

INVESTIGACIÓN Y CIENCIA

Análisis de la estrategia de marketing de la empresa refresquera a dos años de la reforma impuesto al refresco

Carlos Andrés Castañeda Gordillo*, **, Ana Karen Medina Jiménez**, Rebeca Monroy Torres**, ***

Palabras clave: Impuesto al refresco, obesidad, bebidas azucaradas, diabetes.



Fuente: <https://assets.entrepreneur.com/content/3x2/1300/20170127154823-industriarefrescos.jpeg>

* Programa Rotatorio de Estancias y Prácticas profesionales (PREPP), Laboratorio de Nutrición Ambiental y Seguridad Alimentaria. Departamento de Medicina y Nutrición, Universidad de Guanajuato. Campus León.

** Observatorio Universitario de Seguridad Alimentaria y Nutricional del Estado de Guanajuato (OUSANEG).

*** Profesora investigadora del Laboratorio de Nutrición Ambiental y Seguridad Alimentaria (LANAYSA), responsable del PREPP del Departamento de Medicina y Nutrición, Campus León, Universidad de Guanajuato.

En México, existe una alta prevalencia de sobrepeso y obesidad. De acuerdo a datos preliminares de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición de medio camino 2016 (ENSANUT), la prevalencia nacional de sobrepeso y obesidad en escolares de 5 a 11 años ha disminuido de 34.4% a 33.2%; sin embargo, dentro de estos porcentajes, la obesidad se ha incrementado de 14.6% a 15.3%. En adolescentes de 12 a 19 años, las cifras han aumentado de 34.9% a 36.3%; y en el caso de los adultos (a partir de los 20 años), la prevalencia de sobrepeso y obesidad se elevó de 71.3% a 72.5%.

El consumo frecuente de bebidas con azúcares añadidos, tales como: refrescos, jugos industrializados, bebidas deportivas, bebidas energéticas, leche azucarada o alternativas a la leche y té endulzado o bebidas de café, incrementan el riesgo de desarrollar obesidad, enfermedades metabólicas (como la diabetes), enfermedades cardiovasculares y algunos tipos de cáncer. Un estudio calculó que en México 22020 personas mueren a causa de enfermedades asociadas al consumo de bebidas azucaradas, lo que representa 12% de las muertes en el mundo. México es el mayor consumidor de refresco. En el año 2012, cada mexicano consumía un promedio de 176 litros de refresco al año, traducido en un aproximado de 483 mililitros al día; actualmente el consumo promedio es de 180 litros, que supera el promedio mundial en un 694%, el cual es de 22.2 litros en promedio anual.

El impacto generado con el creciente consumo de refresco en los mexicanos ha alcanzado incluso las zonas rurales e indígenas del país. La percepción cultural y los precios bajos que la empresa ofrece en las zonas indíge-

nas, han hecho que el consumo de refrescos aumente. En algunas zonas indígenas del estado de Chiapas como en la región Altos de Chiapas (considerada la zona con mayor índice de pobreza del país) valoran el gas del refresco, por ello, tienen especial cuidado al abrir las botellas, para que 'el alma' del refresco no salga, porque si dicho gas escapa el refresco ya no serviría. Además, representa una bebida curativa y piensan que al eructar, la enfermedad sale; consideran que es útil contra el *mal de ojo*, el empacho u otros males. Como parte de la campaña publicitaria de la refresquera, se pueden observar carteles de la industria refresquera con leyendas en el dialecto Tzotzil como: *Coca-Cola Ta Sut Yavil, Ja No'ox*, que significan *Toma tu agua de Coca-Cola, Regresa el envase vacío* respectivamente.

La Estrategia Global sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud, señala que la publicidad de botanas, refrescos, chocolates y confitería entre otros alimentos, *se aprovecha de la inexperiencia niños y adultos*, y como parte de una estrategia a fin de reducir el consumo de estos productos, el 15 de julio de 2014 entran en vigor las disposiciones de 4 categorías en materia de publicidad que prohíben la publicidad de dichos productos que establece la restricción de la publicidad en televisión abierta y de paga de lunes a viernes de las 14:30 a 19:30 horas y los sábados y domingos de las 7:00 a las 19:30 horas.

Otra estrategia desarrollada, fue el impuesto especial a bebidas con azúcares añadidos, el cual, entro en vigencia desde 2014, pero, ¿Qué es el impuesto a bebidas con azúcares añadidos?

El impuesto a las bebidas azucaradas es una medida recomendada por organismos internacionales como la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (6). El objetivo es desincentivar el consumo de bebidas azucaradas, debido a sus efectos negativos en la salud y combatir la epidemia de obesidad y enfermedades crónicas. El monto del impuesto fue de un \$1 peso por litro, lo que por precio promedio equivale al 10%.

El impuesto de 1 peso por litro puede ser una estrategia en la lucha contra la epidemia de obesidad y enfermedades crónicas relacionadas; sin embargo, no ha tenido el impacto esperado. Una de las razones podría ser que la industria refresquera ha demostrado con los años, una plataforma de marketing que ha generado una cultura en el consumo de la población, por ejemplo, analicemos algunas de sus campañas.

