



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO FACULTAD DE CIENCIAS MÉDICAS

**CICLO LICENCIATURA EN
ENFERMERÍA.**

**SEDE MALARGÜE.
2011.**

“EFECTIVIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE LA SALUD RADIODIFUNDIDA POR ENFERMERÍA”

**Estudio pre-experimental realizado en
Malargüe de octubre de 2010 a mayo de
2011”**



AUTORAS:

ARRIOLA, GABRIELA ALEJANDRA.

CARAS, INES RAQUEL.

INTRODUCCIÓN

- ✓ **Preservar la salud de los pueblos.**
- ✓ **Uso de los medios de comunicación.**
- ✓ **No se encontraron evidencias científicas publicadas.**
- ✓ **Campaña: “*Manos limpias, cuerpo sano... más vida*”**
- ✓ **La radio, un medio de gran utilidad.**

PROBLEMA

**¿Son efectivas las
campañas de promoción de
la salud radiodifundida por
enfermería, en la mejora de
conductas y hábitos
saludables?**

OBJETIVOS

General

- **Determinar la efectividad de una campaña de promoción de la salud radiodifundida por Enfermería, en la mejora de conductas y hábitos saludables.**

Específicos

- **Identificar el tipo de población que escuchó la campaña de salud por radio.**
- **Comparar el grado de conocimiento sobre el cuidado de la salud antes y luego de la campaña.**

Transferencia

- **Lograr la incorporación de conocimientos necesarios para el cuidado de la salud.**
- **Lograr que los “spots” de la campaña perduren en el tiempo.**



WORLD Multi Band BE-8

FM	MW	BAND INDICATOR					
		SW1	2	3	4	5	6
108	1600	49m	41m	31m	25m	19m	16m
107	1400	9.25	7.90	9.95	12.90	15.75	18.00
106	1200	6.20	7.40	9.85	12.00	15.60	18.00
104	1000	6.10	7.25	9.70	11.85	15.45	17.80
100	800	6.00	7.15	9.60	11.75	15.25	17.60
96	700						
92	600						
88	530						

FM - MW - SW
Band Select

MARCO TEÓRICO

Campañas de promoción de la salud radiodifundida por Enfermería.

- **Conjunto de actividades o de esfuerzos que se realizan durante cierto tiempo encaminados a conseguir un fin.**

Radiodifusión.

- **Es la producción y difusión de señales radioeléctricas de audio y/o video a través de ondas o cable destinadas al público en general o bien a un sector del mismo.**

La radio, un recurso útil para la Enfermería

- **Este medio es económico, masivo y popular.**

Elaine M Murphy

“La promoción de comportamientos saludables”

Comunicación para la Salud

- **Es un proceso específico, este se distingue de la información y cuenta con objetivos puntuales e inmediatos teniendo en cuenta la participación.**

Alfonso Gumuslo Dagron
“El reto de la participación”

Importancia del lavado de manos

**“Es la medida más importante
para prevenir y reducir las
infecciones”**

María Luisa Jiménez Sesma

“El impacto actual del lavado de manos”

El lavado de manos con agua y jabón

“Una de las bases de la higiene correcta de las manos, es hacerlo con agua y jabón.”

Ignacio Semmelweis
“De la etiología, el concepto y la profilaxis de la fiebre puerperal”

Lavado de manos en el hogar, el trabajo y la escuela

- **Existen momentos críticos en el cual las personas deben intensificar el lavado de manos con agua y jabón**

Didier Pitet y John Boyce
“Guía de la higiene de manos”

Lavado de manos en el ámbito hospitalario

- **Los trabajadores de la salud cohabitamos con una flora bacteriana muy particular.**
- **Se debe realizar la antisepsia de las manos.**
- **La acción antimicrobiana de los alcoholes.**

Spots radiales o cuñas radiofónicas

- **Es un método por el cual se transmite un mensaje.**
- **Es breve, conciso, creativo.**
- **Spots con voces de niñas.**

Manuel Jaramillo “Operación mosquito”

David Ríos “El termómetro”

Ley 26061 art 7°

Perfil de la población

- **El perfil del oyente responde a variables que se deben tener en cuenta.**

Carlos Esteves (IBOPE)



**Presentación y difusión
de la campaña**

DISEÑO METODOLÓGICO

TIPO DE ESTUDIO

Se trata de un estudio de tipo pre-experimental en donde el propio grupo de estudio fue también grupo control.

