

# Políticas Públicas: Marketing social de salud en migración

**Dra. Janet García González**



# Marketing Social en salud:

- El **marketing social** aplicado a la salud está emergiendo con fuerza en los últimos años con el objeto de incrementar la concienciación pública y promover cambios en las conductas de las personas.

- El marketing social puede ser una herramienta eficaz para lograr objetivos de salud pública; con frecuencia éste es un proceso viable, pero parece que hay bastante confusión respecto a lo que es, lo que razonablemente **se puede esperar que hacer, y cómo ha de hacerse**



```
graph LR; A[Marketing] --> B[Promoción de la salud]
```

Marketing

Promoción  
de la salud

- Las intervenciones de promoción de la salud a menudo carecen de un plan global de marketing y de una insuficiente integración de sus componentes para hacer que el proceso sea verdaderamente estratégico.

- Por tanto, la **política de prevención** (que implica la educación de la gente para que cuide su salud) es de suma importancia y la **política de curación** debe situarse en el último lugar pues, solo debía aplicarse en el caso de fallar la política de prevención



# Objetivo



- Análisis comparativo sobre estrategias de marketing social mexicanas y estadounidenses para la salud del migrante



**Tabla No. 1 Características de los entrevistados y campañas de Marketing Social de México y EUA**

	<b>México</b>	<b>EUA</b>
<b>Grado académico</b>	3 Maestrías en salud pública 1 Maestro en ciencias médicas 1 Maestro en administración pública 1 Lic. en derecho 1 Lic. en psicología 1 Lic. en nutrición	1 BA / BS 4 MA / MS / MPH 3 Doctoral (marketing social)
<b>Puesto</b>	Coordinadores internacionales, estatales, jurisdiccionales y municipales	Coordinadores de campañas de marketing Social
<b>Programa</b>	Promoción de la salud Prog. "Vete Sano, Regresa Sano" Salud Municipal.	3 Estado de California (CDPH) 4 Condado 1 Privada
<b>Tiempo de afiliación (años Promedio)</b>	5 años promedio (Rango de 0 a 5 años)	10 años (Rango de 5 a 20 años)
<b>Experiencia en el área (porcentaje)</b>	50% No tiene 50% Si tiene	100 % Si tiene
<b>Tipo de entrenamiento</b>	2 Maestría en marketing 1 Lic. en comunicación	6 En el trabajo 7 Formal 4 Ambos
<b>No. de Staff (promedio)</b>	5 personas (Rango de 1 - 8)	16 personas (Rango de 1 – 118)
<b>Tipo de campaña en MS últimos 3 años</b>	Campañas binacionales Prevención de accidentes VIH Sida	Siete de las ocho organizaciones indicaron dirigida a los latinos
<b>Campañas de difusión</b>	Radio Televisión, Comunicación alternativa	

California y  
México  
comparten el  
mismo público  
meta



## • México

- Estudios empíricos.
- Definición: Modelo Promoción de la Salud y Educación para la Salud
- Importancia: Tratamiento
- Estrategia: planeación y desarrollo a Nivel federal.
- Campañas temporales (Semana Binacional, Vacaciones, Día de Muertos y Semana Santa)

## • California

- Estudios formales en la materia
- Definición: Modelo Marketing social
- Importancia: Prevención
- Estrategia: planeación, desarrollo y evaluación permanente no hay vinculación
- Campañas continuas

- La implementación de actividades de promoción de la salud y de marketing son hasta el momento aisladas, el uso de otras disciplinas podrían enfocar el problema desde varias miradas y dar cavidad a la unificación de conceptos, tareas y objetivos de modo que la población y en este caso

- Por otra parte e igualmente importante es abogar por **políticas públicas binacionales** favorables a la salud por medio de la identificación de problemas en salud, sus causas, actores y responsabilidades.
- Utilizar estrategias de comunicación y de negociación para colocar en la agenda pública binacional los temas de salud; y facilitar la discusión pública para promover y monitorear políticas de salud en ambos países.

# Intervenciones de comunicación para la salud

- Proporcionen condiciones favorables para la adopción individual y colectiva de comportamientos saludables

Diseñando planes efectivos de comunicación que incluyan indicadores que faciliten la cogestión y la evaluación

seguimiento a las intervenciones de comunicación monitoreando, evaluando y socializando resultados

El análisis de las características esenciales de los principales problemas de salud pública binacional y sus medios de detección, diagnóstico y tratamiento

# Propuesta:

- Redes de grupos multidisciplinarios en comunicación en salud
- Generación de análisis del constructo teórico metodológico y aplicativo, a través de modelos establecidos.
- Propuestas de políticas públicas binacionales desde la prevención en salud de los migrantes .

**Gracias!!!**

Janet García:

janetgarcia71@yahoo.com.mx



**UANL®**

---

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN