

Presentación Eikon 2019

Capítulo: Buenos Aires, Categoría Pyme

Categoría 13

**Campaña General Digital. Web, Social Media y Comunicación
Digital Móvil**

Título del programa

**Búsqueda de pacientes para ensayo clínico de cáncer de mama.
Una oportunidad para vos, una oportunidad para todas.**

Nombre de la Compañía

Un Ensayo Para Mí

Desarrollo

Mazalán Comunicaciones

Personas Responsables del Plan de Comunicación

Por Mazalán Comunicaciones:

**Fernando Arocena, Erika López, Gabriela Bordón, Cecilia Vittar,
Milagros Ferreyra y José Luis Seco**

Un tweet que identifique y defina el programa

**Mujeres con #CancerDeMama tuvieron la oportunidad de
participar en un ensayo clínico para encontrar nuevos tratamientos
contra la enfermedad.**

Introducción

Acerca de Un Ensayo Para Mí (UEPM).

[UEPM](#) nace de una necesidad personal y profesional de Georgina Sposetti, médica e investigadora clínica, que se dedica a trabajar en estudios que desarrollan nuevos medicamentos para tratar enfermedades.

Hace seis años, Georgina fue diagnosticada con una enfermedad poco frecuente. En ese momento, pasó a estar del lado del paciente y tomó conciencia de la importancia de crear un espacio donde puedan encontrarse las personas que padecen alguna enfermedad y las investigaciones en proceso .

En Argentina, se realizan alrededor de 840 ensayos por año en más de 4.000 centros de salud. Sin embargo, la mayoría de los pacientes no conoce que tiene esta oportunidad para encontrar una alternativa para su enfermedad.

Desde el año 2016, UEPM ayuda a los pacientes a informarse de manera confiable, gratuita y segura. El objetivo del sitio web es que las personas con algún tipo de enfermedad puedan contactarse e incorporarse a ensayos clínicos que le ofrezcan esperanzas a su situación.

Objetivo

Alrededor del 80% de los ensayos clínicos en el mundo se cancelan por falta de pacientes voluntarios. Ya sea por poca concientización sobre la temática o por la inexistencia de métodos efectivos para encontrar a pacientes aptos, lo cierto es que miles de investigaciones médicas se retrasan o cancelan.

En este contexto y con una idea innovadora en mente, **Un Ensayo Para Mí se propuso encontrar pacientes voluntarias para una investigación clínica que se desarrollaba en Santa Fe, Buenos Aires y La Rioja, sobre cáncer de mama triple negativo** (el tipo de cáncer más agresivo y uno de los más difíciles de contraer).

Teniendo en cuenta que **sería la primera vez que se reclutarían pacientes para ensayos clínicos a través de las redes sociales en Argentina** y dada la baja prevalencia de este tipo de cáncer, se planteó como objetivo encontrar sólo **3 pacientes** cáncer de mama triple negativo en estadio temprano de alto riesgo, en un lapso de tres meses.

Ejecución

Plan de Acción:

Llevamos a cabo una **campaña integral para redes sociales y Adwords**, desde el 12 de junio al 11 de noviembre de 2018, marcando un antecedente en la historia de reclutamiento de pacientes para ensayos clínicos en Argentina. Nunca antes se había realizado una acción similar en redes sociales en nuestro país.

Pauta en Facebook, Twitter e Instagram.

Nuestro objetivo era llegar a pacientes con cáncer de mama mayores de 18 años y dispuestas a participar en una nueva investigación médica.

El mensaje fue directo: la nueva investigación representaba una oportunidad para ellas, que podrían acceder a un nuevo tratamiento, así como también una oportunidad para las mujeres que padezcan la enfermedad en el futuro.

Teníamos el desafío de diferenciarnos de las tradicionales campañas de concientización y así lo hicimos. Desarrollamos una estética particular para la campaña (diferente a la habitual de UEPM) y realizamos 14 piezas entre imágenes ilustradas y videos.

Cada usuaria al tomar contacto los anuncios en Facebook, Twitter o Instagram, era dirigida a un formulario que debía completar con sus datos y responder algunas preguntas que determinarían si cumplía con los requisitos de inclusión para formar parte de la investigación.

A partir de eso, las pacientes que calificaban para el estudio fueron contactadas telefónicamente por el personal de UEPM, quien las acompañó en el resto del proceso junto a los médicos investigadores.

Un Ensayo para Mi
Publicado por UnEnsayoParaMi [?] · 3 de septiembre ·

Nueva investigación médica para el tratamiento de cáncer de mama, aprobada por ANMAT y comité de ética. Informate más acá [📌](#)
#CancerDeMama #UnEnsayoParaMi

Podrías participar en la investigación de un nuevo medicamento

Podrías ayudar a las próximas cáncer de mama

117.735 Personas alcanzadas 5.839 Interacciones [Promocionar publicación](#)

👍👎👁️ 285 1 comentario 199 veces compartido

unensayoparami
Publicidad

NUEVAS INVESTIGACIONES SOBRE CÁNCER DE MAMA

UNA OPORTUNIDAD PARA VOS, UNA OPORTUNIDAD PARA TODAS.

Más información

unensayoparami

Una oportunidad para vos, una oportunidad para todas.

Más información

908 Me gusta

unensayoparami Mujeres que tengan cáncer de mama con ganglios comprometidos 🟡, podrían participar en una investigación aprobada por ANMAT y Comité de Ética para el desarrollo de una nueva medicación.

Una oportunidad para vos, una oportunidad para todas.

