



**Escuela Nacional de Trabajo Social  
UNAM.**

**Hospital Juárez de México.  
Depto. Trabajo Social**

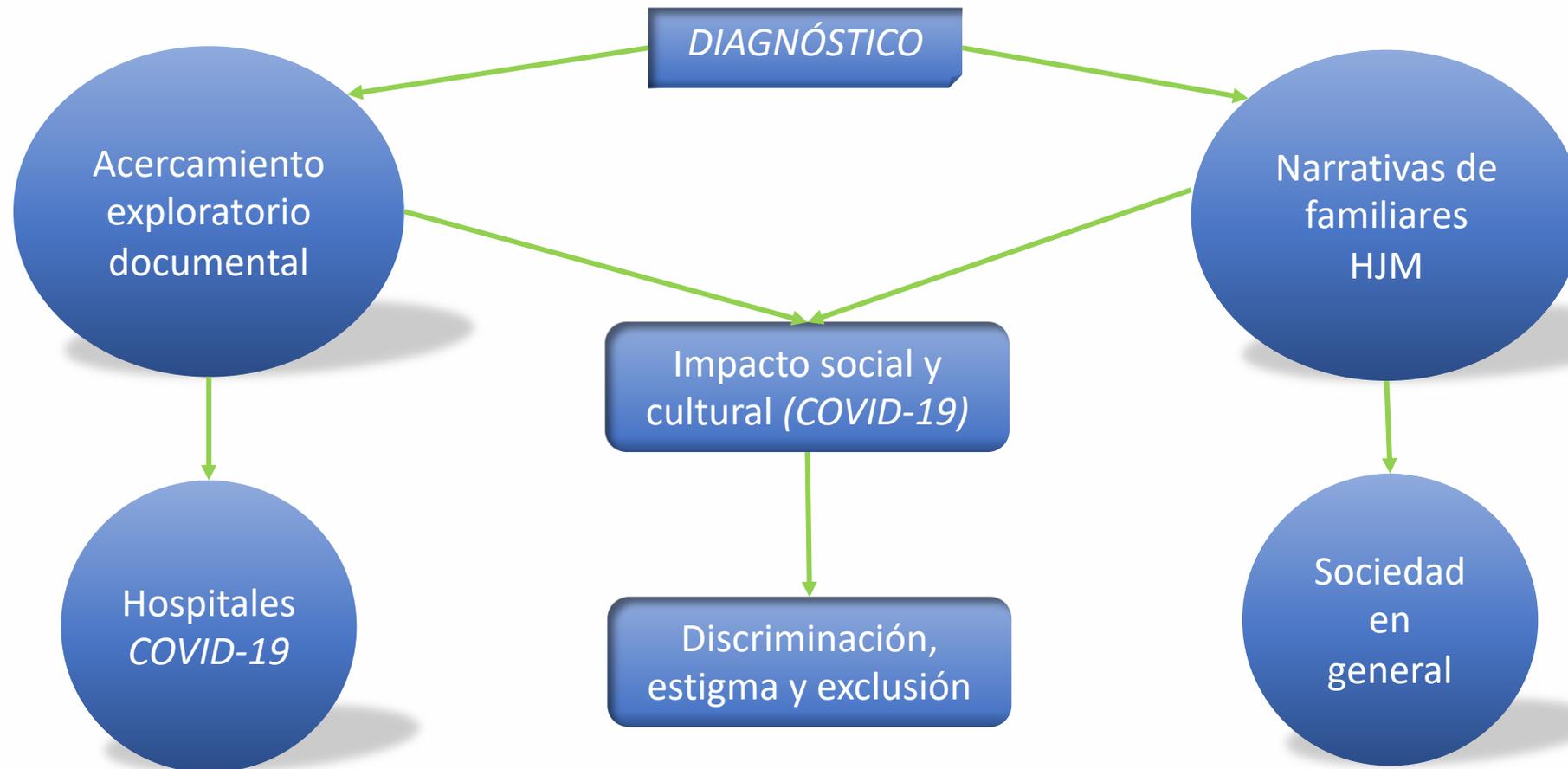


***La mercadotecnia social como estrategia preventiva y de atención desde el Trabajo Social, ante la estigmatización y discriminación generada por un proceso de enfermedad (COVID-19) en las familias mexicanas.***

**Dra. Alejandra Monroy López (ENTS-UNAM)**  
ale\_monroy1@hotmail.com

**Esp. Manuel Sosa Ponce (HJM)**  
manuel\_sosa\_ponce@hotmail.com

La mercadotecnia social como estrategia preventiva y de atención desde el Trabajo Social, ante la estigmatización y discriminación generada por un proceso de enfermedad (*COVID-19*) en las familias mexicanas.



