

Honduras

Iniciativa Total de Mercado

Segmentando el Mercado de Planificación Familiar para Atender Mejor las Necesidades de los y las Usuarios(as)



Abt Associates Inc.



25 de febrero 2010

Nadia Olson, JSI
Disha Ali, JSI
Dawn Crosby, Abt Associates
Erica James, Abt Associates
Karen Finnegan, Abt Associates

Financiado por:



Reproductive Health
Supplies Coalition

Abt Associates, Inc is a US-based consulting firm which applies scientific research, consulting and technical assistance expertise to a wide range of issues in social, economic, and health policy; international development; clinical trials and registries. Our staff of more than 1,250 employee-owners includes national and international experts who are recognized for their knowledge, innovative research techniques, and insightful analyses and recommendations.

In 2007, the American Marketing Association ranked Abt Associates 19th among the top 50 U.S. market research firms and 23rd among global research firms. Abt Associates conducts business around the world with seven offices in the U.S. and over 40 project sites in 37 countries.



Abt Associates Inc.

4550 Montgomery Avenue
Suite 800
Bethesda, MD 20886
Phone: 301-347-5000
Fax: 301-828-9570
Internet: www.abtassoc.com

John Snow, Inc. (JSI) is a U.S.-based health care consulting firm committed to improving the health of individuals and communities worldwide. Our multidisciplinary staff works in partnership with host-country experts, organizations, and governments to make quality, accessible health care a reality for children, women, and men around the world. JSI's headquarters are in Boston, Massachusetts, with U.S. offices in Washington, D.C.; Concord, New Hampshire; Denver, Colorado; and Atlanta, Georgia. We maintain offices in more than 40 countries throughout the developing world.



John Snow, Inc.
1616 North Fort Myer Drive, 11th Floor
Arlington, VA 22209 USA
Phone: 703-528-7474
Fax: 703-528-7480

Tabla de Contenidos

Tabla de Contenidos.....	i
Siglas.....	ii
Antecedentes.....	1
Objetivo.....	2
Metodología.....	3
Las Usuarias de Planificación Familiar.....	6
Los Segmentos Mujeres.....	7
Los Segmentos Hombres.....	20
Conclusiones.....	25

Siglas

CIDAIA	Comité de Disponibilidad Asegurada de Insumos Anticonceptivos de Honduras
DAIA	Disponibilidad Asegurada de Insumos Anticonceptivos
DIU	Dispositivo Intrauterino
ITM	Iniciativa Total de Mercado
ITS	infecciones de transmisión sexual
PF	planificación familiar
TPA	tasa de prevalencia anticonceptivo

Antecedentes

La noción de la Iniciativa del Mercado Total (ITM) fue conceptualizada para ayudar a transformar los analices de estudios de segmentación de mercado de la teoría a acciones concretas. La ITM piensa utilizar los analices anteriores y presentes para ayudar un grupo amplio de actores, de ambos sectores públicos como privados, a planificar e implementar una provisión de servicios y productos de planificación familiar más coordinada.

En Honduras la tasa de prevalencia de uso de anticonceptivos (TPA) es 56 por ciento, y aunque esta tasa ha subido en los últimos cinco años de 51 por ciento, la necesidad insatisfecha para la planificación familiar también ha incrementado de 11 por ciento a 17 por ciento. Un reciente análisis de segmentación de mercado demuestra que la proporción de clientes que obtienen sus anticonceptivos del sector público ha incrementado en los últimos cinco años de 41 por ciento a 44 por ciento. Dado al incremento en la necesidad insatisfecha, este dato puede indicar que la oferta en el sector público no necesariamente esta llegando a las personas con mayores necesidades. El Comité de la Disponibilidad Asegurada de Insumos Anticonceptivos (CIDAIA) multi-sectorial ha demostrado un gran compromiso en mejorar la disponibilidad e acceso a anticonceptivos a través del desarrollo de una estrategia de la DAIA, incluyendo una actividad de segmentación de mercado.

El siguiente análisis cuantitativo puede ayudar a los proveedores de servicios y productos de P.F. en Honduras a identificar segmentos de la población y moldear sus intervenciones y mensajes teniendo en cuenta las necesidades específicas de cada segmento y las ventajas comparativas de cada institución involucrada en el mercado. Este análisis también puede ayudar al sector público, privado y a las ONGs a expandir el acceso a los grupos que han tenido menos acceso a los productos y servicios de planificación familiar. Los próximos pasos incluyen un análisis cualitativo para describir con más detalle algunos segmentos de la población y una serie de reuniones con los miembros de la CIDAIA para ayudar a traducir este análisis en una estrategia de segmentación de mercado en Honduras.

Objetivo

Mediante el análisis cuantitativo y cualitativo proveer información que permita a los diferentes socios en el país a:

- Identificar diferentes segmentos de la población y sus necesidades de planificación familiar.
- Identificar las diferentes fuentes de provisión de métodos de planificación familiar en el país y cómo cada una de ellas pueden servir de manera más eficiente a diferentes segmentos de la población.
- Desarrollar una estrategia de segmentación de mercado, vinculada con las fuentes de suministro y la demanda de los consumidores, de manera que a medida que se reduce el subsidio de los donantes, se construyan fuentes de suministro comercial más sostenibles para el futuro, y que, a la vez, se mantengan la equidad de acceso a métodos anticonceptivos para las poblaciones más vulnerables.

La información presentada en este informe es parte del proceso de desarrollar un plan estratégico de la provisión de los métodos de planificación familiar.

Metodología

El análisis cuantitativo

El análisis cuantitativo proporciona un análisis descriptivo (univariado y bivariado) de los datos secundarios recopilados por la ENDESA (Honduras 2005-6 DHS). Este análisis provee a los socios información adicional a la existente en los reportes de la ENDESA/DHS y el Informe de Segmentación de Mercado de 2008. El análisis incluye una descripción de los segmentos de población de mujeres en unión que no son usuarios de la planificación familiar, pero con un interés futuro de usar un método de anticoncepción.

Esta información sirve como base para una pequeña evaluación cualitativa a través de grupos focales. La evaluación cualitativa es diseñada en base a los segmentos identificados por el análisis cuantitativo.

Los pasos en el proceso de análisis cuantitativo incluyeron:

- Identificar y adquirir los datos con información pertinente (los últimos datos de ENDESA/DHS).
- Identificar los indicadores que son importantes para describir los subsegmentos de la población y que no están disponibles en los reportes de la ENDESA/DHS y el Informe de Segmentación de Mercado.
- Hacer tablas y gráficos según los indicadores propuestos.
- Elaborar los perfiles preliminares de los segmentos de la población.

Después de realizar el análisis descriptivo, el equipo ITM podía trabajar junto con los socios en el país para determinar si según los resultados del análisis descriptivo existen grupos de usuarios o no-usuarios que deben ser investigados con más profundidad utilizando un análisis estadístico como: prueba de chi-cuadrado, análisis de regresión múltiple, análisis de agrupación, etc. Si fuese necesario un análisis más profundo, el equipo ITM podrá facilitar el proceso en proveer los datos codificados de la ENDESA y los resultados del análisis descriptivo.

El análisis cualitativo

La investigación cualitativa utilizó la técnica de grupos focales para recopilar información, experiencias, características y percepciones de las mujeres y los hombres, que fueron identificados a través del análisis secundario de los datos de la ENDESA-2005-06. Se realizaron 15 grupos focales y en cada grupo, participaron entre 8 y 12 personas.

Los grupos fueron facilitados por una consultora identificada por Abt Associates, Inc. y otra persona de apoyo que observó y tomó apuntes del dialogo y las respuestas de los participantes. Las conversaciones fueron grabadas para facilitar luego, la transcripción de la información por otra consultora identificada por Abt Associates, Inc.

En el análisis secundario de los datos de la ENDESA Femenina 2005-2006, mostró que la mayor necesidad insatisfecha femenina de planificación familiar se encuentra principalmente en las mujeres que viven en los departamentos de Intibucá, La Paz, Lempira, Olancho, Colón, Valle y Yoro.

Cuadro 1. La distribución geográfica de los grupos focales

Segmento	Área	Departamento	Ciudad/Pueblo
1	Urbana	Cortés	Choloma
1	Rural	Yoro	Morazán
1	Rural	Intibuca	San Juan
2	Urbana	Cortés	Puerto Cortés
2	Rural	Cortés	San Antonio
2	Rural	Yoro	Victoria
3	Urbana	Francisco Morazán	Tegucigalpa
3	Rural	Intibuca	San Juan
3	Rural	Intibuca	Yamaranguila
4	Urbana	Cortés	San Pedro Sula
4	Rural	La Paz	Tutule
4	Rural	Olancho	Punuare
5	Urbana	Francisco Morazán	Tegucigalpa
5	Rural	Olancho	Punuare
5	Rural	Francisco Morazán	San Juancito

Sobre esta base, se discutió con los socios en Honduras las áreas donde se podría efectuar el estudio cualitativo. Una vez determinadas las poblaciones, se solicitó a Ashonplafa, uno de los socios, el apoyo para el reclutamiento de los y las participantes a través de la Red de Voluntarios del Programa de Distribución Comunitaria de Anticonceptivos que tiene instalados 1540 puestos de distribución de métodos anticonceptivos en las áreas peri urbanas y rurales del país y que son atendidos en su mayoría por mujeres líderes de cada zona y supervisadas por promotores pagados de Ashonplafa.

Los promotores recibieron instrucciones para el reclutamiento de hombres y mujeres, segmentados por grupos de edad y el uso o no métodos anticonceptivos y condones. Cada promotor a su vez, se contactó con las Responsables Comunitarias de cada área donde se determinó realizar los grupos, para enviarles las hojas de reclutamiento, horarios y lugares para la realización del grupo.

Las Responsables Comunitarias se contactaron con sus vecinas, conocidas y amigas para invitarlas a participar en los grupos. Este reclutamiento en la mayoría de los lugares les tomó de 1 a 2 días, y en algunos del área rural, tomó de 1 a 3 días, pues la convocatoria para las mujeres que viven en comunidades más alejadas, tomó más tiempo. En 2 comunidades elegidas, Ashonplafa no tenía puestos de distribución y los promotores se contactaron con una dirigente de la cooperativa de agua en un caso y ella hizo el reclutamiento y en otro caso a través de una ex distribuidora comunitaria que además tiene en la comunidad una tienda de comestibles y un pequeño restaurante frente al parque central de la comunidad.

