

Plan Estratégico de Mercadeo Social para la Reducción del Consumo de Bebidas Azucaradas Preenvasadas en la Población Adolescente de Costa Rica

Equipo

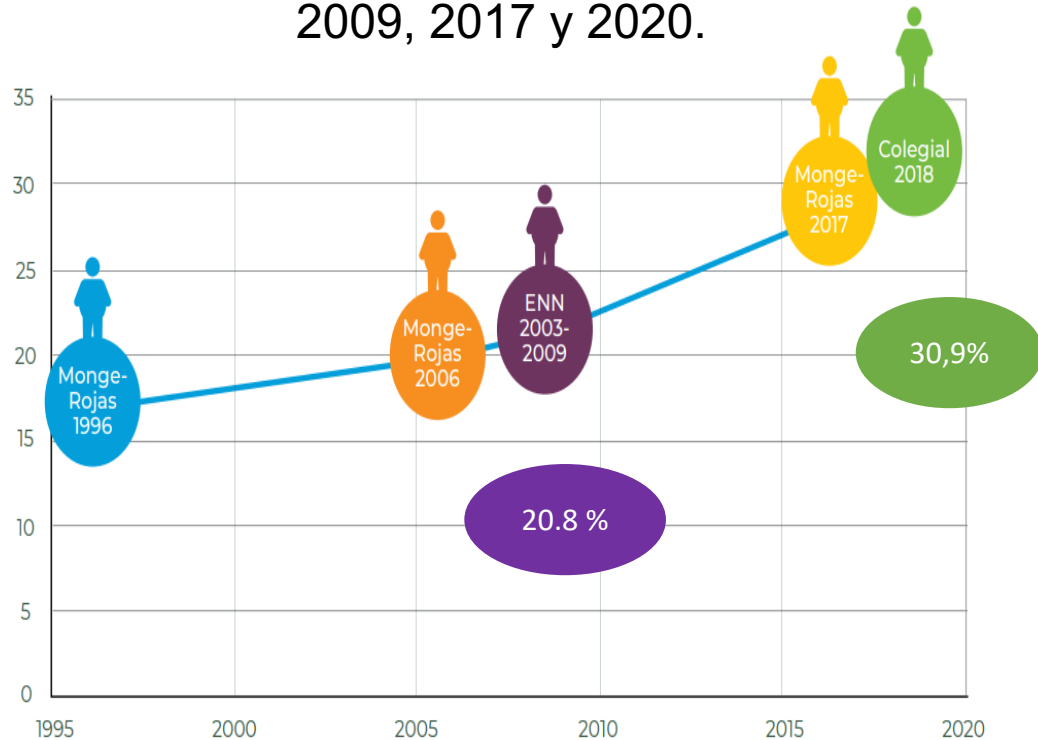
Adriana Bolaños Cruz
José Cambroneró Miranda
Karol Madriz Morales

30 Agosto, 2023



Antecedentes y Problema de Salud

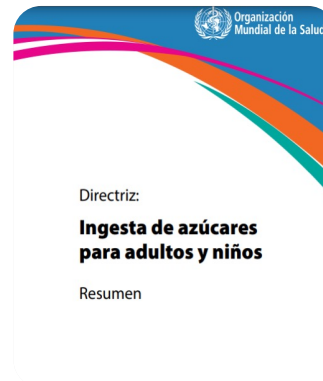
Gráfico 1. Porcentaje de sobrepeso y obesidad en adolescentes en 1996, 2006, 2009, 2017 y 2020.



Fuente: Ministerio de Salud de Costa Rica (2018) Encuesta Colegial de Vigilancia Nutricional y Actividad Física. Ministerio de Salud (2022). Guías Alimentarias Basadas en Sistemas Alimentarios para la población adolescente y adulta.

