



**Universidad Popular Autónoma
del Estado de Puebla.**

Escuela de Mercadotecnia

**“INVESTIGACIÓN SOBRE PRIMEROS AUXILIOS
EN LAS ESCUELAS PRIMARIAS DE LA
CIUDAD DE PUEBLA”**

**TRABAJO RECEPCIONAL
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

LICENCIADA EN MERCADOTECNIA

PRESENTA:

AZUANI APARICIO LEY

**ASESOR
LIC. LUIS D. MIRANDA LARA**

PUEBLA, PUE. JULIO 2002



UPAEP – Secretaría General

Dirección General de Apoyos Académicos

Dirección del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación.

Biblioteca Central - **Karol Wojtyła**

Tesis Digitales Restricciones de uso:

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de textos, imágenes, gráficas, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente de donde la obtuvo mencionando el autor o autores involucrados en el documento.

Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



Puebla, Pue. , 11 de junio de 2002

Mtro. José Francisco Villarreal Reyna.
Director del Departamento de
Ciencias Económicas.


La presente hace constar mi total aprobación al Trabajo Recepcional con el tema:

“ INVESTIGACIÓN SOBRE PRIMEROS AUXILIOS EN LA ESCUELAS
PRIMARIAS DE LA CIUDAD DE PUEBLA ”

que la alumna AZUANI APARICIO LEY

elaboró para la realización de su examen profesional en obtención al título de Licenciada en Mercadotecnia, mismo que cumple con los requisitos establecidos por las autoridades de la Escuela de Mercadotecnia de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla.

Atentamente,



Lic. Luis Donato Miranda Lara
Asesor de Tesis.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar quiero darle las gracias a Dios por haberme permitido terminar una etapa más de mi vida y al mismo tiempo agradecerle al Hermano Ascensión Gaeta por todo su amor, apoyo y bendiciones que nos ha brindado de manera incondicional, a mí y a toda mi familia.

De igual manera un especial agradecimiento a mis papás, Efigenio y María Elena, por todo el esfuerzo, el amor y la comprensión que he recibido de ellos todos estos años; también a mis hermanas Patty y Gris, y a mi sobrina Eloisa, gracias por formar parte de mi vida y hacer que hoy y siempre nuestra familia esté unida para salir adelante.

Así mismo, quiero expresar mi gratitud a todos mis amigos por haber compartido conmigo experiencias que recordaré siempre y un especial agradecimiento a Dante y Alfredo, por todo el apoyo incondicional que he recibido con mucho cariño, todo este tiempo.

Finalmente quiero agradecer al Lic. Luis D. Miranda Lara, la valiosa ayuda que recibí de él para la realización del presente trabajo.

Es así que dedico este trabajo a todas estas personas con quienes he compartido bellos momentos y quienes me han ayudado a ser más sencilla, comprensiva y llena de felicidad para seguir adelante por el camino de la verdad.

RESUMEN

Actualmente las escuelas han llegado a ser un símbolo de progreso individual para toda la sociedad, enfocadas a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano y tratar de mantener su salud física y mental en perfectas condiciones.

Es en ellas donde los niños ponen a prueba su ingenio por conocer el mundo físico, pasan la mayor parte del tiempo explorando y aprendiendo, sienten una curiosidad innata hacia la gente y los objetos del mundo que les rodea. Al mismo tiempo son entusiastas y despliegan una energía física que les ayuda a desarrollar sus habilidades mentales esenciales para su crecimiento.

Pero este vigor y este crecimiento, representan un gran desafío para las escuelas; ya que el personal docente debe de estar preparado para afrontar cualquier contratiempo que pudiera presentarse mientras los niños realizan su actividad física.

Por tal motivo, es importante que el personal que labora dentro de las instituciones, esté capacitado para proporcionar los Primeros Auxilios adecuadamente en caso de algún accidente, actuando inmediatamente ya que de ello depende la conservación y el bienestar de la comunidad educativa.

Entendiendo por Primeros Auxilios como "Las medidas de urgencia que se llevan a cabo cuando una persona ha sufrido un accidente o una enfermedad repentina, hasta que pueda recibir atención médica adecuada". Yoshiko (1990, pp 427)

Hace algún tiempo tuve la oportunidad de platicar con un grupo de maestras de primaria de la ciudad de Puebla, acerca de los accidentes que les suceden a los niños durante el tiempo que pasan en la escuela y más particularmente a la hora del recreo, así como el riesgo que corre (la escuela) por ser la responsable, ante los padres de familia, de la integridad física de sus hijos.

Abundando en el tema se habló de la necesidad que tienen las escuelas de contar con todos los elementos que les permitan, dentro de su ámbito de responsabilidad, atender oportuna y eficientemente a los alumnos que se accidentan, por medio de los llamados "Primeros Auxilios".

Finalmente en dicha plática se comento que, por lo que ellas sabían, en general en las escuelas primarias de la ciudad de Puebla se ha prestado poca atención a lo dicho en el párrafo anterior, corriendo el riesgo de no poder cumplir con su responsabilidad en el momento y la forma requeridos.

Es así que me surgió el interés por investigar y conocer más sobre la situación que al respecto prevalece en las escuelas Públicas y Privadas en la ciudad de Puebla, no por mera curiosidad, sino por estar en condiciones de sacar conclusiones y poder hacer algunas recomendaciones que contribuyan a concientizar sobre la

conveniencia de capacitar a sus maestros en materia de Primeros Auxilios y, de esa manera, estar en posición de responder eficazmente a la confianza que los padres de familia depositan en las escuelas.

Con base en todo lo anterior, se diseñó una Investigación de Mercados que se aplicó en las escuelas primarias, Públicas y Privadas de la ciudad de Puebla, cuyos resultados permitieron determinar la situación real de este importante tema y elaborar las recomendaciones pertinentes.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I PROPÓSITO Y ORGANIZACIÓN

| | | |
|-----|---------------------------------|---|
| 1.1 | Planteamiento del problema..... | 2 |
| 1.2 | Objetivo General..... | 2 |
| 1.3 | Objetivos Particulares..... | 3 |
| 1.4 | Hipótesis..... | 3 |
| 1.5 | Alcances..... | 4 |
| 1.6 | Limitaciones..... | 4 |
| 1.7 | Organización del Informe..... | 5 |

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

| | | |
|---------|---|----|
| 2.1 | Educación en nuestro país..... | 8 |
| 2.1.1 | Educación en Puebla..... | 9 |
| 2.1.2 | Educación para la vida..... | 10 |
| 2.2 | Primeros Auxilios..... | 11 |
| 2.2.1 | Consideraciones..... | 11 |
| 2.2.2 | Definiciones de Primeros Auxilios..... | 12 |
| 2.2.3 | Materiales..... | 14 |
| 2.2.3.1 | Contenido del botiquín de Primeros Auxilios..... | 16 |
| 2.2.4 | Reglas generales de los Primeros Auxilios..... | 19 |
| 2.2.4.1 | Reglas generales para el cuidado de la víctima..... | 19 |

| | | |
|---------|--|----|
| 2.2.4.2 | Reglas generales para el auxiliador..... | 20 |
| 2.2.4.3 | Qué debe y qué no debe hacer el auxiliador..... | 20 |
| 2.2.5 | Casos en los que se aplican los Primeros Auxilios..... | 22 |
| 2.2.5.1 | Heridas..... | 23 |
| 2.2.5.2 | Hemorragias..... | 24 |
| 2.2.5.3 | Quemaduras..... | 25 |
| 2.2.5.4 | Fracturas | 26 |
| 2.2.5.5 | Estado de Shock..... | 28 |
| 2.2.5.6 | Otras lesiones..... | 29 |
| 2.3 | Mercadotecnia Aplicada..... | 33 |
| 2.3.1 | Antecedentes Generales..... | 33 |
| 2.3.2 | Concepto de Mercadotecnia..... | 33 |
| 2.3.3 | Evolución del concepto de Mercadotecnia..... | 34 |
| 2.3.3.1 | Etapa de Producción..... | 34 |
| 2.3.3.2 | Etapa de las ventas..... | 35 |
| 2.3.3.3 | Etapa de Mercadotecnia..... | 35 |
| 2.4 | Los Mercados..... | 36 |
| 2.4.1 | Mercado..... | 36 |
| 2.4.2 | Segmentación de Mercados..... | 37 |
| 2.5 | Variables de Mercadotecnia..... | 39 |
| 2.5.1 | Variable Producto..... | 40 |
| 2.5.2 | Variable Precio..... | 42 |
| 2.5.3 | Variable Plaza o Distribución..... | 42 |
| 2.5.4 | Variable Promoción..... | 43 |

| | | |
|---------|---|----|
| 2.6 | La Investigación de Mercados como herramienta para la toma de decisiones..... | 46 |
| 2.6.1 | Definición de Investigación de Mercados..... | 47 |
| 2.6.2 | Importancia de la Investigación de Mercados..... | 47 |
| 2.7 | Métodos para la recolección de datos..... | 49 |
| 2.7.1 | Método Cuantitativo..... | 49 |
| 2.7.1.1 | Determinación de la muestra..... | 50 |
| 2.7.1.2 | Métodos de muestreo..... | 52 |
| 2.7.1.3 | Cálculo del tamaño de la muestra..... | 55 |
| 2.7.2 | Método Cualitativo..... | 57 |
| 2.7.3 | Elaboración del Cuestionario..... | 58 |
| 2.7.4 | Edición, Codificación y Tabulación de la información..... | 61 |

CAPÍTULO III TRABAJO PRÁCTICO

| | | |
|-------|---|----|
| 3.1 | Plan de Investigación de Mercados..... | 64 |
| 3.2 | Aplicación del plan de investigación..... | 64 |
| 3.2.1 | Información..... | 64 |
| 3.2.2 | Objetivos de la investigación..... | 65 |
| 3.2.3 | Fuentes de datos..... | 65 |
| 3.2.4 | Formas para recopilar los datos..... | 66 |
| 3.2.5 | Muestra..... | 67 |
| 3.2.6 | Recopilación de datos..... | 70 |
| 3.2.7 | Procesamiento de datos..... | 71 |
| 3.2.8 | Análisis de los datos..... | 72 |

| | | |
|-------|-------------------------------------|----|
| 3.2.9 | Resultados de la investigación..... | 72 |
| | Tablas de Frecuencias..... | 73 |

CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

| | | |
|-----|----------------------|----|
| 4.1 | Conclusiones..... | 84 |
| 4.2 | Recomendaciones..... | 87 |

| | |
|-------------------|----|
| BIBLIOGRAFÍA..... | 91 |
|-------------------|----|

ANEXOS

| | | |
|-----|------------------------------------|----|
| I | Tabla de Números Aleatorios..... | 95 |
| II | Cuestionario Piloto..... | 97 |
| III | Cuestionario Definitivo..... | 98 |
| IV | Codificación del Cuestionario..... | 99 |

INTRODUCCIÓN

Hoy en día la educación ha tomado un papel muy importante dentro de la sociedad ya que ha logrado reforzar los valores, aprendizajes y actitudes de los individuos con el propósito de mejorar la calidad de vida y el desarrollo del país.

Es por ello, que la educación primaria tiene como fin estimular, incrementar y orientar el conocimiento y desarrollo personal de los alumnos; así como mantener en perfectas condiciones la salud física de los individuos.

Pero en algunas ocasiones, el personal que labora en las escuelas, desconoce los métodos y técnicas que se deben aplicar cuando llega a suceder un accidente, actuando indebidamente y poniendo en peligro la vida de los alumnos.

Por tal motivo, es de primordial importancia que los maestros sepan aplicar adecuadamente los Primeros Auxilios para ayudar a quienes por accidente estén necesitados de atención urgente.

Lo expuesto anteriormente dio pie para llevar a cabo una Investigación para conocer cuáles son los factores que ocasionan que los maestros no se encuentren capacitados en Primeros Auxilios y puedan actuar rápida y correctamente, ya que de ello depende lograr la satisfacción de sus alumnos brindándoles el auxilio y el apoyo adecuado.

C

A

P

I

T

U

L

O

I

CAPÍTULO I PROPÓSITO Y ORGANIZACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

México vive en un proceso de transformación en el que se fortalecen los derechos humanos, la democracia, el estado de derecho y política de sus individuos.

Por este motivo la educación es el proceso a través del cual se promueve el conocimiento y la comprensión de la vida social que permita al individuo integrarse en la sociedad y participar en su mejoramiento.

Es deber de los maestros realizar su mejor esfuerzo para desempeñar de una mejor manera una educación básica y de calidad. De igual manera brindar su apoyo en situaciones de emergencia, planteando métodos y técnicas de rescate, salvamento y aplicación de los Primeros Auxilios, para la atención necesaria a las víctimas y/o lesionados, con el fin de que sepan qué hacer ante una contingencia.

1.2 OBJETIVO GENERAL

Determinar si los maestros de las escuelas primarias del turno matutino de la ciudad de Puebla, cuentan con los conocimientos necesarios para una correcta aplicación de Primeros Auxilios.

1.3 OBJETIVOS PARTICULARES

- Obtener información mediante el apoyo de una Investigación de Mercados.
- Identificar los factores que ocasionan que los maestros no estén capacitados en Primeros Auxilios
- Proporcionar las recomendaciones del caso, para lograr que las escuelas capaciten a los maestros en Primeros Auxilios y así poder brindar un mejor servicio a los educandos, a sus padres y a la sociedad.

1.4 HIPÓTESIS

- Las escuelas primarias de la ciudad de Puebla, tanto Públicas como Privadas, no están preparadas para la prestación de Primeros Auxilios y, en el mejor de los casos, en algunas, dicha preparación es incipiente.

1.5 ALCANCES

Este proyecto estará basado en una Investigación de Mercados, que abarcará el estudio en las escuelas primarias del turno matutino de la ciudad de Puebla, con relación a los Primeros Auxilios.

Es importante mencionar que el presente proyecto puede ser la pauta para la elaboración de estudios posteriores y de una Campañas de Comunicación dirigida a los profesores, con el fin de que lleven a cabo un Programa de Capacitación de Primeros Auxilios y solucionar de manera inmediata alguna contingencia inesperada.

1.6 LIMITACIONES

La presente Tesis se limita a :

- La ciudad de Puebla
- Las escuelas primarias (Públicas y Privadas) del turno matutino.
- La disponibilidad de información proporcionada por fuentes primarias y fuentes secundarias de información.

1.7 ORGANIZACIÓN DEL INFORME

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I PROPÓSITO Y ORGANIZACIÓN

En este capítulo se presenta el planteamiento del problema, los objetivos, la hipótesis, los alcances y limitaciones de dicha investigación.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 EDUCACIÓN EN NUESTRO PAÍS

Aquí se describe con detalle la manera de cómo está constituida actualmente la educación, tanto en México como en la ciudad de Puebla.

2.2 PRIMEROS AUXILIOS

Este capítulo incluye la definición, los objetivos y reglas generales de los Primeros Auxilios, así como las situaciones más comunes que exigen la aplicación de los mismos de manera inmediata y eficiente.

2.3 MERCADOTECNIA APLICADA

En este capítulo se sientan las bases teóricas que soportan el proyecto, describiendo diversos conocimientos de Mercadotecnia e Investigación de Mercados.

2.7 MÉTODOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Aquí se dan a conocer las dos técnicas que existen para la recolección de datos (Método Cualitativo y Método Cuantitativo) que ayudarán a llevar a cabo la investigación de campo adecuadamente.

CAPÍTULO III TRABAJO PRÁCTICO

Aquí se describe con detalle la forma con la que se llevarán a cabo los procesos de la Investigación de Mercados, de acuerdo a los pasos sugeridos por los autores seleccionados para el presente proyecto.

CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Por último se establecen las conclusiones a las que se llegó de acuerdo a las preguntas propuestas, además de ofrecer una serie de sugerencias que permitan disminuir el riesgo de los accidentes en las escuelas primarias.

ANEXOS

- I Tabla de números aleatorios
- II Cuestionario piloto
- III Cuestionario Definitivo
- IV Codificación del cuestionario

C
A
P
I
T
U
L
O

I
I

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 EDUCACIÓN EN NUESTRO PAÍS

La educación es el medio fundamental de las sociedades para conservar, transmitir y transformar la cultura y la vida de los individuos; en este sentido, se constituye en el soporte para el desarrollo de las humanidades, la ciencia y la tecnología, actividades sustantivas para el avance y el progreso de las naciones.

Es así que la educación en México tiene orientaciones, metas y compromisos claramente definidos, los cuales están expresados en el Artículo 3 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en la Ley General de Educación. Dentro de este contexto la educación en nuestro país se compromete a ser: nacional, democrática, social, laica, científica y a promover el desarrollo integral de los mexicanos.