Área de estudio

- **El área de estudio es en la ciudad toda de Malargüe.**

UNIVERSO Y MUESTRA

Universo

- ❖ **La población de la ciudad de Malargüe que escucha radio.**

Muestra

- ❖ **Doscientas personas del radio urbano de la ciudad de Malargüe.**

Unidad de análisis

- ❖ **Las personas que escuchan radio.**

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables Conceptuales y Epidemiológicas

- **Conocimiento.**
- **Cuidado de la salud.**
- **Consejos de salud radiodifundidos.**
- **Lavado de manos.**
- **Edad, Sexo, Ocupación etc.**

Efectividad

- **Grado de conocimiento**
- **Importancia que se le da al lavado de manos.**
- **Cuidado de la salud.**
- **Lavado de manos.**
- **Consejos.**

PLAN DE RECOLECCIÓN

Instrumentos

Encuesta a priori

- 1- ¿ Escucha usted radio?**
- 2- ¿ En que horarios?**
- 3- ¿Escucha los consejos para cuidar la salud por radio?**
- 4- ¿le parecen importantes las campañas de promoción de salud por radio?**
- 5- ¿Qué sabe usted del lavado de manos?**
- 6- ¿Qué radio escucha usted habitualmente?**
- 7- Edad, sexo, ocupación, grado de escolaridad**

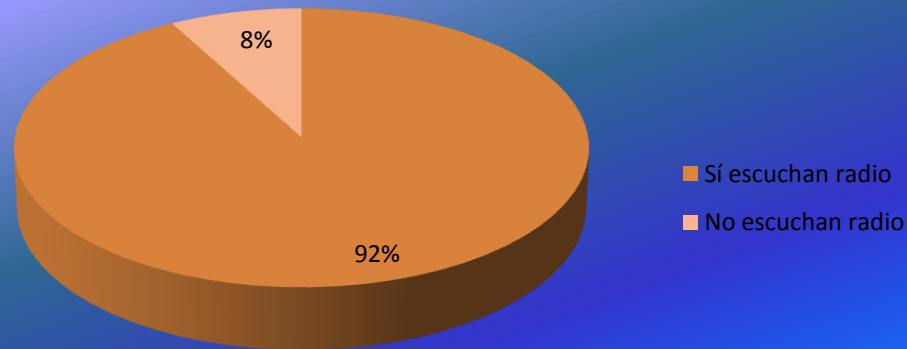
Tabulación, procesamiento y análisis de datos a priori

- **Análisis univariado**
- **Datos en tablas de distribución de frecuencias, gráficos y comentarios**

Distribución de la muestra según las personas que escuchan radio

Descripción	Fa	Fr%
Sí escuchan radio	184	92%
No escuchan radio	16	8%
total	200	100%

Fuente: Encuesta elaborada por las autoras, para recabar datos en personas que escuchan radio en Malargüe durante octubre de 2010 a mayo del 2011.

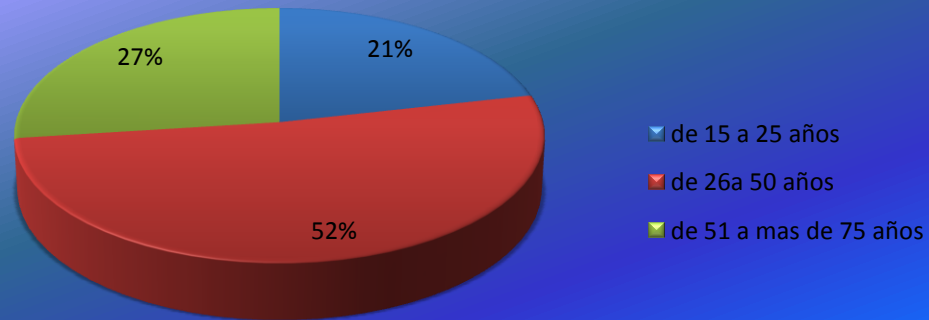


Análisis: Se puede observar que la gran mayoría de las personas escuchan radio en la ciudad de Malargüe.

Distribución de la muestra por edades

Descripción	F/a	F/a
De 15 a 25 años	43	21,5%
De 26 a 50 años	103	51,5%
De 51 a mas de 75 años	54	27%
total	200	100%

Fuente : Encuesta elaborada por las autoras, para recabar datos en personas que escucharon radio en Malargüe durante octubre 2010 a mayo de 2011.