Consumen 75 g/d de azúcares añadidos (superando la recomendación de la OMS, 10%)

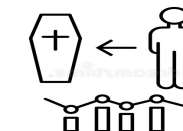
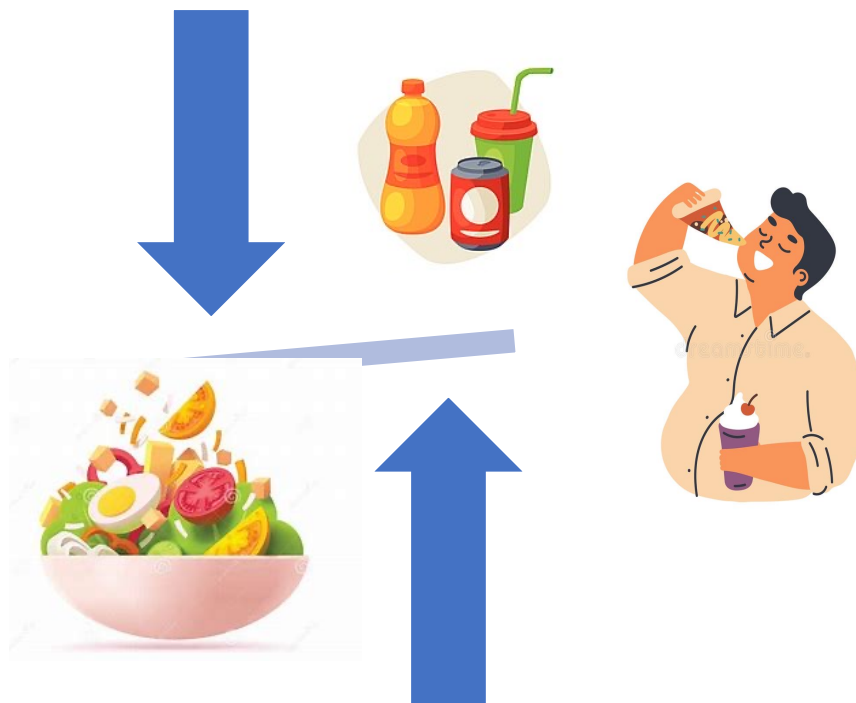
La principal fuente azúcares añadidos fueron las bebidas gaseosas (23,7%).*



Frecuencia de consumo de bebidas con azúcar agregado: 2 - 6 veces / semana (33.1%)**

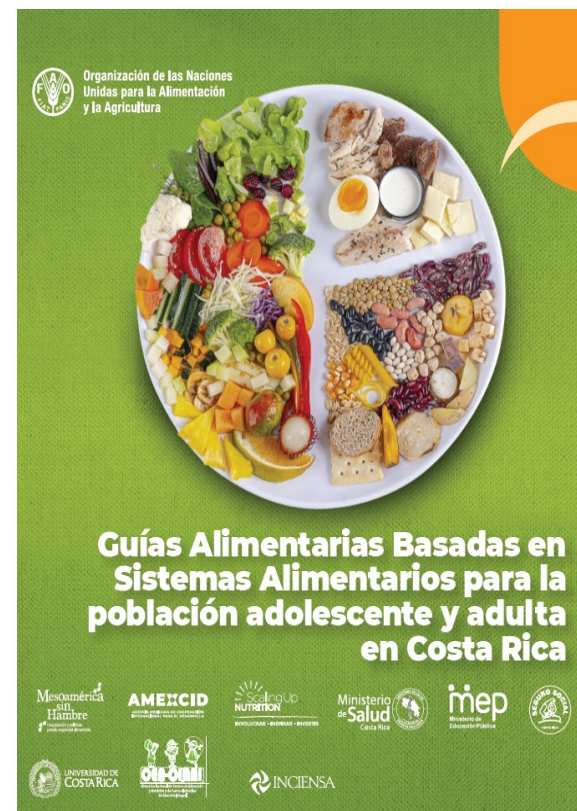


Fuente: *Gómez-Salas Georgina, Grupo ELANS. Consumo de azúcar añadido en la población urbana costarricense: estudio latinoamericano de nutrición y salud ELANS-Costa Rica. Acta méd. costarric. 2019 **Ministerio de Salud de Costa Rica (2018) Encuesta Colegial de Vigilancia Nutricional y Actividad Física. ***Organización Mundial de la Salud. Directriz: Ingesta de azúcares para adultos y niños. 2015.