Uno de los medios más importantes, que permiten transmitir y difundir la educación en la sociedad son las Escuelas, consideradas transmisores privilegiados de conocimientos y habilidades genéricas, de valores nacionales y universales, en torno a los cuales se organiza la enseñanza para el desarrollo y bienestar de la humanidad. Citado por el Programa Educativo Poblano. 1993 - 1999.

La educación primaria ha sido a través de nuestra historia el derecho educativo fundamental al que han aspirado los mexicanos. Una escuela para todos, con igualdad de acceso, que sirva para el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas y el progreso de la sociedad. Citado por el Plan y Programa de Estudios de la SEP. 1993.

Con la creación de la Secretaría de Educación Pública (SEP) hace 72 años, la obra educativa adquirió continuidad y, como resultado de una prolongada actividad de los gobiernos, de los maestros y de la sociedad, la **educación primaria** se convirtió en una oportunidad real para una proporción creciente de la población.

Los logros alcanzados son de gran relevancia ; las oportunidades de acceder a la enseñanza primaria se han generalizado y existe mayor equidad en su distribución social y regional.

2.1.1 EDUCACIÓN EN PUEBLA

Es indispensable mencionar que en el Estado de Puebla, según los datos citados por el Programa Integral de Desarrollo Educativo 1999 – 2005 (PROIDE), la educación primaria logra una cobertura del 97.28% de alumnos en las escuelas, quedando sin atención el 2.72% de la demanda.

El comportamiento de sus indicadores señala que la deserción es de un 3%, la reprobación alcanza un 8.2% y la eficiencia terminal presenta un 81% ; datos que evidencian el avance del servicio educativo en este nivel.

En términos generales, la educación primaria debe fortalecer la formación de seres humanos que sepan convivir mejor con su comunidad y sean participantes del desarrollo económico, político, social y cultural de su entorno.

2.1.2 EDUCACIÓN PARA LA VIDA

Para que la educación incida directamente en la calidad y estilo de vida de las personas, es preciso partir de la conservación de la propia salud.

Es necesario inculcar en las escuelas la vitalidad, que significa vivir sanamente, evitando dentro de las mismas todo tipo de accidentes que los alumnos puedan presentar durante sus actividades diarias.

Es así, que los llamados *Primeros Auxilios*, entendiendo estos como "El tratamiento de cualquier traumatismo o enfermedad súbita, que se administra antes de que se disponga de los cuidados médicos" (Enciclopedia de la Salud, 1992); por otra parte, constituyen un área de gran importancia en la ciencia médica, ya que con frecuencia, en la vida diaria, se presentan situaciones de emergencia en que la salud o la vida de una o más personas se encuentra en peligro. Lo inesperado de la situación, hace que generalmente no se cuente con

asistencia médica o de enfermería desde los primeros instantes, y que sea una persona ajena a estas áreas, quien aplique los Primeros Auxilios.

Muchas veces esos primeros momentos del incidente, resultan ser cuestión de vida o muerte, o de lesiones irreparables.

Cualquier ser humano debe estar preparado para actuar en esos casos, ayudando a reducir las molestias o dolores del paciente, y asegurándole mayor probabilidad de que se recupere completa y rápidamente, hasta que reciba la atención profesional del médico o del hospital.

2.2 PRIMEROS AUXILIOS

2.2.1 Consideraciones

En la época actual los avances tecnológicos aumentan cada día, pero desafortunadamente también se incrementan los accidentes, que dan como resultado diversos males e incluso la pérdida de la vida.

Es así, que en este Capítulo denominado PRIMEROS AUXILIOS, se tratarán diversos temas con relación a esta área.

2.2.2 Definiciones de Primeros Auxilios

Para aprender acerca de los Primeros Auxilios, es necesario partir del significado de dicho término.

El Autor Guillermo F. Ortiz, da la siguiente definición:

PRIMEROS AUXILIOS es: *“La ayuda inmediata que se presta a los accidentados o enfermos, en el lugar de los acontecimientos, hasta que llegue el médico o ingrese a un centro asistencial”* . Fajardo (1983, pp 51)

La Secretaría de Trabajo y Previsión Social:

PRIMEROS AUXILIOS son: *“Los cuidados inmediatos y temporales que deben impartirse a los trabajadores que sufran algún riesgo de trabajo en ejercicio o con motivo del mismo”* .Según datos citados en el instructivo relativo a los requerimientos y características de los Botiquines para Primeros Auxilios en los Centros de Trabajo. (1991, pp 3)

En la Nueva Enciclopedia Temática se encontró la siguiente definición:

“PRIMEROS AUXILIOS, es el tratamiento inmediato proporcionado por personas que tengan conocimientos que ayuden a la víctima a su pronta recuperación y a evitar la pérdida de la vida” (1982, pp 5)

Por lo tanto se concluye que los PRIMEROS AUXILIOS, son la ayuda y atención temporal que recibe una persona lesionada, mientras espera la llegada del médico.

OBJETIVOS DE LOS PRIMEROS AUXILIOS

El conocer acerca de Primeros Auxilios, obliga a saber cuáles son los objetivos que se pretenden alcanzar al aplicarlos correctamente. Es así que el autor Stanley Miles, establece lo siguiente:

***1. Salvar la vida** .- asegurando que la respiración y el latido cardiaco se mantengan o restauren, que la hemorragia sea dominada y que los efectos generales diversos de la lesión estén controlados.

***2. Prevenir daños o complicaciones ulteriores** .- mediante un tratamiento experto de las heridas, enfermedad o desastre mental y asegurando que la víctima aturdida o asustada no quede expuesta a riesgos posteriormente.

***3. Lograr una mejoría** .- o al menos asegurar que el estado no empeore, proporcionando alivio, confianza y cuidado eficaz al paciente.

***4. Prepararlo para el tratamiento médico.**- la ejecución correcta de los Primeros Auxilios, tiene por objeto establecer la base para el subsiguiente tratamiento especializado por el doctor o personal del hospital.

*5. **Ayudar al médico** .- proporcionándole detalles del accidente, de la lesión y de los Primeros Auxilios administrados, dando más adelante la ayuda necesaria bajo supervisión profesional.

*6. **Llegar a comprender** .- el funcionamiento del cuerpo humano y su respuesta a la enfermedad o lesiones, consiguiendo así una introducción a la ciencia médica en forma útil y práctica.

El cumplimiento de los objetivos, hace más fácil la labor del médico y da mayor probabilidad de recuperación de la víctima.

2.2.3 MATERIALES

En ocasiones en los Primeros Auxilios se tiene que improvisar todo lo que se puede utilizar. Si se contara con medicamentos, deben usarse, siempre y cuando se conozcan sus indicaciones y efectos, de no ser así, es mejor no hacerlo.

Por tal motivo, es recomendable que se tenga un botiquín para adquirir los medicamentos de forma rápida. Entendiendo éste como “El instrumento o anaquel que nos sirve para guardar todo aquel material o instrumentos necesarios para proporcionar los Primeros Auxilios”

Los materiales que pueden usarse son:

- **MATERIALES IMPROVISADOS.-** Cualquier material puede servir de apoyo para ayudar al paciente. Generalmente se utiliza la ropa y maderas o tablas, usándolas tal cual o adaptándolas a las necesidades que se requieran.
- **BOTIQUÍN DE PRIMEROS AUXILIOS.-** Se puede reunir un número variado de materiales en una caja, que sea fácil de abrir pero lejos del alcance de los niños o de enfermos mentales.

Los medicamentos del botiquín no duran indefinidamente, pueden perder sus características, evaporarse o sus ingredientes podrían recombinarse en forma dañina.

Cualquier medicamento que haya cambiado de color o de consistencia, debe ser desechado y evitar su uso, sobre todo tratándose de líquidos para lavado de ojos, gotas nasales, jarabes, etc.

Se debe procurar tener el botiquín en un lugar fresco, marcando claramente cada material e indicando su uso, estar al pendiente de la fecha de caducidad de los medicamentos y comprobar con frecuencia que el equipo esté completo, y sustituir los artículos gastados.

2.2.3.1 CONTENIDO DEL BOTIQUÍN DE PRIMEROS AUXILIOS

El contenido de un botiquín puede ser muy simple o muy complejo, lo importante es que se adapte a las necesidades del lugar donde se encuentre.

A continuación se presentan dos listas que contienen los artículos necesarios para crear un botiquín de Primeros Auxilios.

El autor Manuel Barquín C. determina que un botiquín de Primeros Auxilios puede contener:

- Uno o dos paquetes de gasa estéril
- Uno o dos paquetes de algodón absorbente
- Un rollo de esparadrapo
- Un termómetro
- Un gotero
- Un par de tijeras
- Un paquete de hojas de afeitar
- Un paquete de agujas
- Un par de bajalenguas
- Un par de pinzas
- Un par de tiras o tubos de goma para torniquetes
- Paños de lienzo, recortados de un metro por lado para cabestrillos o alargados para vendaje de heridas
- Alcohol para desinfección
- Un paquete de sulfa en polvo
- Un frasco de vaselina
- Un recipiente con picrato de butesín para quemaduras, o un recipiente de cortisona con antibióticos
- Un frasco pequeño de solución de amoníaco
- Una cajita de analgésicos comunes

Esta lista de materiales para un botiquín fue obtenida del Manual Price I. Alice y establece que todos estos artículos pueden obtenerse sin receta médica:

1. Doce apósitos de gasa esterilizada (de 10 x 10 centímetros) envueltos por separado, para limpiar y cubrir heridas.
2. Un rollo de gasa de cinco centímetros de anchura, para fijar sobre las heridas los apósitos esterilizados, y para otros usos.
3. Por lo menos tres rollos de vendas de unos seis centímetros de anchura y aproximadamente 4.5 metros de longitud. Tres piezas de tela de un metro cuadrado, para hacer vendas o cabestrillos triangulares. Una buena cantidad de alfileres de seguridad de cuatro centímetros de largo, para fijar las vendas triangulares.
4. Dos tablillas de madera.
5. Una caja de apósitos adhesivos (curitas).
6. Dos rollos de cinta adhesiva (esparadrapo): uno de 2.5 centímetros y otro de 5 centímetros de ancho.
7. Un paquete de algodón absorbente.
8. Un tubo de vaselina.
9. Un tubo de ungüento antibiótico.
10. Un frasco de loción de calamina para tratar quemaduras solares, picaduras de insectos, erupciones, etc.
11. Una caja de bicarbonato de sodio.
12. Unas tijeras.
13. Unas pinzas o tenacillas.
14. Un paquete de agujas.
15. Una navaja afilada o un paquete de hojas de afeitar de un solo filo.
16. Un cuentagotas.
17. Una taza con escala de medir.
18. Un termómetro oral.
19. Un termómetro rectal.
20. Una bolsa para agua caliente.
21. Una bolsa para hielo.
22. Una linterna de bolsillo (con pilas nuevas).

2.2.4 REGLAS GENERALES DE LOS PRIMEROS AUXILIOS

En cualquier situación de emergencia, es conveniente recordar algunas reglas generales que ayudan, tanto a la persona que proporciona los Primeros Auxilios, como a la persona accidentada.

2.2.4.1 REGLAS GENERALES PARA EL CUIDADO DE LA VÍCTIMA

Estas reglas sirven para evitar que el accidentado pueda empeorar su estado; en primer lugar, no se debe mover a la víctima, a menos que en el lugar donde esté se exponga a un peligro; generalmente, es mejor mantenerlo en posición horizontal; si es que debe moverse, evitar que las partes dañadas del cuerpo sufran torceduras o se flexionen; cerciorarse de que se ha llamado al médico; cubrir a la víctima (no en exceso) para impedir que baje su temperatura, y procurar que respire bien.

Se debe pedir ayuda médica tan pronto como sea posible, ya que los médicos están capacitados para resolver cualquier emergencia; por lo tanto debe llamarse al médico más cercano, o en su defecto al centro médico u hospital que se encuentre más próximo, procurando brindar al paciente la asistencia del personal y el equipo necesario en el menor tiempo posible.

2.2.4.2 REGLAS GENERALES PARA EL AUXILIADOR

A la persona que auxilia a las víctimas se le aconseja lo siguiente: tener calma; si no hay otra persona más capacitada para atender al accidentado, hacerse cargo de la situación con decisión y rapidez, recordando siempre lo que se debe y no hacer, usar los materiales o medicamentos que se tengan a la mano y llamar o hacer llamar al médico o al centro asistencial más cercano.

En caso de tratarse de casos urgentes, como agresiones o crímenes, también la policía debe ser informada de la emergencia.

2.2.4.3 QUÉ DEBE Y QUÉ NO DEBE HACER EL AUXILIADOR

Una vez que se ha tomado la decisión de auxiliar a la víctima, se procede a aplicar los Primeros Auxilios, lo cual sólo debe demorar unos instantes, pues la persona puede presentar lesiones que requieran una emergencia extrema.

Las recomendaciones acerca de lo que se debe hacer son:

1.- Observar al accidentado y su alrededor.- Un arma, una botella, un cordón de electricidad, etc; pueden dar una idea de lo que ocurre.

También hay que observar si se puede o no acercarse al accidentado y, si es necesario, retirarlo de la zona peligrosa sin demorar más de lo indispensable.

2.- Observar si hay hemorragia.- Si la persona accidentada está sangrando, debe ser tratada inmediatamente, sobre todo si el sangrado es abundante, ya que puede estar en peligro de muerte.

3.- Observar si respira.- *“Con igual urgencia debe tratarse la falta de respiración. Aquí la muerte sobreviene también a corto plazo: 3 a 5 minutos si no se practica la respiración artificial”*. Price (1992, pp 55)

Debe extraerse de la boca cualquier cuerpo extraño que pueda dificultar la respiración y además aflojar las ropas de la víctima.

4.- Comprobar si hay shock.- Una vez resueltas las hemorragias y/o la falta de respiración, debe proceder a verificar si el paciente se encuentra en estado de shock (término que se analizará en hojas posteriores) y tratar de averiguar la causa de éste.

5.- Comprobar si hay fracturas.- También se procederá a constatar si el accidentado tiene o no fracturas y se procurará moverlo lo menos posible, hasta que se haya inmovilizado la fractura, para después desplazarlo con mayor facilidad.

6.- Tranquilizar a la víctima.- Cuando la víctima se encuentra en estado de angustia se le debe tranquilizar. Procurarle el aire y quietud suficiente y evitar aglomeraciones a su alrededor.

Lo que **debe evitar el auxiliador** es lo siguiente:

1.- No precipitarse en tocar o mover al paciente, excepto cuando sea necesario, ya que de lo contrario le puede producir un daño mayor del que tiene.

2.- No dar líquidos a una persona inconsciente, ya que estos pueden provocar asfixia.

3.- No administrar licor al paciente, es preferible no administrar licor a la persona que requiere Primeros Auxilios, pues quienes después examinen al paciente, pueden creer que el efecto del alcohol es una de las causas de su estado.

2.2.5 CASOS EN LOS QUE SE APLICAN LOS PRIMEROS AUXILIOS

A continuación, se analizarán las situaciones comunes que exigen atención y tratamiento inmediato. En cada una de ellas se procederá, según el caso, con el material y equipo necesarios.

2.2.5.1 HERIDAS

“Se llama heridas a las lesiones que afectan la continuidad de la piel”.

Barquín (1991,pp 72)

“Se considera herida a cualquier lesión de los tejidos, superficial o profunda, después de la acción ejercida bien desde el exterior hacia el interior, o viceversa”. Gran Enciclopedia Médica (1984, pp 947).

Las heridas se clasifican en dos grupos:

- Heridas abiertas, en las que se pierde la continuidad de la piel
- Heridas contusas, en las que la ruptura de la piel es mínima o casi no existe, dañando los tejidos que se encuentran debajo de ella.

Las heridas abiertas pueden ser de tres tipos:

- a) **Punzantes o penetrantes** (causadas por agujas, clavos, estiletes, etc.)
- b) **Cortantes**, generalmente causadas por armas blancas y
- c) **Desgarrantes**, como mordeduras, arrancamientos, etc.

Existen dos complicaciones de las heridas que deben tenerse en cuenta: la hemorragia y la infección, la primera debe tratarse de inmediato y la segunda debe de prevenirse en lo posible.

2.2.5.2 HEMORRAGIAS

“Se denomina hemorragia, a la salida de sangre por ruptura de los vasos que la contienen”. Price (1992, pp 105).

“Salida de sangre de los vasos, bien sea al exterior del organismo (externa), sea al interior (interna), o con causas naturales (menstrual); puede estar provocada por traumatismos, diversas intervenciones quirúrgicas, etc. (provocada), o ser experimental o terapéutica (transfusión).”. Gran Enciclopedia Médica (1984, pp 927).