UNENSAYOPARAMI.ORG

Estudio de investigación clínica sobre cáncer de mama

Más información



La campaña llegó a **18 localidades** de Argentina (mostrándose en **4 provincias**). Tuvo más de **2 millones de impresiones** y alcanzó a **639.000 personas**. El sitio web **superó las 22.600 visitas** y en las redes sociales, las publicaciones obtuvieron casi **13 mil reacciones** y fueron compartidas alrededor de **5 mil veces**.

Un tema tan sensible, generó casi **400 testimonios** (entre comentarios y mensajes privados) de lucha y superación de la enfermedad.

Aprendiendo sobre las nuevas políticas publicitarias de los medios digitales.

Si bien el tema de la salud siempre tuvo restricciones dentro de las plataformas publicitarias de Google y Facebook, el contexto generado por el escándalo Cambridge Analytica, puso en alerta a estos medios, que fueron modificando y haciendo más exigentes (y a veces, confusas) las políticas de aprobación o rechazo de anuncios.

Facebook: la sola mención de enfermedades o el uso de artículos y personas verbales podía generar el rechazo de los anuncios según [las nuevas políticas publicitarias de Facebook e Instagram](#).

Adwords: para la campaña en Adwords el reto fue mayor. Los anuncios no eran aprobados por Google, quien luego de un mes y medio de intentar con diferentes formatos y copys, nos comunicó que no era posible realizar campañas publicitarias en Argentina para reclutamiento de pacientes. Sobre el tema no hay legislación que lo prohíba en el país, pero tampoco que lo apruebe.

Contenido de apoyo para redes sociales y página web.

Facebook: En la Fan page Un Ensayo Para Mí y en @UnEnsayoParaMi en Twitter, se publicó contenido relacionado con la temática (artículos de actualidad, datos estadísticos y notas a especialistas).

Sitio web: para el sitio www.unensayoparami.org se desarrollaron artículos y entrevistas a especialistas teniendo en cuenta fechas especiales, como por ejemplo, la entrevista al oncólogo Ignacio Casarini, que se publicó en octubre, mes de la sensibilización sobre el cáncer de mama.

Multiplicadores de la campaña: También enviamos una nota informando sobre la investigación en curso y la posibilidad de sumar pacientes a dicho estudio, a fundaciones y asociaciones de cáncer de mama.

Sobre Bibiana Ricciardi, periodista y autora del libro "Poner el cuerpo", publicamos una entrevista y creamos un video contando su historia.

Contactamos a Andy Clarc, creadora de "Chicas en New York", quien lideró la campaña #ponerelpecho, donde mujeres famosas participaron para concientizar sobre la detección temprana del cáncer de mama.

The image shows two social media posts from the organization 'Un Ensayo para Mi'. The left post, dated October 17, features an orange background with a teal speech bubble containing the text: "LOS ENSAYOS CLÍNICOS SON LA ÚNICA FORMA DE IR MEJORANDO LA VIDA DE LOS PACIENTES Y DE IR AVANZANDO EN LA MEDICINA". Below the speech bubble, it identifies Ignacio Casarini as a clinical oncologist and includes a link to the website UNENSAYOPARAMI.ORG. The right post, dated August 16, has a teal background with white icons of women and states: "POR DÍA, 1 DE CADA 8 MUJERES ES DIAGNOSTICADA CON CÁNCER DE MAMA". It also includes a link to a research page: ow.ly/BNKy30lqU7H.



Un Ensayo para Mi

Publicado por UnEnsayoParaMi [?] · 13 de julio ·

"Me siento en deuda con aquellas pacientes que probaron en sus cuerpos la medicación hormonal que permite hoy curarse muy fácilmente de un cáncer de mama". En esta entrevista a Bibiana Ricciardi, todo sobre su investigación sobre ensayos clínicos y su vivencia como paciente de cáncer de mama.



En total generamos **60 contenidos**, con más de **80 mil impresiones** y **35 mil clics a los enlaces**, superando las 5 mil reacciones en redes sociales.

Resultados

La campaña Cancer de Mama obtuvo 252 consultas gestionadas y superó ampliamente el objetivo de performance, alcanzando 22 pacientes aptas contactadas con investigadores.

Sin tener un objetivo de branding para este proyecto en particular, alcanzamos muy buenos resultados. Entre las cuatro plataformas donde se llevó a cabo la campaña, se consiguieron más de **1.850.000 impresiones** y **el sitio web recibió 22.654 visitas provenientes de anuncios.**

Conclusiones

La campaña fue un gran desafío, ya que no existían antecedentes para este tipo de objetivo. **Fue la primera vez en Argentina que en redes sociales se intentaba captar pacientes para que participen en un ensayo clínico.**

Aún así, **logramos superar ampliamente el objetivo inicial de 3 pacientes. (Fueron 22)**

Al momento de pensar el contenido, sabíamos que teníamos que dar un mensaje atractivo, pero a la vez no debíamos prometer algo que no fuéramos a cumplir. Encontrar el tratamiento a una enfermedad es una posibilidad que puede surgir como resultado del estudio, pero no siempre sucede, por lo que necesitamos comunicar en un tiempo verbal condicional.

Por otra parte, la campaña por momentos se presentó compleja, ya que las políticas de publicidad de Facebook y Google fueron cambiando, bloqueando algunas creatividades o directamente el canal.

Es para destacar, que sobre la marcha, fuimos capaces de optimizar la campaña, generando nuevos contenidos que optimizaron los resultados.

El eslogan de la marca es **Una oportunidad para vos. Una oportunidad para todas.**

Realizar esta campaña también fue una oportunidad para realizar algo inédito en Argentina, aprender y lograr ayudar a actuales y futuros pacientes con cáncer de mama.

Un resumen de este caso se puede ver en [este video](#).