Cuando esta coordinación estuvo finalizada, el equipo de Abt Associates, Inc. en Honduras, hizo la tarea de seguimiento para asegurar que la fecha, hora, lugar y perfil de los participantes fuera de acuerdo a lo programado.

Existen dudas que los reclutadores hayan aplicado como metodológicamente se había planeado el uso del cuestionario de reclutamiento y hayan hecho las preguntas para descartar la participación o no de las personas que ellos asumieron que cumplían con el perfil para cada grupo. Esto fue un poco difícil de cumplir en el área rural a través de personas que no están familiarizadas con procesos de investigación y que no que no conocen el valor de cumplir fielmente con los perfiles definidos.

Generalmente los invitados a participar en el grupo, fueron puntuales y llegaron casi siempre más de 10. En muy pocos casos, se tuvo impedir la entrada de personas que llegaron tarde y esto se hizo, cuando el grupo estaba completo.

En algunos lugares y cuando las edades de las participantes era evidente que no eran las solicitadas para ese grupo, se solicitó el abandono del recinto antes de iniciar el grupo, explicándoles las razones por las que no podían participar.

Las Usuarías de Panificación Familiar

La ENDESA-2005 revela que 43,2% de las mujeres de edad 15-49 usan actualmente algún método de planificación familiar, incluyendo los métodos modernos, tradicionales, y folklóricos. Un 99% de las mujeres de edad reproductiva conocen, por lo menos, un método.

Del porcentaje de las mujeres que actualmente utilizan la anticoncepción, un 37,7% son usuarias de un método moderno, como ser: esterilización femenina (15%), inyección (8,6%), píldora (7,1%), DIU (4,4%), condones (2,3%), vasectomía (0,1%) y MELA (0,1%); mientras que el 5,5% practican los métodos tradicionales, siendo el más común el retiro (3,6%).

Cuadro 1. Distribución de las usuarias actuales del método moderno por quintil de riqueza y fuente.

	Quintil de riqueza					Total
	<i>Inferior</i>	<i>Segundo</i>	<i>Intermedio</i>	<i>Cuatro</i>	<i>Superior</i>	
Clínica gubernamental	8.7	10.5	12.2	10.9	6.7	49
ONG	0.05	0.1	0.01	0.1	0.1	0.36
Clínica privada	2.5	5	6.9	8.9	11.5	34.8
Farmacia privada	0.4	0.9	2.1	4.4	5.2	13
Tienda/pulpería/amigo	0.2	0.2	0.4	0.6	0.4	1.8
Otra fuente	0.2	0.1	0.2	0.4	0.4	1.3
No sabe			0.01		0.03	0.04

Como se ilustra en el Cuadro 1, el 49% de las usuarias actuales que utilizan los métodos modernos los obtienen del sector público por medio de las clínicas gubernamentales. Asimismo, el 60.8% de las mujeres que van al sector público son de las tres quintiles de riqueza más altos.

Cuadro 2. Fuente del método moderno de las usuarias actuales para los quintiles extremos (inferior y superior).

	Oral		DIU		Inyección		Condón		Esterilización femenina	
	<i>Inferior</i>	<i>Superior</i>	<i>Inferior</i>	<i>Superior</i>	<i>Inferior</i>	<i>Superior</i>	<i>Inferior</i>	<i>Superior</i>	<i>Inferior</i>	<i>Superior</i>
Clínica gubernamental	6.6	1.7	5.9	12.5	19.3	3.3	4	3.8	2	9.8
ONG	0.03	0.08		0.1	0.1			0.4	0.1	
Clínica privada	2.4	5.8	1.4	21.9	1.2	3.7		2	4	16.7
Farmacia privada	1.2	11.2			0.6	6.3	1	26.9		
Tienda, pulpería, amigo	0.7	1.3			0.1	0.3	0.7	2.6		

Mujeres

Segmento No. 1 Jóvenes en unión libre “Quiero tener más hijos, pero no ahora mismo”

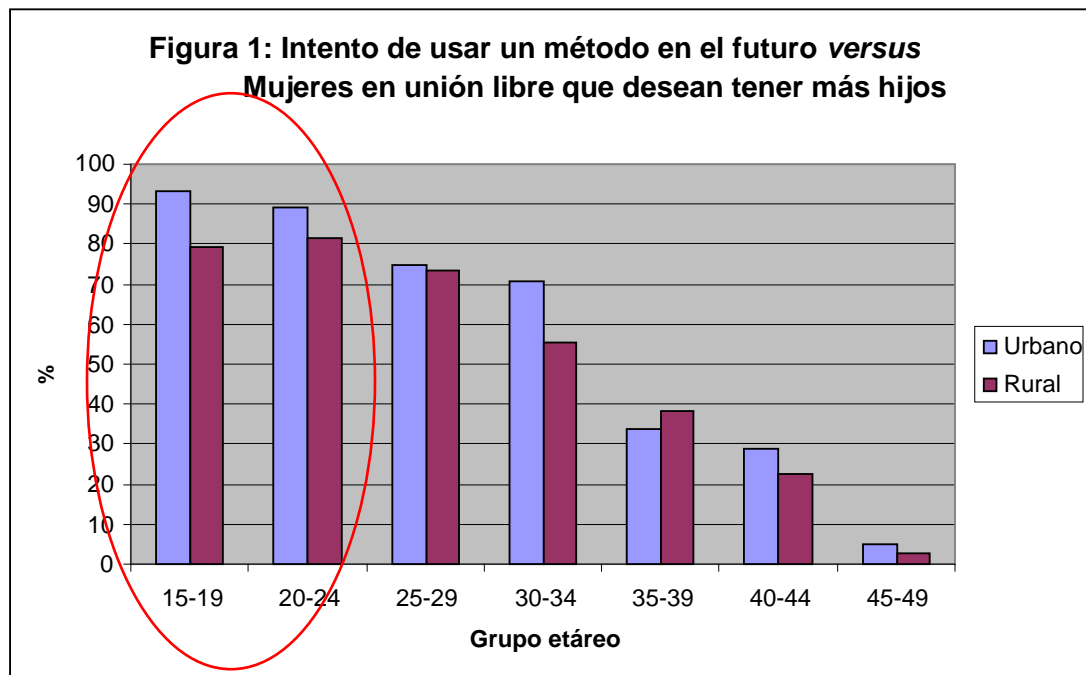
Estas jóvenes están actualmente en unión libre y expresan un interés en utilizar anticonceptivos en el futuro.

Información demográfica

- Edad: 15-24 años
- Estado civil: todas en unión

Estadística de la fertilidad

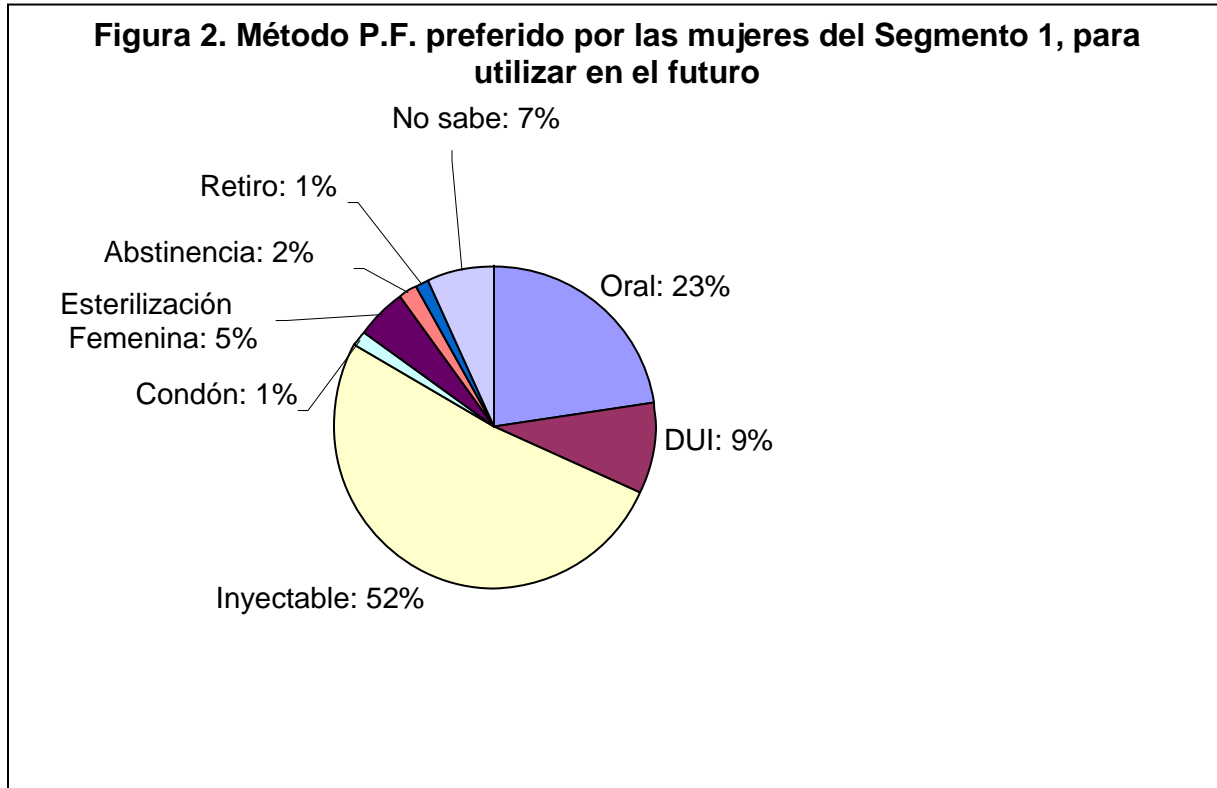
- Las mujeres en este segmento tienen, por medio término, 2.1 hijos.
- Las mujeres quieren, por medio término, 2.8 hijos.
- Un 98% del segmento quiere más hijos.
- La promedio edad al primer parto es de, 17.1 años



Estadística de la anticoncepción

- El 53.2% de las mujeres habían utilizado un método moderno en el pasado.
- Casi 94 por ciento de todas las jóvenes entre 15 y 19 años, que no usan un método moderno, expresaron su intención de utilizar anticonceptivos en el futuro.
- El método preferido de este grupo es el anticonceptivo inyectable.

