# Promoviendo el comportamiento de lavado de manos en Perú: los efectos de intervenciones a gran escala a nivel comunitario y escolar

**Investigadores/as:**

Nicolas Ajzenman

Sebastian Galiani

Paul Gertler

Alexandra Orsola-Vidal

**Sector(s):** Salud

**Ubicación:** Perú

**Grupo objetivo:** Children under five Rural population

**Resultado de interés:** Diarrhea

**Tipo de intervención:** Information Nudges and reminders Preventive health Training

**Número de registro del AEA RCT Registry:** AEARCTR-0000318

**Datos:** Harvard Dataverse

**Research Papers:** Promoting Handwashing Behavior: The Effects of Large-scale Community and School...

**Socios Implementadores:** World Bank,  Gates Foundation

Cambiar el comportamiento de lavado de manos es un fenómeno complejo que involucra hábitos personales. Los investigadores evaluaron el impacto que tuvo en Perú una intervención a gran escala de lavado de manos, la cual introdujo una mezcla innovadora de campañas en los medios de comunicación, con actividades comunitarias más intensivas que incluyeron sesiones educativas para cuidadores, y un programa de lavado de manos en algunas escuelas. El programa fue efectivo en llegar a los hogares seleccionados, en mejorar los conocimientos relacionados con el lavado de manos, y en modificar comportamientos; no obstante, estos cambios conductuales no se tradujeron en una mejor salud infantil.

## Problema de política pública

El lavado de manos con jabón es un modo sencillo y eficaz de reducir enfermedades, tales como la diarrea y las enfermedades respiratorias. No obstante, alrededor del periodo de realización de esta evaluación, el Banco Mundial encontró que sólo del 3 al 34 por ciento de la población en países en vías de desarrollo se lavaba las manos con jabón habitualmente.[1] Cambiar el comportamiento del lavado de manos es un fenómeno complejo que involucra hábitos personales. Una posible forma de motivar a las personas a lavarse las manos puede ser el uso de campañas intensivas de información que promuevan la importancia del lavado de manos. Estas intervenciones de información podrían afectar el conocimiento y las creencias relacionadas con el lavado de manos, así como el acceso a los recursos para ello, tales como jabón y agua, dando lugar a un mejor comportamiento de lavado de manos y menor contaminación medioambiental. No obstante, existe poca evidencia rigurosa sobre el efecto que las campañas de lavado de manos a gran escala tienen en la adquisición del conocimiento, cambios en el comportamiento y resultados en materia de salud.

## Contexto de la evaluación

En 2008, las enfermedades relacionadas con la higiene eran relativamente comunes, y en los hogares rurales de Perú no se realizaba el lavado de manos. En la encuesta de línea base para esta evaluación, los investigadores pudieron constatar que, ante eventos tales como comer y preparar alimentos, el lavado de manos con jabón se realizaba en sólo el 16 por ciento de los hogares. Existía una creencia común que era suficiente lavarse las manos solo con agua. El quince por ciento de los niños menores de dos años tenía parásitos, y el 15 por ciento de los cuidadores informó que sus hijos menores de cinco años habían presentado síntomas diarreicos la semana previa.

Para enfrentar estos desafíos, entre 2008 y 2010, y junto con el apoyo técnico del Banco Mundial, el Gobierno de Perú implementó el Proyecto de Escalamiento Global de la Iniciativa de Lavado de Manos,[2] una intervención a gran escala derivada de las técnicas de marketing comercial y social para fomentar una mejor higiene. El programa comprendía dos componentes principales, los cuales se implementaron en diferentes niveles administrativos: una campaña de medios de comunicación a nivel provincial, y un programa comunitario más amplio a nivel de distrito, dirigido a madres y cuidadores de niños pequeños.



A person washes their hands.

Photo credit: Shutterstock.com

## Detalles de la intervención

Los investigadores se asociaron con el Proyecto de Escalamiento Global de la Iniciativa Lavado de Manos en Perú, para llevar a cabo una evaluación aleatorizada sobre el impacto en el comportamiento de lavado de manos y la salud infantil de una campaña de promoción intensiva y focalizada del lavado de manos, la cual incluyó difusión de información y capacitación comunitaria. La

evaluación que aquí se discute se enfocó en la intervención a nivel de distrito. Una evaluación relacionada[3] probó los efectos de la campaña de medios de comunicación que se implementó a nivel provincial.