Las hemorragias pueden ser de tres tipos: **arterial, venosa y capilar.**

La hemorragia arterial, se reconoce cuando la sangre sale a chorro o por intervalos (color rojo brillante); en la hemorragia venosa, la sangre sale a chorro continuo (color rojo oscuro), y la hemorragia capilar, se reconoce cuando la sangre forma una capa cubriendo un área determinada de la piel.

Existe otra clasificación donde las hemorragias pueden ser leves o severas, también llamadas internas o externas.

La hemorragia externa es fácil de reconocer por verse a simple vista, ya que sale fuera del cuerpo del lesionado; la interna es producida dentro del cuerpo de la víctima, sin salir al exterior, por lo que es difícil de reconocer pues sólo se manifiesta por estado de shock.

2.2.5.3 QUEMADURAS

“Se llama quemaduras, a las lesiones de la piel o tejidos producidas por: calor o fuego (quemaduras térmicas), sustancias corrosivas (quemaduras químicas), o por electricidad (quemaduras eléctricas)”. Fuerst y Wolf, (1990, pp 243).

- **Quemaduras Térmicas.-** producidas por el calor seco, como el fuego o calor directo, y las producidas por el calor húmedo debido al agua hirviendo, vapores calientes, grasa caliente, etc.
- **Quemaduras químicas.-** causadas por sustancias corrosivas como los ácidos, o por sustancias alcalinas.
- **Quemaduras eléctricas.-** provocadas por el contacto directo con alambres o cables electrizados, etc.

Las quemaduras, sin importar su causa, pueden ser de tres grados.

De 1er grado, cuando hay enrojecimiento de la piel sin otras alteraciones.

De 2do grado, hay enrojecimiento de la piel y ampollas.

De 3er grado, cuando hay destrucción parcial o total de la zona lesionada, incluyendo piel, tejido celular subcutáneo y músculo.

La gravedad de una quemadura depende de su extensión y de su localización.

Los síntomas locales de una quemadura son: calor, enrojecimiento, el sitio queda muy delicado y sensible, dolor, hinchazón y, disminución de la función en casos del ojo y manos.

Los síntomas generales de una quemadura grave son: estado de shock, fiebre alta, sed, pulso rápido y débil, baja presión arterial, vómitos y diarreas, inflamación de los riñones y pulmones, entre otras, que pueden conducir a la muerte.

Además de lo antes mencionado, debe tenerse en cuenta que toda quemadura se infecta muy fácilmente, por lo que es necesario aplicar el tratamiento para tratarlas de inmediato.

2.2.5.4 FRACTURAS

Se llama fractura a la ruptura de un hueso. Las fracturas pueden variar desde una simple rajadura, hasta la fragmentación del hueso en varios pedazos.

“Interrupción de la continuidad de un segmento esquelético que se produce a consecuencia de un hecho traumático”. Enciclopedia Médica Familiar (1992, pp 1141).

Cuando los bordes de la fractura quedan en el mismo lugar, frente a frente, se trata de una **fractura simple**; si quedan separados, es una **fractura con desplazamiento**; y a veces se separan tanto, que uno de los bordes rompe la piel, provocando una **fractura abierta**.

La presencia de fracturas complicadas indica gravedad en el paciente; en este tipo de fracturas, los bordes de los pedazos del hueso se desplazan provocando hemorragias o parálisis debido a nervios o arterias lesionadas.

La mayoría de las fracturas son causadas por violencia, la cual ha sido aplicada a alguna parte del cuerpo. Si la rotura de un hueso tiene lugar en el sitio donde se aplicó la violencia, se dice que la fractura se debe a una violencia directa (golpes y caídas). Cuando el hueso roto en un accidente está situado a cierta distancia del punto en que fue recibida la violencia, la fractura se debe a una violencia indirecta; por último, cuando la fuerza de la contracción muscular es demasiado fuerte, ocasiona la rotura de un hueso.

No importa cualquiera que sea la causa de la fractura, ésta debe ser identificada por los siguientes síntomas:

1. Dolor espontáneo.
2. Deformidad del miembro dañado.
3. Movilidad anormal.
4. Otros signos como: hinchazón, ruidos al presionar o mover el sitio de la fractura, etc.

2.2.5.5 ESTADO DE SHOCK

El estado de shock, es el primero al que muchas veces se enfrentan quienes proporcionan los Primeros Auxilios, ya que en ocasiones, la víctima es afectada además de física, mentalmente.

“Para el médico, el estado de shock se describe como un estado de colapso y deficiencia circulatoria que sigue a la pérdida masiva de sangre o líquido en la circulación”. Federic (1994, pp 39).

El grado en que este estado acompaña al accidente, por ligero que éste sea, dependerá no sólo de la gravedad de la herida y del tipo de accidente, sino también de la fatiga y moral del paciente.

Los signos físicos del shock son:

1. Temperatura.- Debido a la pérdida de sangre, la temperatura del paciente es más baja que la normal, (frente fría).
2. Pulso.- Al principio la frecuencia del pulso es baja, más tarde aumenta, y una vez establecido el shock llega a ser mucho mayor.
3. Respiración.- Generalmente las respiraciones son más rápidas que las normales por la falta de oxígeno, ante esta situación, es importante obligar a la gente que se aparte del paciente para facilitar el acceso de aire.

4. Aspecto.- El paciente estará por todas partes frío y con la cara muy pálida; además, pueden aparecer gotas de sudor en la frente.
5. Inconsciencia.- En este estado el paciente puede estar inconsciente o no estarlo, dependiendo de la gravedad de la herida.
6. Sed.- Si el paciente permanece consciente tendrá generalmente mucha sed.

La principal atención al estado de shock, es proporcionar al paciente el máximo cuidado personal.

2.2.5.6 OTRAS LESIONES

A) Asfixia

La asfixia es un estado que resulta de la falta de respiración. Cuando esto sucede, la sangre no puede recibir oxígeno y los tejidos a donde normalmente llega dejan de funcionar.

La asfixia puede ser causada por la obstrucción de las vías respiratorias, la opresión del tórax o por lesiones o enfermedades en los pulmones.

Los órganos vitales como el cerebro y el corazón, son rápidamente afectados y en pocos minutos la víctima puede morir.

B) Descarga eléctrica

Una descarga eléctrica, puede paralizar los centros respiratorios y provocar pérdida del conocimiento. Cada segundo que el accidentado esté en contacto con la corriente eléctrica, disminuye sus probabilidades de sobrevivir.

Este tipo de accidente, es frecuente y puede producirse en la vía pública, en el hogar, centros de trabajo, etc.

C) Esguinces y desgarres musculares

“Un esguince es una lesión de los ligamentos que circulan una articulación”.

Enciclopedia Médica General (1992, pp 52).

Los esguinces suelen ocurrir en los tobillos, rodillas, muñecas, hombros y columna vertebral y pueden provocar la rotura de algún ligamento.

Se caracterizan por dolor e incapacidad funcional de la articulación afectada.

“El desgarre es una lesión del músculo en la que las fibras musculares se distienden o rompen”. Barquín (1991, pp 52).

La zona más afectada en los desgarres, es la región lumbar.

Este tipo de lesión, es causada generalmente por el levantamiento incorrecto de grandes pesos; se puede producir también, cuando los músculos se contraen de improviso.

Un desgarre, se acompaña de fuertes dolores y de la formación de un hematoma entre los músculos afectados.

D) Atragantamiento

El atragantamiento, ocurre cuando un cuerpo extraño bloquea la traquea de una persona, impidiéndole respirar.

Si la obstrucción de la traquea es completa y no se evita, la víctima puede morir en menos de cinco minutos, por lo tanto, es importante actuar con rapidez.

E) Ahogamiento

La sofocación o ahogamiento, es una interrupción de la respiración causada por una obstrucción de las vías respiratorias.

La causa más frecuente del ahogamiento, es un fragmento de comida alojado en la traquea; cuando esto ocurre, puede venir una asfixia mortal en menos de cuatro minutos; otra cosa, son las contracciones musculares por la inhalación de gases venenosos.

El primer síntoma del ahogamiento, es la imposibilidad de hablar, tos y esfuerzo por respirar de la víctima.

E1) Ahogamiento por inmersión

El ahogamiento por inmersión, es la asfixia por agua o por cualquier otro líquido.

El ahogamiento se produce cuando el líquido impide que el oxígeno llegue a los pulmones y a la sangre. Este tipo de accidente, puede ocurrir en una piscina, bañera o en el mar, sobre todo es frecuente en niños pequeños.

F) Convulsiones

“Convulsión es una amplia contracción, violenta e involuntaria, transitoria y repetida por crisis, que afecta a los músculos voluntarios”. Fuerst y Wolf (1990, pp 49).

La crisis puede surgir bruscamente y durar pocos minutos o varias horas, y es seguida por una crisis de llanto o por un sueño profundo y largo.

Las convulsiones pueden deberse a fiebre alta (especialmente en niños menores de dos años), lesiones de la cabeza, sobredosis de fármacos o drogas, envenenamiento, descenso de azúcar de la sangre en diabéticos, crisis epilépticas, etc.

2.3 MERCADOTECNIA APLICADA

EL PAPEL DE LA MERCADOTECNIA EN LOS NEGOCIOS Y EN LA SOCIEDAD

2.3.1 Antecedentes Generales

El término mercadotecnia apareció por primera vez; cuando el Profesor, W.E. Kreusi de la Universidad de Pensilvania impartía un curso bajo el nombre de: Mercadotecnia de Productos.

Hoy en día la Mercadotecnia es uno de los elementos más importantes en las organizaciones, ya que sus diferentes variables permiten que sus consumidores adquieran los productos y/o servicios fácilmente, pues los objetivos principales de toda organización es vender y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores.

2.3.2 Concepto de Mercadotecnia

La Mercadotecnia es una filosofía que abarca todas las actividades realizadas por una organización, de tal manera el autor Philip Kotler la define como "Un proceso social y administrativo mediante el cual las personas y los grupos obtienen aquello que necesitan y quieren, creando productos y valores e intercambiándolos con terceros". Kotler (1996, pp 5)

El elemento más importante del concepto de mercadotecnia es brindar satisfacción a los clientes y, para lograrlo, la organización debe conocer por medio de la investigación, qué es lo que satisface al cliente para que la organización pueda entonces ofrecer los productos satisfactorios, y después deberá hacer llegar estos productos a los consumidores. Pero el proceso no termina aquí, la organización debe continuar adaptando y modificando los productos presentes, con el fin de mantenerlos actualizados de acuerdo a los cambios en los deseos y preferencias de los consumidores, pues es precisamente en el cliente donde comienza y termina las actividades de mercadotecnia.

Cuando se desea satisfacer las necesidades del cliente, la organización debe cuidar que esto no sea a corto plazo, sino también a largo plazo, vigilando que dichas necesidades puedan ser satisfechas por parte del consumidor, en el lugar y el momento adecuado.

2.3.3 EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE MERCADOTECNIA

2.3.3.1 Etapa de Producción

Durante el periodo comprendido entre 1900 y 1930, se produjo en los Estados Unidos de Norte América una serie de avances tecnológicos y nuevas formas de utilizar la mano de obra, estableciendo una corriente de productos de las fábricas a los mercados, donde la demanda de artículos manufacturados por parte de los consumidores era muy fuerte, lo que ocasionó que la orientación hacia la producción siguiera estimulada por el movimiento de la administración

científica, en la cual, los obreros eran entrenados y estimulados a trabajar como máquinas con el fin de aumentar la productividad.

2.3.3.2 Etapa de las Ventas

Fue a partir de la década de 1930 hasta la década de 1950 cuando las empresas comprendieron que los productos fabricados con gran eficiencia tenían que ser vendidos al consumidor; como resultado, este periodo fue orientado hacia las ventas donde los empresarios estimaron que la venta directa y la publicidad eran las actividades más importantes de la mercadotecnia.

2.3.3.3 Etapa de Mercadotecnia

En esta etapa (1950 en adelante), los empresarios comprendieron que la venta directa y la promoción, no eran suficientes para que el consumidor adquiriera los productos, por lo cual entendieron que era prioritario conocer las necesidades de los consumidores para poder producir los productos que satisficieran dichas necesidades, por lo que esta etapa se caracterizó por la orientación al consumidor.

2.4 LOS MERCADOS

La Investigación de Mercados se considera importante porque beneficia a las empresas, dándoles información útil sobre la manera de cómo se comporta el mercado con relación al producto y/o servicio que ofrece, dividiéndolo en grupos definidos denominados segmentos, lo que ayuda a identificar mejor las oportunidades del mercado y así poder satisfacer al consumidor de manera más eficaz.

Por lo tanto, gracias a ésta es posible que las empresas atraigan a más clientes, incrementando así sus ganancias, provocando competencia por parte de los productores quienes a su vez, para lograr alcanzar al mercado, generan factores que benefician al consumidor, tales como; mayor calidad en el producto o servicio, facilidad de compra, disminución de precios, etc.

A continuación se presentan las definiciones de mercado y de segmentación de mercados:

2.4.1 Mercado

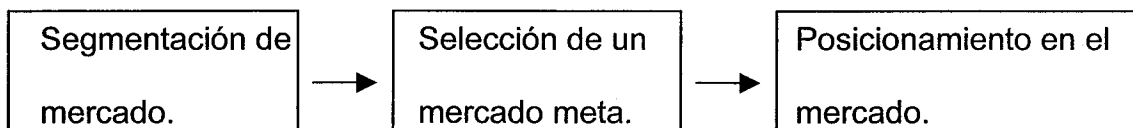
“Está constituido por personas con necesidades por satisfacer, estando dispuestas a adquirir o arrendar bienes y servicios que satisfagan esas necesidades, mediante una retribución adecuada a quienes les proporcionen dichos satisfactores”. Fischer (1993, pp 64).

Philip Kotler nos define al mercado como un “Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto”. Kotler (1994, pp 10).

2.4.2 Segmentación de Mercados

“Es un proceso mediante el cual se divide el mercado en varios submercados o segmentos, de acuerdo a los diferentes deseos de compra y requerimientos de los consumidores”. Fischer. (1993, pp 75).

Para poder segmentar al mercado de una manera adecuada, es necesario recurrir a los pasos siguientes:



Segmentación de Mercados

Consiste en clasificar al mercado de acuerdo a las variables *geográficas* (región, clima, etc.), *demográficas* (edad, sexo, ciclo de vida, etc.), *psicográficas* (clase social, estilo de vida ,etc.) y las variables *conductuales* (lealtad, calidad, etc.).

Selección del Mercado Meta

Una vez determinado tu mercado de acuerdo a las variables, se selecciona el mercado meta, el cual estará compuesto por una serie de compradores que comparten las necesidades o las características que la empresa ha optado por atender.

Posicionamiento en el Mercado

Es la manera en que los consumidores definen un producto a partir de sus atributos importantes: es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación con los productos de la competencia". Kotler (1994, pp 303).

A continuación se mencionan algunas formas de posicionar el producto en el mercado:

1) Posicionamiento del producto por atractivo

Son muchos los productos que se valen de la publicidad para hacer hincapié en sus características específicas, dirigida a un nicho de mercado en particular o a un mercado meta en especial. Dentro de este enfoque de posicionamiento, se aprecian algunos anuncios que hacen notorio su intento de reposicionamiento, mediante los usos adicionales del producto como otra alternativa atractiva para el consumidor.

2) Posicionamiento para ampliar la participación de una marca

El reposicionamiento de un producto, da la oportunidad para incrementar la participación en el mercado de una marca, si la empresa posee un artículo específico con una participación considerablemente alta en el mercado.

3) Creación de un producto para Mercados Selectivos

Una manera para atraer a los consumidores es mediante las variaciones que puedan incurrir en el producto original; un solo producto puede tener

diversas variaciones. Los productos nuevos buscan satisfacer necesidades que otros productos no satisfacen.

Es así, que existen ciertos artículos que son creados y diseñados para satisfacer las necesidades de segmentos particulares del mercado, haciéndose un producto selectivo para un mercado selectivo.

Es necesario que la Investigación de Mercados tome en cuenta las variables de Mercadotecnia para facilitar el conocimiento y la comprensión del consumidor y del mercado y poder definir estrategias que satisfagan las necesidades del mercado meta.

