13. Recuperado el 12 septiembre 2019 de: DOI: <http://dx.doi.org/10.15517/revenf.v0i28.17203>