

# Requerimientos de la sociedad costarricense de profesionales en promoción de la salud de la Escuela de Salud Pública de la Universidad de Costa Rica al segundo semestre del 2012

Requirements of Health Promotion Professionals of the School of Public Health in the University of Costa Rica for the Costa Rican Society Until the Second Half of 2012

*Juan Carazo-Salas*

Universidad de Costa Rica  
Facultad de Medicina  
[juan.carazosalas@ucr.ac.cr](mailto:juan.carazosalas@ucr.ac.cr)

*Ivannia Fallas*

Universidad de Costa Rica  
Facultad de Medicina  
[ivafava21@hotmail.com](mailto:ivafava21@hotmail.com)

*Enrique Antonio Gamboa-Castro*

Universidad de Costa Rica  
Facultad de Medicina  
[enrique.gamboa.castro@una.cr](mailto:enrique.gamboa.castro@una.cr)

Recibido: 10/09/2014 Aceptado: 30/06/2016

**Resumen:** La Escuela de Salud Pública de la Universidad de Costa Rica realiza una investigación llamada: Requerimientos de la sociedad costarricense de profesionales en promoción de la salud, en el año 2012. Esto, debido a que en el 2007 inició con el pregrado en Promoción de la Salud, según la declaración de Ottawa sobre los fundamentos que promocionan la salud en las poblaciones humanas. Este estudio medirá los requerimientos de profesionales en promoción de la salud en Costa Rica. Analizará el posicionamiento, en la carrera de la Escuela de Salud Pública, del tema de promoción de la salud; las características del profesional en esta área, sus competencias, conocimientos y perfil. Además, analizará la percepción de los posibles empleadores sobre la temática abordada, los requisitos, actividades y áreas de trabajo del profesional en promoción de la salud.



El estudio responde al problema de investigación ¿Cuáles son los requerimientos de la sociedad costarricense acerca de los profesionales en promoción de la salud? La investigación se desarrolló con metodología cuantitativa, descriptiva, exploratoria. Con trescientas ochenta y cinco entrevistas para un margen de error de un 5% y un alfa de un 95% .Se desarrolló el cuestionario como instrumento de investigación, el cual se probó por medio de la prueba piloto. La investigación produjo información muy relevante para la Carrera, la Escuela de Salud Pública, la Facultad de Medicina, la Universidad de Costa Rica, estudiantes y profesionales en promoción de la salud y para la sociedad costarricense, instituciones, organizaciones y grupos sociales. Se realizan recomendaciones como el cotejo de la malla curricular de Promoción de la Salud de la Escuela de Salud Pública de la Universidad de Costa Rica con los resultados del estudio. Se recomienda un plan de comunicación para promover la promoción de la salud y sus profesionales en la sociedad costarricense.

**Palabras clave:** promoción de la salud, profesionales, Escuela de Salud Pública de la Universidad de Costa Rica.

**Abstract:** The School of Public Health of the University of Costa Rica conducted an investigation called “Requirements of Health Promotion Professionals for the Costa Rican society until the second half of 2012”. This is because the School launched the undergraduate program in Health Promotion in the 2007, in accordance with the declaration of Ottawa on the foundations promoting health in human populations. This study measured the requirements of Health promotion professionals in Costa Rica. It also analyzed the positioning of the health promotion matter, as well as the characteristics of the professionals in this area, their competences, knowledge and profile in the career of the School of Public Health. In addition, it analyzed the potential employers’ perception on the topics addressed, the requirements, the activities, and the areas of work for health promotion professionals. The study answered the following research question: What are the requirements of health promotion professionals for the Costa Rican society? The research was conducted by implementing a quantitative, descriptive and exploratory methodology. Three hundred eighty-five interviews were conducted, with a margin of error of 5% and an alpha of 95% .The questionnaire was developed as a research tool, and it was tested through the pilot test. The investigation produced very relevant information for the School of Public Health, the Faculty of Medicine, the University of Costa Rica, students and professionals in health promotion, as well as for the Costa Rican society, institutions, organizations and social groups. Recommendations were made, such as checking the Health Promotion curricular grid of the School of Public Health of the University of Costa Rica against the results of the study. It was also recommended a communication plan to promote health promotion and its professionals in Costa Rican society.

**Keywords:** health promotion, professionals, School of Public Health of the University of Costa Rica.

En el año 2007 la Escuela de Salud Pública de la Universidad de Costa Rica inicia con el Bachillerato en Promoción de la Salud. En el 2012 abrió la Licenciatura en Promoción de la Salud. A mediados de ese mismo año (2012), la Escuela de Salud Pública comienza un proyecto de investigación sobre los requerimientos de la sociedad costarricense de profesionales en promoción de la salud.