2.5 VARIABLES DE MERCADOTECNIA

Estas actividades de mercadotecnia se ven afectadas por variables. Las variables pueden ser incontrolables y controlables. Las variables incontrolables, son las relacionadas con el medio ambiente, como lo son las socio-culturales, tecnológicas, competitivas, éticas, político legales y económicas. Las variables controlables son cuatro e integran la mezcla de mercadotecnia. Se les da el nombre de variables de la mixtura de mercadotecnia, debido a que se pueden modificar en tipo y cantidad, para crear un mezcla que satisfaga las necesidades de los consumidores.

Las cuatro variables de la mercadotecnia son:

- Producto
- Precio
- Plaza o Distribución
- Promoción

2.5.1 Variable Producto

Para definir esta variable citaremos la definición que proponen los autores Pride y Ferrell como: "Un producto puede consistir en una mercancía, un servicio o una idea". Pride y Ferrell (1991, pp 19)

"Un producto es todo aquello que puede ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo, y que además puede satisfacer un deseo o necesidad". Kotler (1996, pp 326)

Se debe de pensar en el producto en tres niveles: el producto básico, el producto real y el producto aumentado.

El *producto básico* responde a la pregunta ¿Qué está realmente comprando el consumidor?. Las empresas deben dar a conocer los beneficios que dan sus productos y no las características de éstos.

Este se compone de los servicios o beneficios que buscan los consumidores cuando adquieren un producto. Por esta razón las empresas deben definir los beneficios centrales que el producto ofrecerá a los consumidores.

El *producto real* debe surgir del producto básico y puede llegar a tener características como: marca, empaque, diseño, etiqueta, calidad y nivel de calidad, que influirán en la venta del producto.

El *producto aumentado* está formado a partir del producto básico y real, el cual se encarga de ofrecer servicios adicionales como entrega, garantías, atención personal, etc.

Es importante por tanto, analizar las necesidades de los consumidores para lograr que el producto tenga las características deseadas para facilitar el intercambio. Puesto que dichas preferencias pueden cambiar, la empresa debe estar siempre en posibilidades de desarrollar nuevos productos, modificar los existentes y, si es necesario, eliminar los que ya no son del agrado de los compradores.

Los productos se clasifican en *duraderos, no duraderos y los de servicio*. Los *bienes duraderos* son los productos de consumo que se usan durante largo tiempo.

Los *bienes no duraderos* son aquellos bienes que se consumen en unos cuantos usos.

Los *servicios* son intangibles, ya que son las actividades que se ponen en venta para lograr mejores beneficios a los consumidores.

Bienes de Consumo

Son aquellos que los consumidores compran para su uso personal y se clasifican en *bienes de uso común, de comparación, bienes especializados y no buscados*.

Los *bienes de uso común* son aquellos que los clientes compran con mayor frecuencia y con un mínimo de esfuerzos.

Los *bienes de comparación* son aquellos que, mediante un proceso de selección, el cliente compara con base en su conveniencia, precio, calidad, estilo.

Los *bienes especializados* son los bienes que el cliente adquiere identificando las características y marcas de los productos.

Los *bienes no buscados* son bienes de consumo que el consumidor no conoce, o que sí conoce, pero que normalmente no piensa comprar.

2.5.2 Variable Precio

El precio "Es la suma de los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de poseer o usar el producto o servicio."Kotler (1994, pp 410).

El precio es uno de los elementos más flexibles de la mezcla de mercadotecnia; éste puede estar sujeto a cambios y es el único que produce ingresos de dicha mezcla.

Para determinar el precio, las empresas deben entender el valor que los consumidores perciben del producto o servicio, ya que a la mayoría de ellos les interesa el valor que puedan obtener a cambio; además, el precio es en muchas ocasiones la variable que induce a la compra.

2.5.3 Variable Plaza o Distribución

Para ofrecer al cliente aquellos productos o servicios que lo satisfagan, es importante que los productos estén "disponibles en el momento preciso y en un lugar conveniente y accesible " Pride/ Ferrell (1993, pp 21).

También es necesario que los productos estén en cantidades adecuados para los consumidores que los requieran. Cada empresa debe elegir los sistemas de

distribución que mejor se adapten a lo que producen, permitiendo así que sus productos lleguen a los consumidores finales.

2.5.4 Variable Promoción

La variable promoción sirve para facilitar los intercambios, haciendo llegar a uno o más grupos de personas, información sobre una empresa y sus productos. Pride / Ferrell (1993, pp 21).

La Promoción se utiliza para que el consumidor conozca un nuevo producto, sus características y atributos, o también para darle a conocer alguna nueva marca.

Los instrumentos promocionales son:

- Las Ventas Personales
- La Promoción de Ventas
- Las Relaciones Públicas
- La Publicidad

Ventas Personales

Es el proceso de informar y persuadir a los consumidores para que compren productos, acepten propuestas, temas, ideas, etc., en donde el objetivo básico es producir un intercambio mediante la comunicación personal dividida entre dos o más individuos, logrando provocar una respuesta por parte del comprador.

En la venta personal se concentran tres objetivos generales:

Buscar posibles clientes

Convencerlos para que compren

Satisfacer a los clientes

Pero una desventaja de la venta personal es que su costo es en la mayoría alto.

Promoción de Ventas

Para el autor Philip Kotler, el principal objetivo de la promoción de ventas es crear una participación mayor en el mercado, aumentar las ventas y convencer a los consumidores de que prueben un producto nuevo en lugar de quedarse siempre con el mismo. Kotler (1994, pp 598).

Para que el mercado responda con más fuerza, la Promoción de Ventas incluye una gran variedad de instrumentos, que son:

1.- Promoción para los Consumidores; tiene como propósito aumentar las ventas o crear una participación mayor en el mercado; entre los instrumentos promocionales se encuentran muestras, cupones, rebajas, descuentos, concursos, etc.

2.- Promociones mercantiles; su objetivo es conseguir que los intermediarios manejen artículos nuevos, anuncien el producto y le establezcan más espacio en los anaqueles; podemos mencionar los concursos de ventas, bienes gratis, obsequio de mercancías, exhibidores, etc.

3.- Promoción de la fuerza de ventas; ésta promoción trata de conseguir más apoyo de los vendedores para productos nuevos o actuales, a través de bonos, incentivos, reuniones de ventas, competencias, etc.

Relaciones Públicas

Abarca la creación de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía, la creación de una buena imagen de corporación y el manejo o desmentido de rumores, historias o acontecimientos negativos.

Publicidad

Hoy en día la Publicidad se ha convertido en uno de los elementos más importantes para diversas empresas.

Para poder entender a la Publicidad, es importante conocer que es "Cualquier forma remunerada de presentaciones no personales y de promoción de ideas, bienes o servicios, por parte de un patrocinador identificado". Kotler (1994, pp 581).

Según Otto Kleppner, la Publicidad es "Un mensaje pagado por un patrocinador conocido y dado a conocer mediante un medio de comunicación". Kleppner (1993, pp 30).

De tal manera que la Publicidad tiene como características principales, el despertar en el público el interés hacia el producto, aumentar su consumo, prolongar las temporadas de compra, eliminar prejuicios existentes, crear gustos, hábitos y costumbres en los consumidores.

Las personas y las organizaciones utilizan la Publicidad para promover mercancías, servicios, ideas, temas y personas. Algunos medios masivos para transmitir publicidad son: TV, radio, periódico, revistas, internet, correo, vehículos de transportación, exhibidores, catálogos, directorios, entre otros.

La Publicidad permite repetir el mensaje varias veces. El hecho de que un producto se anuncie en esta forma, puede añadirle prestigio tanto al producto como a la empresa que lo vende, creando una imagen más favorable del producto en la mente del consumidor.

Puesto que la Publicidad es un método promocional flexible, se puede llegar a audiencias muy grandes seleccionadas como metas, o centrarse en pequeños mercados bien definidos.

Existen muchas personas que consideran que la publicidad aumenta el precio de los productos, pero en realidad la contribución de la Publicidad depende de las condiciones de demanda y del talento con que se utilice en dichos productos.

2.6 LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS COMO HERRAMIENTA PARA LA TOMA DE DECISIONES

La Investigación de Mercados surge cuando la preocupación principal de las empresas eran los problemas y oportunidades que se presentaban en la

producción, en la distribución y en la manera de satisfacer las necesidades y deseos del consumidor.

De esta manera, las compañías utilizan la Investigación de Mercados para mantenerse informados sobre las actitudes que el mercado presenta en relación a los productos, estableciendo la mejor decisión en base a dicha investigación.

2.6.1 Definición de Investigación de Mercados

Existen muchas definiciones sobre este concepto, pero haremos referencia a la citada por los autores Kinneer y Taylor: “Es el enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y disposición de información para el proceso de toma de decisiones por parte de la gerencia de mercadeo. Kinneer y Taylor (1992, pp 30)

La palabra “sistemático” se refiere al requisito de que el objetivo de la investigación debe estar bien planeado y organizado. La “objetividad”, a que no debe tener ninguna carga emocional en el análisis e interpretación de los datos; la segunda parte de la definición se refiere a que la Investigación de Mercados provee de información a la gerencia para la toma de decisiones; en otras palabras, es un proceso sistemático para obtener información que le va a servir a la administración para la toma de decisiones.

2.6.2 Importancia de la Investigación de Mercados

La Investigación de Mercados aporta información para ayudar a definir el mercado y determinar si se están cubriendo las necesidades del consumidor. Otra función básica, es la de mantener informada constantemente a la directiva de la empresa, de cualquier efecto relacionado con los productos de la competencia; así

mismo, ayuda a probar los prototipos antes de introducir un nuevo producto al mercado; también ayuda como mecanismo de control para predecir el éxito o fracaso de un producto.

Las razones más sobresalientes que hacen necesaria la Investigación de Mercados son:

- 1.- Conocer al consumidor.
- 2.- Disminuir riesgos.
- 3.- Analizar la información e informar.

2.7 MÉTODOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Existen dos formas de Investigación de Mercados, a saber: Cuantitativos y Cualitativos.

2.7.1 Método Cuantitativo

Este método permite cuantificar la información, a través de muestras representativas, a fin de hacer una proyección a un universo. Refleja lo que ocurre realmente en un mercado, es decir, ofrece respuestas al qué, cuándo, dónde y cómo suceden los hechos en segmentos definidos; esta investigación es estructurada y determinante, se realiza entre un gran número de sujetos entrevistados individualmente, las más utilizadas son: Fisher (1990, pp 31)

1. Entrevista personal
2. Entrevista por correo
3. Entrevista por teléfono
4. Paneles

1. Entrevista personal

Consiste en aplicar a los entrevistados un cuestionario estructurado, que puede incluir preguntas cerradas, abiertas o una combinación de ambas.

2. Entrevista por correo

Consiste en seleccionar una muestra determinada de personas a quienes se envía un cuestionario por vía postal con el propósito de que, por el mismo medio, lo devuelvan ya resuelto.

3. Entrevista por teléfono

Este método proporciona los resultados con mayor rapidez ya que suele utilizarse especialmente para medir el nivel de audiencia radiofónica o televisiva, es un método de los más económicos; sin embargo, excluye a todas aquellas personas que carecen de servicio telefónico.

4. Paneles

Conjunto de sujetos, hogares o establecimientos con características homogéneas, que se prestan a colaborar en situaciones experimentales para la solución de algún problema interno o externo.

2.7.1.1 Determinación de la Muestra

Para que se lleve a cabo la Investigación de Mercados, es necesario realizar un estudio estadístico descriptivo inferencial que permita obtener, de una manera clara y sencilla, el número de personas a encuestar; para ello, es importante mencionar que la Estadística es “un conjunto de técnicas que sirven para la colección, organización, presentación, manejo, descripción y análisis de información, de tal manera que las conclusiones obtenidas tengan un grado de confiabilidad aceptable”. Muratalla (1998, pp4.)

Un estudio estadístico comprende las siguientes características:

- ✓ Descriptivo, que consiste en la recopilación de datos, su organización y presentación (en forma tabular y/o gráfica), con el objetivo de analizar en forma rápida el conjunto de datos.
- ✓ Inferencial, que tiene como objetivo inferir o pronosticar qué ocurre en toda la población a partir de los datos muestrales.

Para aplicar las técnicas estadísticas adecuadamente, es necesario definir los siguientes términos estadísticos:

Población: Es el total de elementos que reúnen ciertas características homogéneas, las cuales son objeto de una investigación. Fischer (1990, pp 55).

El universo o población puede ser finita o infinita; una población finita es cuando se sabe el número total de elementos que la integran y la población infinita es aquella cuando teóricamente es imposible observar todos los elementos que la constituyen. Muratalla (1998, pp 9).

Muestra: Es una parte del universo que debe presentar los mismos fenómenos que ocurren en aquel, con el fin de estudiarlos y medirlos. Fischer (1990, pp 55).

Variable: Es una característica de interés acerca de cada elemento de una población o una muestra.

Dato: Es el valor de la variable asociado a un elemento de una población o una muestra. Existen dos tipos de datos presentados a continuación:

- DATO CUALITATIVO O ATRIBUTO, es el resultado de un proceso que categoriza o describe un elemento de una población.

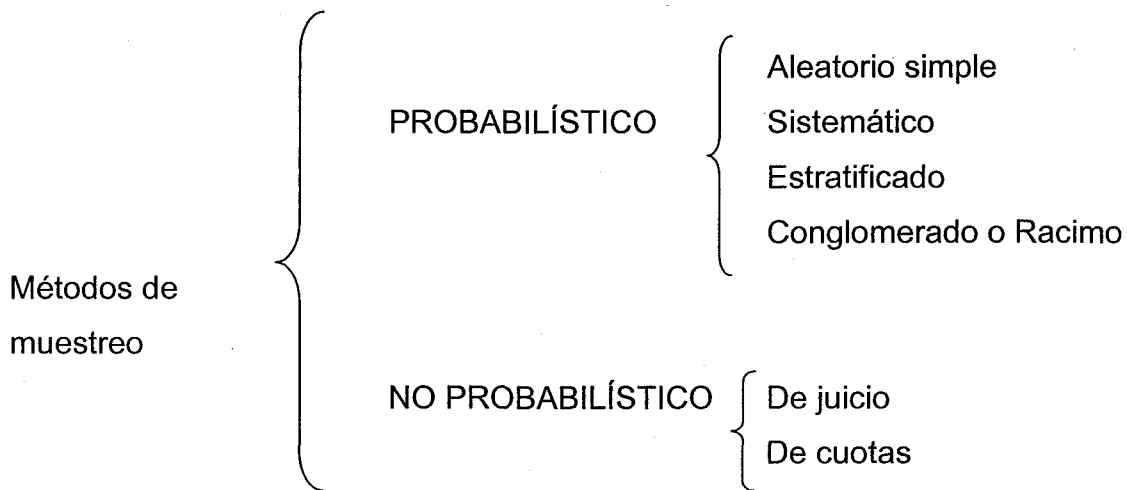
- DATO CUANTITATIVO O NUMÉRICO, es el resultado de un proceso que cuantifica, cuenta o mide. Los datos numéricos pueden subdividirse en dos clases:

A) Números discretos son aquellos que surgen de un conteo, como el número de clientes que entran a un banco.

B) Números continuos son aquellos que surgen de una medición, como por ejemplo los años, el peso o las calificaciones de los alumnos.

2.7.1.2 MÉTODOS DE MUESTREO

Para seleccionar la muestra de poblaciones, existen dos métodos: el muestreo aleatorio (o probabilístico) y el muestreo no aleatorio (o no probabilístico). Muratalla (1998, pp 8-13).



A) Muestreo Aleatorio

- Muestreo Aleatorio Simple

El muestreo aleatorio simple selecciona muestras mediante métodos que permiten que cada posible muestra tenga una igual probabilidad de ser seleccionada, y que cada elemento de la población total, tenga una oportunidad igual de ser incluido en la muestra. Es importante recalcar que este muestreo, para llevarse a cabo, necesita identificar si es una población finita o infinita o un muestreo con reemplazo (cuando una vez seleccionado un elemento para formar una muestra, vuelve a ser integrado a la población y se puede seleccionar el mismo elemento dos o más veces para integrar la muestra) o un muestreo sin reemplazo (cuando un elemento que ya ha sido seleccionado no se vuelve a reintegrar a la población original).

La forma más fácil de seleccionar una muestra de manera aleatoria es mediante el uso de la Tabla de Números Aleatorios (Ver anexo I).

- Muestreo Sistemático

Aquí los elementos son seleccionados de la población, dentro de un intervalo uniforme que se mide con respecto al tiempo, al orden o al espacio. Además, en el muestreo sistemático cada elemento tiene igual probabilidad de ser seleccionado.

- Muestreo Estratificado

Para utilizar el muestreo estratificado, se divide la población en grupos relativamente homogéneos, llamados estratos, Para seleccionar la muestra, existen dos métodos:

A) Seleccionar aleatoriamente de cada estrato un número específico de elementos correspondientes a la fracción de cada estrato en la población.