- La mitad de las jóvenes dispuestas a utilizar un método P.F. entre los 15 y 24 años prefieren el inyectable y casi 25 por ciento, prefieren el oral (ver figura 2).
- Cuando las mujeres jóvenes deciden buscar un método de P.F., muchas veces prefieren el sector público como fuente de planificación familiar.
- Este grupo tiene necesidad de utilizar un método de P.F. para sus embarazos.



En sus propias palabras...

¿Dónde prefieren ir para obtener servicios médicos?

En general, las mujeres en este segmento prefieren ir a los centros de salud para información y servicios médicos. Las participantes en este segmento notaron que el bajo precio de los servicios y las medicinas de los centros de salud contribuyen a la decisión de utilizar esas clínicas en vez de las del sector privado. No obstante y aunque prefieren los centros de salud, muchas de ellas notaron que normalmente no hay medicinas disponibles en las farmacias dentro de los centros de salud, así que tienen que pasar por las farmacias o pulperías independientes para comparar lo que les recetan en el centro de salud. Es evidente que en este segmento haya una preferencia por el sector público en vez del sector privado y las ONGs.

¿Qué piensan sobre la planificación familiar?

El conocimiento sobre P.F. para las mujeres de este segmento es bajo. Entre los métodos de P.F. más conocidos son la inyección y los orales, aunque no saben cómo funcionan o como utilizarlos. Cuando se les ha preguntado si se sienten informados sobre lo que es planificación familiar, las participantes mencionaron que en general la información acerca de P.F. no está disponible; Además, muchas mujeres notaron que no recibían información sobre los productos y servicios de P.F. cuando iban al medico para visitas rutinarias.

¿Cómo reciben o contactan la información sobre P.F.?

Las mujeres en este segmento hacían referencia a algunas fuentes desde que han recibido información sobre P.F., como ser: los centros de salud, las pulperías, los puestos de planificación familiar, y sobre todo sus madres, amigas y otras mujeres que han compartido sus experiencias de P.F. con ellas.

Cuando se les solicitó describir los mensajes de P.F. que han visto, las mujeres mencionaron que los mensajes que tienen más visibilidad en los medios de comunicación y en los lugares públicos hablan de la variedad de métodos de P.F., y también que la mejor edad para estar embarazada es entre 20 y 30 años.

Cuando se les preguntó si ellas tienen confianza en esta información, la respuesta de las mujeres en este segmento se refirió a que distinguen entre la información que ven en folletos y carteles, la información que reciben en las charlas que brindan los centros de salud y también lo que les cuentan otras mujeres. Asimismo, la información compartida entre amigas, compañeras y familiares es muy estimada, y es la que al final ellas consideran cuando toman decisiones acerca de su salud.

Cuando se presenta la oportunidad para dar surgencias para mejorar el conocimiento de P.F. en sus comunidades, la primera recomendación de estas mujeres fue el aumento de charlas en los centros de salud. Las mujeres en este segmento quieren escuchar a las mujeres en sus comunidades que han utilizado P.F. en el pasado, para saber más de sus experiencias, preferencias y encuentros con efectos secundarios. Además, las participantes mencionaron que debe existir más presencia de P.F. en la radio para que esta información llegue a un público más grande.

A través de estos pasos, las mujeres en este grupo quisieran saber más de las ventajas y las desventajas de cada método, como también del uso, su aplicación y las cosas que deben tomar en cuenta cuando una mujer está utilizando un método anticonceptivo.

¿Cuáles son sus planes en el futuro?

En general, las mujeres en este segmento estaban abiertas a la idea de utilizar un método de P.F. en el futuro y se refirieron a la inyección como su método preferido. Cuando se les preguntó quién de la pareja debe elegir el método de P.F., la mayoría de las mujeres en este segmento dijeron que la mujer es la que debe elegir el método, porque es el cuerpo de la mujer que está afectada por el método y también el embarazo. Las razones para no utilizar un método de P.F. se debían a experiencias negativas, rumores acerca de los efectos secundarios, y la pereza.

Segmento No. 2 Jóvenes en unión: “Creo que he completado mi familia”

Este grupo representa a las mujeres jóvenes que tienen una necesidad para la planificación familiar que no está siendo atendida por ningún sector. Estas mujeres dicen claramente que no quieren más hijos, pero no han empezado a utilizar un método anticonceptivo.

Información demográfica

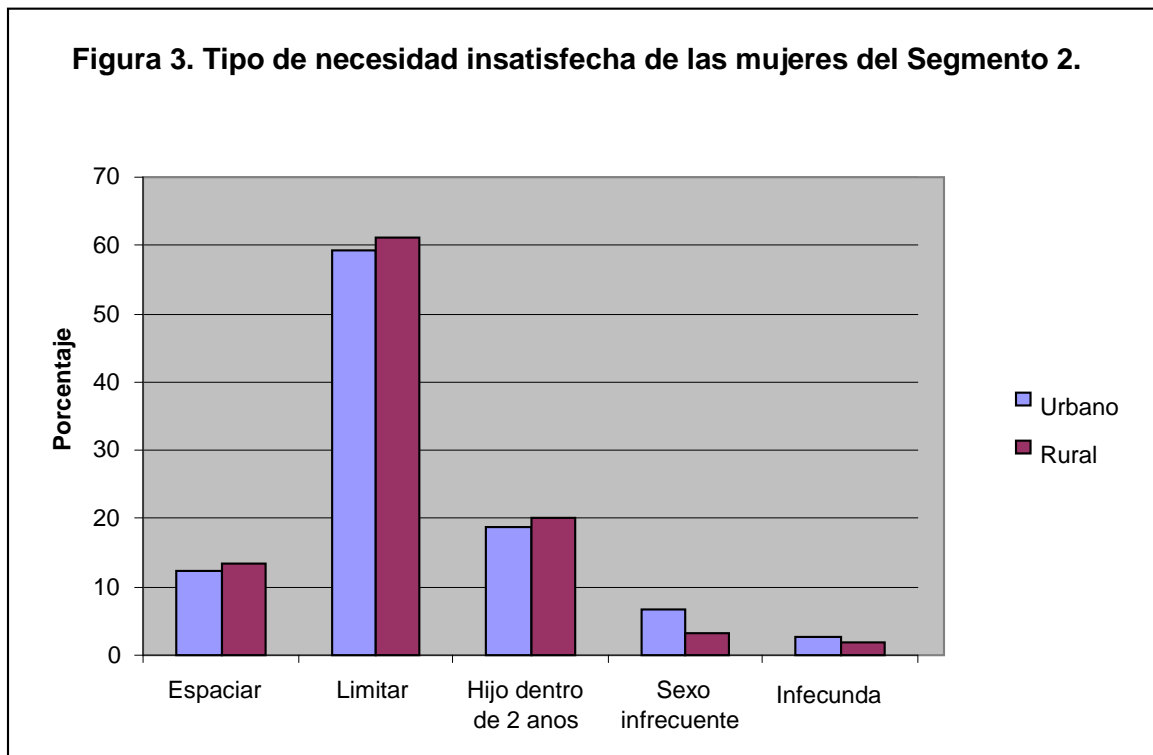
- Edad: 15-29 años
- Estado civil: todas en unión