El objetivo general del proyecto se refiere a desarrollar una investigación enfocada en medir el posicionamiento y mercado potencial de la Carrera de Promoción de la Salud, con el fin de tener insumos para identificar los requerimientos de la sociedad costarricense. Este es el primer estudio que hace la Escuela de Salud Pública sobre los requerimientos de los profesionales en promoción de la salud desde el punto de vista de sus públicos objetivo, organizaciones, instituciones y empresas a nivel nacional.

Los objetivos específicos del estudio plantean analizar el mercado potencial de la Carrera de Promoción de la Salud, su posicionamiento y las competencias solicitadas para sus profesionales.

La metodología de investigación que se utilizó es la siguiente: para el diseño se usó un método exploratorio y descriptivo; exploratorio porque explora, reconoce e investiga el objeto de estudio. Según Roberto Hernández Sampieri (2006, p101), en su libro *Metodología de la investigación*, “Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o un problema de investigación poco estudiado, del cual se tiene muchas dudas o no se ha abordado antes”. Es una investigación descriptiva porque se centra en el objeto de estudio y describe sus características. Según Roberto Hernández Sampieri (p102): “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier fenómeno que se someta a un análisis”.

Es un estudio cuantitativo, inferencial y probabilístico. Es cuantitativo porque cuantifica y tabula las respuestas de las unidades de muestreo. Es inferencial porque sus resultados se pueden proyectar a la población de estudio. Es probabilístico porque las unidades de muestreo se obtendrán por medio del método muestreo sistemático. En esta investigación se entrevistaron trescientas ochenta y cinco organizaciones, para un margen de error de un 5% y un alfa de un 95%. Se utilizó la fórmula de poblaciones infinitas con un P de 50% y un Q de 50% que es el sistema que brinda mayor seguridad en los resultados de la investigación. Para Hernández Sampieri: “La investigación cuantitativa nos ofrece la posibilidad de generalizar los

resultados más ampliamente, nos otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista de conteo y las magnitudes de estos”. Sobre la inferencia estadística comenta: “Los datos casi siempre se recolectan de una muestra y sus resultados estadísticos se denominan estadígrafos, la media o la desviación estándar de la distribución de una muestra son estadígrafos”. Hernández Sampieri (2006, p. 443) A las estadísticas de una población o al universo se les conoce como parámetros. Los parámetros no son calculados, porque no se recolectan datos de toda la población, pero pueden ser inferidos de los estadígrafos, de ahí el nombre de estadística inferencial”. Hernández Sampieri (2006, p443) define la muestra probabilística como: “Sub grupo de la población en el que todos los elementos de esta tienen la misma posibilidad de ser elegidos”. Se refiere a la población de la siguiente forma: “Universo Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” Hernández Sampieri (2006, p.236). Con respecto al nivel de significancia manifiesta: “El Nivel de Significancia de 0.05, el cual implica que el investigador tiene un 95% de seguridad para generalizar sin equivocarse y sólo un 5% en su contra, respectivamente ambos suman la unidad”. El nivel de significancia es un resultado que el investigador fija a priori respecto a no equivocarse. Cuando se lee en un reporte de investigación que los resultados fueron significativos al nivel 0.05, indica lo que se comentó: existe 5% de posibilidad de error al aceptar la hipótesis, correlación o valor obtenido al aplicar una prueba estadística, o 5% de riesgo de que se rechace una hipótesis nula cuando era verdadera. Para Hernández Sampieri (2006, p.447), el intervalo de confianza es: “... la probabilidad definida de que un parámetro se va a ubicar en determinado intervalo. Los niveles de confianza más comunes en la investigación son de 0,95 y 0,99. Su sentido es similar a lo ya comentado: si es de 0,95 quiere decir que tenemos un 95% en favor de que el parámetro se localice en el intervalo estimado, contra 5% de elegir un intervalo equivocado”.

El instrumento de investigación que se desarrolló fue un cuestionario, el cual se probó durante la prueba piloto. Este proyecto tuvo la colaboración de estudiantes, la dirección de la carrera de Promoción de la Salud y la dirección de la Escuela de Salud Pública. La población de estudio estuvo referida a una población institucional, organizacional y empresarial de Costa Rica, organizaciones del sector público, sector privado, de las áreas de servicios, alimentos, industria, comercio, sindicatos, municipalidades, agrícola, exportaciones, entidades gubernamentales, ministerios, sector salud, sector educación.