Destapa la felicidad, es uno de los slogans que tiene la industria refresquera, con la que ha logrado incrementar el consumo de su producto a través del mensaje emocional.

Envases personalizados (latas con tu nombre), esta campaña publicitaria sale el mismo año en que entró en vigor el impuesto al refresco, el mensaje de esta campaña es *Comparte con...* y se muestran diferentes nombres.



Ilustración 1. Estrategia comercial de latas personalizadas.

La Coca-Cola verde, otro de los productos de la compañía refresquera donde el mensaje continúa siendo el mismo, además este producto, al ser endulzado con Stevia, otro tipo de endulzante bajo en calorías, puede ser percibido por la población como *presuntamente sano*.



Ilustración 2. Producto Coca-Cola Life o verde.

Campaña *Coca-Cola en tu hogar*, donde la industria refresquera lleva el producto directo a tu domicilio, y las personas reciben el producto en la puerta de sus hogares, lo cual además promueve el sedentarismo.



Ilustración 3. Campaña Coca-Cola en tu hogar.

En noviembre de 2016, la Secretaría de Salud Federal emitió una emergencia epidemiológica por diabetes mellitus y obesidad. En tal

comunicado se argumentó que mientras en 1980 fallecieron cerca de 14 mil personas a consecuencia de la diabetes mellitus, hoy son 98521.

Aunque es un primer paso, considerando los elevados niveles de obesidad y diabetes en el país, para lograr una mayor efectividad (mayores beneficios en salud), el impuesto debería ser al menos del doble del que se ha planteado, es decir, de 2 pesos por litro.

Entre las estrategias para mejorar el impacto del impuesto al refresco, el pilar deben ser los hábitos alimenticios adecuados ya conocidos, como disminuir el consumo de bebidas azucaradas, el consumo de agua y realizar actividad física, que generan un mayor impacto en la salud y una mejor calidad de vida. Así como el considerar dentro de las políticas públicas, que el recurso sea destinado a proveer de agua potable a la población a través de bebederos en escuelas y espacios públicos. No obstante, hay evidencia de que para poder tener un mejor impacto en la salud de la población, se sugiere acompañar con otras estrategias como asegurar el acceso a agua potable y alimentos saludables, regular la publicidad de alimentos y bebidas, la promoción de un etiquetado simple y entendible que ayude a elecciones saludables de alimentos y la promoción de la actividad física.

REFERENCIAS

ENSANUT. Encuesta Nacional de Salud y Nutrición. Medio Camino. 2016 [Internet]. Instituto Nacional de Salud Pública. Secretaría de Salud. México: Instituto Nacional de Salud Pública; 2016. Available from: <http://www.epidemiologia.salud.gob.mx/doctos/encuestas/resultados/ENSANUT.pdf>

Alianza por la Salud Alimentaria. Las bebidas azucaradas y los riesgos a la salud - Alianza por la Salud Alimentaria [Internet]. 2013 [cited 2017 May 6]. Available from: <http://alianzasalud.org.mx/2013/10/las-bebidas-azucaradas-y-los-riesgos-a-la-salud/>

Campos Beatriz. Cada mexicano consume 176 litros de refresco al año. 2015 [cited 2017 Apr 23]; Available from: <http://alternativo.mx/2015/05/cada-mexicano-consume-176-litros-de-refresco-al-ano/>

Carranza Y. Consumo de refrescos perfila estilo de vida de los mexicanos [Internet]. 2016. p. 5. Available from: <http://www.conacytprensa.mx/index.php/ciencia/humanidades/5057-el-consumo-excesivo-de-refrescos-perfila-estilo-de-vida-de-los-mexicanos>

Mariscal A. Coca-Cola invade comunidades indígenas de Chiapas - Alianza por la Salud Alimentaria [Internet]. 2014 [cited 2017 May 6]. Available from: <http://alianzasalud.org.mx/2014/10/coca-cola-invade-comunidades-indigenas-de-chiapas/>

Colchero MA, Salgado JC, Unar M, Hernández-Avila M, Velasco-Bernal A, Carriedo A R-DJ. IMPUESTO AL REFRESCO [Internet]. 2013 [cited 2017 Apr 21]. Available from: <https://www.insp.mx/eppo/blog/2946-imp-refresco.html>

Secretaría de Salud. Emite la Secretaría de Salud emergencia epidemiológica por diabetes mellitus y obesidad | Secretaría de Salud [Internet]. 2016 [cited 2017 Apr 23]. Available from: <http://www.gob.mx/salud/prensa/emite-la-secretaria-de-salud-emergencia-epidemiologica-por-diabetes-mellitus-y-obesidad>

Fuente: <http://cdc-s3-ejece-main.s3.amazonaws.com/uploads/2015/10/17.-And-the-ingredients-in-the-soda-have-to-go-somewhere.jpeg>