B) Extraer un número igual de elementos de cada estrato y se da peso a los resultados de acuerdo con la proporción de cada estrato con respecto a la población total.

- Muestreo por Conglomerado o Racimo

Este método divide la población en grupos, llamados racimos, para después seleccionar aleatoriamente algunos de éstos, los cuales serán analizados a través de todos los elementos que los conformen; cada grupo será analizado por separado, combinando finalmente toda la información.

B) Muestreo No Aleatorio

- **Muestreo de Juicio**

Este muestreo emplea el conocimiento y la opinión personal, para identificar aquellos elementos de la población que deben incluirse en la muestra.

- **Muestreo de Cuotas**

Es recomendable en las empresas o despachos de consultoría, ya que se basa en la práctica y experiencia de las entrevistas.

2.7.1.3 Cálculo del Tamaño de la Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizan dos fórmulas distintas, dependiendo si se trata de una población finita o infinita, las cuales logran obtenerse a través de los siguientes pasos: Muratalla (1999, pp 12).

1. Se determina el Grado de confianza con el que se va a trabajar, estableciendo los siguientes valores críticos:

| Coeficiente de confianza | Valores críticos |
|--------------------------|------------------|
| 90 % | 1.64 |
| 95 % | 1.96 |
| 99 % | 2.58 |

2. Se evalúa el fenómeno o característica investigada, estableciendo dos resultados posibles, tanto la probabilidad de que se realice el evento con éxito (p), como la probabilidad de que no se realice el evento (q). Cuando no se tiene una idea clara de la situación, se les designa la probabilidad a cada uno teniendo P = 50% y Q = 50% respectivamente.
3. Se determina el error máximo que puede ser aceptado en los resultados. Por lo regular se trabaja con el 5%, ya que las variaciones superiores al 10% reducirán demasiado la validez de la información.

Muestra en poblaciones infinitas

La fórmula para poblaciones infinitas es la siguiente: Fisher (1990, pp 57-61).

$$n = \frac{\sigma^2 p \cdot q}{e^2}$$

Donde:

- n = Magnitud de la muestra
- σ = Nivel de confianza
- p = Probabilidad de éxito
- q = Probabilidad de fracaso
- e = Error de estimación

Muestra en poblaciones finitas

Para poblaciones finitas se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\sigma^2 N \cdot p \cdot q}{e^2 (N - 1) + \sigma^2 p \cdot q}$$

Donde:

- n = Magnitud de la muestra
- σ = Nivel de confianza
- p = Probabilidad de éxito
- q = Probabilidad de fracaso
- N = Magnitud poblacional
- e = Error de estimación

2.7.2 Método Cualitativo

Este tipo de investigación permite penetrar, a través de las ciencias de la conducta, en el “porqué” del comportamiento del consumidor, lo que ayuda a entender la naturaleza de sus motivaciones y los frenos psicológicos; además, no tiene una estructura exploratoria, se basa en impresiones y se realiza entre pequeños grupos de personas que se entrevistarán en grupo o individualmente.

1. Sesiones de grupo
2. Observación
3. Entrevista de profundidad
4. Simulación

1. Sesiones de grupo

El objetivo de esta técnica es obtener información de un grupo homogéneo representativo del segmento que se investiga, sobre las motivaciones, pensamientos, sentimientos y emociones, así como sus reacciones hacia ciertos estímulos externos que pueden llegar a influir positiva o negativamente en la decisión de compra.

2. Observación.

En este método, el investigador, sin establecer comunicación con los sujetos de estudio, se limita a observar las acciones y hechos que le interesan.

3. Entrevista de profundidad

Consiste en determinar la estructura de personalidad de los sujetos para lograr su ajuste en el medio social en que se desenvuelven.

4. Simulación

Por lo general se concluye dentro de las entrevistas de profundidad y sesiones de grupo. Consiste en pedir al entrevistado que actúe ante el producto como habitualmente lo hace.

2.7.3 Elaboración del cuestionario

Antes de aplicar el cuestionario definitivo al mercado seleccionado, es necesario aplicar una "prueba piloto o previa", con el objeto de asegurarse que las

preguntas son claras y descubrir cualquier problema que pueda presentarse antes de editar, codificar y tabular los resultados.

Una vez realizada la prueba piloto a una pequeña muestra de personas similares a las que van a ser entrevistadas en la investigación, y cuando el investigador ya no tenga ninguna duda sobre alguna pregunta, el cuestionario se encuentra listo para reproducirse.

Al elaborar los cuestionarios, es necesario formular preguntas que permitan obtener la información deseada sobre el tema a tratar.

Es así que la autora Laura Fischer, en su libro de Investigación de Mercados, nos presenta algunos de los diferentes tipos de preguntas que existen:

- Preguntas introductorias

Son aquellas que tienen como finalidad atraer la atención del interrogado, disponiéndolo favorablemente hacia la entrevista personal o el cuestionario.

- Preguntas abiertas

En estas preguntas la posibilidad de respuesta por parte del entrevistado, no es tan limitada, ya que puede elegir con absoluta libertad el sentido de las mismas.

Algunas de las ventajas de este tipo de preguntas son:

A) No limita la libre elección de la respuesta por parte del entrevistado

B) Permite averiguar el grado de conocimiento del entrevistado en torno al tema que se cuestione.

Algunas desventajas son:

A) El análisis de resultados resulta muy laborioso, sobre todo cuando se opera con muestras amplias.

B) En ocasiones el entrevistador divaga sobre el tema sin llegar a dar una respuesta concreta y definida sobre el tema.

- Preguntas cerradas

Son aquellas en las que las posibles contestaciones se limitan, por contener las posibles alternativas de respuesta.

- Preguntas de evaluación:

Son las que se pide al entrevistado que exprese un juicio de valor respecto a un determinado tema que se somete a su consideración.

- Preguntas de respuesta múltiple

Se caracterizan porque sus respuestas se hayan casi exhaustivamente previstas, pero dejan abierta la posibilidad de que el entrevistado se refiera a un extremo distinto de los predeterminados.

2.7.4 Edición, Codificación y Tabulación de la información

Una vez que se han recopilado los datos de la investigación de campo, es necesario que sean editados, codificados y tabulados, con el fin de interpretar la información. A continuación se define cada término:

Zikmund (1998, pp 427).

Edición

Proceso de verificar que los datos estén completos, sean consistentes y legibles, así como prepararlos para su codificación y transferencia al medio de almacenamiento (computadora).

Codificación

Es el proceso de identificar y clasificar cada respuesta con una calificación numérica u otro símbolo, denominados códigos.

Código.- Reglas para interpretar, clasificar y registrar los datos en el proceso de codificación, ya sea en símbolos numéricos o con otros caracteres (letras o símbolos especiales).

Tabulación

Consiste en ordenar la información recopilada y contar el número de veces que aparecen los datos ya establecidos.

Con ayuda de los elementos gráficos, será posible facilitar la comprensión de las tabulaciones, destacando los aspectos sobresalientes del informe; serán seleccionados dependiendo del criterio del investigador. Fisher (1990, pp 96-107).

Algunos elementos gráficos son:

- A) Diagrama de barras: Consiste en barras horizontales o verticales que hacen resaltar la independencia de cada una de las observaciones y su correspondiente magnitud.
- B) Diagrama lineal o de curvas: Se emplea para la presentación de funciones continuas.
- C) Pictograma: se emplean pequeños dibujos que representan ideas u objetos, con lo que se consigue una mejor comprensión del tema fundamental o de los datos presentados.
- D) Gráfica circular o de pastel: Consiste en un círculo que representa la cantidad total y que se divide en sectores de superficie proporcional a las magnitudes respectivas.
- E) Mapas o cartogramas: Son de gran utilidad en el caso de la distribución geográfica de los datos o de la limitación de zonas objeto de estudio.

C
A
P
I
T
U
L
O

I
I
I

CAPÍTULO III TRABAJO PRÁCTICO

Los pasos y herramientas teóricas en las que se sustentó la investigación, fueron obtenidas del libro de Investigación de Mercados de los autores Kinneer y Taylor (1992, pp 21).

3.1 PLAN DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La investigación se basó en el siguiente plan:

1. Necesidad de información
2. Especificar los objetivos de la investigación
3. Determinar las fuentes de datos
4. Desarrollar las formas para recopilar los datos
5. Diseñar la muestra
6. Recopilar los datos
7. Procesar los datos
8. Analizar los datos
9. Presentar los resultados de la investigación

3.2 APLICACIÓN DEL PLAN DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 INFORMACIÓN

- Conocer si las escuelas cuentan con Primeros Auxilios
- Maestros capacitados para dar Primeros Auxilios

- Tiempo que tardan los maestros en actualizar sus conocimientos en esa área.
- Accidentes más comunes que suelen presentarse en la escuela, etc.

3.2.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Obtener información referente a los conocimientos y aplicaciones que tienen los maestros hacia sus alumnos en las escuelas primarias del turno matutino de la ciudad de Puebla, con respecto a los Primeros Auxilios.

3.2.3 FUENTES DE DATOS

Fuentes primarias

Escuelas Primarias:

- Se aplicaron un total de 288 encuestas a escuelas Públicas (208) y Privadas (80) del turno matutino de la ciudad de Puebla, para obtener información sobre el grado de preparación que tienen los maestros con relación a los Primeros Auxilios.

Fuentes secundarias

Sector Educativo:

- Con ayuda del departamento de Unidad de Seguridad y Emergencia, perteneciente a la Secretaría de Educación Pública (SEP) y el apoyo de la Profesora Amparo Vera Solís (Jefa del Departamento), se logró obtener información acerca de los lineamientos que la SEP utiliza para el

establecimiento y funcionamiento de los Comités de Seguridad Escolar en las escuelas del Sector Educativo.

- También en la SEP se encuentra la Dirección General de Planeación, Programación y Presupuesto (Departamento de Estadísticas), encargado de llevar en forma estadística todos los datos referentes a la población educativa y docente de las escuelas primarias de la ciudad de Puebla, la cual nos proporcionó información sobre el nombre y la cantidad de escuelas primarias Públicas y Privadas del turno matutino existentes en la ciudad, resultando lo siguiente (a Mayo 01 de 2001).

Escuelas Públicas: La población total de escuelas Públicas existentes en la ciudad de Puebla es de 347.

Escuelas Privadas: Existe una población total de 241 escuelas.

3.2.4 FORMAS PARA RECOPIRAR LOS DATOS

Se llevó a cabo una Investigación Cuantitativa Discreta, ya que se sabe por conteo la cantidad de escuelas existentes en la ciudad de Puebla (Información proporcionada por el Depto. de Estadísticas).

3.2.5 MUESTRA

La población de estudio está formada por 347 escuelas Públicas y 241 escuelas Privadas, sumando un total de 588 escuelas primarias en la ciudad de Puebla. FUENTE (Depto. de Estadísticas).

De acuerdo a las características de la investigación, se realizó un estudio Estadístico Descriptivo Inferencial, el cual sería el método más apropiado para llevar a cabo dicho proyecto, seleccionando en éste el "Muestreo Aleatorio Simple" ya que cada miembro de la población total tubo la misma probabilidad de ser seleccionado e incluido en la muestra.

Por tal motivo nuestra población es Finita y Con Reemplazo, porque se conoce el número total de elementos que la integran y es posible seleccionar un elemento dos o más veces para la muestra y volver a integrarlo a dicha población (Ver Marco Teórico, pp 51 y 53).

Antes de determinar el tamaño de la muestra, a la población total de escuelas Públicas y Privadas se les aplicó una raíz cuadrada, con el objeto de obtener resultados más confiables para las probabilidades de éxito y fracaso utilizadas en la fórmula seleccionada, obteniendo lo siguiente:

ESCUELAS PÚBLICAS

$$\sqrt{347} = 19 \text{ escuelas}$$

De estas 19 escuelas encuestadas se logró conocer el tanto por ciento de escuelas que sí cuentan con los Primeros Auxilios (probabilidad de fracaso) y las que aún no lo tienen (probabilidad de éxito), datos que fueron útiles para determinar la muestra definitiva en las escuelas Públicas, teniendo:

Probabilidad de éxito: **6.7%**

Probabilidad de fracaso: **93.3%**

ESCUELAS PRIVADAS

$$\sqrt{241} = 15 \text{ escuelas}$$

De la misma manera se obtuvo que:

Probabilidad de éxito: **73.68%**

Probabilidad de fracaso: **26.32%**

Después de haber obtenido estos resultados, se aplicó la fórmula para determinar el tamaño de la muestra, tomada del libro Investigación de Mercados de la autora Laura Fisher, siendo: (1990, pp 59).

$$n = \frac{\sigma^2 N \cdot p \cdot q}{e^2 (N - 1) + \sigma^2 p \cdot q}$$

Donde:

- n = Magnitud de la muestra
- σ = Nivel de confianza
- p = Probabilidad de éxito
(que los profesores *no* cuenten con los conocimientos necesarios en Primeros Auxilios)
- q = Probabilidad de fracaso
(que los profesores *sí* cuenten con los conocimientos necesarios en Primeros Auxilios)
- N = Magnitud poblacional
- E = Error de estimación

Se determinó el grado de confianza al 95% ($z = 1.96$) y el margen de error con un 5% respectivamente.

Sustituyendo los datos se tiene que:

ESCUELAS PÚBLICAS

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.7368) (0.2632) (347)}{(0.05)^2 (347 - 1) + 1.96 (0.7368) (0.2632)}$$

El tamaño de la muestra para las escuelas Públicas es de:

$$n = 207.6 \quad \mathbf{208 \text{ encuestas}}$$

La muestra para las escuelas Privadas se determinó de la misma manera:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.067) (0.933) (241)}{(0.05)^2 (241 - 1) + 1.96 (0.067) (0.933)}$$

Por lo tanto se obtuvo el tamaño de la muestra para escuelas Privadas:

$$n = 80.10 \quad \mathbf{80 \text{ encuestas}}$$

Es así que para tener una visión más clara y sencilla de la muestra, se realizó el siguiente cuadro:

| Escuelas | Población total | Muestra |
|--------------|-----------------|------------|
| Públicas | 347 | 208 |
| Privadas | 241 | 80 |
| TOTAL | 588 | 288 |

3.2.6 RECOPIACIÓN DE DATOS (Cuestionario piloto, Anexo II)

En primer lugar se hizo una prueba piloto con una pequeña muestra de personas similares a la investigación, con el propósito de perfeccionar las preguntas que se utilizaron posteriormente en el cuestionario definitivo.

Cuestionario Definitivo (Anexo III)

Una vez aplicado el cuestionario piloto y con las correcciones necesarias, se elaboró el cuestionario definitivo y se seleccionó en la Tabla de Números Aleatorios, las escuelas a las que se les iba a aplicar dicho cuestionario, tomando como base el tamaño de muestra para cada una.

Las encuestas se realizaron en días hábiles y en horas accesibles, con el fin de lograr una mayor colaboración por parte de las personas encuestadas, lográndose 199 entrevistas efectivas en escuelas Públicas y 73 en las Privadas.

Es importante mencionar que las encuestas fueron aplicadas a los Directores de las escuelas, ya que son ellos quienes tienen más conocimiento de los servicios con los que cuenta la institución en algunas ocasiones, cuando ellos no tenían ningún conocimiento sobre el tema, llamaban al Médico o a la enfermera de tiempo completo o medio tiempo, para contestar la encuesta lo más clara posible.

3.2.7 PROCESAMIENTO DE DATOS

La información contenida en los cuestionarios fue procesada de acuerdo al siguiente procedimiento:

Edición: Se reunieron todos los cuestionarios para revisar que la información proporcionada fuera legible y que todas las preguntas estuvieran contestadas de manera correcta.

Codificación: Este esquema fue aplicado a cada pregunta del cuestionario, asignándole un símbolo numérico (código) a cada respuesta, para facilitar el procesamiento de los datos. (Ver Anexo IV)

Se utilizó el paquete MINITAB 13 for Windows para capturar todos los códigos establecidos, al igual que el paquete Excel versión Word 2000; con esta ayuda se elaboraron las Tablas de Frecuencia para las diferentes preguntas.