# *Al ingreso hospitalario*



**PRONÓSTICO DEL PACIENTE**



**CONTAGIOS EN LA FAMILIA**



**SANITIZACIÓN DEL HOGAR**



**ORGANIZACIÓN HOSPITALARIA**

# *Durante el Tratamiento*



**DESCONOCIMIENTO DE NECESIDADES Y  
PROBLEMAS SOCIALES**



**COMUNICACIÓN TELEFÓNICA LIMITADA**



**INCOMUNICACIÓN PACIENTE - FAMILIA**

# Al momento del egreso

## Mejoría



**DUDAS CUIDADO EN CASA**



**DUDAS CONTAGIO  
FAMILIA - PACIENTE**



**DIFICULTADES CUIDADO EN  
CASA**



**REESTABLECIMIENTO VIDA  
DE PAREJA**



**“CONSTANCIA DE CURACIÓN”**

# Al momento del egreso

## Defunción



**PROCESO DESCONOCIDO  
(ENTREGA, IDENTIFICACIÓN, VELACIÓN)**



**DIFICULTADES EN EL PROCESO  
(TIEMPO, ECONOMÍA)**

06 09 2020 10 09 10		¿FUE ATENCIÓN MÉDICA DURANTE LA ENFERMEDAD O LESIÓN ANTES DE LA MUERTE?		¿SE PRACTICÓ NECROPSIA	
Día Mes Año Horas Minutos		Sí <input checked="" type="radio"/> No <input type="radio"/> Se ignora <input type="radio"/>		Sí <input type="radio"/> No <input checked="" type="radio"/>	
<b>IX. CAUSAS DE LA DEFUNCIÓN</b> (Anote una sola causa en cada renglón. Este señalar modos de morir - ejemplo: paro cardíaco, asfixia, etc.)					
<b>PARTE I</b> Enfermedad, lesión o estado patológico que produjo la muerte directamente					
a) Síndrome de distres respiratorio agudo		Intervalo aproximado entre el inicio de la enfermedad y la muerte		29 horas	
Debido a (o como consecuencia de)					
b) Neumonía atípica sospechosa Covid 19		Intervalo aproximado entre el inicio de la enfermedad y la muerte		24 horas	
Debido a (o como consecuencia de)					
c) Enfermedad Renal Crónica				3 años	
Debido a (o como consecuencia de)					
<b>PARTE II</b> Otros estados patológicos significativos que contribuyeron a la muerte, pero no relacionados con la enfermedad o estado patológico que la produjo					
¿21. SI LA DEFUNCIÓN CORRESPONDE A UNA MUJER DE 10 A 54 AÑOS					
21.1 Especificar si la muerte ocurrió durante:					

**MODIFICACIÓN DE CERTIFICADO DE DEFUNCIÓN**

# Propuesta de intervención

Actos de estigmatización y discriminación, que se relacionan o se generan por procesos de enfermedad infecto-contagiosos, como el actual probable o confirmado diagnóstico de COVID-19, tanto en las personas enfermas, como en sus familias.

1. Es el grupo poblacional con el que se tiene la posibilidad de intervenir, desde el Trabajo Social, en una institución de salud, por las actuales medidas de seguridad sanitaria.
2. El Hospital Juárez de México, es uno de los Hospitales COVID donde se tiene mayor capacidad de atención a las personas con probable y confirmado COVID-19 en la Ciudad de México.
3. Existe un acercamiento inicial, en la indagación del padecer familiar de la población objetivo.

# Caracterización familias

Como categorías de análisis con una dimensión objetiva y subjetiva. Son ámbitos de interacción que generan sentido y socializan interpretaciones disponibles en este ámbito; son formas de organización que gestionan la cotidianidad (Esteinou, 1996).

Por tanto, son categorías de análisis, ámbitos de interacción y formas de organización, con condiciones adecuadas para el estudio e intervención para el Trabajo Social.

# Diseño metodológico

## Objetivos de intervención social



Generar un proceso de educación social para la salud, desde el Trabajo Social, en materia de la pandemia COVID-19 y sus efectos asociados de estigmatización y discriminación por un proceso de enfermedad, a través de estrategias de intervención psicoeducativas, sociales y digitales, que contribuyan en la prevención y atención de actitudes y comportamientos que vulneren los derechos humanos de las familias afectadas por el virus SARS-CoV-2.



1. Desarrollar mecanismos de comunicación social que permitan a la población en general obtener información veraz y oportuna sobre la actual pandemia COVID-19, posibilitando con ello uno de los ejes prioritarios de la promoción de la salud.
2. Fomentar mecanismos de sensibilización y concientización en la población en general, para que reconozca los actos de estigmatización y discriminación por una condición de salud (COVID-19), en las personas enfermas y sus familias, logrando con ello la prevención y/o modificación de actitudes y conductas que influyan en este problema social.
3. Coadyuvar en la atención integral de y con las familias que ingresan al Hospital Juárez de México, por un probable o confirmado diagnóstico de COVID-19, en las causas y consecuencias del problema social de estigmatización y discriminación, que deben enfrentar por las condiciones de salud que padecen.