Respuesta: Exceso de peso - ingesta elevada de bebidas azucaradas

Ministerio
 de **Salud**
 Costa Rica



7: Detener el aumento relativo de la prevalencia de sobrepeso y obesidad en los diferentes grupos de edad al 2030

Propósito del Plan

Contribuir a la disminución del consumo de bebidas azucaradas preenvasadas para la prevención y tratamiento de la obesidad en la población adolescente, según la meta establecida en la Estrategia Nacional para el Abordaje Integral de las Enfermedades No Transmisibles y Obesidad (ENTO) 2022-2030.



Población meta

Audiencia principal

- Adolescentes (población entre 12 a 17 años).



Audiencia secundaria

- Padres, profesores y personal de la soda del colegio.



Investigación formativa: resultados



Barreras

- La adicción que generan.
- Falta de voluntad.
- Entorno alimentario hogar: *“Mis padres siempre compran en la cena o almuerzo, dos veces por semana, y ya estando ahí la bebida es una tentación”.*
- El buen sabor: *“Refresco no sabe muy bien sin azúcar”.*
- El feo sabor del agua.
- Saciedad: *“ Llenan más que el agua”.*



Barreras

- El poco refrescante que es el agua.
- El agua no tiene sabor.
- No tener una botella de agua.
- La poca accesibilidad al agua.
- La dificultad de generar el hábito de consumo de agua.
- La temperatura: *“No me gusta el agua si no está fría”.*



Motivadores-Beneficios

Consumo de bebidas azucaradas envasadas

● Conveniencia	3
● Economía	4
● Gusto / placer	24
● Salud	2
● Popularidad	3
● Mejor rendimiento físico	1
● Mejor rendimiento educativo	1
● Para estar fit	0
● Para tener mejor nutrición	2
● Otras	2

Disminuir el consumo de bebidas azucaradas envasadas

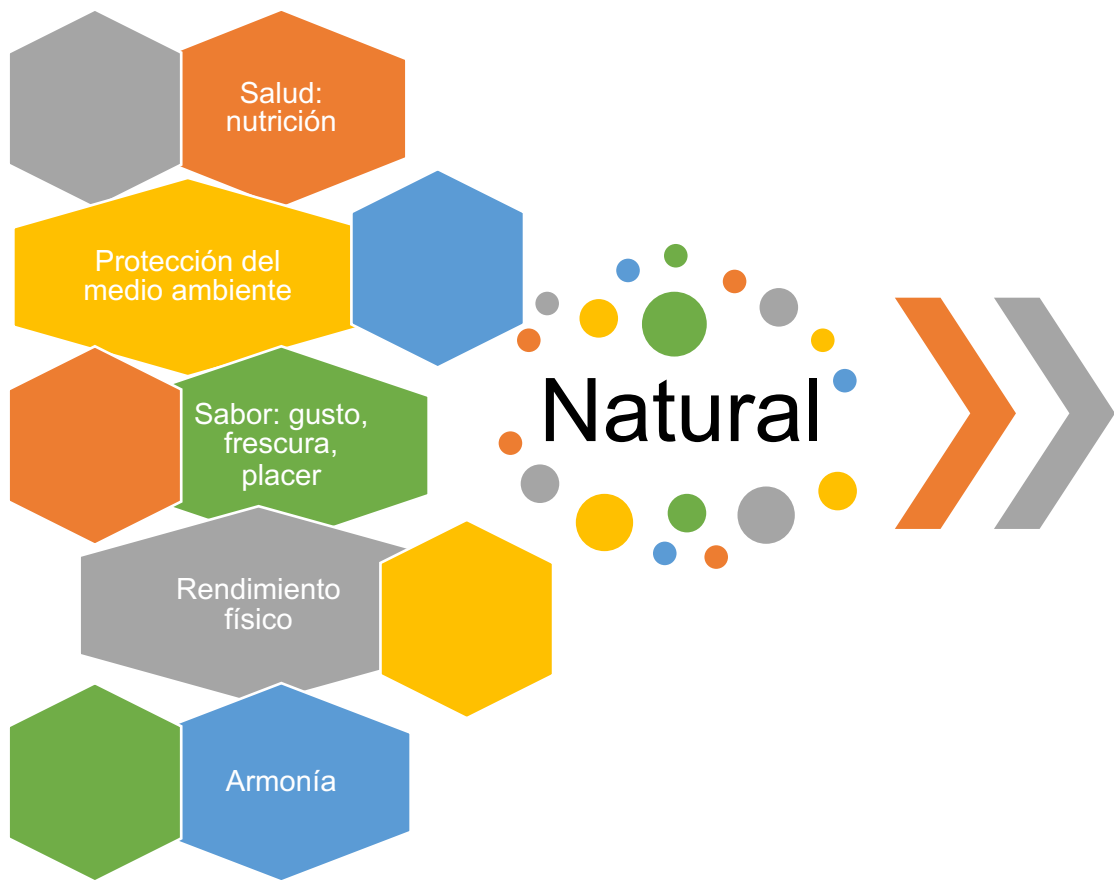
● Conveniencia	4
● Economía	9
● Gusto / placer	3
● Salud	25
● Popularidad	0
● Mejor rendimiento físico	18
● Mejor rendimiento educativo	5
● Para estar fit	10
● Para tener mejor nutrición	20

