



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



TAREA 6.
BUSQUEDA DE ARTÍCULO SOBRE EL TEMA

Presenta:

Payró Jiménez Ariadna Jazmín

Licenciatura:

Mercadotecnia

Asignatura:

Promoción de ventas

Docente:

María del Carmen Navarrete Torres

Ciclo Febrero/2025- Agosto/2025



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



Evaluación de la promoción de campañas de salud preventiva en comunidades rurales

Autores: Investigadores de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

Publicado en: Revista Científica de Investigación y Desarrollo, 2018

Comentario personal

La verdad, el artículo me pareció bastante interesante porque habla de algo que muchas veces se nos pasa por alto: ¿de verdad funcionan las campañas de promoción? En este caso se enfocaron en campañas de salud en comunidades rurales, y lo que más me llamó la atención fue que no se quedaron solo con repartir información o hacer eventos, sino que se tomaron el tiempo para evaluar si la gente realmente entendió el mensaje y si cambió su forma de pensar o actuar.

Usaron encuestas para saber qué tanto sabían las personas antes y después de la campaña, y eso me parece súper útil porque muchas veces se lanzan campañas y ni siquiera se sabe si sirvieron o no. También se nota que la gente se sintió más informada después de la campaña, lo cual es una buena señal de que fue efectiva.

Algo que yo rescataría de este estudio es la idea de que no basta con hacer una campaña bonita o llamativa, sino que hay que medir su impacto real. Eso aplica no solo para salud, sino también para campañas de publicidad, marketing o cualquier otro tema. Si no se mide, no se puede mejorar.

Puedo concluir con que el artículo me dejó pensando que todas las campañas deberían tener una parte de evaluación, porque solo así se puede saber si se está haciendo bien el trabajo o no.