# Consideraciones metodológicas

Dos niveles de análisis:

**Nivel macrosocial:** estrategias de intervención dirigidas a la sociedad en general, con un carácter preventivo de la problemática social.



**Nivel microsocial:** estrategias de intervención dirigidas a las familias de la Zona Metropolitana del Valle de México y Foráneas, atendidas en el Hospital Juárez de México, con un carácter de atención a la problemática social.

## Enfoque de Derechos

- “Se fundamenta en un conjunto de valores y principios sobre los seres humanos y sobre el desarrollo expresados a través de los derechos humanos” (Valverde, 2008, p.100).

## Holista

- Abordar el problema social de manera integral y no parcializada
- Como un espacio de desarrollo y potencialización de capacidades y habilidades individuales y colectivas de los actores sociales involucrados, los cuales son apreciados, como colaboradores o partícipes del mismo proceso de intervención. Todo esto desde el abordaje de la singularidad.

## Teoría

- Constructos teóricos sociales y antropológicos, bajo el criterio de Trabajo Social, tomando en cuenta postulados de la Interculturalidad y Antropología aplicada a la atención de los problemas de salud.

Acercamientos presenciales o próximos con las familias.

Adoptar otras formas de comunicación, de intervención, que se alejen de la presencialidad y de lo geográfico

Resignificación de métodos, de estrategias de intervención, de acercamiento, de acompañamiento metodológicas, y reestructuración de metodologías de Trabajo Social, a nivel comunitario, grupal, familiar e individual.

