

Martes 26 de Agosto

- 08:00 - 08:30 hrs. Inscripciones
- 08:30 - 09:00 hrs. Introducción: Obesidad en Chile
Dr. Fernando Vio, Director INTA, Universidad de Chile
- 09:00 - 10:00 hrs. Visión general sobre el *marketing* social
Dra. Carol Bryant, USF
- 10:00 - 10:30 hrs. Intermedio
- 10:30 - 11:30 hrs. Componentes del plan de *marketing*
Dra. Carol Bryant, USF
- 11.30 - 12:15 hrs. Estrategia de prevención de la obesidad del Ministerio de Salud
Dra. Lorena Rodríguez, Departamento de Alimentos y Nutrición, Ministerio de Salud
- 12:15 - 13:00 hrs. Alimentación saludable, política de fomento hacia la industria alimentaria
Dr. Michel Leporati, Ministerio de Agricultura
- 13:00 - 14:30 hrs. Intermedio
- 14:30 - 15:45 hrs. Métodos de investigación formativa. Métodos para la segmentación de audiencias
Dra. Carol Bryant, USF
- 15:45 - 16:30 hrs. Factores que influyen en la decisión de compra de un alimento
Prof. Dr. Marco Schwartz, Facultad de Ciencias Agronómicas, Universidad de Chile
- 16:30 - 17:00 hrs. Intermedio
- 17:00 - 17:45 hrs. La recepción publicitaria infantil y los desafíos regulatorios en el ámbito de la publicidad de alimentos y bebidas en Chile
Prof. Dr. Rodrigo Uribe, Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile
- 17:45 - 18:30 hrs. Discusión general

Miércoles 27 de Agosto

- 08:30 - 09:15 hrs. *Marketing* de alimentos y preferencias alimentarias de los niños chilenos
Prof. Sonia Olivares, INTA, Universidad de Chile
- 09:15 - 10:30 hrs. Desarrollo de la estrategia de *marketing* social
Dra. Carol Bryant, USF
- 10:30 - 11:00 hrs. Intermedio
- 11:00 - 11:45 hrs. Programa 5 al Día en Chile: estudio de caso
Prof. Isabel Zacarías, INTA, Universidad de Chile
- 11:45 - 13:00 hrs. Panel: Responsabilidad Social Empresarial y prevención de la obesidad infantil
Moderador: Dr. Fernando Vio. INTA, Universidad de Chile. Representantes de empresas de alimentos
- 13:00 - 14:30 hrs. Intermedio
- 14:30 - 15:15 hrs. Pretest del programa de *marketing*
Dra. Carol Bryant, USF
- 15:15 - 16:00 hrs. Tendencias del consumo de alimentos "funcionales"
Prof. Dr. Marco Schwartz, Facultad de Ciencias Agronómicas, Universidad de Chile
- 16:00 - 16:30 hrs. Intermedio
- 16:30 - 17:30 hrs. Discusión general
Dra. Carol Bryant, USF
- 17:30 - 18:00 hrs. Ceremonia de Clausura



PROGRAMA CURSO PRE-CONGRESO MARKETING SOCIAL Y PREVENCIÓN DE LA OBESIDAD

Santiago, 26-27 de agosto de 2008
Hotel Crowne Plaza



Universidad
de Chile



Instituto de Nutrición y
Tecnología de los Alimentos



Organizado por el INTA, Universidad de Chile,
en el marco del IV Congreso Panamericano de
Promoción del Consumo de Frutas y Verduras,
a realizarse en Santiago entre los días
28 al 30 de Agosto de 2008



Introducción

La elevada y creciente prevalencia de obesidad observada en Chile en las últimas décadas constituye un motivo de gran preocupación y su prevención y control están entre las metas prioritarias del Gobierno. Con este fin, se han desarrollado diversos programas de promoción y educación, con el fin de aumentar la toma de conciencia y conocimientos sobre los factores de riesgo asociados a este problema en los grupos objetivo, sin que hasta la fecha se observen cambios que permitan esperar una detención en la tendencia continua al aumento.

El *marketing* social, estrategia integradora que aplica los principios y técnicas del *marketing* comercial al análisis, planificación, ejecución y evaluación de programas orientados a lograr un cambio voluntario en la conducta de la población objetivo, con el fin de mejorar su bienestar personal y el de la sociedad, representa un valioso aporte para abordar este problema.

El Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos de la Universidad de Chile, en coordinación con la Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud (OPS/OMS), a través de su Escuela CARMEN, se complace en ofrecer este curso, dirigido a académicos y profesionales de los sectores Salud, Ciencias de los Alimentos, Ciencias Agronómicas, Ciencias Sociales y a los profesionales que trabajan en las áreas de Responsabilidad Social Empresarial y marketing de las empresas de alimentos, que estén interesados en comenzar a dar un paso definitivo en la construcción de estrategias más efectivas de promoción de la calidad de vida.

El Curso contará con la participación de la Dra. Carol Bryant, Distinguished USF Health Professor and Co-Director, Florida Prevention Research Center, University of South Florida, USA; académicos de la Universidad de Chile y representantes del Ministerio de Salud, Ministerio de Agricultura y Empresas de Alimentos.

Objetivos

Al término del curso, los participantes estarán en condiciones de:

- Identificar los principios del marketing social y la planificación de programas usando el marketing mix (4 Ps: Producto, Precio, Plaza y Promoción).
- Comprender la importancia de la investigación formativa y la segmentación de audiencias en el diseño de programas de marketing social.
- Reconocer la importancia de establecer objetivos realistas para las distintas audiencias objetivo.
- Distinguir las etapas de diseño, desarrollo, implementación y evaluación de una campaña de marketing social.
- Analizar las posibilidades de diseñar e implementar una estrategia de marketing social para la prevención de la obesidad infantil en Chile

Directora

Prof. Sonia Olivares, INTA, Universidad de Chile

Profesores

Carol Bryant, PhD. Distinguished USF Health Professor and Co-Director, Florida Prevention Research Center, University of South Florida (USF), USA

Fernando Vio. MD, MSc. Director INTA, Universidad de Chile
Presidente Corporación 5 al Día Chile

Michel Leporati, PhD. Asesor Gabinete Ministra de Agricultura

Sonia Olivares, MSc. Profesora Asociada INTA, Universidad de Chile

Lorena Rodríguez, MD, MSc. Departamento de Alimentos y Nutrición, Ministerio de Salud

Marco Schwartz, PhD. Director Escuela de Postgrado, Facultad de Ciencias Agronómicas, Universidad de Chile

Rodrigo Uribe, PhD. Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile

Isabel Zacarías, MSc. Profesora Asistente INTA, Universidad de Chile

Representantes de Empresas de Alimentos (a definir)