Preferir el consumo de agua en lugar de bebidas azucaradas envasadas

● Conveniencia	5
● Economía	9
● Gusto / placer	7
● Salud	25
● Popularidad	2
● Mejor rendimiento físico	18
● Mejor rendimiento educativo	6
● Para estar fit	11
● Para tener mejor nutrición	19

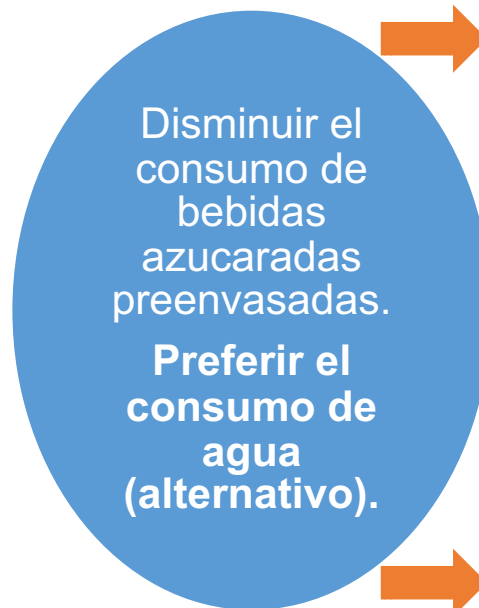
Otro aspecto que valoran: Protección del medio ambiente.