## Definiciones conceptuales

**Promoción de la salud.** Juan Carazo (2012) plantea que:

La carta de Ottawa de 1986 señala que la promoción de la salud consiste en proporcionar a la gente los medios necesarios para mejorar su salud y ejercer un mayor control sobre la misma. De esta carta se derivaron algunas estrategias para promover la salud como son lo correspondiente a la construcción de políticas públicas saludables, utilizando para esto el cabildeo y la participación de los ciudadanos, crear entornos saludables, fortalecer la acción comunitaria a través del empoderamiento de los ciudadanos, desarrollar aptitudes personales a través de cambios en los estilos de vida de las personas, y finalmente la reorientación de los servicios de salud. La Organización Mundial de la Salud ha señalado que cada vez más se concibe la promoción de la salud como la suma de las acciones de la población, los servicios de salud, las autoridades sanitarias y otros sectores sociales y productivos, dirigidas a mejorar las condiciones de salud individual y colectiva.

**Organizaciones.** Según Enrique Gamboa (2012), son sistemas orgánicos de actividad empresarial y social.

**Sistema.** De acuerdo con Enrique Gamboa (2012) son conjuntos entrelazados que tienen insumos y producen bienes o servicios de forma estructurada.

**Posicionamiento.** Enrique Gamboa (2012) la define como el lugar que ocupa la carrera de promoción de la salud en la mente de los posibles empleadores.

**Mercado meta de la carrera de promoción de la salud.** Según Enrique Gamboa (2012) y Juan Carazo (2012): Aquellos empleadores de instituciones públicas o privadas que se relacionan directamente con la salud, así como las instituciones de educación.

**Escuela de Salud Pública de la Universidad de Costa Rica:** La Escuela de Salud Pública se origina en la Escuela de Medicina de la Universidad de Costa Rica, donde primero se constituyó como un departamento, a su cargo los cursos correspondientes de salud pública de la carrera de medicina. En el año 1989 se desarrolló la Especialidad en Salud Pública, que logró tres promociones. Ya para 1994, el Departamento de Salud Pública desarrolló una Maestría en Salud Pública, que a la larga abrió la puerta para que el 25 de septiembre de 1995, por el Acuerdo N° 93-3 de la Sesión N° 4120 del

Consejo Universitario de la Universidad de Costa Rica, se transformara el Departamento de Salud Pública, en Escuela de Salud Pública. Esta ha logrado posicionarse en el ámbito nacional e internacional con excelencia tanto en la formación del recurso humano, como en lo correspondiente a investigación y acción social (Carazo, 2012).

**Enfoque de la carrera.** Según Ivannia Fallas la Carrera de Bachillerato en Promoción de la Salud inicia en el año 2007, con una estructura curricular innovadora, con base en competencias y con orientación hacia la complejidad y el pensamiento complejo (2012)

**Enfoque de la complejidad.** Uno de los mayores estudiosos del enfoque complejo es Tobón, quien señala (2007, pág. 1) lo siguiente: “el enfoque complejo tiene muchos puntos de encuentro con los demás enfoques de las competencias, como el énfasis en estudiar con rigurosidad el contexto, la planeación de la formación por módulos y la consideración de las competencias como el elemento organizador clave de los perfiles y mallas curriculares”. Sin embargo, también tiene varias diferencias que le dan identidad, las cuales pueden sintetizarse en los siguientes puntos:

Las competencias se abordan desde el proyecto ético de vida de las personas, para afianzar la unidad e identidad de cada ser humano, y no su fragmentación; 2) las competencias buscan reforzar y contribuir a que las personas sean emprendedoras, primero como seres humanos y en la sociedad, y después en lo laboral empresarial para mejorar y transformar la realidad; 3) las competencias se abordan en los procesos formativos desde unos fines claros, socializados, compartidos y asumidos en la institución educativa, que brinden un Para Qué que oriente las actividades de aprendizaje, enseñanza y evaluación; 4) la formación de competencias se da desde el desarrollo y fortalecimiento de habilidades de pensamiento complejo como clave para formar personas éticas, emprendedoras y competentes; y 5) desde el enfoque complejo la educación no se reduce exclusivamente a formar competencias, sino que apunta a formar personas integrales, con sentido de la vida, expresión artística, espiritualidad, conciencia de sí, etc., y valores. (Tobón, 2007, p. 1)

**Mercadeo.** Según Enrique Gamboa (2012): Es la ciencia social que determina las necesidades de los clientes, consumidores, usuarios, ciudadanos con el fin de realizar propuestas de productos o servicios que los satisfagan en extremo creando valor agregado y fidelización.