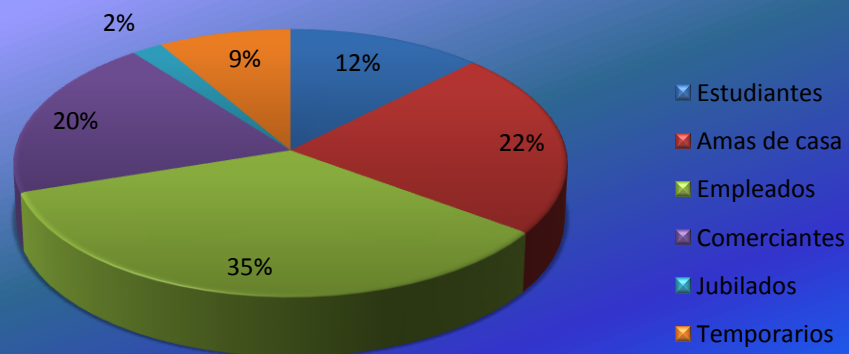


Análisis: Se puede observar que del total de las personas encuestadas el mayor porcentaje corresponde al grupo etario entre 26 y 50 años.

Distribución de la muestra según ocupación de las personas encuestadas

Descripción	Fa	Fr %
Estudiantes	25	12,5%
Amas de casa	45	22,5%
Empleados	70	35%
Comerciantes	39	19,5%
Jubilados	4	2%
temporarios	17	8,5%
Total	200	100%

Fuente : Encuesta elaborada por las autoras, para recabar datos en personas que escucharon radio en Malargüe durante octubre 2010 a mayo de 2011.

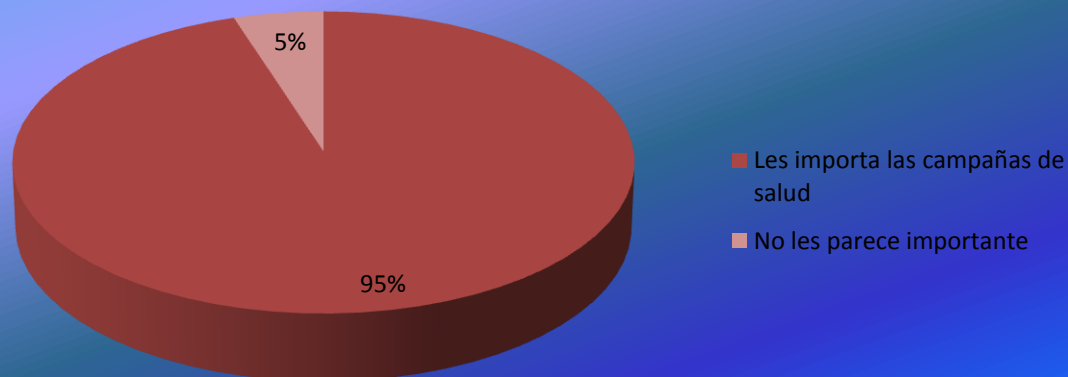


Análisis: El mayor porcentaje de radioescuchas se los encuentra entre los empleados, le siguen las amas de casa, los comerciantes y los estudiantes.

Distribución de la muestra según la cantidad de personas que piensan que las campañas de salud radiodifundidas son importantes.

Descripción	Fa	Fr%
Les importa las campañas de salud	190	95%
No les parece importante	10	5%
Total	200	100%

Fuente: Encuesta elaborada por las autoras, para recabar datos en personas que escucharon radio en Malargüe durante octubre de 2010 a mayo del 2011.

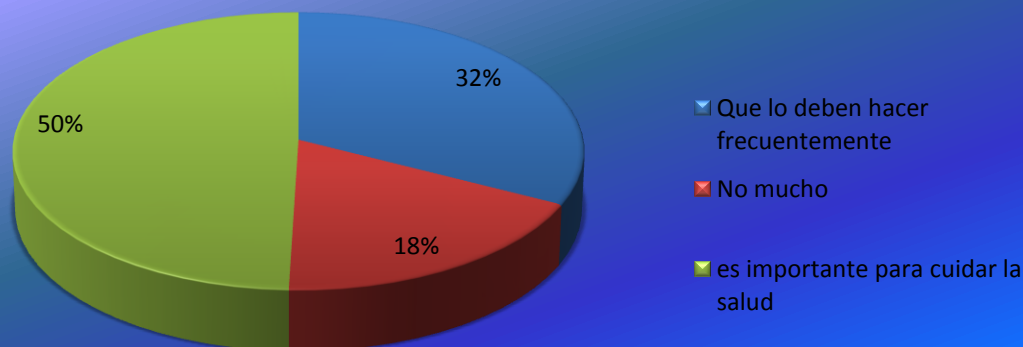


Análisis: Se puede apreciar el interés que sin importar los medios por el cual pueden ser escuchadas, las campañas de promoción de la salud son importantes para las personas encuestadas.