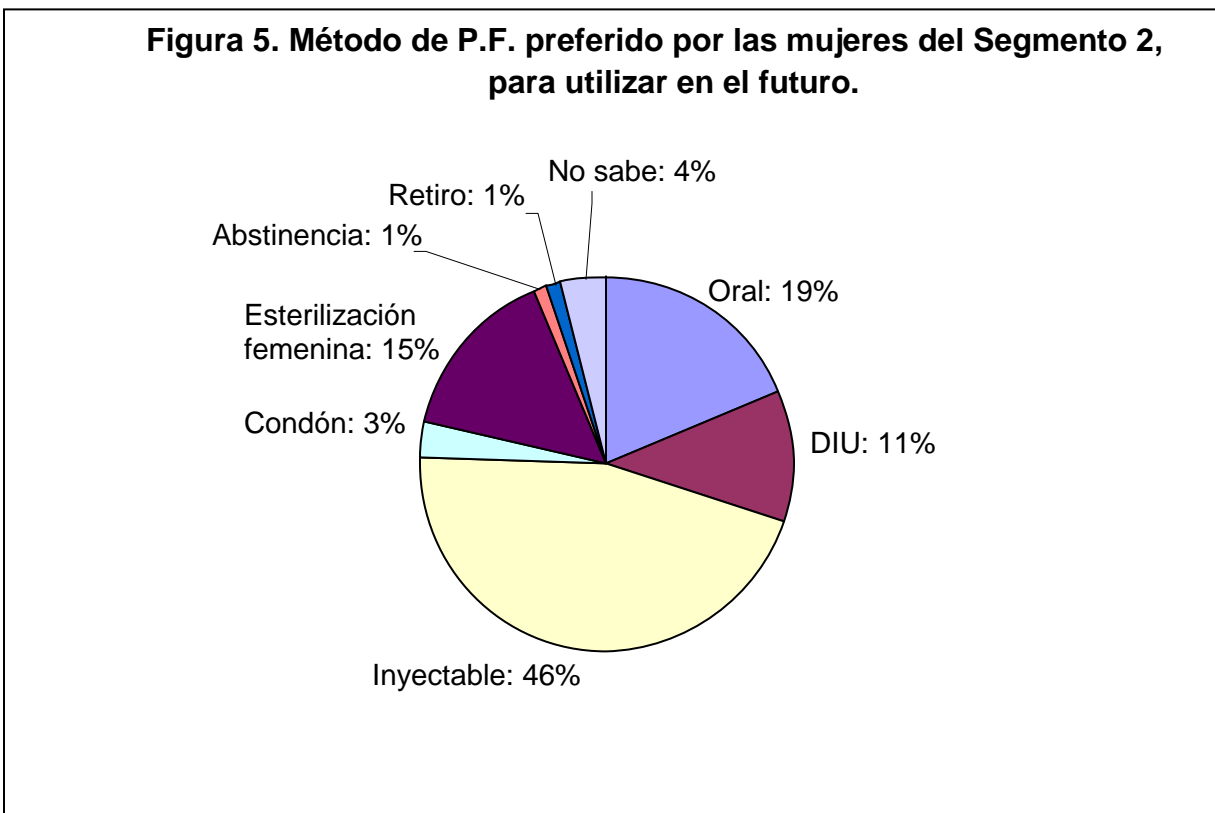
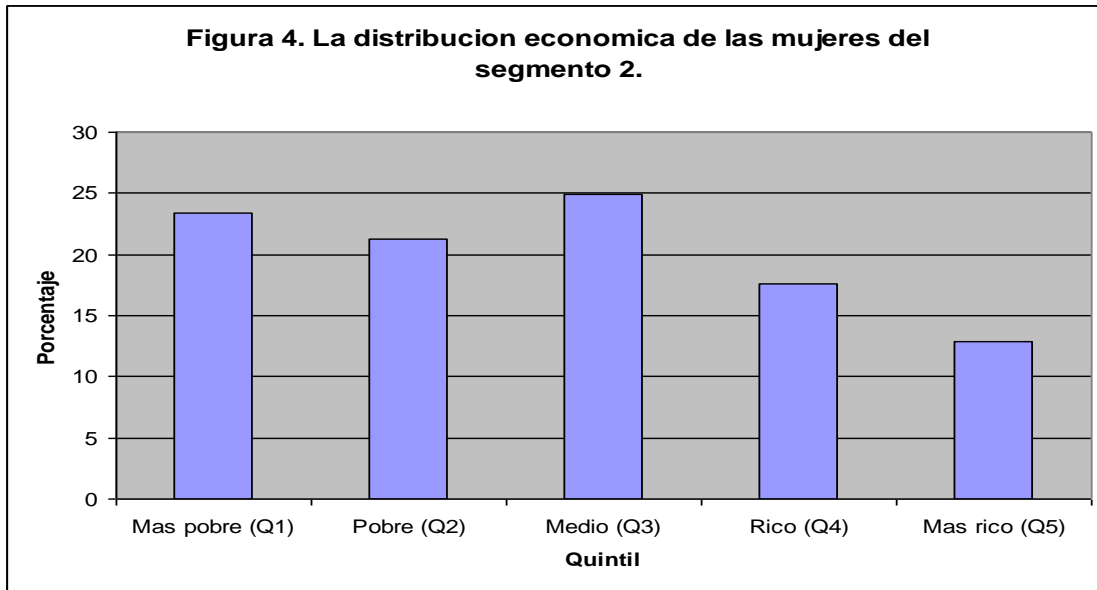
Estadística de la fertilidad

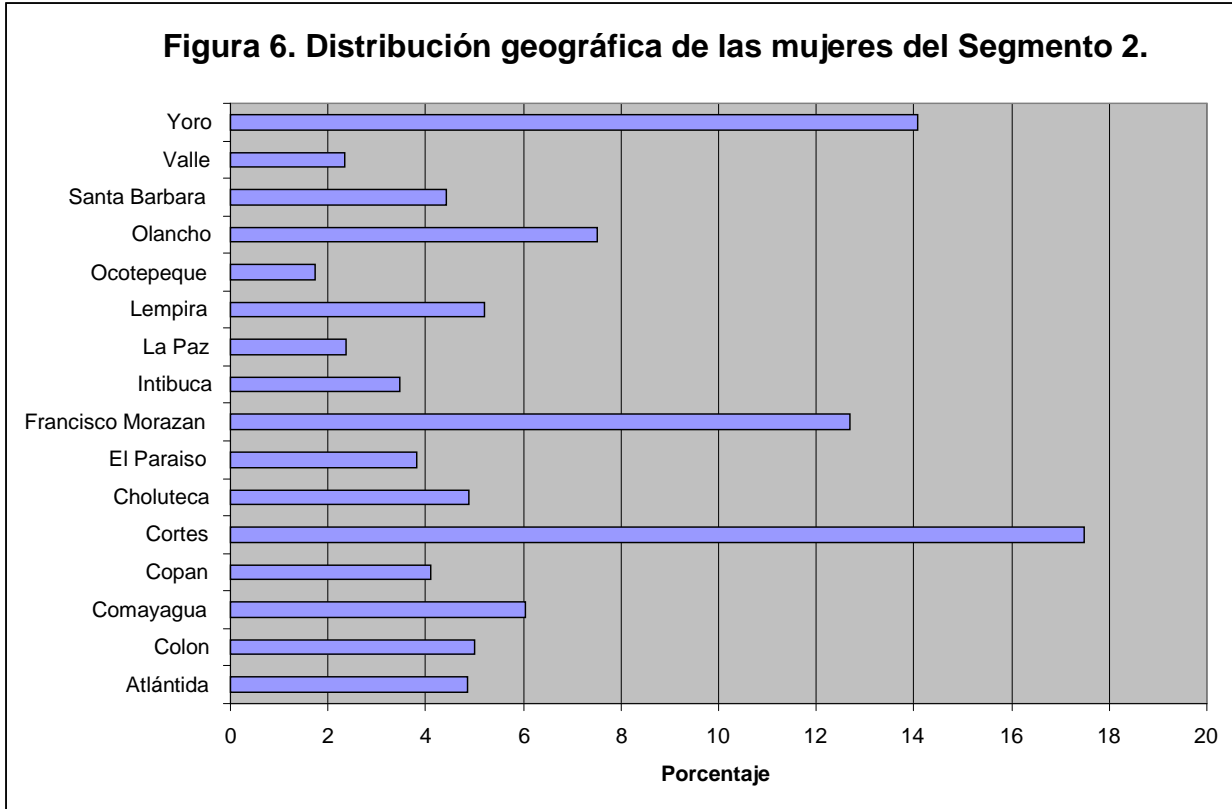
- El número promedio de hijos es de 2.8
- La mayoría de las mujeres de este segmento no quieren más hijos y tienen una necesidad insatisfecha para limitar los hijos (Figura 3).

Estadística de la anticoncepción

- El 67.19% del segmento había usado algún método de anticoncepción anteriormente.
- Estas jóvenes mujeres les gustaría usar anticonceptivos, especialmente el inyectable o la píldora, para limitar a sus hijos.
- Sus preferencias para el futuro se enfocan en los métodos de corto y largo plazo, no los métodos permanentes, aunque insisten que no quieren más hijos (ver Figura 5).







En sus propias palabras...

¿Donde prefieren ir para obtener los servicios médicos?

La mayoría de estas mujeres van a los centros de salud y otras clínicas públicas para atención médica, aunque había algunas que prefieren el sector privado para una atención más rápida y eficiente. Asimismo, la mayoría de las mujeres en este segmento prefieren ir a las farmacias dentro de los centros de salud y sólo van a las farmacias independientes si las medicinas no están disponibles en los centros de salud.

¿Qué piensan sobre la planificación familiar?

El conocimiento sobre P.F. para las mujeres en este segmento es bajo. Muchas mujeres confesaron que nunca habían visto un mensaje de P.F. en los medios de comunicación y como resultado de la falta de información, muchas de ellas han desarrollado un miedo de “lo desconocido”. Cuando se les solicitó dar ejemplos de métodos modernos de P.F., los métodos más mencionados en este grupo fueron el DIU, la inyección, la píldora y el condón. Sin embargo, aunque podían identificar estos métodos la mayoría no saben bien como funcionan o como utilizarlos.

¿Cómo reciben o contactan la información sobre P.F.?

Las fuentes de información sobre P.F. para estas mujeres son los centros de salud, los puestos de planificación familiar como Ashonplafa y sobre todo sus amigas, compañeras, y madres que han utilizado algún método de P.F. Además, las mujeres en este segmento dijeron que han

visto mensajes de P.F. a través de los medios de comunicación como la televisión, la radio y también en los colegios.

Cuando se les pidió describir estos mensajes, las participantes mencionaron que son mensajes que explica la planificación familiar en general, como ser, los anticonceptivos orales (píldora), los tipos y el uso de condones-

Cuando se les preguntó si ellas tenían confianza en esta información, las mujeres en este segmento distinguieron entre la información de P.F. que reciben a través de los medios de comunicación y la información destacada en sitios como los centros de salud y Ashonplafa. La opinión de la mayoría es que la información de P.F. en los medios de comunicación es una forma de propaganda hecho por las compañías farmacéuticas y que esta información es en beneficio propio. Sin embargo, estas mujeres dicen que tienen confianza en la información que ven en lugares como los centro de salud y Ashonplafa. Cabe destacar, que algo muy mencionado en este segmento como fuentes de información, fue el énfasis a “testimoniales reales”.

Cuando se presenta la oportunidad para dar surgencias y recomendaciones para mejorar la transmisión de información de P.F. a sus compañeras en sus comunidades, las mujeres en este segmento se enfocaron en el papel del centro de salud como un vehiculo principal en este movimiento de sensibilización. Asimismo, muchas recomendaron que los centros de salud deberían tener charlas frecuentes enfocadas en el tema de P.F. Además, muchas mujeres sugirieron que los centros de salud deberían tener un departamento que sea específicamente dedicado a la planificación familiar, que incluya personal específico para este departamento y que podría ser el lugar donde se lleven a cabo las charlas.

A través de estos cambios, a estas mujeres les gustaría recibir más información acerca de la prevención de embarazos, las ventajas y las desventajas de cada método, la eficacia, la variedad de métodos y aclaración de rumores sobre la esterilización como un efecto secundario de métodos modernos de P.F.

¿Cuál son sus planes en el futuro?

Con respeto al uso de P.F. en el futuro, las mujeres en este segmento son anuentes a utilizar en el futuro los métodos como la inyección, los orales y el DIU. Cuando se les preguntó sobre quien en la pareja debe elegir el método de anticoncepción, la mayoría de estas mujeres dijeron que la decisión es algo mutuo entre ambos. Sobre las razones mencionadas para no utilizar un método de P.F., las más predominantes eran que tenían miedo de los efectos secundarios.