## ***Investigación de mercados***

Es la forma estructurada y científica de cómo se estudian los mercados. Puede ser cuantitativa por medio de técnicas e instrumentos de investigación se puede establecer de una población meta sus requerimientos, necesidades y opiniones definidas en escalas de una forma numérica como porcentajes, modas y otros. La investigación cuantitativa debe ser inferencial que los resultados de la muestra de investigación puedan proyectarse a la población. (Gamboa, 2012)

***Población.*** Según Enrique Gamboa (2012) Es el universo de elementos que componen un mercado específico.

***Muestra.*** Es una parte de la población o el universo (Gamboa, 2012.).

***Inferencia:*** Es la capacidad estadística de que los resultados de una muestra de investigación se puedan proyectar al universo o población (Gamboa, 2012).

***Alfa.*** Es una medida que indica el nivel de seguridad de la muestra por ejemplo un alfa de un 95% indica que los resultados de la muestra se encuentran validos en ese porcentaje como representación de la realidad (Gamboa, 2012).

***Margen de error.*** Indica que los resultados obtenidos en la investigación pueden aumentar o disminuir en el porcentaje del margen de error. Por ejemplo un margen de error de un 5% indica que a cada resultado del instrumento de investigación podemos realizar un aumento o disminución en un 5% del valor encontrado (Gamboa, 2012)

***Población infinita.*** Es el universo del cual no conocemos con detalle su tamaño (Gamboa, 2012)

***Población finita.*** Es la población de la cual tenemos todo su detalle, recomendaría no mayor a 2000 unidades de muestreo (Gamboa, 2012)

***Investigación.*** La Investigación puede ser cualitativa: mide las emociones, expectativas, sentimientos son calificaciones para el objeto de estudio. Los resultados de la Investigación Cualitativa son válidos sólo para la muestra investigada. No se puede hacer Inferencia Estadística de las Investigaciones Cualitativas (Gamboa, 2012.).

***Entrevistas a profundidad.*** Son entrevistas directas a personas involucradas en la situación u objeto de estudio” (Gamboa, 2012).

**Observación.** Es la capacidad estructural de estudiar el objeto de estudio, se observa con los sentidos, la vista, el tacto, el gusto, oído, olfato (Gamboa, 2012).

**Requerimientos de la sociedad.** Son las necesidades que tiene una sociedad específica de servicios y productos con el fin de satisfacer sus necesidades (Gamboa, 2012)

**Mercado potencial.** Es el posible mercado que se define para un servicio o producto en un momento específico (Gamboa, 2012)

**Posicionamiento.** Está enfocado al nivel de recordación de la marca y las características específicas que hacen que los usuarios recuerden esa marca, producto o servicio (Gamboa, 2012).

**Prueba piloto.** Es una Técnica que posibilita la Medición del Instrumento de Investigación así como posibles ajustes al mismo (Gamboa, 2012).

**Competencias:** Son las habilidades, destrezas, talentos, conocimientos, experiencias que tiene y construye el ser humano través de su formación intelectual, profesional, afectiva y técnica durante su vida (Gamboa, 2012).

**Competencias suaves.** Son las competencias, talentos, destrezas que requieren y tienen las organizaciones (Gamboa, 2012).

**Competencias técnicas:** Son las competencias, talentos, conocimientos técnicos que poseen y desarrollan las personas en una carrera específica o profesión específica (Gamboa, 2012).

## Conclusiones

- Las Organizaciones están a favor de la promoción de la salud.
- Existe un concepto percibido del significado de promoción de la salud en el público objetivo (charlas, alimentación saludable, salud ocupacional/laboral, higiene/lavado de manos, chequeo médico, campañas de salud, actividad física/ recreativa, ebais, otros, médico de empresa, reciclaje/recolección de residuos).
- La Carrera de Medicina está ampliamente posicionada como profesión relacionada con la salud: 200 menciones.
- Profesionales de Promoción de la Salud se encargan de: asesorías, capacitación en salud, promoción de estilos de vida saludables, prevención, velar por la salud y bienestar de las personas, motivar a las personas para cuidar su salud, alimentación y campañas.