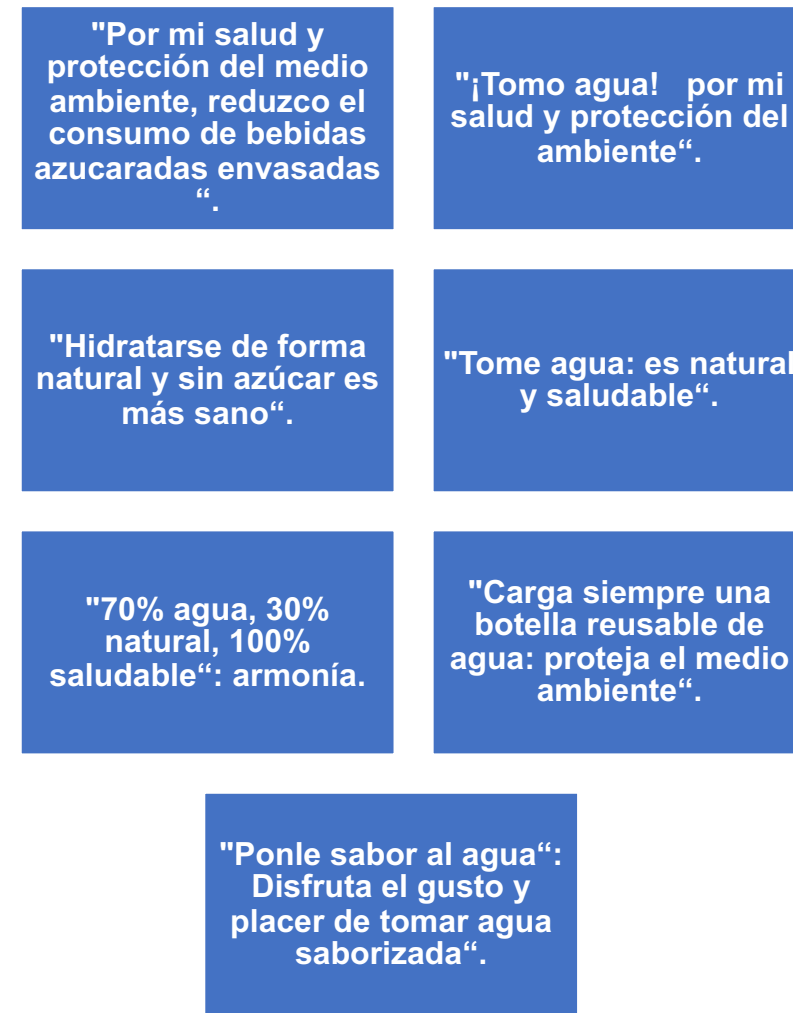


Conceptos creativos

Propuesta de valor

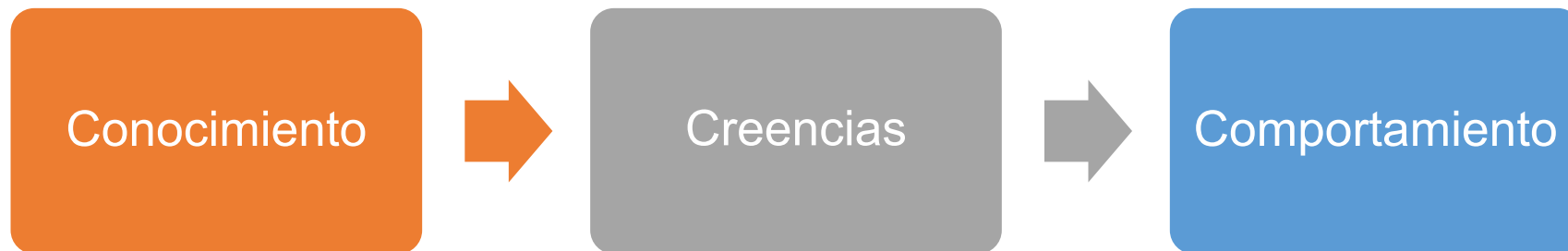


Comportamiento deseado



Slogans

Objetivos y metas



Objetivos de comportamiento

Disminuir el consumo de BAP.



Preferir el consumo de agua en lugar de bebidas azucaradas.

Saborizar el agua con vegetales y frutas de temporada.



Cargar una botella reusable para el agua.



Influir en la decisión de los padres de disminuir la compra de BAP en el hogar.