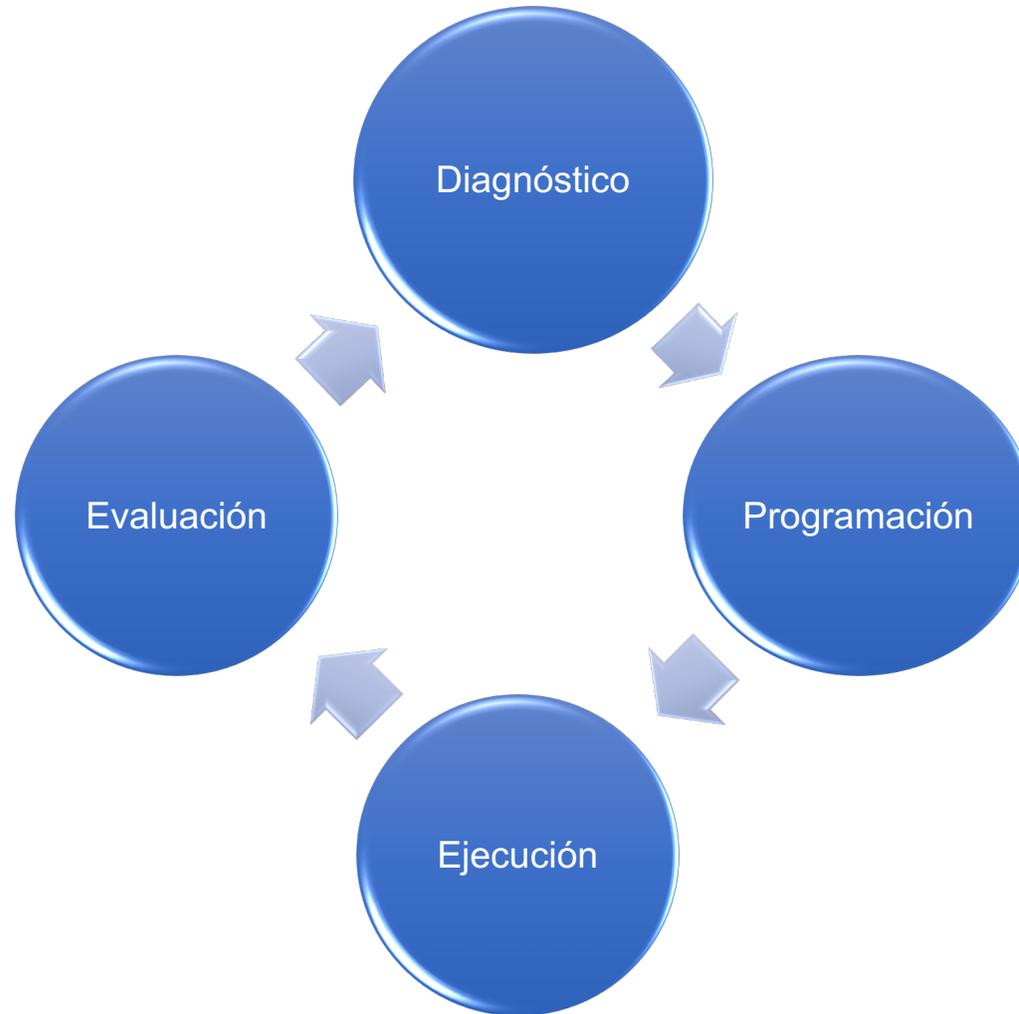
**Mercadotecnia social**

## *Marketing social* o mercadotecnia social

“El proceso de creación, implementación y control de programas implementados para influir en la aceptabilidad de las ideas sociales, que encierra consideraciones relativas a la planificación del producto (cliente), costo, comunicación, conveniencia e investigación de marketing”  
(Kotler y Zaltman, 1971, p. 5).

Estrategia que utiliza la tecnología para gestionar y provocar el cambio social, por lo que no tiene un fin económico o material, sino social, y por ende mejorar la vida de las personas, familias, grupos o comunidades.

# Fases y/o etapas del proceso metodológico de intervención



# Estrategias de intervención

1

Campaña digital  
de información

*¡No vivas con  
miedo, infórmate!*

Brindar los  
conocimientos básicos  
de la COVID-19, que  
responda las preguntas  
sentidas por la  
población mexicana en  
general.

Transmitir la información  
con un lenguaje sencillo y  
acorde a las características  
sociales, culturales y  
educativas de nuestra  
sociedad.

Utilizar elementos  
audiovisuales y de la  
cultura en su expresión  
material: música,  
imágenes, personajes  
animados, etc.

Los contenidos se van a  
organizar en pequeñas  
cápsulas o anuncios que  
no tengan una duración de  
más de 2 min.

Se deben socializar, en  
escala nacional a través de  
los medios de  
comunicación masivos; en  
redes sociales virtuales de  
la mayoría de la población,  
y principalmente de  
personajes claves en estos  
medios virtuales  
(Influencer, vlogger,  
youtuber, etc.), por tener  
un alcance mayor en la  
población, y de manera  
más específica, en las  
salas de espera de las  
Instituciones de Salud.

# Estrategias de intervención

2

Spot social,  
denominado *Los  
virus no  
discriminan, ¡tú no  
lo hagas!*,

Evidenciar los actos y formas de estigmatización y discriminación por un proceso de enfermedad, que las familias diagnosticadas con COVID-19 deben sobrellevar en su cotidianidad familiar y en sus grupos sociales cercanos, así como las causas y consecuencias de estas acciones en la dimensión física, psicológica, social, cultural.

Mostrar una representación vivencial de los testimonios de personas invitadas que presenten la problemática social.

Utilizar elementos audiovisuales y de la cultura en su expresión material: música, imágenes, personajes reales y comunes para la población mexicana.

La representación vivencial no debe tener una duración mayor a 2 min.

Se deben socializar, en escala nacional a través de los medios de comunicación masivos; en redes sociales virtuales de la mayoría de la población, y principalmente de personajes claves en estos medios virtuales (Influencer, vlogger, youtuber, etc.), por tener un alcance mayor en la población, y de manera más específica, en las salas de espera de las Instituciones de Salud.

# Estrategias de intervención

3

Construir un programa interactivo de atención integral a las familias AIS-COVID (Atención Integral Social-COVID).

Colaborar en la atención y educación social de las familias, a través de medios digitales, en las causas y consecuencias del problema social de estigmatización y discriminación por un proceso de enfermedad, que deben enfrentar por las condiciones de salud que padecen.

Es un programa virtual que consta de 4 módulos, adaptado a las características sociales y culturales de las familias mexicanas, donde podrán interactuar realizando ejercicios, preguntas, reflexionar en contenidos, juegos, y de más actividades interactivas.

Los recursos que se deben utilizar es personajes animados, representación vivencial de testimonios de familias con integrantes diagnosticados con COVID-19, que puedan compartir sus experiencias con la enfermedad, elementos audiovisuales y de la cultura en su expresión material: música, actividades, juegos, imágenes y deportes.

**Módulo 1:** alguien de la familia se infectó de COVID-19, ¿qué hacemos?

**Módulo 2:** mi familiar está hospitalizado, ¿quién contesta mis dudas?

**Módulo 3:** ¿qué cosas demos hacer y no, todas las personas que convivimos con mi familiar enfermo?

**Módulo 4:** ¿debo ocultar la noticia a mis conocidos de qué mi familiar se contagió de COVID-19? ¿qué puedo hacer si se enteran?



*¡Gracias!*