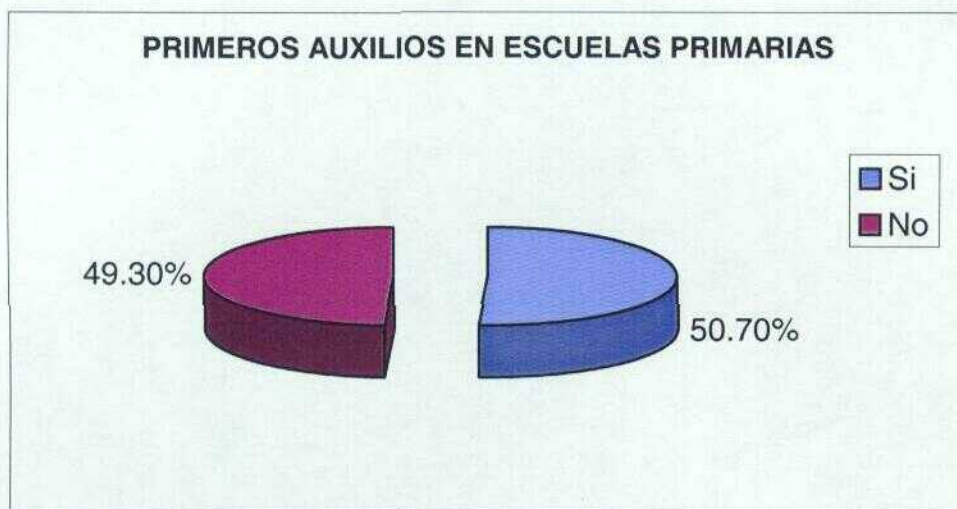
3.2.8 ANALISIS DE LOS DATOS

Al analizar e interpretar los datos, estos proporcionaron información útil para establecer conclusiones y presentar propuestas de una manera adecuada. En las páginas siguientes se presentan las Tablas de Frecuencias resultantes.

3.2.9 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En el Capítulo IV se presentan las conclusiones y recomendaciones del caso.

1. ¿Las escuelas cuentan con Primeros Auxilios para la atención de los alumnos?



| | PÚBLICAS | | PRIVADAS | | TOTAL | |
|----|------------|-------------|-----------|-------------|------------|-------------|
| SI | 86 | 43.20% | 52 | 71.20% | 138 | 50.70% |
| NO | 113 | 56.80% | 21 | 28.80% | 134 | 49.30% |
| | 199 | 100% | 73 | 100% | 272 | 100% |

La mitad de las escuelas primarias de la ciudad de Puebla (134 de 272, o sea el 49.30%) no tienen Primeros Auxilios, siendo ésta situación más grave en las escuelas Públicas que en las Privadas, pues en estas últimas resultó que 21 de 73 no lo tienen, o sea el 28.80%, en tanto que en las Públicas 113 de 199, o sea el 56.80% tampoco lo tienen.

En sentido positivo, resultó que 138 de 272, o lo que es lo mismo, el 50.70% del total de escuelas, sí ofrecen el servicio de Primeros Auxilios (el 71.20% de las Privadas y el 43.20% de las Públicas).

2. ¿Las escuelas cuentan con Servicio Médico?



| | PÚBLICAS | | PRIVADAS | | TOTAL | |
|----|-----------------|-------------|-----------------|-------------|--------------|-------------|
| SI | 44 | 22.10% | 41 | 56.20% | 85 | 31.20% |
| NO | 155 | 77.90% | 32 | 43.80% | 187 | 68.80% |
| | 199 | 100% | 52 | 100% | 138 | 100% |

Dos terceras partes de las escuelas primarias de la ciudad de Puebla no cuentan con Servicio Médico, siendo esta situación más acentuada en las escuelas Públicas (77.90%) que en las Privadas (43.80%). La tercera parte sí cuenta con este servicio, estando presente en el 56.20% de las Privadas y sólo en el 22.10% de las Públicas.

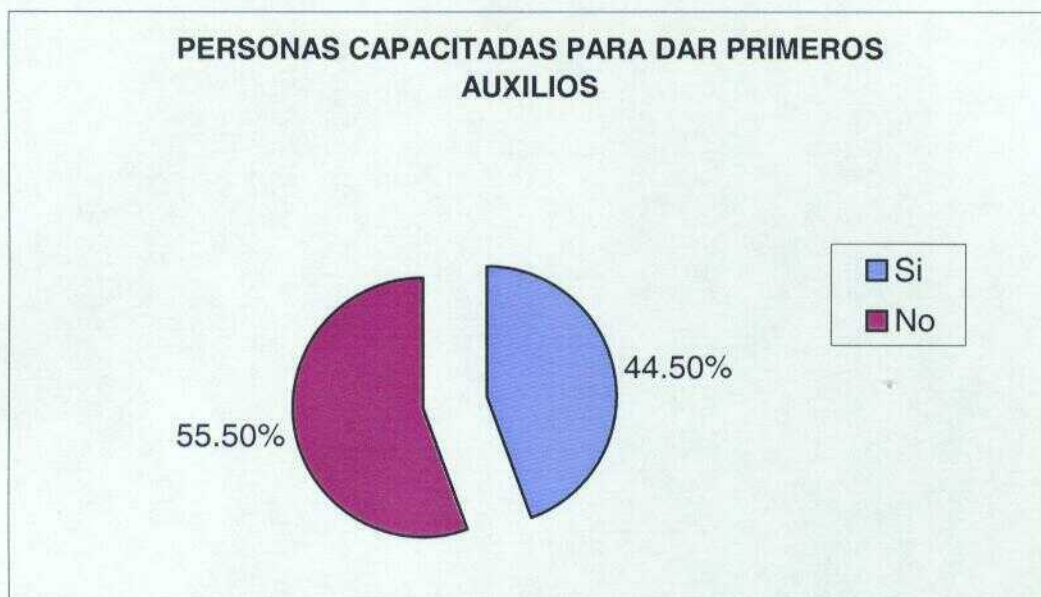
3. Relación entre Primeros Auxilios y Servicio Médico en las escuelas



| | PÚBLICAS | | PRIVADAS | | TOTAL | |
|----|-----------|-------------|-----------|-------------|------------|-------------|
| SI | 44 | 51.16% | 41 | 78.85% | 85 | 61.59% |
| NO | 42 | 48.84% | 11 | 21.15% | 53 | 38.41% |
| | 86 | 100% | 52 | 100% | 138 | 100% |

Cruzando las respuestas de la pregunta anterior, con las correspondientes a la pregunta sobre Servicio Médico, encontramos que 85 de las 138 escuelas que tienen establecido el servicio de Primeros Auxilios, o sea el 61.59% (78.85% de las Privadas y 51.16% de las Públicas), no sólo disponen de dicho servicio, sino que lo dan a través de Servicio Médico, esto es, con el apoyo de personas capacitados profesionalmente en este campo, como lo son los médicos, las enfermeras y los pasantes de Medicina.

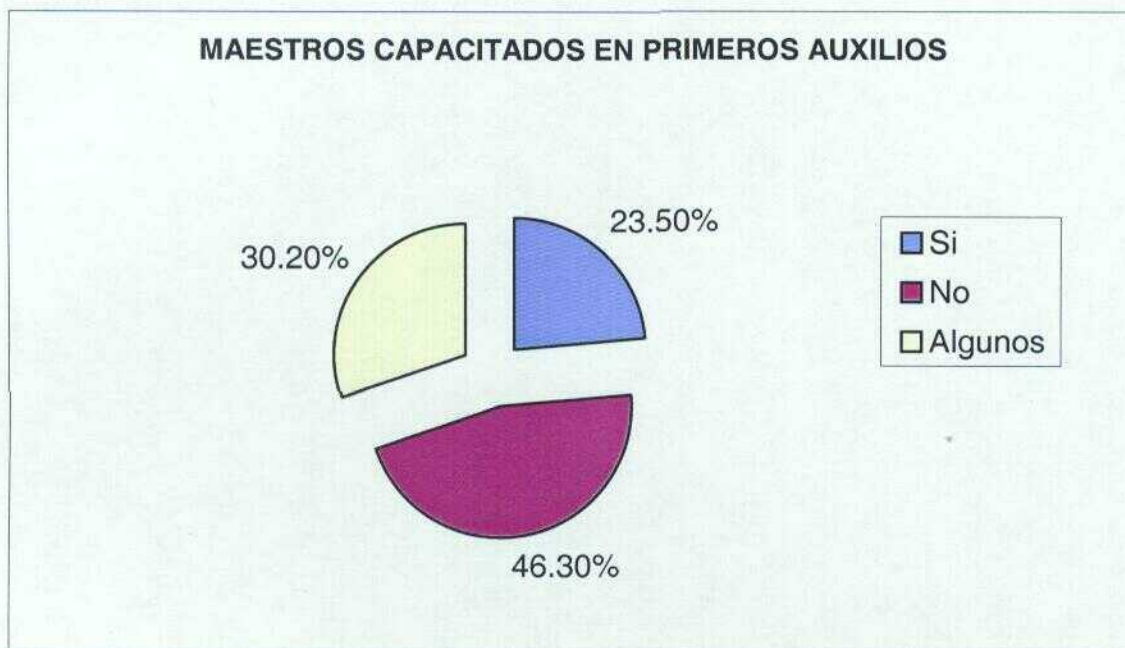
4. ¿Existe una persona capacitada para dar Primeros Auxilios, además del Médico?



| | PÚBLICAS | | PRIVADAS | | TOTAL | |
|----|------------|-------------|-----------|-------------|------------|-------------|
| SI | 74 | 37.20% | 47 | 64.40% | 121 | 44.50% |
| NO | 125 | 62.80% | 26 | 35.60% | 151 | 55.50% |
| | 199 | 100% | 73 | 100% | 272 | 100% |

Es de notar que, no obstante que 138 escuelas afirmaron contar con un servicio de Primeros Auxilios (cuadro N° 1 anterior), en esta pregunta 151 declararon no contar con, cuando menos, una persona capacitada para aplicarlos y esto sucedió en el 62.80% de las Públicas y en el 35.60% de las Privadas, o lo que es lo mismo, en más de la mitad del total de las escuelas.

5. ¿Los maestros están capacitados en Primeros Auxilios?



| | PÚBLICAS | | PRIVADAS | | TOTAL | |
|---------|------------|-------------|-----------|-------------|------------|-------------|
| SI | 27 | 13.60% | 37 | 50.70% | 64 | 23.50% |
| NO | 101 | 50.80% | 25 | 34.20% | 126 | 46.30% |
| ALGUNOS | 71 | 35.70% | 11 | 15.10% | 82 | 30.20% |
| | 199 | 100% | 73 | 100% | 272 | 100% |

No obstante la conveniencia de que fueran los mismos maestros, por permanecer más tiempo del día en las escuelas, quienes estuvieran capacitados para brindar los Primeros Auxilios, resultó que sólo el 23.50% del total de las escuelas declaró tener a sus maestros capacitados en ese sentido y el 30.20% señaló tener "algunos", siendo esa situación mejor en las escuelas Públicas que en las Privadas. El 46.30% del total de escuelas no cuenta con maestros capacitados al respecto.

6. ¿Cada que tiempo actualizan sus conocimientos sobre los Primeros Auxilios?



| | PÚBLICAS | | PRIVADAS | | TOTAL | |
|------------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|--------------|--------------|
| UNO A SEIS MESES | 6 | 3.00% | 5 | 6.80% | 11 | 4.00% |
| MEDIO AÑO | 18 | 9.00% | 4 | 5.50% | 22 | 8.10% |
| UN AÑO | 23 | 11.60% | 31 | 42.50% | 54 | 19.90% = 32% |
| DOS AÑOS | 10 | 5.00% | 5 | 6.80% | 15 | 5.50% |
| NO SABEN | 134 | 67.30% | 27 | 37.00% | 161 | 59.20% |
| SIN ACTUALIZAR | 8 | 4.00% | 1 | 1.40% | 9 | 3.30% |
| | 199 | 100% | 73 | 100% | 272 | 100% |

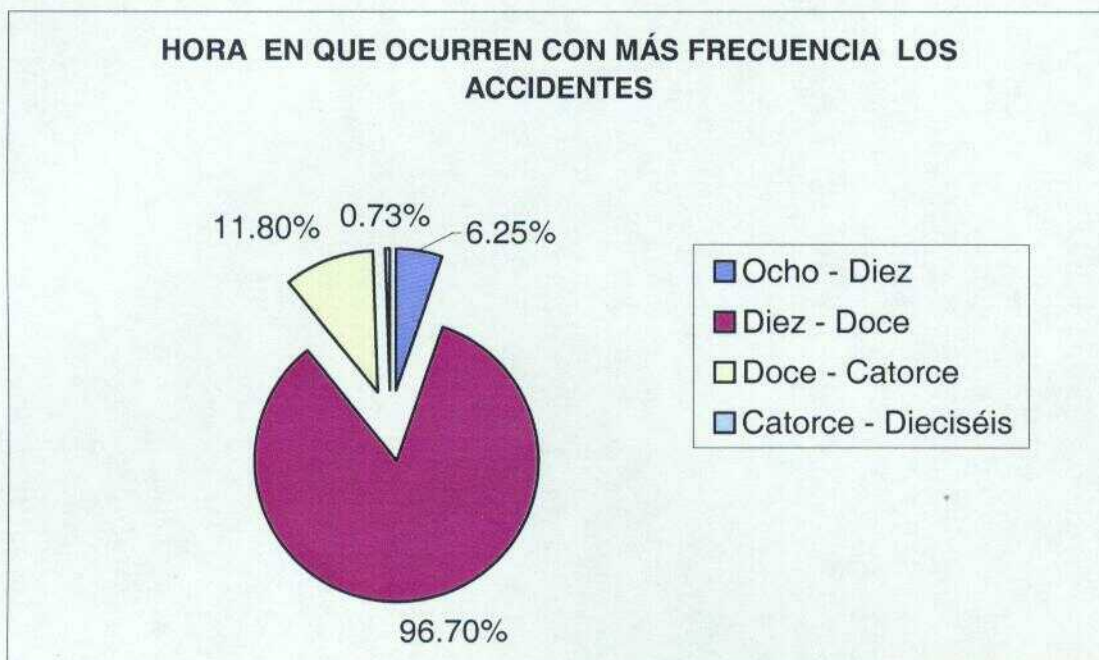
Es de notar que más de la mitad de las escuelas primarias de la ciudad de Puebla no saben cada cuánto tiempo los maestros actualizan sus conocimientos, haciendo notar que son más las escuelas Públicas con este desconocimiento (67.30%). Por lo menos el 32% del total de las escuelas se actualizan entre un mes y un año, siendo el porcentaje superior en las escuelas Privadas que en las Públicas.

7. ¿Cuáles son los accidentes más comunes que se presentan dentro de la escuela?

| | PÚBLICAS | | PRIVADAS | | TOTAL | |
|-----------------------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
| FRACTURAS | 23 | 17.29% | 82 | 21.75% | 105 | 20.59% |
| GOLPES DE CABEZA | 25 | 18.80% | 74 | 19.63% | 99 | 19.41% |
| RASPADURAS | 23 | 17.29% | 44 | 11.67% | 67 | 13.14% |
| HERIDAS | 12 | 9.02% | 52 | 13.79% | 64 | 12.55% |
| CAÍDAS | 26 | 19.55% | 31 | 8.22% | 57 | 11.18% |
| ESGUINCES | 8 | 6.02% | 27 | 7.16% | 35 | 6.86% |
| DESMAYOS | 3 | 2.26% | 23 | 6.10% | 26 | 5.10% |
| HEMATOMAS | 2 | 1.50% | 8 | 2.12% | 10 | 1.96% |
| DOLOR DE CABEZA | 0 | 0.00% | 9 | 2.39% | 9 | 1.76% |
| CAÍDA DE DIENTES | 1 | 0.75% | 6 | 1.59% | 7 | 1.37% |
| ABERTURA DE BOCA | 0 | 0.00% | 6 | 1.59% | 6 | 1.18% |
| NARIZ ROTA | 0 | 0.00% | 5 | 1.33% | 5 | 0.98% |
| NO HAN TENIDO | 3 | 2.26% | 2 | 0.53% | 5 | 0.98% |
| CONVULSIONES | 1 | 0.75% | 2 | 0.53% | 3 | 0.59% |
| ATRAGANTAMIENTOS | 1 | 0.75% | 1 | 0.27% | 2 | 0.39% |
| QUEMADURAS | 1 | 0.75% | 1 | 0.27% | 2 | 0.39% |
| RESBALONES | 0 | 0.00% | 2 | 0.53% | 2 | 0.39% |
| CORTE DE VENAS | 0 | 0.00% | 1 | 0.27% | 1 | 0.20% |
| INCRUSTACIONES EN LA PIERNA | 0 | 0.00% | 1 | 0.27% | 1 | 0.20% |
| PÉRDIDA DE MEMORIA | 1 | 0.75% | 0 | 0.00% | 1 | 0.20% |
| PICADURA DE MOSCOS | 1 | 0.75% | 0 | 0.00% | 1 | 0.20% |
| TRAUMATISMOS ENCEFÁLICOS | 1 | 0.75% | 0 | 0.00% | 1 | 0.20% |
| VÓMITO A PROYECTIL | 1 | 0.75% | 0 | 0.00% | 1 | 0.20% |
| | 133 | 100% | 377 | 100% | 510 | 100% |

A pesar de la dispersión de resultados, se puede notar que los accidentes más comunes que se presentan en las escuelas primarias de la ciudad de Puebla son las fracturas (20.59%), los golpes de cabeza (19.41%), las raspaduras (13.14%), las heridas (12.55%), las caídas (11.18%) y los esguinces (6.86%), respectivamente.