- Cuando se pregunta *promoción de la salud* es: talleres, charlas, asesorías en salud, promoción de estilos de vida saludables, mejorar calidad de vida, bienestar en salud, prevención, velar por la salud integral, velar por la salud física, servicios médicos asistenciales.
- La promoción de la salud es importante tanto para el sector público como privado.
- En el sector público el área de educación es importante como focalizadora de promoción de la salud, así como clínicas y hospitales, Ebais, CEN-CINAI, CCSS, MEP, MINSA, municipalidades.
- Los lugares de trabajo profesionales en promoción de la salud son: centros educativos, empresas pequeñas y grandes, clínicas y hospitales, municipalidades, en lugares públicos y privados, MINSA, ministerios, gimnasios, MEP, EBAIS, comunidades, centros de salud, CEN-CINAI, CCSS, hogares para la tercera edad.
- Hay disposición para contratar profesionales en promoción de la salud en las organizaciones: un 80% da la respuesta afirmativa.
- Las razones para contratar a profesionales en promoción de la salud son: importante, necesario, charlas, prevención y mejorar la productividad.
- Las competencias que deben tener profesionales en promoción de la salud para ser lograr contratos son: conocimiento, título, compromiso, buena comunicación, amabilidad, experiencia, apariencia física/ saludable, humanidad, vocación, ser ejemplo.
- En el sector privado la promoción de la salud es importante para empresas grandes, medianas y pequeñas; centros educativos; centros de salud; hogares para personas de tercera edad; gimnasios.
- Las organizaciones privadas que respondieron la encuesta son: industrias; comercios; instituciones de educación primaria, secundaria y universidades; servicios financieros; exportaciones; sector de alimentos y sector agrícola.
- La Carrera de Promoción de la Salud de la Escuela de Salud Pública de la Universidad de Costa Rica no se encuentra posicionada en la mente del público meta: un 90% del público meta no conoce la institución ni la carrera.
- El público objetivo define las competencias actitudinales blandas que deben tener los grupos profesionales de promoción de la salud: buena comunicación, amabilidad, ética, buena apariencia física / saludable, ejemplo, compromiso, dinamismo, liderazgo, responsabilidad y vocación.

- El público objetivo define las competencias técnicas que deben tener profesionales de promoción de la salud como: conocimientos del ámbito, título, conocimientos médicos, comunicación, experiencia, administración/gerencial, nutrición, pedagogía, psicología, primeros auxilios, comprometido, legislación, actividad física, computación/ tecnologías, manipulación de alimentos, responsable, salud laboral, salud, pedagogía.
- Las profesiones que compiten con promoción de la salud son: medicina, nutrición, psicología, salud laboral/ ocupacional, enfermería, trabajo social, todas las relacionadas con salud, educación, educación física.

### Recomendaciones

- Posicionar en la mente del público meta la Carrera de Promoción de la Salud de la Escuela de Salud Pública de la Universidad de Costa Rica.
- Segmentar los públicos meta y diseñar un enfoque temático de comunicación para los principales segmentos.
- Diseñar una comunicación integral enfocada en la etapa pionera y la etapa competitiva de la comunicación.
- Hacer la revisión de las expectativas que se esperan de profesionales en promoción de la salud y las competencias que deberían tener.
- Revisar la malla curricular de la carrera de acuerdo a las expectativas de los públicos meta
- Hacer una estrategia de presentaciones de la Carrera de Promoción de la Salud como un efecto dinamizador de *merchandising* a públicos meta.

## Referencias

- Aldana de Becerra, G. y Ruiz, José R. (Enero-junio, 2010). Entrevista al Ph.D. Sergio Tobón Tobón. La formación por competencias y la calidad de la educación. *Revista Teoría y Praxis Investigativa* ISSN-e 1900-9380 Vol5, No1, 2010, págs. 13-18.
- Begoña Merino M. (2002) Salud y Equidad, Documentación Social, ISSN 0417-8106 No 127, 2002, Dialnet, Universidad de la Rioja, España
- Carazo Salas, J. (2012). *Requerimientos de la población costarricense sobre los profesionales en promoción de la salud. Palabras clave*, Escuela de Salud Pública, Facultad de Medicina, Universidad de Costa Rica
- Fallas Valencia, I (2012). *Requerimientos de la Población costarricense sobre los Profesionales en Promoción de la Salud Palabras Clave*, Escuela de Salud Pública, Facultad de Medicina, Universidad de Costa Rica
- Gamboa Castro, E (2012), *Requerimientos de la Población costarricense sobre los Profesionales en Promoción de la Salud Palabras Clave*, Escuela de Salud Pública, Facultad de Medicina, Universidad de Costa Rica
- Hernández-Sampieri, Fernández-Collado, Baptista-Lucio. (2006). *Metodología de la investigación* Cuarta Edición. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. México DF
- Misión, Visión, Escuela de Salud Pública 2015 Facultad de Medicina, Universidad de Costa Rica tomado de la Página Web