

Grants4Apps® Bogotá 2017 Ficha técnica del Reto A

Identificar una solución que inflencie el comportamiento del consumidor hacia la adopción de hábitos saludables, promoviendo la salud y el autocuidado.

1. Relevancia del reto

En la actualidad se cuenta con avances de la medicina y la salud que han permitido que la expectativa de vida aumente. Sin embargo, las rutinas a las que las personas se enfrentan, genera que los hábitos no sean tan saludables. Teniendo en cuenta que, según datos de la OMS, las enfermedades cardiovasculares, el cáncer, las enfermedades respiratorias y la diabetes son las principales causas de mortalidad en el mundo, el tema del autocuidado toma vital importancia como una práctica que debe realizarse para mejorar la calidad de vida de todo aquel que se empodere del cuidado de su salud.

A su vez, los desafíos que surgen en el contexto del Sistema de Salud colombiano son numerosos; dentro de ellos hay un eje muy importante que se enfoca en la prevención de la salud. Este enfoque transforma la visión tradicional de que la responsabilidad de la salud está solo en manos del Sistema, y plantea un panorama de oportunidades para establecer conexiones entre los actores del sector salud y los pacientes. Estas conexiones serán la base para promover en las personas hábitos y rutinas que mejoren su estilo de vida y los haga conscientes del compromiso que tienen con su estado de salud.

2. ¿Cuál es el reto?

BAYER quiere identificar soluciones que influyan en el comportamiento de los cuidadores cabeza de familia, guiándolos hacia la adopción de hábitos y rutinas saludables que mejoren el estilo de vida y aumenten el compromiso con el autocuidado de la salud de su familia y su entorno.

Por esto, BAYER está interesada en recibir propuestas de solucionadores que desarrollen proyectos innovadores que aporten a la solución de la problemática descrita.

3. Objetivo del reto

- Incentivar el consumo en el perfil de los cuidadores cabeza de familia (ejemplo mamás), como acción de autocuidado y cuidado de la familia.
- Trabajar *Brand Awareness*.
- Fomentar la conversión en digital (compras).

4. Contexto de la problemática

4.1 ¿Qué es el autocuidado?

El autocuidado comprende todas las acciones y decisiones que realizamos para mantener un nivel óptimo de salud, prevenir y/o manejar dolencias leves. Cabe resaltar que el autocuidado no se relaciona con el auto-tratamiento de dolencias serias ni la autoprescripción, pues estas prácticas pueden traer riesgos innecesarios a la salud del individuo. Por el contrario, el autocuidado busca fomentar la prevención de enfermedades a través de la adopción de hábitos saludables como la



www.grants4apps.com/bogota



g4abogota@bayer.com



+57 1 4234071

actividad física, alimentación balanceada, chequeos médicos regulares, vacunas y el uso correcto y responsable de productos que no requiere fórmula médica para su compra (OTC).

En este último sector, Bayer cuenta con una serie de productos que pueden apoyar este proceso haciendo consciente su uso como parte importante en el proceso de autocuidado. Alrededor de este tipo de medicamentos se debe trabajar sobre las necesidades de la población a través de un proceso educativo; diseñando estrategias para que aprendan a diferenciar cuándo se debe hacer uso de los mismos para propósitos preventivos y cuándo para curativos.

Para poder ejercer la automedicación en forma responsable, el paciente debe ante todo estar en capacidad de poder hacer un autodiagnóstico de su situación de salud y reconocer los síntomas o signos como propios de una dolencia leve y una vez hecho esto, deberá conocer perfectamente el medicamento que empleará. Para ello debe saber muy bien cuáles son las indicaciones y usos del producto, las contraindicaciones y advertencias del mismo, así como su forma de uso, esto referido a la cantidad de producto y el horario que debe aplicar.

Por lo anterior, es claro que el beneficio real de los productos de venta libre u OTC se debe reflejar a largo plazo y por lo tanto la solución a este reto de innovación debe promover una transformación de la mentalidad del consumidor colombiano hacia los mismos.

4.2 ¿Quién es el usuario?

En vista del cambio de mentalidad que exige el abordaje de este reto, se seleccionó a las mamás como eje de esta transformación. Gracias al rol que desempeñan en la sociedad logran influenciar y educar sobre los hábitos de su familia y así, cambiar los suyos. De esta manera, las mamás pueden sobresalir como ejemplos a seguir en la adopción de hábitos saludables, pero también como guías en el fomento de los mismos en la familia.