Entre una muestra de 85 distritos rurales ubicados en cuarenta provincias de Perú, los investigadores seleccionaron aleatoriamente a 44 de ellos para recibir la intervención. Los distritos restantes no recibieron el programa, conformando el grupo de comparación. La intervención consistió en los componentes a continuación:

(a) Una campaña de medios de comunicación (incluidos anuncios en la radio, carteles y eventos promocionales), además de una campaña de contacto directo con el consumidor;

(b) Capacitación de facilitadores comunitarios, tales como profesores, profesionales médicos y líderes comunitarios;

(c) Sesiones educativas de lavado de manos para madres, cuidadores y niños, realizadas por los facilitadores comunitarios capacitados; y

(d) Un programa educativo de lavado de manos impartido en la escuela primaria principal de cada distrito. Para poder medir el impacto de esta intervención a nivel escuela, los investigadores compararon a los estudiantes que asistían a la escuela principal en los distritos de tratamiento, con aquellos que vivían alrededor de la escuela principal en los distritos de comparación.

Para medir con exactitud los resultados del comportamiento de lavado de manos y de salud infantil, los investigadores recopilaron datos a través de cuestionarios detallados, de observaciones estructuradas, y de indicadores físicos de salud.

## Resultados y lecciones de la política pública

La campaña intensiva y focalizada para promover el lavado de manos mejoró tanto el conocimiento como el comportamiento de lavado de manos en los hogares. No obstante, este cambio en el comportamiento no se tradujo en una mejor salud infantil.

Exposición al fomento del lavado de manos: La proporción de madres o cuidadores que reportaron haber recibido mensajes de lavado de manos a través de al menos un canal de comunicación fue 15,7 por ciento mayor en el grupo de tratamiento que en el de comparación.

Efectos en el conocimiento del lavado de manos, y recursos necesarios: El programa aumentó el conocimiento sobre el lavado de manos. En la encuesta de seguimiento, un 5,8 por ciento más de hogares que recibieron la campaña respondió correctamente que el agua y el jabón eran el mejor método para lavarse las manos, en relación con el grupo de comparación, en el cual el 87,9 por ciento respondió correctamente. Los hogares en los que los niños participaron también en la intervención escolar fueron 8,46 por ciento más propensos a tener jabón y agua en una estación de lavado de manos en el hogar.

Efectos en el comportamiento de lavado de manos: Las observaciones estructuradas demostraron que los hogares que recibieron la intervención fueron un 3,69 por ciento más propensos a tener manos limpias, que aquellos en el grupo de comparación. Los hogares cuyos hijos recibieron adicionalmente la intervención escolar fueron 23,6 por ciento y 27,8 por ciento más propensos a reportar que lavaban sus manos con jabón antes de comer y antes de alimentar a un niño, respectivamente.

Efectos en la contaminación ambiental y la salud infantil: El programa no tuvo impacto alguno en la contaminación medioambiental; no hubo una diferencia significativa en los niveles de bacterias relacionadas con enfermedades en el agua potable entre los hogares de tratamiento y de comparación. Esta falta de impacto en la contaminación medioambiental ayuda a explicar la falta de impacto hallada en los resultados de salud infantil. No hubo un impacto significativo en la frecuencia que se halló en diarreas, anemias o medidas antropométricas entre los niños en los hogares de tratamiento.

Los resultados de esta evaluación sugieren que las campañas de fomento en los medios de comunicación, en conjunto con tratamientos más intensivos y personalizados, tales como actividades comunitarias y escolares, son eficaces para llegar a públicos objetivos, y pueden aumentar el conocimiento e inducir cambios en el comportamiento. Sin embargo, mejorar la salud infantil mediante estos mecanismos sigue siendo un desafío, y se requiere mayor investigación acerca de cómo reducir

eficazmente las enfermedades relacionadas con la falta de higiene.

Galiani, Sebastian, Paul Gertler, Alexandra Orsola-Vidal, and Nicolas Ajzenman. “Promoting Handwashing Behavior: The Effect of Large-Scale Community and School-Level Interventions." Working Paper, June 2014.

1. World Bank. 2005.*The handwashing handbook: a guide for developing a hygiene promotion program to increase handwashing with soap*. World Bank Water and Sanitation Program. Washington, DC: World Bank.

2. Galiani, Sebastian, Paul Gertler, and Alexandra Orsola-Vidal. “Promoting handwashing behavior in Peru: the effect of large-scale mass-media and community level interventions.” World Bank Policy Research Working Paper No. 6257, November 2012.