Distribución de la muestra según los conocimientos que tienen las personas sobre el lavado de manos

Descripción	F/a	Fr%
Que se deben lavar frecuentemente	65	32%
No mucho	36	18%
Que es importante para cuidar la salud	99	50%
total	200	100%

Fuente : Encuesta elaborada por las autoras, para recabar datos en personas que escucharon radio en Malargüe durante octubre 2010 a mayo de 2011.

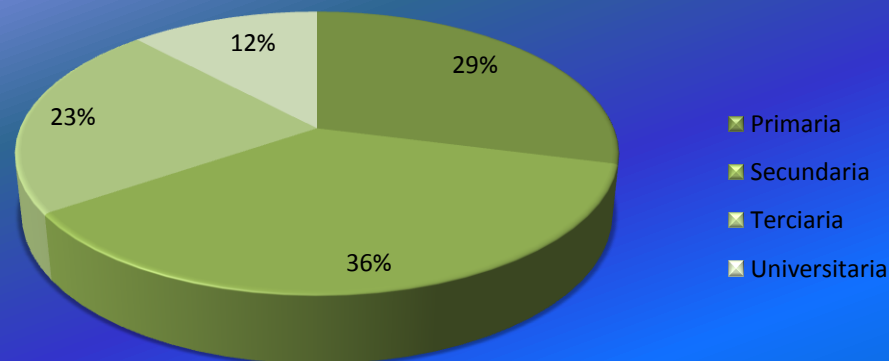


Análisis: En esta instancia, las personas piensan que el lavado de manos es importante, que es un acto primordial para cuidar la salud y otros responden que no saben mucho del porqué lo deben hacer.

Distribución de la muestra según grado de escolaridad de las personas encuestadas

Descripción fa	fa	Fr%
Primaria completa	43	21,5%
Prim/incompleta	15	7,5%
Secund/ completa	45	22,5%
Sec/ incompleta	28	14%
Terciaria completa	33	16,5%
Terc/ incompleta	12	6%
Univers/ Completa	13	6.5%
Univers/incompleta	11	5,5%
Total	200	100%

Fuente: Encuesta elaborada por las autoras, para recabar datos en personas que escuchan radio en Malargüe durante octubre de 2010 a mayo del 2011.



Análisis: Respecto al nivel de escolaridad se puede observar que del total de los encuestados la mayoría son adultos mayores, tienen primaria completa y están estudiando ya sea, completando sus estudios secundarios, terciario y universitarios.

Spots Radiofónicos



Agustina





Lucrecia



Encuesta post campaña.

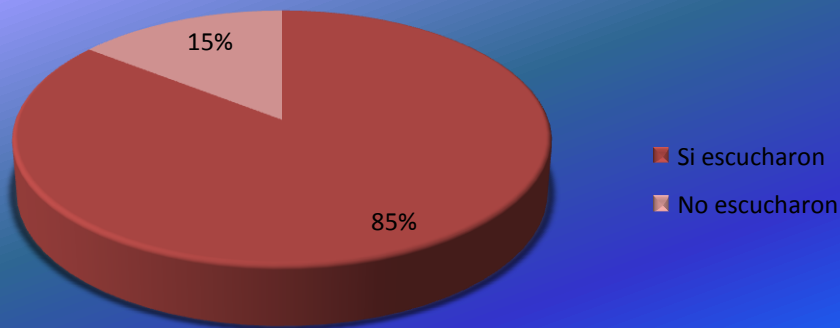
- 1- ¿Escuchó usted los spots de la campaña de la importancia del lavado de manos por radio?**
- 2- Antes de esta campaña, ¿qué sabía con respecto al lavado de manos?**
- 3- Luego de la campaña: ¿Qué aprendió?**
- 4-¿Considera usted que lo difundido en la campaña es efectivo para la protección de la salud?, ¿por qué?**
- 5-¿Cree usted que las enfermeras deberían seguir realizando este tipo de campañas radiales en pos de la salud?**

Procesamiento de datos encuesta post- campaña

Distribución de la muestra según la cantidad de personas que si escucharon y los que no escucharon los consejos de salud radiodifundidos

Descripción	Fa	Fr%
Si escucharon	171	85%
No escucharon	29	15%
total	200	100%

Fuente: Encuesta elaborada por las autoras, para recabar datos en personas que escucharon radio en Malargüe durante octubre de 2010 a mayo del 2011.