Segmento No. 3

Mujeres de 30 años en unión: “¡Basta ya! Estoy segura que he completado mi familia!”

Este grupo se define por mujeres de 30 y 39 años de edad que probablemente ya tuvieron todos los hijos que querían tener.

Información demográfica

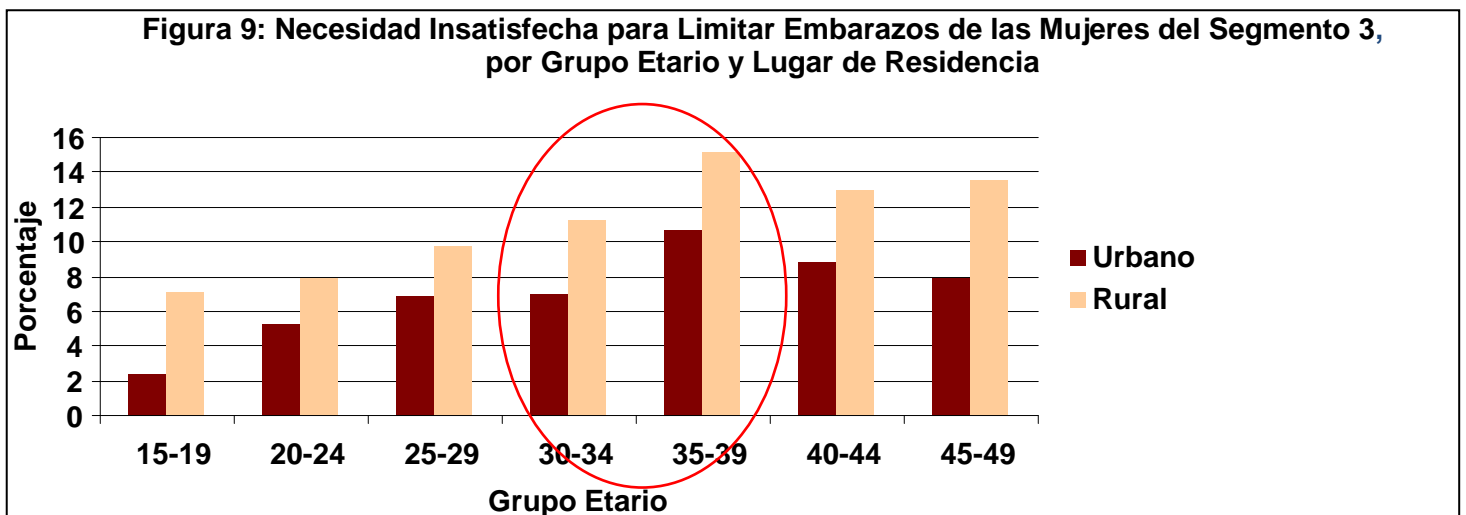
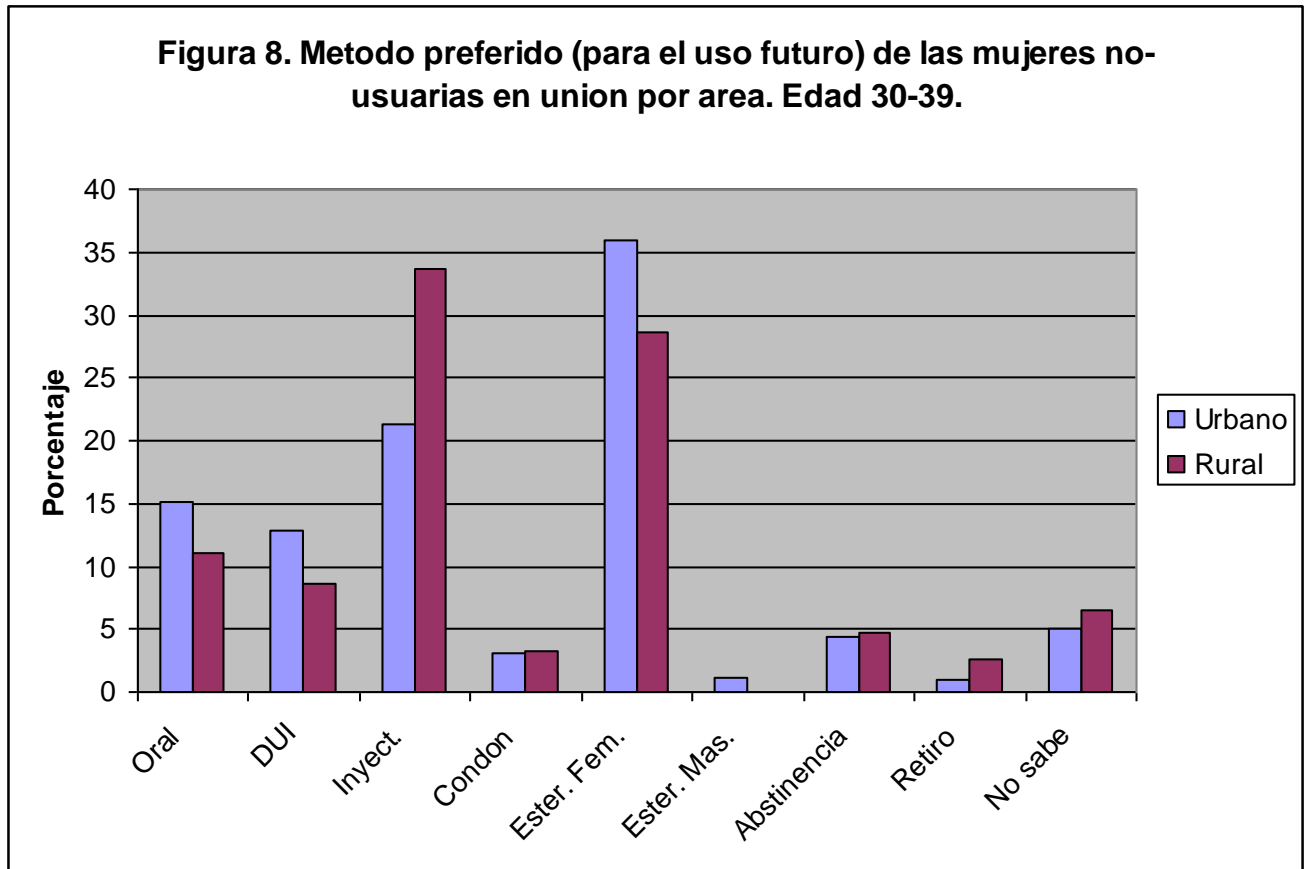
- Edad: 30-39 años
- Estado civil: todas en unión

Estadísticas de la fertilidad

- El número promedio de hijos de las mujeres de este grupo es de 4.1 hijos.
- El 20.4% de las mujeres de este segmento están embarazadas actualmente.
- El 37% de las mujeres dice que quiere más hijos; el 55.9% no quiere más hijos y el 2.8% no sabe si quiere más hijos.

Estadísticas de la anticoncepción

- El 61.9% de las mujeres había usado algún método P.F. moderno anteriormente.
- En general, las mujeres usuarias de similares características demográficas prefieren la esterilización femenina o el inyectable como método de P.F. No obstante, más de la mitad de todas las mujeres casadas entre 30 y 39 años de edades (urbanas y rurales) que son usuarias de planificación familiar, ya optaron por la esterilización como su método anticonceptivo.
- Más del 35% de las mujeres entre 30 y 39 años de edad, que viven en área urbana, prefieren la esterilización femenina como su futuro método anticonceptivo (Figura 8).
- Aunque las mujeres rurales tienen interés en la esterilización femenina, más del 34% indican que piensan en usar el inyectable en el futuro.



En sus propias palabras...

¿Dónde prefieren ir para obtener los servicios médicos?

Cuando se preguntó sobre las preferencias acerca de servicios médicos en general, las mujeres en este segmento dijeron que tienen la tendencia a buscar información y servicios médicos, primero en los centros de salud y después en los hospitales si la situación fuera grave. Además, las mujeres en este segmento mencionaron que preferían adquirir sus medicinas en las farmacias de los centros de salud porque sus productos llevan un descuento o son gratis para los clientes de los centros de salud. Esta obvia preferencia por estas ubicaciones, demuestra la inclinación de este segmento por los servicios del sector público en vez del sector privado y las de ONG's.

¿Que piensan sobre la planificación familiar?

El conocimiento sobre P.F. para las mujeres en este segmento es insuficiente y se podría mejorar bastante. Cuando se les preguntó sobre sus conocimientos de los métodos de P.F., las mujeres en este segmento lograron identificar métodos como la inyección, DIU, las píldoras, el condón, y la esterilización femenina. Sin embargo, es obvio que aunque pueden identificar los métodos por nombre, el conocimiento del uso y los efectos secundarios es bajo. Muchas mujeres en este segmento dijeron que dejaron de utilizar su método de P.F. porque sufrían de efectos secundarios que no estaban anticipados.

¿Cómo reciben o contactan la información sobre P.F.?

Las mujeres en este segmento hacen referencia a algunas fuentes en particular donde reciben información acerca de la planificación familiar, como ser, los centros de salud, los puestos de planificación familiar como Ashonplafa y los medios de comunicación como la televisión y la radio, que son las fuentes mas mencionadas.

Cuando se les solicitó describir los mensajes de P.F. que normalmente salen por los medios de comunicación, las participantes mencionaron que los principales mensajes son aquellos sobre la prevención de las ITS (infecciones de transmisión sexual) y los tipos de métodos de P.F. que son los que reciben más visibilidad. En cuanto a su confianza en esta información, generalmente estas mujeres tienen confianza en la información que reciben desde los lugares donde buscan servicios médicos y de planificación familiar, como ser, los centros de salud, los puestos de P.F. y Ashonplafa.

Cuando se presentó la oportunidad para dar surgencias para mejorar el conocimiento sobre P.F. en sus comunidades, las mujeres en este segmento dieron muchas recomendaciones que ellas consideraron serían más aceptadas por otras mujeres, como ser, el aumento de anuncios de radio y el desarrollo de un programa radial dedicado a presentar información sobre P.F., que podrían ser facilitados por los medios de comunicación. A nivel local, muchas mujeres notaron que la implementación de charlas en los centros de salud tanto en los colegios (para los estudiantes y también sus madres) es beneficiosa para responder a las preguntas específicas de cada individuo y también para repartir folletos informativos. Las participantes mencionaron que a través de estos mecanismos, les gustaría recibir una mejor calidad de información que muestre las ventajas y desventajas de cada método, el uso y su aplicación, el tiempo que se puede usar, y la edad sugerida que una mujer puede usar un método de P.F.

