

Estrategia de Mercadeo Social para la Reducción del Consumo de sal/sodio en Panamá.

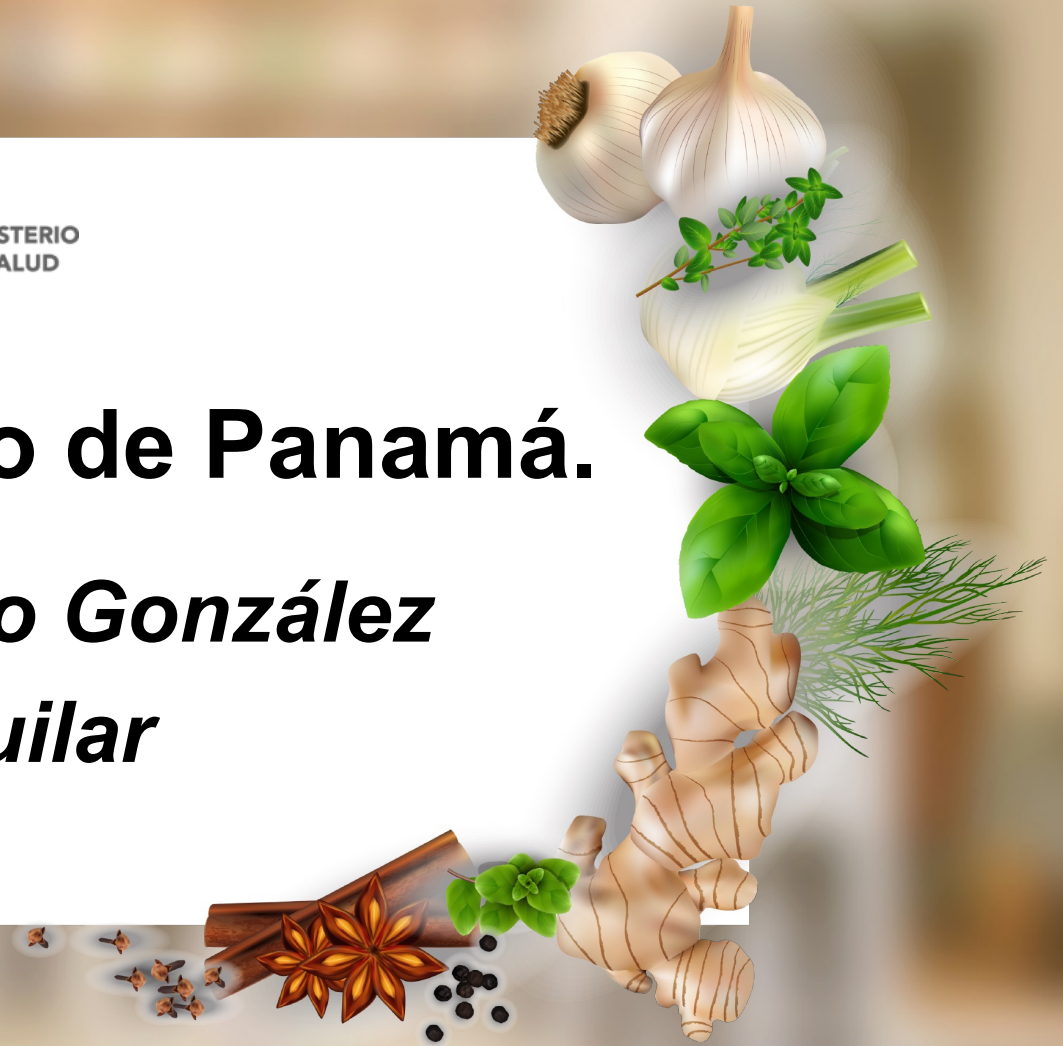
Samuel Escudero González
Fecha: 30 de agosto de 2023.



Equipo de Trabajo de Panamá.

Samuel Escudero González

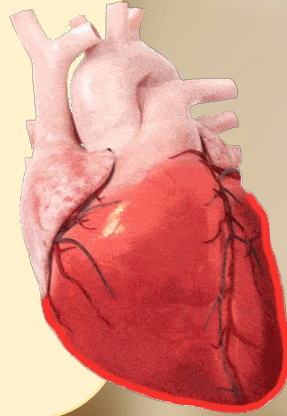
Arelis Aguilar



Antecedentes

Panamá 2019

- 🏠 Cinco principales causas de muerte: enfermedades isquémicas del corazón, las cardiovasculares y la hipertensión.
- 🏠 El 77% de las muertes fueron relacionadas a ENT (30% cardiovasculares)
- 🏠 La hipertensión fue del 42.3% en adultos.
- 🏠 El 27,8% siempre y casi siempre agregaban sal a las comidas, antes de comer o mientras comen
- 🏠 El 45.1% de la población mayor de 15 años consumían semanalmente alimentos altos en sodio



Intervenciones:

- 🏠 Plan Estratégico Nacional para la Prevención y el Control Integral de las Enfermedades no Transmisibles y sus Factores de Riesgo 2014-2024.
- 🏠 Resolución Ministerial 049 de 2018 del MINSA.
- 🏠 Plan de Acción para la reducción del consumo de sal/sodio y eliminación de grasas trans en Panamá (2022-2025)

Problema de Salud

- 🦋 En el 2019, se observó que el 50% de los adultos consumían alimentos con alto contenido de sal/sodio.
- 🦋 El consumo de alimentos con alto contenido en sal/sodio aumenta el riesgo de padecer enfermedades no transmisibles como las cardiovasculares.
- 🦋 Como factores agravantes:
 1. Falta de una política nacional de reducción del consumo de sodio.
 2. Etiquetado en alimentos, falta de información sobre las principales fuentes de consumo de sodio.
 3. Exposición a la publicidad de estos productos.
- 🦋 Existe una multiculturalidad en cuanto a la forma de preparación de los alimentos, oferta en el uso de la sal o salero y alimentos con alto contenido en sodio en lugares de expendio de alimentos.