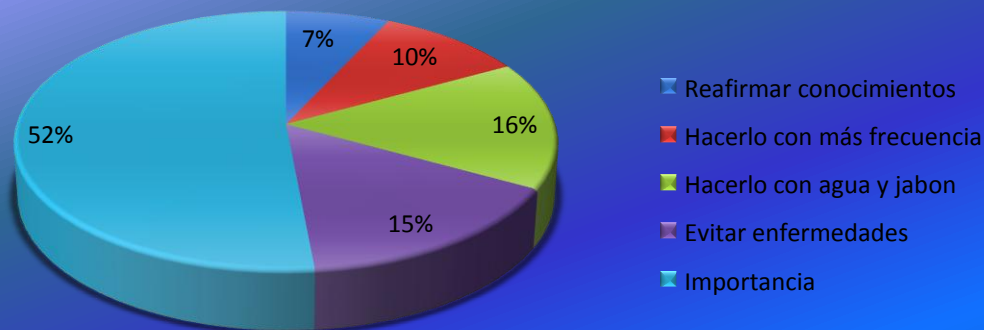


Análisis: Del total de encuestados la mayoría (un 85 %) escuchó los Spots radiodifundidos por enfermería pertenecientes a la campaña *“Manos limpias, cuerpo sano, más vida”*.

Distribución de la muestra s/el grado de conocimientos adquiridos por las personas que escucharon los consejos de salud radiodifundidos.

Descripción	Fa	Fr%
Reafirmar conocimientos	14	7%
Hacerlo con mas frecuencia	20	10%
Hacerlo con agua y jabón	32	16%
Evitar enfermedades	31	15,5%
importancia	103	51,5%
total	200	100%

Fuente: Encuesta elaborada por las autoras, para recabar datos en personas que escucharon radio en Malargüe durante octubre de 2010 a mayo del 2011.

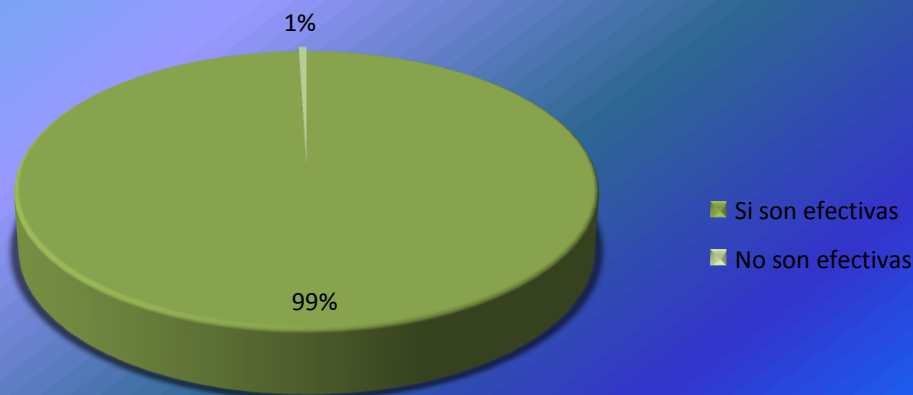


Análisis: Para un 17 % la campaña significó reafirmar conocimientos, un 16 % aprendió que la forma de hacerlo es con agua y jabón, para otros es una forma de evitar enfermedades y más de la mitad lo tomó como algo de suma importancia para la vida diaria.

Distribución de la muestra s/ las personas que consideran que las campañas radiodifundidas por Enfermería son “Efectivas”

Descripción	Fa	Fr%
Si son efectivas	199	99,5%
No son efectivas	1	0,5%
Total	200	100%

Fuente: Encuesta elaborada por las autoras, para recabar datos en personas que escucharon radio en Malargüe durante octubre de 2010 a mayo del 2011.