¿Cual son sus planes en el futuro?

En cuanto el uso de P.F. en el futuro, las mujeres en este grupo en general fueron receptivas a la idea de usar un método anticonceptivo en el futuro, para evitar un embarazo y manifestaron que sus métodos de P.F. preferidos a utilizar serían la inyección y la esterilización femenina. Dentro de este segmento, tres de dos perspectivas acerca de quien en la pareja debe elegir el método de anticoncepción, manifestaron que la decisión debe ser mutua entre la mujer y el hombre, este es el caso de las mujeres de zonas rurales como San Miguelito y Yamaranguila. Sin embargo, sus compañeras de Tegucigalpa piensan que es la mujer quien debe elegir el método de P.F. que usa la pareja. Las principales razones para no usar un método de P.F. que las mujeres de este segmento manifestaron fueron el miedo de los efectos secundarios y la decisión de tener más hijos en el futuro.

Segmento No. 4 Menopáusica y un poco cansada: “No quiero la molestia”

Este grupo está conformado por no usuarias que tienen entre 40 y 49 años de edad y viven tanto en zonas urbanas como rurales.

Información demográfica

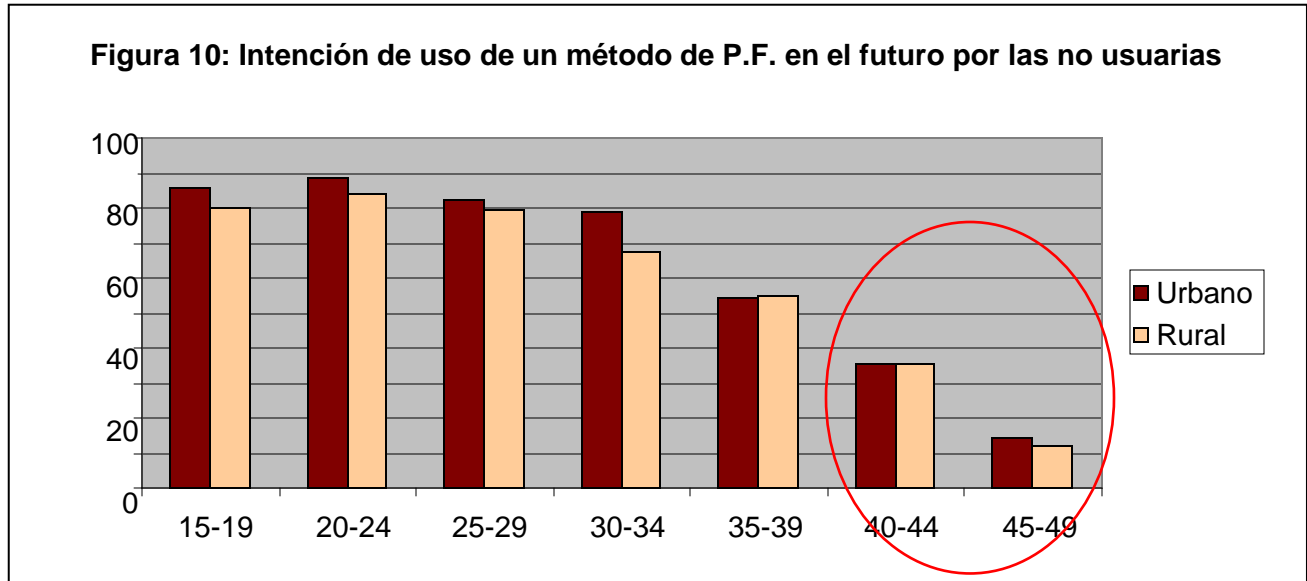
- Edad: 40-49 años
- Estado civil: todas en unión

Estadística de la fertilidad

- El número promedio de hijos de las mujeres en este segmento es de 5.6 hijos.
- El 62.4% de las mujeres de este segmento que estuvieron por última vez embarazadas no querían más hijos.
- El 19.3% de las mujeres de este grupo se identifican como infecundas.

Estadísticas de la anticoncepción

- Más del 20 por ciento de las no usuarias en este grupo indican no tener sexo frecuentemente y es su razón principal para no usar un método anticonceptivo.
- El 45% de las mujeres de este grupo nunca había utilizado el método moderno.
- La intención de uso en el futuro de un método de P.F. está mucho más bajo que los otros grupos (ver figura 10).



En sus propias palabras...

¿Donde prefieren ir para obtener los servicios médicos?

Cuando les fue solicitado describir sus actitudes y pensamientos acerca de los servicios de salud, las mujeres en este segmento expresaron más que sus compañeras en otros segmentos, una preferencia de automedicación. Estas mujeres prefieren visitar una pulpería para obtener un ibuprofeno o un antibiótico antes de visitar una clínica. Sin embargo, muchas de ellas confesaron que si la situación fuera algo grave, irían a los centros de salud o a los hospitales públicos en lugar de hospitales privados.

¿Que piensan sobre la planificación familiar?

El conocimiento sobre P.F. en este segmento es insuficiente. Cuando les fue solicitado que dieran ejemplos de métodos modernos de P.F., estas mujeres identificaron algunos métodos como ser, la esterilización femenina que fue la más mencionada en comparación con otros segmentos. Sin embargo, las respuestas evidenciaron que el conocimiento sobre el uso y aplicación de los métodos de P.F. es bajo.

Asimismo y como sus compañeras del Segmento 3, es obvio que muchas mujeres en este segmento no hayan tenido orientación acerca de los posibles efectos secundarios que a veces acompañan varios métodos de P.F., ya que algunas mujeres mencionaron que utilizaban los anticonceptivos orales o la inyección por periodos cortos y los dejaron al poco tiempo por razones de efectos secundarios. También, es obvio que no exista bastante información acerca de la esterilización femenina, debido a que hay una gran presencia de rumores acerca de este método que ha contribuido a crear un miedo hacia el mismo. Además, muchas mujeres han descartado la esterilización femenina como un método de largo plazo gracias a estos rumores.

¿Cómo reciben o contactan la información sobre P.F.?

Cuando se les preguntó del lugar donde preferían ir para obtener información sobre P.F., las mujeres en este segmento mencionaron lugares como Ashonplafa, los centros de salud, los

puestos de planificación familiar y las pulperías. Estas mujeres se sienten más cómodas preguntando cosas sobre P.F. en estos lugares por la reputación confiable de servicios de calidad que ofrecen. Los mensajes de P.F. que han llegado a estas mujeres, son producto de los anuncios en Ashonplafa, en los centros de salud y también por los medios de comunicación como la radio y la televisión. Además, mencionaron que habían visto folletos y carteles en lugares públicos. Cabe mencionar, que a través de estos anuncios las mujeres en este segmento han visto mensajes generales describiendo todos los métodos de P.F., los lugares donde se pueden adquirir los productos, los servicios y también el periodo de tiempo que es seguro para utilizar un DIU. Por otro lado, parece que no existe una gran desconfianza en la información sobre P.F., sin embargo, algunas mujeres manifestaron que tienen más confianza en la información que ven en lugares como Ashonplafa y los centros de salud porque son lugares a los cuales se les considera como una fuente de información confiable y de alta calidad.

Asimismo, las mujeres en este segmento dieron algunas recomendaciones para mejorar las iniciativas de P.F. en sus comunidades, particularmente enfocadas en los hombres. Muchas mujeres expresaron que las charlas en sitios como los centros de salud y Ashonplafa son de gran ayuda en la difusión de información sobre salud y además recomendaron incluir a los hombres en estas charlas de P.F. Además, estas mujeres piensan que debe existir más presencia de información sobre P.F. en la radio y también en lugares públicos. A través de esta mejora, a estas mujeres les gustaría recibir más información del uso y la aplicación de varios métodos como también información acerca de los efectos secundarios.

¿Cual son sus planes en el futuro?

En general, las mujeres de este segmento manifestaron que lo más probable es que no vayan a utilizar un método de P.F. en el futuro, sin embargo, cuando se les presentara la ocasión de dar un consejo hipotético a una mujer que no quería más hijos la mayoría recomendó que les sugerirán utilizar un método de P.F. para evitar un embarazo. Entre las principales razones que mencionaron para no utilizar un método de P.F. fueron que algunas no estaban casadas, que no querían mas hijos y que tenían miedo de los efectos secundarios.

Hombres

Tradicionalmente las investigaciones de la salud reproductiva se enfocan en las mujeres y sus decisiones, sin embargo, ahora es importante incluir a los hombres en una discusión completa que les permita darse cuenta de las complejidades que se presentan al momento de tomar decisiones personales sobre salud reproductiva. Aun cuando exista una limitada información en las preferencias de los hombres, a continuación se detallan los segmentos claves de los hombres con respecto a los condones.