Mamá, una cuidadora y promotora de los buenos hábitos

Frase célebre: *“Tengo que cuidar de mi familia y de mí”*

Su estilo de vida

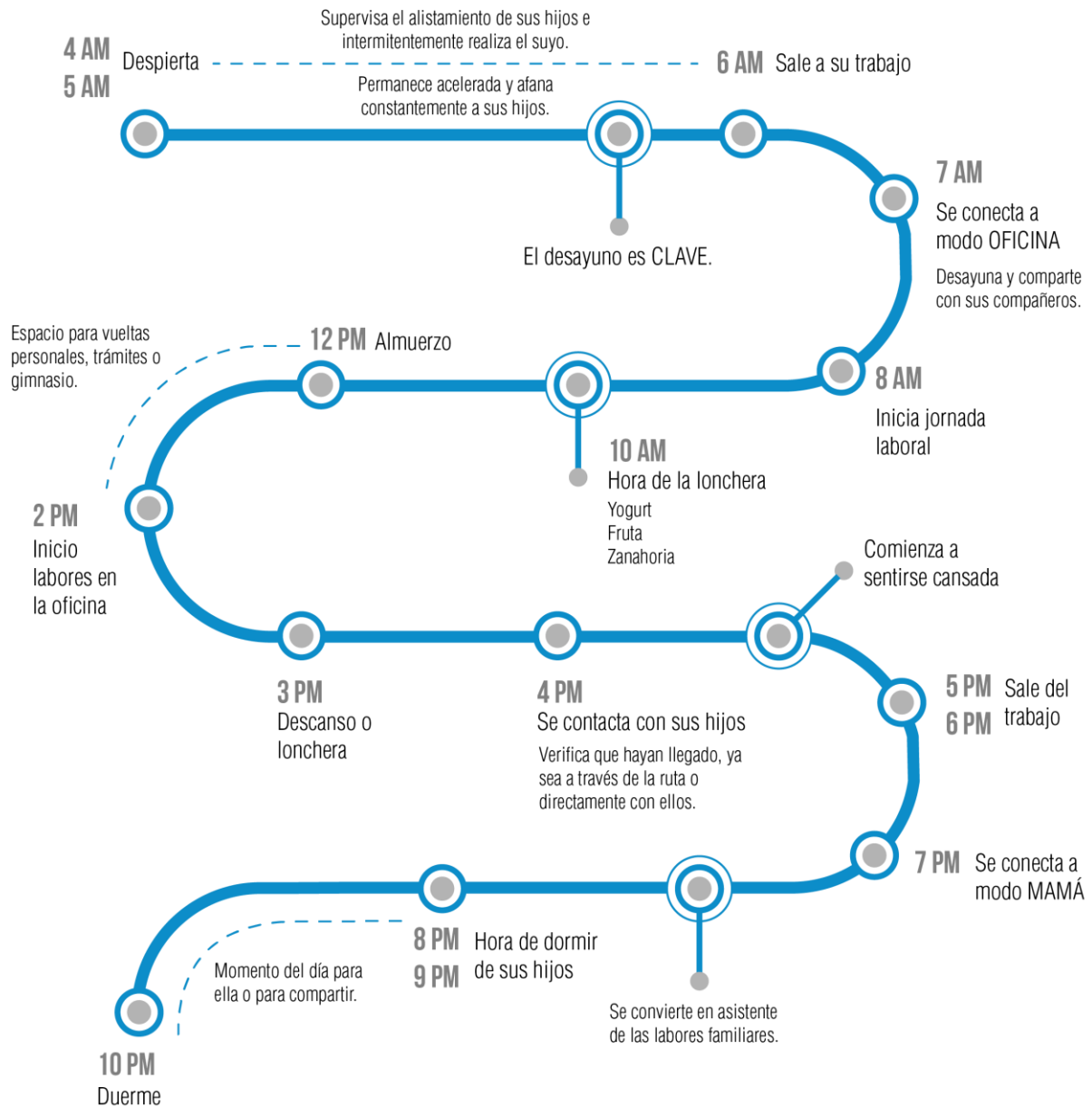
- Es una persona ocupada y su prioridad son sus hijos. Sin embargo, busca el equilibrio en la maternidad, por lo que tiene momentos para ella, después de estar con su familia. Estos espacios evitan que se sienta agobiada o frustrada por todos los deberes que tiene, o que sienta que no puede cumplir con todos sus roles y que no es una buena mamá.
- Trata de tener una relación cercana con sus hijos, por lo que escucha sus ideas, comparte con ellos y trata de estar atenta a lo que ven en sus diferentes contextos.