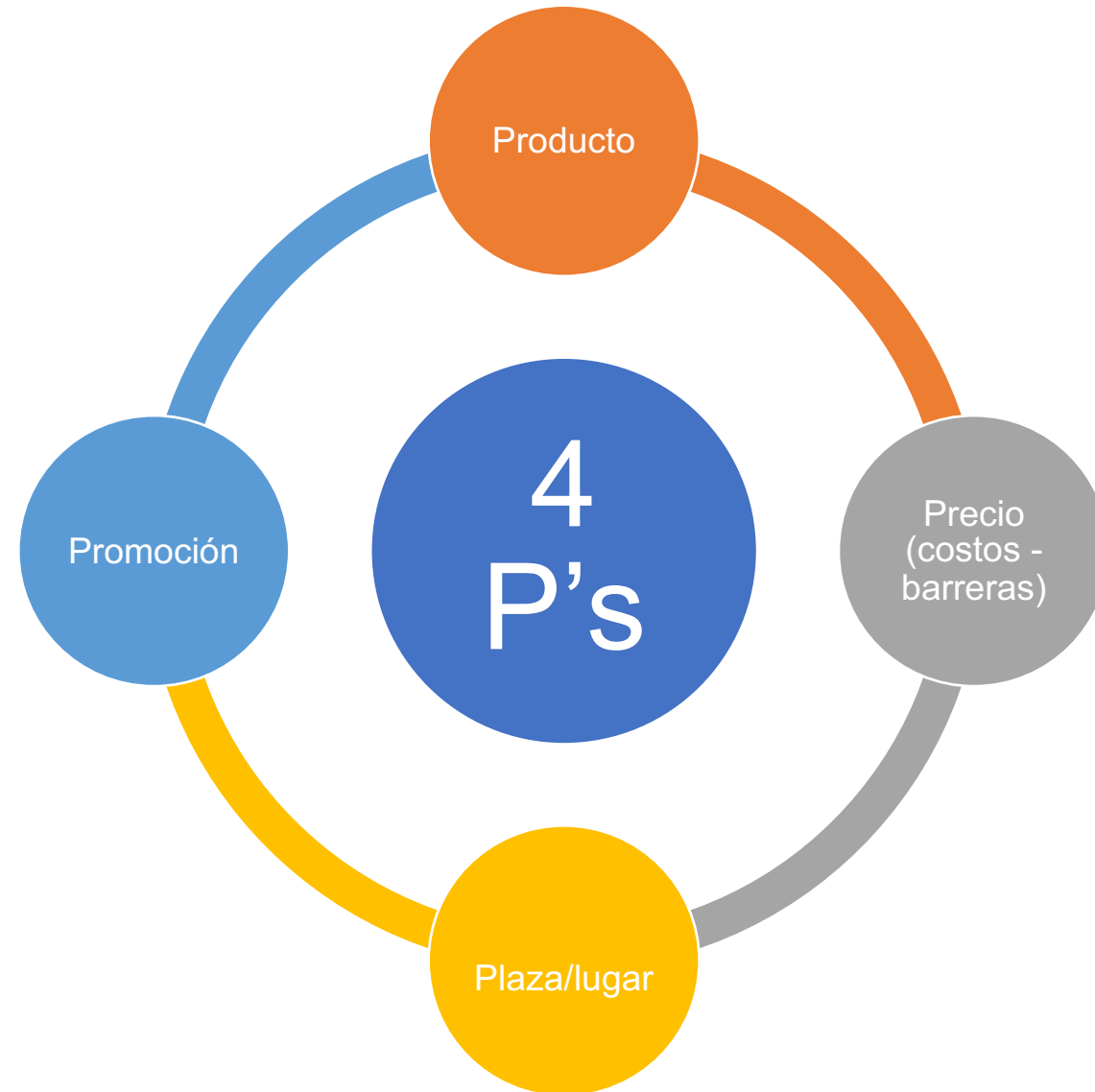


Usar la etiqueta nutricional para seleccionar las bebidas con menor contenido de azúcar.



	Amount/Serving	% DV*
Nutrition Facts		
Serv. Size		
1 Bottle		
Calories 240		
Total Fat 0g		0%
Sodium 110mg		5%
Total Carb 64g		21%
Sugars 64g		
Protein 0g		
<small>Not a significant source of fat, cal., sat. fat, trans fat, cholest., fiber, vitamins A, vitamin C, calcium and iron.</small>		
<small>*Percent Daily Values (DV) are based on a 2,000 calorie diet.</small>		

Mezcla de mercadeo



Estrategia de producto: comportamiento deseado y los beneficios asociados a este; servicios y productos que apoyen o faciliten este cambio.

Producto

Real

- Que los adolescentes disminuyan el consumo de BAP, en el hogar y el centro educativo.
- Prefieran el consumo de agua.