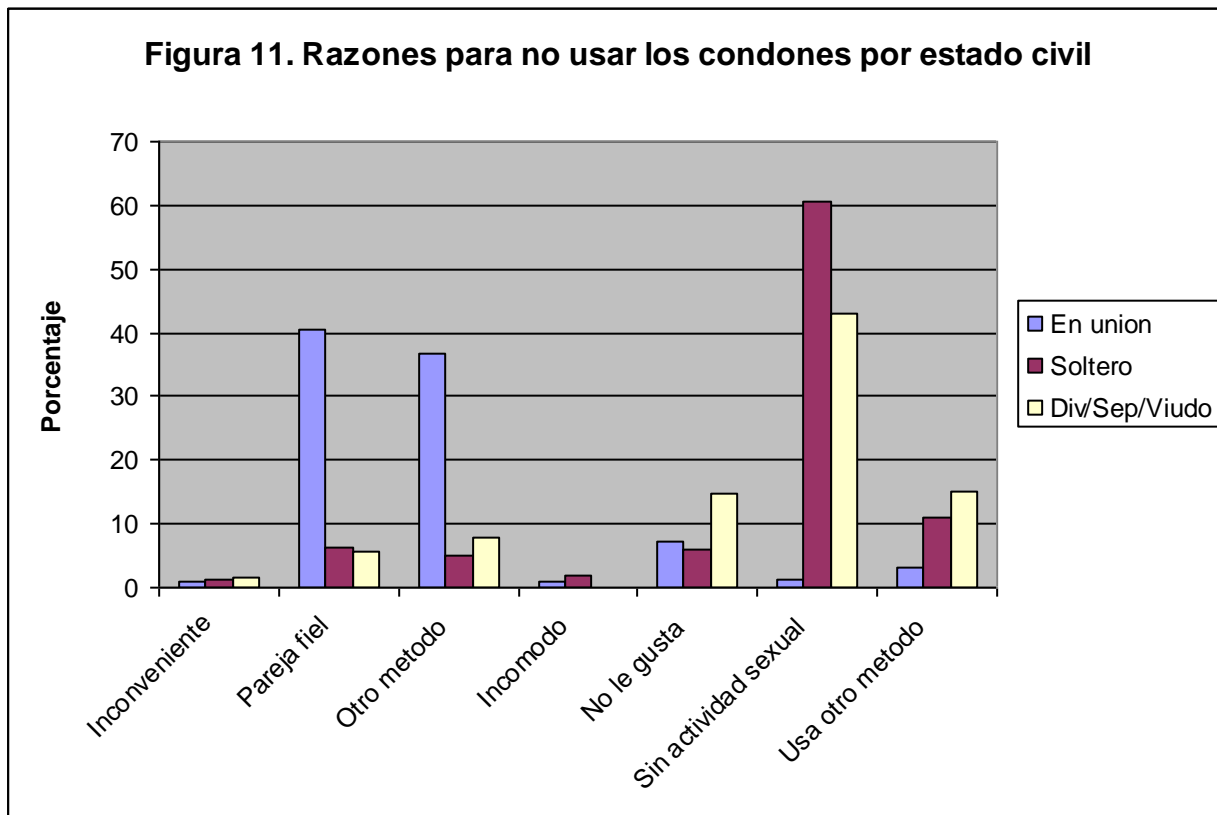
Segmento No. 1 Hombre tradicional con recursos limitados: “No necesito usar condones Porque soy fiel a mi esposa”

¿Quiénes son?

- No usuarios que tienden a ser más religiosos, principalmente evangélicos y católicos.
- Edad promedio 32 años

Estadística de la anticoncepción

- Los hombres en este segmento mencionaron su fidelidad como la razón principal para no usar condones (ver Figura 11).



Segmento No. 2

Hombre moderno, viviendo en la ciudad: “Me aseguro de obtener mi condón en el mercado o en el centro de salud”

¿Quiénes son?

- Promedio número de hijos : 3.5
- Usuarios que viven principalmente en la ciudad y están dispuestos a utilizar los condones independientemente de su nivel socioeconómico (ver figura 12).
- La mayoría de los hombres urbanos tienen niveles de educación más altos en comparación a los usuarios de las áreas rurales que tienen menor nivel educativo.

Estadística de la anticoncepción

- Los hombres más pobres tienden a obtener sus condones en el sector público en comparación a los hombres ricos que los obtienen en la farmacia o supermercado (ver figura 13).
- El uso de los condones es más alto en los departamentos de Francisco Morazán y Cortés.

Figura 12: Distribución del Uso del Condón por Tercile Socioeconómico

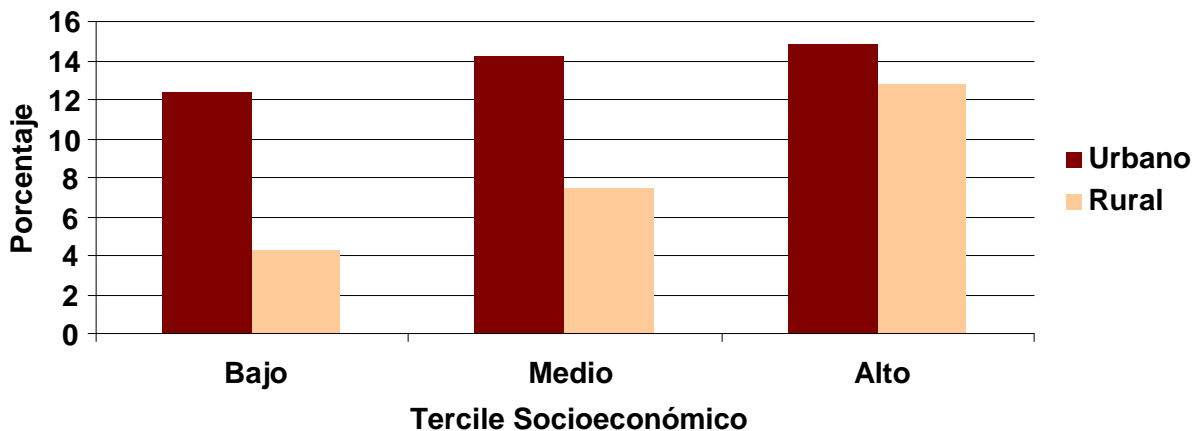


Figura 13: Distribución de Condones por Fuente y Quintil Socioeconómico

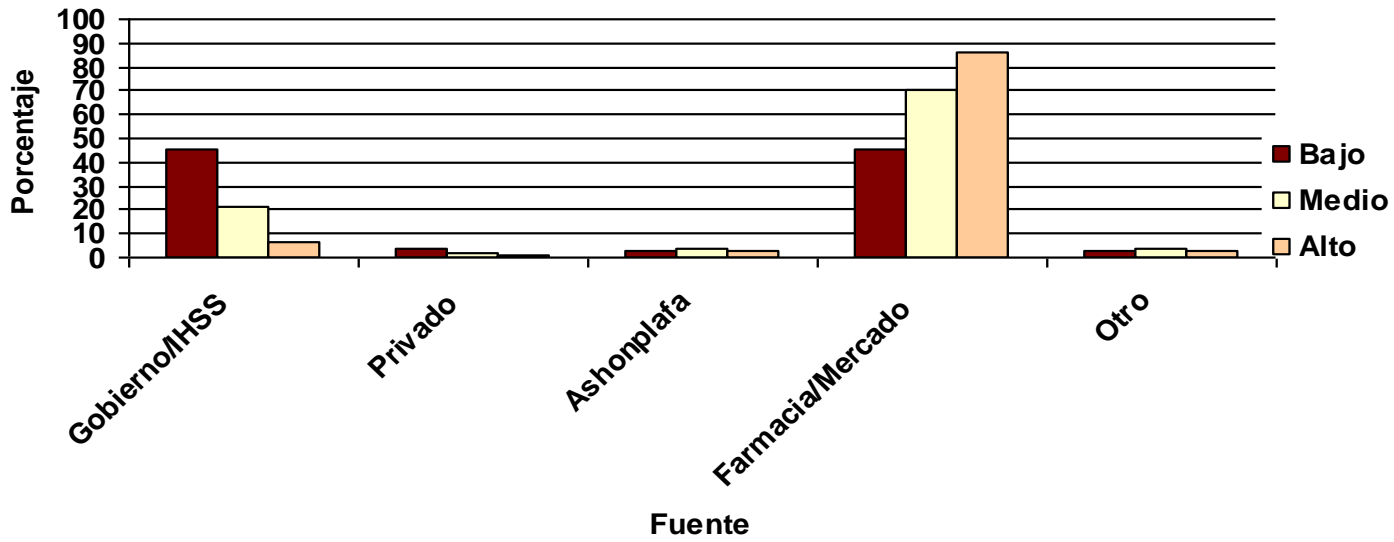
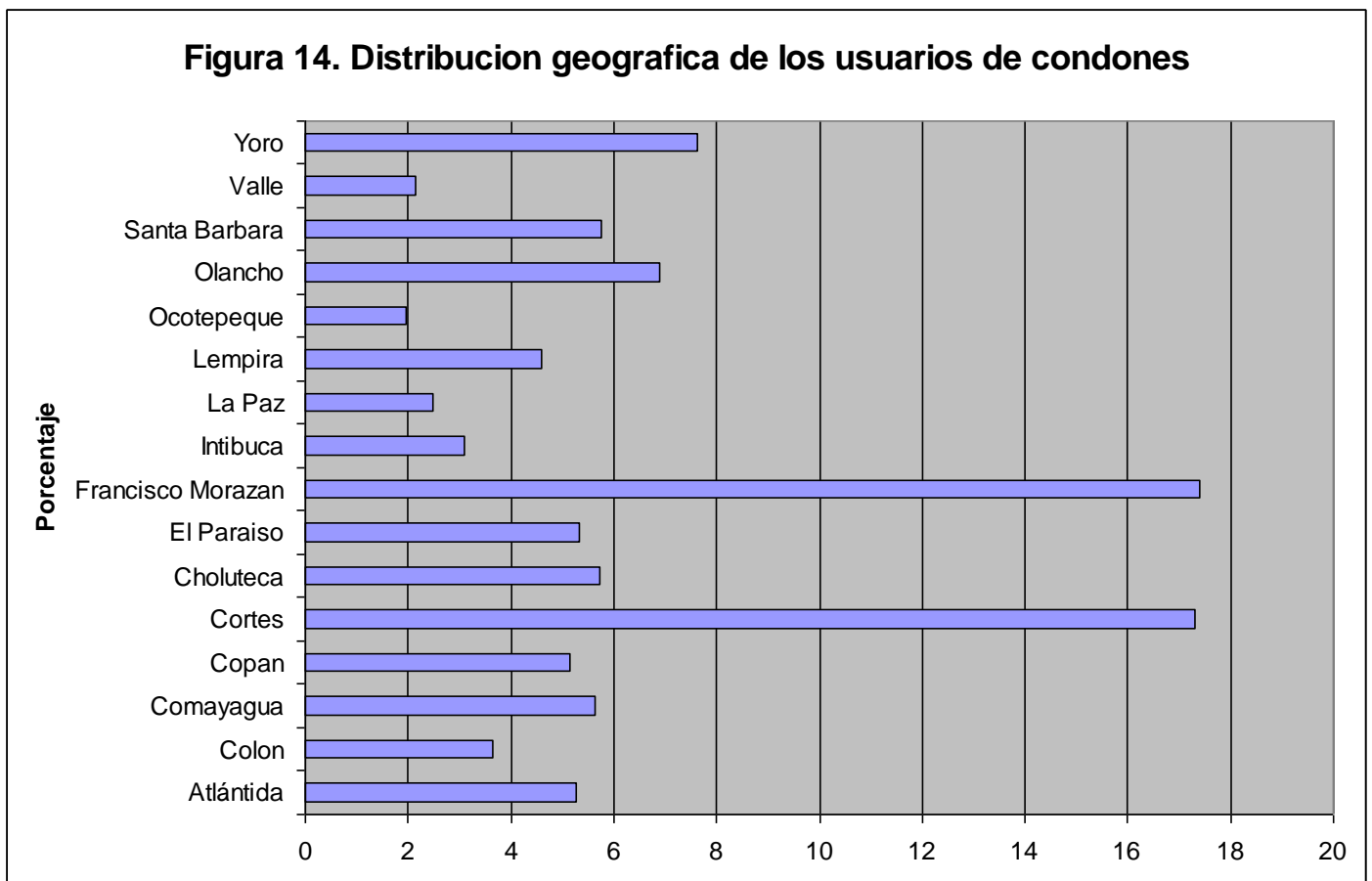


Figura 14. Distribucion geografica de los usuarios de condones



En sus propias palabras...