¿Cuáles son sus percepciones sobre el autocuidado?

- Considera que es la única que cuidará bien de su familia, y le preocupa la manera en la que los demás buscan el bienestar de sus hijos y por ellos, busca estar el mayor tiempo con ellos.
- Dentro de sus prioridades está investigar e informarse a través de las diversas redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube, ect) o sus redes de apoyo compuestas por amigas, médico pediatra y otras mamás.
- Quiere educar a sus hijos para que sean autónomos, capaces de autogestionarse.
- A la hora de adquirir productos, prefiere aquellos conocidos y reputados como eficaces y seguros de acuerdo con la trayectoria de los mismos en el mercado o la recomendación que los médicos hagan de ellos. Y cuando se trata del bienestar de su familia no escatima en gastos. Sin embargo, siempre tiene presente la relación costo-beneficio de lo que adquiere.



¿Cómo es su rutina estándar?



5. ¿Qué productos de Bayer hay que tener en cuenta para la solución del reto?

- **Aspirina® 100:** Medicamento que puede ayudar a prevenir un ataque al corazón o un derrame cerebral en personas con dos o más factores de riesgo.
- Portafolio de **Redoxon®:** Suplemento nutricional a base de Vitamina C y Zinc que mejora la protección del sistema inmunitario frente a agresiones externas.
- Portafolio de **GynoCanesten®:** Es un medicamento para el manejo de hongos a nivel vaginal.

- Portafolio de **Alka-Seltzer®**: Medicamento antiácido y analgésico indicado para el alivio sintomático de las molestias gástricas como acidez, agrieras, llenura y pesadez, así como dolor de cabeza.
- Portafolio de **Acid-Mantle®**: Loción protectora, suavizante, astringente, humectante y emoliente para el cuerpo.
- Portafolio de **Mexsana®**: Polvo antiséptico y anti transpirante para los pies.
- Portafolio de **Afrisal®**: Solución salina a base de agua de mar, que humecta, protege y descongestiona la mucosa nasal seca e inflamada a causa de irritantes locales como polvo, polen, contaminantes o en caso de estados gripales o sinusitis.
- **Bepanthe® Crema**: Crema para el cuidado del bebé y brindar la protección necesaria entre cada cambio de pañal.
- **Natele®**: Suplemento multivitamínico y mineral para uso prenatal que ayudar satisfacer las necesidades nutricionales adicionales en las mujeres antes, durante y después del embarazo.

6. Impacto o alcance esperado de la solución propuesta para el RETO

Bayer está interesado en que encontrar soluciones que estén enfocadas a mejorar los siguientes indicadores:

- Cercanía con al consumidor
- Llegar al *Top of Heart* del usuario que consume estos productos como parte de sus hábitos de autocuidado.
- Construir sobre la estrategia de marca de Bayer.
- Aumento en las ventas de productos para el autocuidado de Bayer.

7. ¿Qué ha hecho Bayer?

- Campañas educativas (Aspirina® 100, GynoCanesten®)
- Campañas digitales (Redoxitos® y los portafolio de Redoxon® y Mexsana®)
- Planes con colegios y alianzas con Nosotras (GynoCanesten®)
- Test cardiovasculares (Aspirina® 100)

8. ¿Qué se espera de la propuesta?

- Abrir la mente a nuevas perspectivas sobre el tema central del reto.
- Adoptar la tecnología como herramienta para la adopción de hábitos de autocuidado.
- Generar hábitos saludables alrededor de la marca.

9. ¿Qué tipo de soluciones **NO** se espera recibir?

- Soluciones alejadas de la marca.
- Productos nuevos para la marca.
- No pautas o estrategias de comunicación.
- No campaña educativa con BTL.
- Aplicaciones móviles de solo recordatorios.