Comportamiento y Audiencia

- ♥ **Comportamiento:** Diariamente utilice condimentos naturales para darle sabor y color a las comidas preparadas en casa en cada tiempo de comida.
- **S** (específico): Se enfoca solo al uso de condimentos naturales
- **M** (medible): Se puede observar en cada tiempo de comida.
- **A** (realizable): Es realizable en el momento de preparar los alimentos en casa.
- **R** (pertinente): Es acorde a prácticas que se pueden hacer en casa.
- **T** (tiempo): Diariamente



Población de interés:

Mujeres entre **20 a 50**

años que laboran en la
Dirección de Promoción de la
Salud del Ministerio de Salud.

Investigación Formativa

Técnica: Encuesta (33 funcionarios), entrevistas a profundidad (3), grupo focal (1)

Principales resultados:

- ♥ Obstáculos percibidos.
- ♥ Comportamientos opuestos.
- ♥ Beneficios percibidos y factores de motivación
- ♥ Personas que influyen en decisiones
- ♥ Lugares que influyen
- ♥ Medios de divulgación

Comprensión de la estrategia

Los obstáculos están muy relacionados al acceso, costos, disponibilidad, comportamiento, influencia familiar y el entorno. Por otro lado, los beneficios estaban motivados a prevenir enfermedades, en especial la hipertensión.

Entre los hallazgos prácticos mencionados por los participantes están:

- 🍷 Sembrar y organizar huertas en casa.
- 🍷 Se pueden licuar los condimentos naturales.
- 🍷 Planificar las compras los alimentos previamente.
- 🍷 Planificar las preparaciones que utilizan condimentos naturales.
- 🍷 Cambiar el uso de salsa artificiales.
- 🍷 Forma de almacenamiento y conservación de los condimentos naturales.
- 🍷 Aprender a hacer y utilizar caldos saludables.
- 🍷 Cambiar la forma de cocinar los alimentos.
- 🍷 Llevar al trabajo comidas saludables de casa.
- 🍷 Promoción de un kiosco saludable en el lugar de trabajo.



Proceso de Planificación e Iniciativa

Construcción de plan de mercadeo social en base a la audiencia

Audiencia

- Secundaria: Familiares
- Influyente: Profesionales.

Promesa clave

- Si yo disminuyo el consumo de sal utilizando condimentos naturales voy a prevenir enfermedades como la hipertensión y del corazón, a la vez será una manera saludable de complacer mis gustos y la de mis familiares.

Tono

- Es lindo y sabroso preparar y consumir, en familia, alimentos naturales y con menos sal.

Declaración de apoyo

- Porque al utilizar condimentos artificiales aumento mi consumo de sodio y sal en las preparaciones en mi hogar.



Meta

Aumentar el uso diario de condimentos naturales para darle sabor y color a las comidas preparadas en casa en cada tiempo de comida, en lugar de los condimentos artificiales

Proceso de Planificación e Iniciativa

Concepto Creativo: Con lo natural dale color y sabor a tus comidas

Canales de comunicación

Videos

Con información sobre uso de planta para condimentar

Recetario

Impreso con recetas bajas en sal y sodio, con preparaciones con condimentos naturales, forma de medir las cantidades de sal, etc.

Cucharón Recordatorio

Cucharón de madera con la frase: **“Con lo natural dale color y sabor a tus comidas”** para que sea colocado en la cocina en casa.

Kiosco o Stand

Se utilizará para presentar semanalmente información a través de muestras de condimentos naturales en forma de plantas, etc.

Colección de plantitas

Muestras de plantas para usar como condimentos naturales entregadas a las participantes

Próximos pasos



Actividades en curso

I

- Lanzamiento de la estrategia de comunicación.
- Desarrollo de los talleres a funcionarias sobre la estrategia de comunicación.

II

- Distribución de materiales de comunicación.
- Desarrollo de la colección de plantas de condimentos naturales.

III

- Presentación del stand de kiosco sobre condimentos naturales.
- Difusión de videos de comunicación.

Lecciones aprendidas

Durante el proceso



I

- Utilizando el Mercado Social se puede implementar de manera coherente las entretejías para lograr cambios positivos en los comportamiento de los individuos.

II

- Mediante el Mercado Social las intervenciones en salud, irán dirigidas a los públicos prioritarios con mensajes claro y precisos.
- El costo beneficio de las intervenciones en más eficiente y el desperdicio de recursos se reduce significativamente.

III

- La metodología de análisis del Mercadeo Social es adecuada para lograr cambios efectivos y sostenibles en el tiempo.
- El Mercado Social garantiza intervenciones más costo efectivas y adecuadas.