¿Dónde prefieren ir para obtener los servicios médicos?

En general, los hombres en este segmento prefieren ir a los centros de salud para obtener información sobre planificación familiar y servicios médicos. La mayoría expresaron que los problemas económicos, los precios altos de las clínicas privadas y los doctores independientes, son razones que influyen en sus decisiones para ir exclusivamente al sector público. Asimismo, estos hombres manifestaron que los centros de salud son su fuente preferida de medicamentos por el descuento que les ofrecen. Sin embargo, algunos de estos hombres mencionaron que a veces no hay medicamentos disponibles en los centros de salud y por eso se van a una farmacia, una pulpería o a un dispensario que se encuentran en algunas iglesias en sus comunidades.

¿Qué piensan sobre la planificación familiar?

El conocimiento sobre P.F. que se maneja dentro de este segmento es insuficiente. Algunos participantes identificaron métodos como el condón, la pastilla, la inyección, el DIU, y la esterilización femenina, pero no tenían un profundo conocimiento del uso o los efectos secundarios de los mismos. Esta falta de conocimiento sobre P.F. también puede ser interpretada por las maneras en que estos hombres han aprendido sobre la planificación familiar, por ejemplo, algunos de los hombres mencionaron que han aprendido sobre P.F. solamente a través de anuncios en la televisión, la radio, de folletos que se les ofrecen en las farmacias, las pulperías y los centros de salud; sin embargo, habían otros que no creen que haya bastante información disponible acerca de este tema.

En respuesta a la pregunta, “¿Quién en la pareja debe elegir el método de P.F.?”, muchos de estos hombres respondieron que la decisión recae en la mujer, aunque habían participantes que afirman que la decisión debe ser mutua entre el hombre y la mujer.

¿Andan preparados?

Todos los hombres en este segmento están de acuerdo que no hay un problema de acceso a los condones y que en general están disponibles en muchos lugares. Los lugares donde estos hombres prefieren adquirir los condones son: las farmacias, las pulperías, los centros de salud y los vendedores en la calle. Ellos expresaron que los compran en estos lugares porque tienen un nivel de confianza en la gente que se los ofrece y por eso se sienten cómodos. Algo muy importante a considerar es que muchos de los hombres de este segmento admitieron que a veces no les gusta comprar los condones porque les da vergüenza.

Por otro lado, la mayoría de los hombres en este segmento están de acuerdo que los que tienen varias parejas deben utilizar los condones en sus relaciones sexuales. La idea es que uno (hombre) “*siempre debe andar preparado*”, fue la respuesta más insistente por parte de los participantes. Sin embargo, la opinión de la mayoría era que si un hombre esta en unión con una mujer y no tiene relaciones con otras mujeres, no hay una necesidad para utilizar los condones, ya que existe una fidelidad entre el hombre y la mujer, por lo que no debe ser una preocupación con las enfermedades venéreas.

¿Cómo reciben o contactan la información sobre P.F.?

Los hombres en este segmento hicieron referencia de algunos lugares donde han recibido información sobre P.F., y también de dónde les gustaría recibir información y servicios en el futuro. Estos lugares de referencia son los puestos de planificación familiar, Ashonplafa y los centros de salud. En cuanto los mensajes de P.F. en los medios de comunicación y en sus comunidades, los hombres en este segmento mencionaron que han visto mensajes de P.F. en la televisión, la radio, durante visitas a los centros de salud, Ashonplafa, y cuando eran más jóvenes en los colegios. Asimismo, expresaron que la mayoría de estos mensajes se enfocan en la pastilla y el condón, como también sobre los riesgos de algunos métodos. En general, parece que no hay una gran confianza en esta información, pero tampoco existe una extrema desconfianza que podría cambiar con mejor educación y orientación.

Cuando se presenta la oportunidad para ofrecer algunas sugerencias para mejorar el conocimiento de métodos de P.F., específicamente el condón, los hombres en este segmento expresaron que teniendo las charlas en sitios como Ashonplafa será muy beneficioso, ya que se puede compartir el conocimiento con un grupo de hombres de la comunidad, para que luego sean como “promotores de salud” y así enseñar a otros, principalmente los jóvenes. También, estos hombres manifestaron que un aumento en la presencia de anuncios sobre P.F. en la televisión, la radio y la circulación de materiales como folletos, etc. serán de gran ayuda y beneficio, ya que a través de estos pasos, los hombres en este segmento les gustaría recibir más información sobre las ventajas y desventajas de otros métodos, las enfermedades venéreas que existen, el uso correcto del condón y el tipo de condón más recomendado.

Conclusiones

Este análisis proporcionado en este reporte ayudará a los diferentes tomadores de decisiones y proveedores de servicios en el país servir mejor a las necesidades de sus clientes además de buscar nuevos clientes que tienen intereses o preferencias que no están siendo atendidas actualmente por la oferta en el mercado de planificación familiar. Además, este reporte servirá como un instrumento para establecer prioridades para sus esfuerzos en la promoción y la provisión de servicios de planificación familiar a los varios segmentos de usuarios y no usuarios en el país. Tomando en cuenta estos nuevos segmentos más desarrollados con información cualitativa, ahora, el CIDAIA puede empezar en el proceso de desarrollar una estrategia para mejor coordinar y proveer servicios de planificación familiar en el país conociendo mejor las características y las preferencias de su público.

Los segmentos elaborados en este informe son abajo con algunos identificados como “segmentos de prioridad”. Estos “segmentos de prioridad” son los que son más receptivos a la idea de utilizar la planificación familiar en el futuro y que deben ser los grupos que los proveedores de servicios y productos se enfocan sus primeros esfuerzos.

Las Mujeres:

- **Segmento 1:** Son mujeres jóvenes de 15 a 24 años que expresan una necesidad insatisfecha para información y métodos que apoyan con el proceso de espaciar a los hijos. Aunque estas jóvenes intentan a usar un método en el futuro, 98% de ellas quieren más hijos y no tienen la misma motivación de sus compañeras que han completado sus familias.
- **Segmento 2 (*segmento de prioridad*):** Mujeres jóvenes de 15 a 29 años. Aunque se parezcan casi igual a las mujeres del segmento uno, este grupo tiene la necesidad insatisfecha de limitar a los hijos. Estas mujeres quieren limitar pero tienen un nivel muy bajo de conocimiento de P.F. y también un nivel de desconfianza en la información que reciben por los medios de comunicación. Debe ser un grupo objetivo de actividades de comunicación y educación de P.F. porque están abiertas a varios métodos y que su razón más predominante para no utilizar un método de P.F. es el miedo de efectos secundarios; una cosa que puede ser combatido con educación social sobre P.F.
- **Segmento 3 (*segmento de prioridad*):** Las mujeres de sus treintas que ya han completado las familias. Este segmento debe ser una prioridad para los proveedores de servicios y productos de P.F. como muchos han utilizado un método de P.F. en el pasado y ya tienen un conocimiento básico de los métodos modernos. Además, tomando en cuenta el nivel de confianza que estas mujeres tienen en la mayoría de la información disponible acerca de P.F., estas mujeres representan el grupo más receptivo a la idea de utilizar P.F. en el futuro y que deberían ser el principal grupo receptor de los programas de P.F. como comunicación, educación social, charlas, etc.
- **Segmento 4:** Un grupo de mujeres de sus cuarentas que piensan que ya han completado sus familias, pero todavía no han adoptado a un método. Es

probable que estas mujeres no considerarían adoptar un método de P.F. en el futuro porque se sientan que ya ha pasado su tiempo de tener hijos. Asimismo, como el 45% de las mujeres en este grupo nunca había utilizado un método de P.F. no es probable que vayan a empezar practicando P.F. en este momento en sus vidas.

Los Hombres:

- **Segmento 1:** Un grupo de hombres de diversas regiones y posiciones socioeconómicas que no usan los condones a causa de estar con pareja fiel. No incluyamos este grupo en la investigación cualitativa. De verdad, estos no usuarios no son candidatos para el uso de los condones; sus parejas utilizan otros métodos o quieren embarazarse y los hombres son fieles.
- **Segmento 2 (*segmento de prioridad*):** Son usuarios que están ubicados por todo el país, con enfoque en las ciudades más grandes. Estos usuarios son de todos los niveles socioeconómicos y buscan los condones en las farmacias, los mercados, y las clínicas. Importante tomar en cuenta con este segmento es la necesidad de sensibilizar a estos hombres a la planificación familiar, específicamente el papel del condón en la prevención del embarazo y ITS, como una manera de combatir el estigma que tienen los condones. Además, es importante este segmento sea un grupo objetivo porque la mayoría de ellos piensan que lo más importante es uno (hombre) siempre “debe andar preparado” por la calle a pesar de estar casado o soltero.