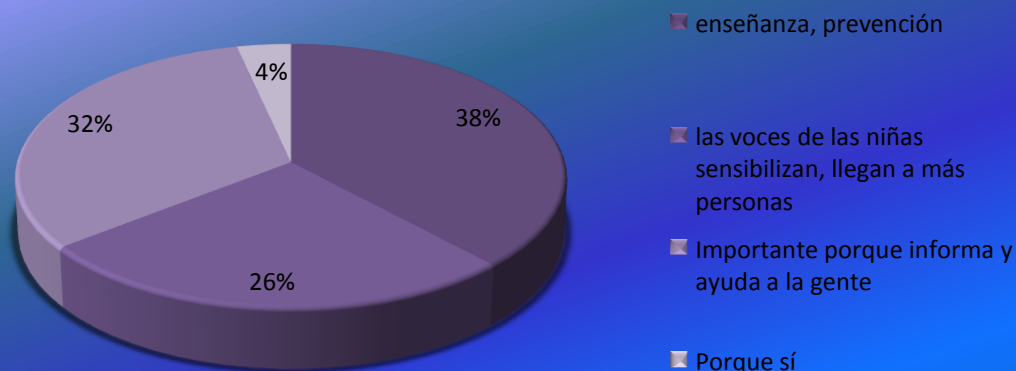


Análisis: Como base fundamental para probar la efectividad de las campañas de promoción de salud radiodifundidas un 99,5% respondió en forma favorable y un porcentaje mínimo opinó que las mismas no son efectivas.

Distribución de la muestra según la fundamentación de las personas que consideran que las campañas radiodifundidas por Enfermería, son *Efectivas*.

Descripción	Fa	Fr%
Enseñanza, prevención	76	38%
Spots sensibilizantes	53	26,5%
Un bien para todos	64	32%
Porque sí	7	3,5%
total	200	100%

Fuente: Encuesta elaborada por las autoras, para recabar datos en personas que escucharon radio en Malargüe durante octubre de 2010 a mayo del 2011.

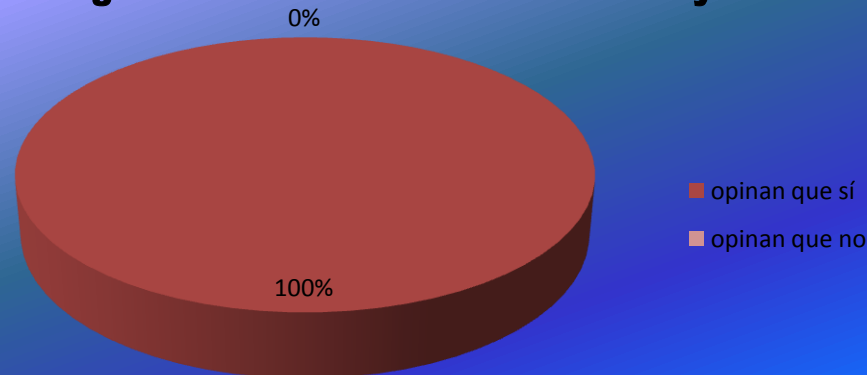


Análisis: Para fundamentar la efectividad de la campaña: un 38% opinó que las mismas enseñan y previenen. Un 27% dijo que las voces de las niñas en los spots sensibilizan a todos los grupos etarios y llegan a más personas con el mensaje y, un 32% afirmó que este tipo de campañas son importantes y un bien para todos.

Distribución de la muestra según la cantidad de personas que opinan que las enfermeras deben seguir haciendo campañas radiodifundidas en pos de la salud.

Descripción	F/a	Fr %
Opinan que sí	200	100%
Opinan que no	0	0%
Total	200	100%

Fuente: Encuesta elaborada por las autoras, para recabar datos en personas que escuchan radio en Malargüe durante octubre de 2010 a mayo del 2011.



Análisis: Con el propósito de continuar utilizando la radio como medio para llegar un poco más lejos de la cama del paciente, es que se incluyó en el cuestionario la siguiente pregunta; ¿Las enfermeras tendríamos que seguir haciendo este tipo de campañas? En forma unánime, todos respondieron afirmativamente.

RESULTADOS

Podemos citar el interés puesto de manifiesto por la mayoría de los encuestados en que los spots difundidos y que fueron el eje central de la campaña, sigan siendo emitidos en forma ininterrumpida y que además el equipo responsable de la misma siga trabajando en ese sentido en pos de la salud.

PROPUESTAS

- ✓ **Seguir realizando campañas radiodifundidas**

- ✓ **Dictar un ciclo de charlas de capacitación en Locución y Producción Radial, al personal de Enfermería de Malargüe.**

“Cada enfermero cuenta con el beneficio de ser artífice y depositario de las necesidades reales que en materia de salud la comunidad siente. Ésta es la oportunidad para crecer en ese aspecto y capacitarnos para emprender nuevos caminos con nuestra profesión”



¡ Muchas gracias!

***Gaby e Inés
2011***