



Población no logra adoptar conductas en beneficio de su propia salud

Dengue continúa enfermando a más de 5.000 personas cada año

Mercadotecnia social podría identificar vacíos

26 ABR 2018 Salud



La Organización Mundial de la Salud (OMS) reconoció la mercadotecnia social como clave en el desarrollo de estrategias de mercadeo, esto por tener el potencial de promover cambios orientados a las conductas saludables. En la fotografía se pueden observar larvas del mosquito transmisor del dengue, que se desarrollan en lugares con agua estancada. Foto Archivo ODI.

Si hay un padecimiento que destaca por impactar la salud de Costa Rica en los últimos años es el dengue. Datos del Ministerio de Salud revelan que esta condición enfermó a **106.992 personas** entre el 2012 y el 2017; en ese periodo, la cifra menor reportada fue de 5.000 casos en el 2017.

¿El mayor cómplice? El mosquito *Aedes aegypti*, el principal vector transmisor del virus, que puede ser fácilmente eliminado al evitar la acumulación de agua en sitios que, posteriormente, se convertirán en potenciales criaderos.

Entonces, si la solución podría considerarse simple, ¿por qué cada año se registran más de **5.000 casos**? Esta pregunta se podría responder a través de la mercadotecnia social, una herramienta con el potencial de identificar aquellos elementos que le impiden a la población adoptar conductas de cambio en beneficio de su propia salud.

Así lo manifestó el Dr. Horacio Chamizo García, director de la Escuela de Tecnologías en Salud (TS) de la Universidad de Costa Rica (UCR), en el marco de la XVI Convención y Simposio de la Red Iberoamericana de Mercadotecnia en Salud, que se realizó en el Auditorio de la Ciudad de la Investigación de la UCR.

De acuerdo con el Dr. Chamizo, a pesar de los numerosos esfuerzos realizados por las autoridades sanitarias para erradicar el dengue, las campañas de prevención aún no logran llegar a la población con el mensaje adecuado. Es aquí cuando aparece la

mercadotecnia social como una alternativa capaz de fortalecer los procesos de gestión de servicios, programas de salud y mejorar los productos que se ofrecen a la población.

Conozca los casos por dengue reportados en los últimos cinco años



Fuente: Ministerio de Salud

Una herramienta de cambio

La mercadotecnia social investiga cómo actúa la población, con el objetivo de crear estrategias más efectivas de intervención y, aunque en Costa Rica ya se implementa, necesita ser más robusta. "El propósito es empoderar a instituciones y actores en la gestión de la salud. Hemos visto claramente esta necesidad en las campañas contra el dengue, cuyos esfuerzos no han logrado alcanzar los objetivos deseados", afirmó el Dr. Chamizo.

Pero los aportes de la mercadotecnia no se detienen ahí. Sus contribuciones también se ven reflejadas a través de un compromiso ético que va más allá de la comercialización y en la capacidad de generar políticas públicas más efectivas, sostenibles y eficientes, de la mano con una mayor participación ciudadana.

No obstante, para lograr dichas transformaciones es necesario no perder de vista el papel de los sistemas de salud. El Dr. Heberto Priego Álvarez, presidente de la Red Iberoamericana de Mercadotecnia en Salud (RIMS), indicó que es necesario entender que la salud no es solo la ausencia de enfermedad, sino un completo bienestar físico, mental y social. Así, **la persona solo será capaz de modificar sus conductas en beneficio propio, cuando el gobierno garantice los procesos requeridos para lograrlo.**

"Si lanzamos el mensaje y tratamos de educar sin entender el contexto, corremos el riesgo de no generar los resultados deseados. La mercadotecnia provee de muchas herramientas, sin embargo requiere de la intervención de otras disciplinas y actores. En este ámbito, las estructuras gubernamentales deben trabajar en incorporar la voz del ciudadano en el diseño y en la prestación de los servicios, que es fundamental para que **cada persona también sea cómplice de garantizar su salud**", expuso el Dr. Priego.



Con la XVI Convención y Simposio de la Red Iberoamericana de Mercadotecnia en Salud, la UCR se posiciona una vez más como una institución comprometida con la salud costarricense. -Foto cortesía de la Escuela de Tecnologías en Salud.

Necesidad de involucramiento

Xinia Alvarado Zeledón, responsable local del encuentro y docente de la Escuela de Tecnologías en Salud de la UCR, indicó que **en Costa Rica se usa la mercadotecnia en salud en gran medida, pero la terminología no se reconoce como tal.** Al tener mayor conciencia de su uso, diferentes políticas se pueden conducir mejor hacia las necesidades reales de la población sin caer en un enfoque impositivo.

“La mercadotecnia tiene toda la estrategia metodológica; hemos visto muchos proyectos que lo utilizan, pero no se reconoce su uso. Entonces, hace falta posicionar e impulsar más la mercadotecnia. Nuestras carreras tienen ese componente de la promoción y la prevención de la salud, por lo que este componente posee gran relevancia”, afirmó Alvarado.

De igual forma, al averiguar qué opina la población y qué pasa con ella, se pueden fortalecer los procesos diagnósticos y trabajar más oportunamente en aspectos de detección, a fin de evitar que la persona tenga una intervención tardía en padecimientos complejos. **En este campo, estudiantes de la Escuela de Tecnologías en Salud ya están realizando investigaciones, principalmente, en el tema del dengue.**

La XVI Convención se llevó a cabo en la tercera semana de abril y es el segundo encuentro que se realiza en el país, el primero fue en el 2008.

En total, **cerca de 60 expertos nacionales e internacionales** compartieron durante tres días sus enfoques de mercadotecnia social desde innovadores ámbitos de promoción de la salud, entre ellos: socio-ambiental, emprendimiento, eficiencia y gestión, así como en formación de recurso humano.

La próxima Convención y Simposio de la Red Iberoamericana de Mercadotecnia en Salud será en el 2019, en Campeche, México.



[Jenniffer Jiménez Córdoba](#)
Periodista Oficina de Divulgación e Información
jenniffer.jimenezcordoba@ucr.ac.cr

Etiquetas: [rims](#), [convencion](#), [tecnologias en salud](#), [ucr](#), [dengue](#).