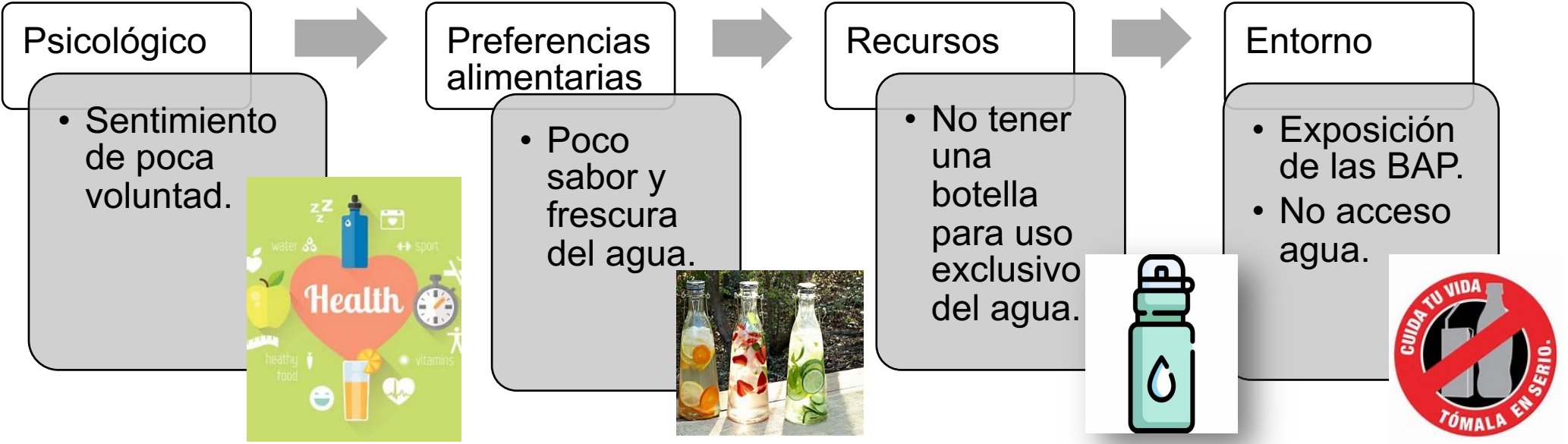
Principal

- Tener una vida natural, fresca, con buena salud, mejorar la nutrición y el rendimiento físico.

Aumentado

- Botella.
- Álbum de stickers.
- Plataforma web interactiva-retos (puntos: botella, descuentos, entradas al cine). Videos, recetarios.
- Folletos educativos.

Precio
 (costos -
 barreras)



Plaza/lugar

Soda del centro educativo.

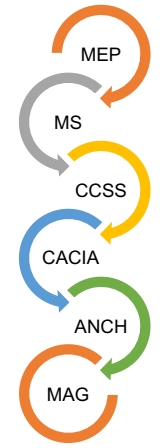


Hogar.



Reglamento para el funcionamiento y administración del servicio de soda en los centros educativos públicos

N° 36910-MEP-S



Nota: Bebidas azucaradas preenvasadas (BAP), comprenden los refrescos gaseosos, jugos o néctares, bebidas hidratantes y energéticas.

Actividad promocional

- Campaña comunicación sobre como disminuir el consumo de las BAP y aumentar el consumo de agua.
- Retos en una plataforma web-app: disminuir consumo BAP y preferir agua. Acumular puntos (botellas, entradas al cine, descuentos).
- Campaña lo natural: showcooking, lectura etiquetas, Rally retos, concursos de álbum de stickers, recetas, canciones, obras de Teatro.

Canales de información

- Redes sociales: Tik Tok, Instagram, Facebook.
- Plataforma web, App.
- Mensajes de texto.
- WhatsApp.
- Correos electrónicos.