8. ¿A qué hora ocurren con más frecuencia los accidentes?



| | PÚBLICAS | | PRIVADAS | | TOTAL | |
|---------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|--------------|-------------|
| 8:00 - 10:00 | 6 | 6.98% | 11 | 4.82% | 17 | 5.41% |
| 10:01 - 12:00 | 71 | 82.56% | 192 | 84.21% | 263 | 83.76% |
| 12:01 - 14:00 | 9 | 10.46% | 23 | 10.09% | 32 | 10.19% |
| 14:01 - 16:00 | 0 | 0.00% | 2 | 0.89% | 2 | 0.64% |
| | 86 | 100% | 228 | 100% | 314 | 100% |

En las escuelas Públicas y Privadas de la ciudad de Puebla, el 83.76% de los accidentes suceden entre las 10 y 12 del día, coincidiendo con los tiempos del recreo.

9. ¿Considera necesario llevar a cabo un programa de capacitación en Primeros Auxilios para los profesores de dicha institución?



| | PÚBLICAS | | PRIVADAS | | TOTAL | |
|----|------------|-------------|-----------|-------------|------------|-------------|
| SI | 182 | 91.50% | 63 | 86.30% | 245 | 90.10% |
| NO | 17 | 8.50% | 10 | 13.70% | 27 | 9.90% |
| | 199 | 100% | 73 | 100% | 272 | 100% |

Al 90.10% de las escuelas primarias de la ciudad de Puebla les interesa llevar a cabo un programa de capacitación en Primeros Auxilios, conformado por el 91.50% de las Públicas y el 86.30% de las Privadas.

10. ¿Por medio de qué medio publicitario le gustaría que se mantuviera informada a la comunidad educativa, sobre la importancia que es contar con los Primeros Auxilios en las instituciones?

| | PÚBLICAS | | PRIVADAS | |
|--------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|
| CARTELES | 4 | 2.00% | 4 | 5.50% |
| PANCARTAS | 3 | 1.50% | 0 | 0.00% |
| CONFERENCIAS | 7 | 3.50% | 39 | 53.40% |
| CURSOS | 6 | 3.00% | 19 | 26.00% |
| FOLLETOS | 0 | 0.00% | 1 | 1.40% |
| VIDEOS | 2 | 1.00% | 0 | 0.00% |
| INDIFERENTE | 177 | 88.90% | 10 | 13.70% |
| | 199 | 100% | 73 | 100% |

En las escuelas Privadas, el 53.40% se manifestó a favor de las conferencias y el 26% se inclinó por cursos prácticos. Las escuelas Públicas no manifestaron preferencia significativa por ningún medio en particular.

C
A
P
I
T
U
L
O

I
V

CAPITULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

La investigación realizada señala que el 49.30% de las escuelas primarias de la ciudad de Puebla, tanto Públicas como Privadas, no están preparadas para la prestación de Primeros Auxilios, siendo mayor el déficit en las Públicas (56.80%), que en las Privadas (28.80%), con lo cual se confirmó la hipótesis establecida al principio de este trabajo.

Lo anterior pone de manifiesto que la Secretaría de Educación Pública del Estado, rige las actividades académicas de estas escuelas, pero no las involucradas en el importante renglón de los Primeros Auxilios.

De las 138 escuelas que sí están preparadas para prestar Primeros Auxilios, resultó que el 78.85% de las Privadas (41 de 52) y el 51.16% de las Públicas (44 de 86), no sólo están preparadas para ofrecer Primeros Auxilios, sino que los ofrecen a través de Servicio Médico, es decir, con atención proporcionada por médicos, enfermeras o pasantes de Medicina. Las escuelas que no cuentan con Servicio Médico, pero sí están capacitadas para ofrecer Primeros Auxilios (11 de 52 en las Privadas y 42 de 86 en las Públicas), los imparten a través de Directores y maestros que se han capacitado en la materia, o inclusive se auxilian de padres de familia o alumnos que saben del tema.

Por tal razón, es de notar, que más de la mitad de las escuelas carecen de personal capacitado (55.50%), siendo más las escuelas Públicas las que no lo tienen (62.80%), con respecto a las Privadas (35.60%).

El total de escuelas primarias de la ciudad de Puebla, que sí tienen maestros capacitados es del 23.50%, siendo mayor en las Privadas (50.70%), que en las Públicas (13.60%). El 30.20% de las escuelas cuentan con algunos maestros que en estos momentos están tomando cursos por parte de la Secretaría de Educación Pública

De aquellas escuelas que sí tienen maestros capacitados en Primeros Auxilios (23.50%), un pequeño porcentaje del 4.0% actualiza sus conocimientos cada seis meses o menos; otro pequeño porcentaje del 8.10% lo hace cada seis o más meses pero menos de 12 meses, y el 19.9% lo realiza anualmente. El mayor porcentaje (59.20%) se da en aquellas escuelas en las cuales, los maestros actualizan sus conocimientos eventualmente, no pueden precisar una periodicidad determinada.

Por lo que se refiere a los accidentes que más frecuentemente se dan en las escuelas primarias, se encontró lo siguiente: los accidentes más comunes, del total de accidentes reportados, son las fracturas (20.59%), golpes de cabeza (19.41%), raspaduras (13.14%), heridas (12.55%), caídas (11.18%) y esguinces (6.86%), aunque hay muchos otros que, si bien se presentan más esporádicamente, requieren atención inmediata en el mismo momento en que

sucedan, como lo son los desmayos, los hematomas, los dolores de cabeza, la caída de dientes y las aberturas de boca. A este respecto, no se encontraron diferencias sustantivas entre escuelas Públicas y Privadas.

El 83.76% de los accidentes mencionados en el párrafo anterior, en las Públicas o en las Privadas, sucede entre las 10:00 y las 12:00 horas, coincidiendo con los tiempos para recreo, esto es, en los momentos y espacios en que los niños interactúan con los demás niños.

No obstante lo ya expuesto en estas conclusiones, o sea, que la mitad de escuelas primarias de la ciudad de Puebla, tanto Públicas como Privadas del turno matutino, no están preparadas para brindar Primeros Auxilios a los alumnos que se accidentan, se detectó que el 90.10% de las escuelas, en general, están interesadas en participar, actualizar y/o mejorar, en los programas de capacitación de Primeros Auxilios, que les permitan disminuir el riesgo y la responsabilidad que tienen a ese respecto, frente a los alumnos, los padres de familia y la sociedad en general.

Finalmente a la pregunta hecha a los directores de las escuelas, sobre cuál creían que sería el mejor medio para informar y/o concientizar a la comunidad educativa en general, respecto de la importancia que es contar en las escuelas con personal capacitado en Primeros Auxilios, se encontró que al 88.90% de las escuelas Públicas les resulta indiferente el medio, en tanto que el 53.40% de las Privadas opinó que a base de conferencias y el 26% a base de cursos prácticos.

RECOMENDACIONES

Después de dar a conocer las conclusiones anteriores, la presente investigación aporta las siguientes recomendaciones:

- ❖ Que la Secretaría de Educación Pública del Estado, tome conciencia de la importancia que tiene el que todas las escuelas primarias a su cargo, estén debidamente bien capacitadas para brindar Primeros Auxilios a sus alumnos, ya que es un hecho comprobado que en los planteles se manifiestan diferentes accidentes que, en mayor o menor grado ponen en peligro la salud y hasta la vida de los niños.

Lo anterior podría lograrse si las propias escuelas demandarán a la Secretaría de Educación Pública, la asesoría y el apoyo para solucionar o cuando menos disminuir el problema. También podría lograrse si a la Secretaría se le estableciera una demanda sobre esta situación, conformada por una comisión de la Cámara de Diputados Estatal, o alguna Asociación Civil interesada en este problema social.

De darse lo anterior, la Secretaría de Educación Pública del Estado, podría aprovechar el rango controlador que tiene ante las escuelas así como la relación que tiene con otras entidades gubernamentales estatales, para que en primer lugar, dichas escuelas tomen conciencia de la importancia que tienen los Primeros Auxilios y segundo, para coordinar que la

Secretaría de Salud u otras entidades ó instituciones, como lo puede ser la Cruz Roja, impartan los cursos de capacitación correspondientes.

La Secretaría de Educación Pública, que también tiene ingerencia en las instituciones de Educación Superior del Estado, podría solicitar particularmente a aquellas que ofrecen carreras de Comunicación y Mercadotecnia, la elaboración de Campañas de Comunicación Social, que ayudarían a disminuir el tiempo que necesariamente deberá transcurrir para la concientización del problema.

- ❖ A las escuelas se les puede recomendar que, aunque los accidentes se dan mayormente a la hora del recreo, capaciten en Primeros Auxilios al mayor número de profesores que puedan, con objeto de que en todos los horarios en que haya alumnos en el plantel, esté alguien que pueda brindar el servicio.

- ❖ También se les puede recomendar que, sí están detectados los accidentes que se presentan con mayor frecuencia, tengan siempre disponibles los medicamentos y/o accesorios indispensable para atender dichos accidentes; por lo que se refiere a medicinas con fecha de caducidad, que alguien se encargue de revisar estas para, en su caso poder sustituir de inmediato los medicamentos vencidos que, de utilizarse, no darán los resultados esperados.

- ❖ Además, las escuelas podrían difundir en sus planteles, por el medio que más se les facilite (Tablero de Avisos, Micrófono, Pláticas, etc.) normas de seguridad, que ayuden a minimizar los riesgos que acarrearán las conductas derivadas de la propia naturaleza de los niños, fundamentalmente hiperactiva e irreflexiva.

- ❖ Las escuelas que además de Primaria, cuentan con Preparatoria en el mismo plantel, podrían capacitar a jóvenes preparatorianos que se signifiquen por su responsabilidad y vocación social.

B
I
B
L
I
O
G
R
A
F
I
A

BIBLIOGRAFÍA

- ♣ Atención Médica Teórica y Práctica. Fajardo Ortiz Guillermo. Primera edición. Editorial La Prensa. México. 1983
- ♣ Ciencias de la Salud. Yoshiko Higashida Hirose Bertha. Segunda edición. Editorial Mc Graw Hill. México. 1990
- ♣ Cuidados Intensivos. Federic S. y Parry. Primera edición. Editorial C.E.C.S.A. México. 1994
- ♣ Educación Infantil 1, Dimensión física, Afectiva y Social. Hendrick Joanne. Primera edición. Editorial C.E.A.C. Barcelona-España. 1990
- ♣ Educación para la Salud. Dr. Rafael Álvarez Alva. Editorial El manual moderno. México, D.F. 1995
- ♣ Enciclopedia Médica familiar. Editorial Santiago. México. 1992
- ♣ Estadística Aplicada. Ing. Muratalla Guzmán Patricia. Departamento de Matemáticas UPAEP. Puebla. 1999
- ♣ Estadística Básica. Ing. Muratalla Guzmán Patricia. Departamento de Matemáticas UPAEP. Puebla. 1998
- ♣ Estadística-Teoría y 875 problemas resueltos. Murray R. Spiegel. Editorial Mc Graw Hill. México. 1979
- ♣ Gran Enciclopedia Médica. Editorial revistas, periódicos y ediciones SARPE S.A. de C.V. Tomo V. Madrid-España. 1984

- † Guía para realizar Investigaciones Sociales. Rojas Soriano Raúl. Quinta edición. Editorial Plaza y Valdez. México. 1989

- † Instructivo Relativo a los Requerimientos y Características de los Botiquines para Primeros Auxilios en los centros de trabajo. S.T.P.S. México, D.F. 1991

- † Introducción a la Investigación de Mercados. Fischer Laura. Segunda edición. Editorial Mc Graw Hill. México. 1993

- † Investigación de Mercados. Kinnear C. Thomas/ Taylor R. James. Primera edición. Editorial Mc Graw Hill. México. 1992.

- † Investigación de Mercados. Zikmund G. William. Sexta edición. Editorial Prentice Hall. México. 1998

- † La salud de los jóvenes, un reto y una esperanza. Organización Mundial de la Salud. Ginebra. 1995

- † Manual de Primeros Auxilios, curso elemental y avanzado de adiestramiento. Miles Stanley. Décima edición. Editorial C.E.C.S.A. México. 1984

- † Marketing. Pride W., Ferrell O. Segunda edición. Editorial Interamericana. México 1991

- † Mercadotecnia. Fischer Laura. Segunda edición. Editorial Mc Graw Hill. México. 1993

- † Mercadotecnia. Kotler Philip, Armstrong Gay. Sexta edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. México. 1996

- † Nueva Enciclopedia Temática del mundo del estudiante. Vigésima novena edición. Editorial Cumbre, S.A. de C.V. Tomo IV. México. 1982

- † Plan y Programas de Estudio. Educación Básica Primaria (SEP). Primera edición. México. 1993

- † Principios fundamentales de Enfermería. Fuerst y Wolf. Primera edición. Editorial Prensa Americana-Mexicana. México. 1990

- † Programa Educativo Poblano 1993-1999. Gobierno del Estado de Puebla, Secretaría de Educación Pública. Puebla

- † Programa Integral de Desarrollo Educativo 1999-2005. Educación de Calidad, Confianza en el Futuro. Gobierno del Estado de Puebla, Secretaría de Educación Pública. Puebla

- † Publicidad. Kleppner Otto. Doceava edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. México. 1993

- † Sistemas de Atención Médica. Barquín C. Manuel. Quinta edición. Editorial Interamericana. México. 1991

- † Tratado de Enfermería. Price I. Alice. Tercera edición. Editorial Interamericana. México. 1992

A
N
E
X
O
S

| Lines/Col. | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) | (9) | (10) | (11) | (12) | (13) | (14) |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 26 | 81525 | 72295 | 04339 | 96423 | 24878 | 82651 | 66506 | 14778 | 76797 | 14780 | 13300 | 87074 | 79058 | 95725 |
| 27 | 26676 | 20391 | 68086 | 26432 | 46501 | 20849 | 89768 | 81536 | 80645 | 12659 | 92252 | 57102 | 80428 | 25230 |
| 28 | 09742 | 57392 | 39004 | 06432 | 84673 | 40027 | 32532 | 61362 | 98947 | 98067 | 64760 | 64584 | 95096 | 88253 |
| 29 | 05366 | 04213 | 23609 | 26422 | 44407 | 44948 | 37937 | 63904 | 45766 | 66134 | 75170 | 66520 | 34693 | 90449 |
| 30 | 91021 | 26418 | 61117 | 94305 | 22766 | 25940 | 39972 | 22209 | 71500 | 64563 | 91402 | 42416 | 07844 | 09518 |
| 31 | 00582 | 04711 | 87017 | 77341 | 42206 | 35126 | 74087 | 90347 | 81817 | 42607 | 43808 | 76655 | 62028 | 76630 |
| 32 | 00725 | 09554 | 62797 | 55170 | 86324 | 88072 | 76222 | 36086 | 84637 | 93161 | 76038 | 65855 | 77919 | 88006 |
| 33 | 69011 | 65795 | 95876 | 53293 | 13083 | 27354 | 26575 | 04025 | 40801 | 59920 | 29841 | 80150 | 12777 | 48501 |
| 34 | 25976 | 57948 | 29588 | 88664 | 67917 | 48768 | 18912 | 92271 | 63124 | 69774 | 35611 | 54222 | 85963 | 03547 |
| 35 | 03763 | 83473 | 73577 | 12903 | 30883 | 18317 | 23290 | 3737 | 03998 | 41688 | 34952 | 37668 | 38217 | 86050 |
| 36 | 91567 | 42595 | 27958 | 30134 | 04024 | 66385 | 23880 | 1130 | 55536 | 81355 | 29080 | 08250 | 70650 | 75211 |
| 37 | 17955 | 56310 | 80999 | 49127 | 26044 | 59031 | 09115 | 26542 | 18069 | 02008 | 73708 | 83517 | 36132 | 42791 |
| 38 | 46563 | 18534 | 15845 | 49616 | 02304 | 61038 | 20625 | 58727 | 28168 | 15475 | 56942 | 53369 | 20502 | 87338 |
| 39 | 92157 | 86634 | 94524 | 75171 | 84510 | 82534 | 69922 | 25417 | 44137 | 48113 | 25555 | 21248 | 35507 | 26168 |
| 40 | 14577 | 62765 | 35605 | 81263 | 36657 | 47358 | 56873 | 56307 | 61067 | 49518 | 89555 | 20103 | 77490 | 15002 |
| 41 | 88427 | 07523 | 32211 | 64270 | 01633 | 92477 | 66929 | 98120 | 01880 | 45586 | 46365 | 04102 | 46380 | 45769 |
| 42 | 34314 | 03970 | 81113 | 87755 | 34476 | 17002 | 57589 | 40433 | 32427 | 71303 | 70843 | 88843 | 77775 | 60348 |
| 43 | 70660 | 28277 | 39473 | 49413 | 23212 | 53416 | 94970 | 21832 | 67075 | 94554 | 19661 | 78818 | 63102 | 62794 |
| 44 | 55976 | 54914 | 06990 | 67245 | 68350 | 82948 | 11303 | 42878 | 80287 | 88267 | 47363 | 46634 | 08511 | 67609 |
| 45 | 76672 | 29515 | 40980 | 07391 | 58745 | 25774 | 22987 | 80059 | 36911 | 96189 | 41151 | 14222 | 60907 | 59553 |
| 46 | 66725 | 52210 | 83974 | 29992 | 65531 | 38857 | 50490 | 83765 | 55657 | 14361 | 31720 | 57375 | 56223 | 41546 |
| 47 | 64364 | 67412 | 34389 | 31920 | 14833 | 24413 | 39744 | 92351 | 97473 | 89286 | 35934 | 04110 | 23726 | 51900 |
| 48 | 08962 | 00358 | 31662 | 25858 | 61042 | 34072 | 81249 | 35648 | 56841 | 69352 | 48373 | 45578 | 78571 | 81758 |
| 49 | 95012 | 68379 | 93526 | 70765 | 10592 | 01542 | 70463 | 54328 | 02340 | 17247 | 28365 | 14777 | 62780 | 92227 |
| 50 | 15664 | 10493 | 20492 | 36391 | 91132 | 21999 | 59516 | 81652 | 27195 | 48223 | 46751 | 22923 | 32261 | 85853 |
| 51 | 16463 | 81899 | 04153 | 53391 | 79401 | 21438 | 83035 | 92350 | 36693 | 31238 | 56649 | 91754 | 2772 | 02338 |
| 52 | 18609 | 81953 | 05520 | 91912 | 04739 | 13092 | 97662 | 24822 | 91750 | 04495 | 34040 | 04822 | 88472 | 92129 |
| 53 | 73115 | 35101 | 47498 | 87137 | 93016 | 71060 | 8824 | 71013 | 18735 | 22266 | 23183 | 72022 | 3 | 43042 |
| 54 | 57461 | 16703 | 23167 | 49323 | 45021 | 33132 | 12544 | 41035 | 89780 | 43393 | 44312 | 12315 | 31 | 61062 |
| 55 | 30435 | 83946 | 23792 | 14422 | 15059 | 45799 | 22716 | 18792 | 09983 | 74353 | 68668 | 36429 | 70725 | 25460 |
| 56 | 16631 | 35008 | 85900 | 98275 | 32388 | 52390 | 16815 | 69298 | 62739 | 38480 | 75817 | 32523 | 41061 | 44437 |
| 57 | 96773 | 20208 | 42559 | 78985 | 03300 | 22164 | 24369 | 54224 | 35053 | 19687 | 11052 | 91491 | 60383 | 16746 |
| 58 | 38935 | 64202 | 14349 | 82674 | 66523 | 44133 | 00097 | 35552 | 35970 | 19124 | 63318 | 29698 | 03357 | 56848 |
| 59 | 31624 | 76384 | 17403 | 53353 | 44167 | 64486 | 64758 | 75366 | 70554 | 31601 | 12614 | 33072 | 60332 | 62325 |
| 60 | 78918 | 19474 | 23632 | 27659 | 47914 | 02584 | 37680 | 20801 | 72152 | 30939 | 34808 | 08930 | 65001 | 87820 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 61 | 03931 | 33309 | 57047 | 74211 | 63445 | 17361 | 62325 | 39008 | 05607 | 91284 | 66833 | 25570 | 38513 | 46920 |
| 62 | 74428 | 33278 | 43972 | 10119 | 89917 | 15865 | 52872 | 73823 | 73144 | 89662 | 88970 | 74492 | 61305 | 99378 |
| 63 | 09066 | 00903 | 20705 | 95452 | 92643 | 45454 | 09552 | 88015 | 16553 | 51125 | 79375 | 97596 | 16295 | 66092 |
| 64 | 42233 | 12426 | 87025 | 14267 | 20979 | 04509 | 64535 | 31355 | 86084 | 29472 | 47689 | 06974 | 52458 | 16834 |
| 65 | 16153 | 08002 | 26504 | 41744 | 81950 | 65642 | 74240 | 56302 | 00033 | 67107 | 77510 | 70625 | 28725 | 34191 |
| 66 | 21457 | 40742 | 29320 | 96753 | 20400 | 21840 | 15035 | 34537 | 33310 | 09116 | 93240 | 15257 | 10572 | 06004 |
| 67 | 21531 | 57802 | 02050 | 89728 | 17937 | 37621 | 47075 | 42080 | 97403 | 48626 | 68995 | 43805 | 33350 | 21597 |
| 68 | 55612 | 78093 | 83197 | 33732 | 05310 | 24813 | 56902 | 60397 | 16489 | 03264 | 88525 | 42738 | 03299 | 92532 |
| 69 | 44657 | 68959 | 99324 | 51281 | 84463 | 60563 | 79312 | 93454 | 65876 | 25471 | 93911 | 25550 | 12052 | 73572 |
| 70 | 91340 | 84979 | 46949 | 81973 | 37949 | 61023 | 43997 | 15263 | 80644 | 43942 | 69203 | 71795 | 99533 | 50501 |
| 71 | 91227 | 21199 | 31935 | 27022 | 84067 | 05462 | 35218 | 14480 | 29891 | 08607 | 41867 | 14951 | 91696 | 85065 |
| 72 | 50501 | 38140 | 66321 | 19924 | 72163 | 09333 | 12151 | 06878 | 91903 | 18749 | 34405 | 56057 | 82750 | 70225 |
| 73 | 65360 | 05224 | 72958 | 28609 | 81406 | 39147 | 25349 | 45542 | 42627 | 45233 | 57202 | 94617 | 23772 | 07596 |
| 74 | 27504 | 96131 | 83944 | 41575 | 10573 | 08619 | 64482 | 73923 | 30152 | 05184 | 94142 | 25299 | 54387 | 34923 |
| 75 | 37169 | 04851 | 39117 | 89032 | 00959 | 16487 | 65530 | 49071 | 39782 | 17095 | 02330 | 74301 | 00275 | 49280 |
| 76 | 11508 | 70225 | 51111 | 38351 | 19444 | 68499 | 71045 | 05422 | 13442 | 78075 | 84091 | 66938 | 93754 | 55894 |
| 77 | 37449 | 30362 | 06694 | 54660 | 04652 | 53115 | 62757 | 05348 | 73662 | 11103 | 81851 | 50245 | 31971 | 32924 |
| 78 | 46516 | 70331 | 58922 | 38329 | 57015 | 15765 | 97161 | 17860 | 45349 | 61790 | 60245 | 81073 | 49199 | 79859 |
| 79 | 30389 | 81223 | 42416 | 53353 | 21532 | 30502 | 32305 | 86452 | 95174 | 07601 | 54399 | 53801 | 74813 | 48912 |
| 80 | 63793 | 64995 | 46323 | 09785 | 44160 | 73123 | 83991 | 42865 | 92520 | 83531 | 80377 | 38009 | 81250 | 54038 |
| 81 | 82456 | 84848 | 69254 | 67632 | 43213 | 50076 | 21361 | 64816 | 51202 | 83124 | 41870 | 52490 | 51275 | 83578 |
| 82 | 21855 | 32008 | 02431 | 09060 | 04297 | 51674 | 64128 | 62570 | 26123 | 05455 | 59194 | 32700 | 26225 | 55782 |
| 83 | 60330 | 08782 | 07408 | 53458 | 12554 | 59089 | 26445 | 29789 | 85005 | 41001 | 12535 | 12133 | 19645 | 23341 |
| 84 | 45937 | 46891 | 24010 | 25560 | 86355 | 33941 | 25738 | 54990 | 71869 | 15475 | 95434 | 99227 | 21824 | 19585 |
| 85 | 97658 | 43175 | 89303 | 18275 | 07169 | 02083 | 21942 | 18611 | 47348 | 20203 | 18334 | 03862 | 76095 | 60130 |
| 86 | 03299 | 11221 | 05418 | 38982 | 53753 | 92227 | 26750 | 86267 | 21219 | 98442 | 03303 | 56613 | 31711 | 75903 |
| 87 | 79628 | 06488 | 03574 | 17098 | 07135 | 76020 | 79924 | 29651 | 53329 | 88428 | 83076 | 72611 | 22717 | 59055 |
| 88 | 85636 | 62335 | 47539 | 03129 | 65651 | 11977 | 02510 | 26113 | 99447 | 68645 | 34537 | 15132 | 55229 | 97149 |
| 89 | 18029 | 14267 | 01337 | 08177 | 12143 | 46869 | 32989 | 74014 | 64708 | 09533 | 35393 | 53403 | 18271 | 47963 |
| 90 | 03362 | 15650 | 66627 | 36478 | 65648 | 10781 | 53412 | 09013 | 07832 | 41574 | 17830 | 32163 | 00099 | 75597 |
| 91 | 79553 | 22068 | 04142 | 16268 | 15397 | 12856 | 66227 | 38358 | 22479 | 73373 | 98732 | 00443 | 92573 | 00240 |
| 92 | 82603 | 82674 | 27072 | 32534 | 17975 | 27668 | 95204 | 63863 | 11951 | 34648 | 65022 | 59143 | 31975 | 57031 |
| 93 | 23952 | 25835 | 40055 | 67006 | 12593 | 02753 | 14927 | 23235 | 35071 | 99704 | 37543 | 11021 | 31733 | 85171 |
| 94 | 09915 | 93308 | 05908 | 97901 | 23395 | 14189 | 09821 | 80703 | 70426 | 73647 | 78310 | 86717 | 37090 | 40129 |
| 95 | 69037 | 33300 | 26695 | 02247 | 69927 | 76123 | 00842 | 45634 | 85854 | 70689 | 79725 | 93072 | 29117 | 19433 |
| 96 | 42488 | 72077 | 69882 | 01657 | 31138 | 79180 | 97520 | 42992 | 04098 | 73571 | 90790 | 76538 | 71255 | 64239 |
| 97 | 46764 | 86273 | 82003 | 93017 | 31294 | 36892 | 40202 | 32275 | 57308 | 55543 | 53303 | 10098 | 47625 | 85354 |
| 98 | 62237 | 45139 | 55417 | 63282 | 00216 | 17349 | 88298 | 60183 | 39000 | 78206 | 06216 | 63787 | 10379 | 60799 |
| 99 | 89591 | 81482 | 52687 | 61382 | 14372 | 20053 | 89334 | 70039 | 49199 | 43718 | 97548 | 04979 | 48479 | 21872 |
| 100 | 35534 | 01718 | 94964 | 87258 | 65630 | 43772 | 39000 | 12918 | 86537 | 62738 | 19028 | 51132 | 25739 | 56947 |

II. CUESTIONARIO PILOTO

Nombre: _____

Director: _____

Escuela: Pública Privada

1.- ¿Desde hace cuantos años la escuela está laborando?

2.- ¿Actualmente la escuela tiene Primeros Auxilios para los alumnos?

SI NO

3.- ¿Cuenta con Servicio Médico?

SI NO

4.- ¿ Existe una persona capacitada para dar Primeros Auxilios, además del Médico?

SI NO

5.- ¿ Están los maestros capacitados en Primeros Auxilios?

SI NO

6.- ¿Cada que tiempo vuelven los maestros a capacitarse sobre los Primeros Auxilios?

7.- ¿ Cuáles son los accidentes más comunes que se presentan dentro de la escuela?

8.- ¿A que hora ocurren con más frecuencia los accidentes?

8:00 a 10:00

10:01 a 12:00

12:01 a 14:00

14:01 a 16:00

9.- ¿Considera necesario llevar un programa de capacitación en Primeros Auxilios para los profesores de la escuela?

SI NO

10.- ¿Por medio, de que medio publicitario le gustaría que se mantuviera informada a la comunidad, sobre la importancia que es contar con los Primeros Auxilios, en dicha institución?

_____ Carteles
_____ Pancartas
_____ Conferencias

III. CUESTIONARIO DEFINITIVO

Nombre de la Escuela: _____

Nombre del Director: _____

Escuela: Pública Privada

1.- ¿Cuántos años tienen laborando?

2.- ¿La escuela cuenta con Primeros Auxilios para la atención de los alumnos?
SI NO

3.- ¿Cuenta con Servicio Médico?
SI NO

4.- ¿Existe una persona capacitada para dar Primeros Auxilios, además del Médico?
SI NO

5.- ¿Los maestros están capacitados en Primeros Auxilios?
SI NO

6.- ¿Cada que tiempo actualizan sus conocimientos sobre los Primeros Auxilios?

7.- ¿Cuáles son los accidentes más comunes que se presentan dentro de la escuela?

8.- ¿A que hora ocurren con más frecuencia los accidentes?

8:00 a 10:00

10:01 a 12:00

12:01 a 14:00

14:01 a 16:00

9.- ¿Considera necesario llevar a cabo un programa de capacitación en Primeros Auxilios para los profesores de dicha institución?

SI NO

10.- ¿Por medio, de que medio publicitario le gustaría que se mantuviera informada a la comunidad, sobre la importancia que es contar con los Primeros Auxilios, en dicha institución?

_____ Carteles
_____ Pancartas
_____ Conferencias

IV. CODIFICACIÓN DEL CUESTIONARIO

1.- ¿Años?

1 - 10 = 1

11 - 20 = 2

21 - 30 = 3

31 - 40 = 4

41 - 50 = 5

51 - 60 = 6

61 - 70 = 7

71 - 80 = 8

81 - 90 = 9

91 - 100 = 10

2.- ¿Cuenta con Primeros Auxilios?

Si = 1

No = 2

3.- ¿Servicio Médico?

Si = 1

No = 2

4.- ¿Personas capacitadas?

Si = 1

No = 2

5.- ¿Maestros capacitados?

Si = 1

No = 2

Algunos = 3

no todos

sólo uno

sólo algunos

6.- ¿Tiempo?

Uno a seis meses 1

Medio año = 6

Un año = 12

Dos años = 24

No han actualizado = 0

No sabe = 88

ahora lo están tomando

cada que la Cruz Roja se los da

7.- ¿Accidentes?

Fracturas = 1

Torceduras

Raspaduras = 2

Golpes de cabeza = 3

chichones

descalabradas

aberturas

Esguinces = 4

tobillos

Caídas = 5

tropezones

| | |
|-------------------------------|----|
| Quemaduras = | 6 |
| Hematomas = | 7 |
| No han tenido = | 8 |
| Heridas = | 9 |
| Atragantamientos = | 10 |
| Caída de dientes = | 11 |
| Picadura de moscos = | 12 |
| Desmayos = | 13 |
| Tramautismos encefálicos = | 14 |
| Vómito a proyectil = | 15 |
| Pérdida de memoria = | 16 |
| Convulsiones = | 17 |
| Nariz rota = | 18 |
| Incrustaciones en la pierna = | 19 |
| Corte de venas = | 20 |
| Resbalones = | 21 |
| Abertura de boca = | 22 |
| Dolor de cabeza = | 23 |

8.- ¿Hora?

| | |
|----------------|---|
| 8:00 – 10:00 = | 1 |
| 10:01 - 12:00= | 2 |
| 12:01 – 14:00= | 3 |
| 14:01 – 16:00= | 4 |

9.- ¿Programa?

| | |
|------|---|
| Si = | 1 |
| No = | 2 |

10. ¿Medio de comunicación?

| | |
|---------------------|---|
| Carteles = | 1 |
| Pancartas = | 2 |
| Conferencias = | 3 |
| Cursos prácticos = | 4 |
| Folletos = | 5 |
| Videos = | 6 |
| Módulos = | 7 |
| Asesoría personal = | 8 |
| Taller = | 9 |