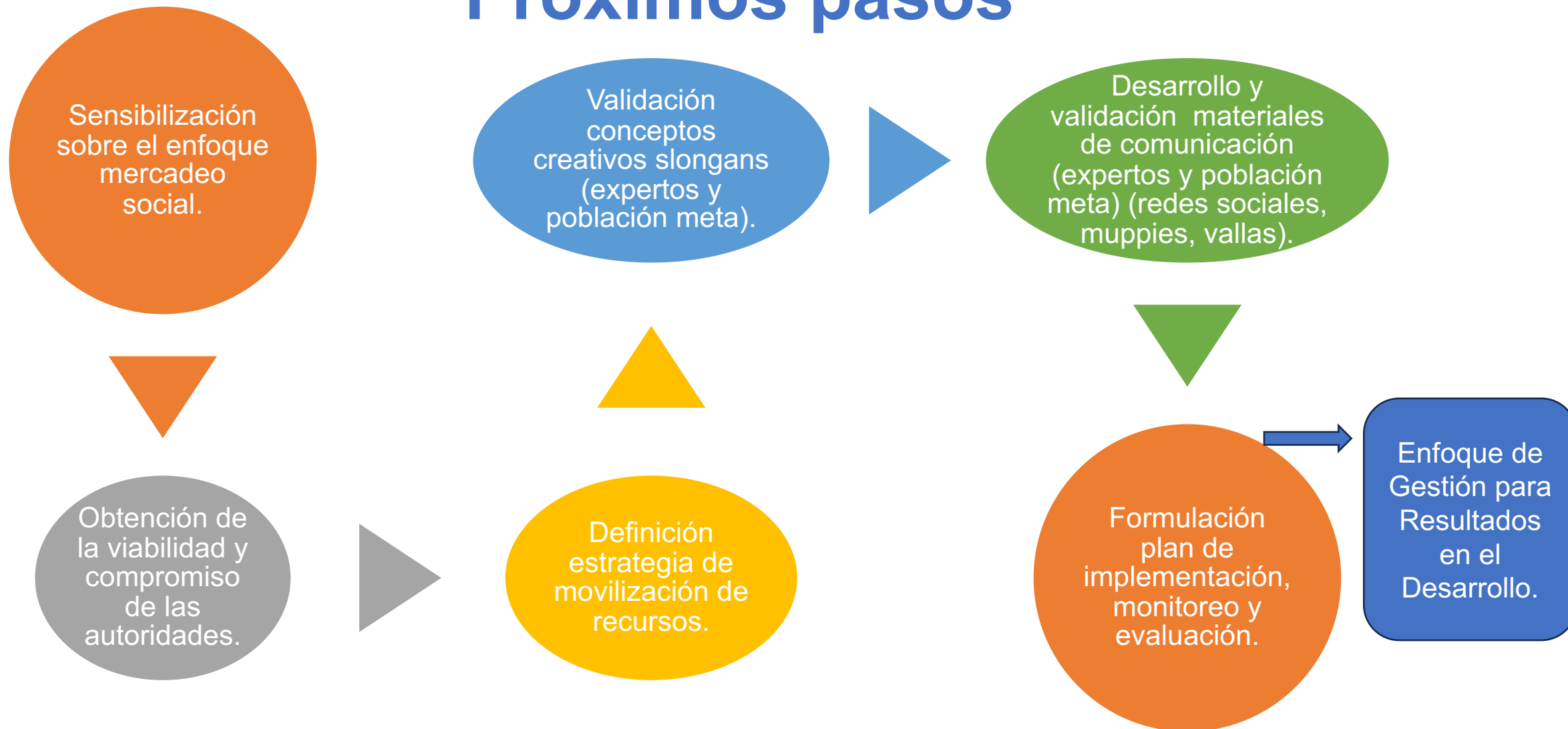


Portavoces

- Profesionales de salud, médicos, nutricionistas.
- Chef famoso.
- Pares.
- Padres de familia.
- Artistas famosos.



Próximos pasos



Lecciones aprendidas

Basarse en la evidencia, mejores prácticas.

Enfoque orientado a la persona, los valores, barreras, motivadores.

Importancia del trabajo multidisciplinario y multisectorial.

Conocer las realidades de los otros países y formas de trabajo.

Importancia de la viabilidad y compromiso de las autoridades en este tema.

Muchas gracias

karol.madriz@misalud.go.cr