

Categoría 14: Campaña Social Media - 14.02 Campaña de Influencers

Capítulo: General

Nombre del caso: Mariposa Engañosa

Agencia el Despacho - Laboratorio Merck

Departamento Creativo Agencia El Despacho

Personas responsables:

Director Creativo: Ignacio Butte

Redactora Creativa: Vania Sáez

Influencer Manager: Rocío Pérez

Ejecutivo de Cuentas: Franco Sáez

Realizadora Audiovisual: Nayadeth Miranda

1) Introducción (planteo y diagnóstico)

La Compañía:

Laboratorios Merck es una compañía líder en Ciencia y Tecnología en las áreas de Healthcare, Life Science y Electronics. Su ámbito de negocio va desde la creación de medicamentos recetados para tratar afecciones como el cáncer y la infertilidad, hasta productos de venta libre para un estilo de vida saludable.

El Problema:

1 de cada 4 personas en Chile padecen algún tipo de trastorno tiroideo.

Sin embargo, no todos estos casos son diagnosticados o tratados adecuadamente ya que desconocen que **la tiroides es esta pequeña glándula en forma de mariposa** que está ubicada en el cuello y que regula el metabolismo del cuerpo. **-cancer.org-**

Los síntomas del hipertiroidismo e hipotiroidismo pueden ser confundidos con problemas estéticos, como uñas y pelo quebradizo, piel reseca, dificultad para bajar de peso, etc. **-National Health Service UK-**

Dado lo anterior, es probable que una parte significativa de las personas afectadas **no busque atención médica o no reciba un diagnóstico oportuno.** **-Medicina UC-**

Más del 80% de los diagnósticos de cáncer a la tiroides son mujeres **-Fundación López Pérez-**

Objetivo de la campaña:

Concientizar y educar sobre la salud tiroidea a mujeres chilenas **mayores de 35 años** para que se motiven a realizar un test preventivo en línea a través del sitio **midetutiroides.com**, y así se motiven a visitar a un médico para poder acceder a un **diagnóstico oportuno.**

2) Propuesta/enunciado de campaña (estrategia)

Se nos pidió **aumentar la cantidad de test realizados en el sitio midetutiroides.com**, y para lograrlo nuestro objetivo fue que todo Chile hablara de la tiroides.

Para lograrlo teníamos que:

- Informar a la gente en qué parte del cuerpo se encuentra la tiroides
- Dar a conocer los síntomas engañosos
- Motivar a que se hicieran el test

¿Pero cómo hacer que un país al que **no le gusta hablar de salud**, hable de la pequeña **glándula con forma de mariposa?**

En lugar de crear una conversación no muy grata para nuestro público, decidimos entrar a conversaciones ya existentes. Y si hay algo que los Chilenos adoran discutir es sobre **farándula.**
-www.concierto.cl-

¿Y cómo introducir una campaña de salud en conversaciones de farándula?
Imitando los síntomas de la tiroides. **Un pequeño engaño.**

“**El escándalo de la semana**” como dice un famoso programa de farándula chilena no es algo que se pueda predecir, por lo que nuestro actuar tenía que ser relámpago.

Modus operandi:

-**Detectar** un tema o rostro que pronto iba a dar que hablar.

-**Crear y orquestar en tiempo récord** un pequeño engaño que diera que hablar y finalmente al ser revelado conectarlo con la educación tiroidea.

Semana a semana íbamos monitoreando rostros con fuerte presencia en **RR. SS. (Instagram)** y cuyo grupo objetivo son principalmente mujeres mayores de 35 años.

Si queríamos redireccionar a una web, nuestro **canal debía ser digital.**

3) Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)

-Primer Hallazgo: **Abril - Mayo 2024**

“El tatuaje de Carla Jara.”

Carla Jara es una actriz, animadora e influencer chilena, reconocida por su participación en el programa juvenil Mekano en 2001.

En abril del 2024 Carla Jara era la mujer del momento, todo lo que hacía era noticia, desde un cambio de look, hasta una aparición en portada debido a que estaba finalizando de manera abrupta su vida de pareja.

La mayoría de mujeres mayores de 35 recordaban la última vez que Carla tuvo un término amoroso en su juventud cuando decidió tomar una decisión drástica al **raparse el pelo.**

Fue ahí cuando vimos la oportunidad.

- **Cambio de vida.**

- **Look Drástico.**

- **Antecedente de realizar algo similar en el pasado.**

Contactamos a **Carla Jara** y Marlon Parra (el tatuador de los famosos) para que sean cómplices de esta mentirita blanca por la educación y los invitamos a falsear un tatuaje de mariposa en el cuello de Carla.

Sabíamos que una acción de estas características llamaría la atención en RR. SS.

Por eso el plan de acción consistió en:

- 1- Publicar una historia junto a Marlon anunciando que se haría un tatuaje, pero sin revelar dónde ni qué.
- 2- Publicar un Post colaborativo con Marlon dando a conocer el tatuaje en el cuello.
- 3- Días después de la polémica desatada, publicar una historia avisando que hablaría de todo lo sucedido en el matinal de CHV.
- 4- Revelar en vivo el tatuaje falso y entregar el mensaje de educación en compañía de una Endocrinóloga.

Llegó el gran día, **El 20 de Mayo** Carla realizó la primera publicación y en menos de 15 minutos ya era trending topic. Todo Chile estaba hablando de su "Mariposa".

La idea fue simple pero efectiva. Gatillar una conversación sobre su cuello, para luego decirle a todo Chile en vivo el matinal de CHV. "Los engañé para que hablen de mi cuello, pero el verdadero mensaje es que empiecen a preocuparse por la mariposa que ustedes tienen en el suyo."

Buena idea, buen timing, buena ejecución.

-Segundo hallazgo: **Noviembre 2024**

"Mariposas en el estómago: Pedrichelle"

Pedro Astorga y Michelle Carvalho son figuras reconocidas en la televisión chilena, especialmente por su participación en realities y su presencia en redes sociales.

"**Pedrichelle**" es el apodo que los seguidores de los realities chilenos dieron a la dupla formada por Pedro Astorga y Michelle Carvalho, quienes se conocieron en el programa "Pareja Perfecta" en 2012. A lo largo de los años, han mantenido una estrecha amistad, participando juntos en otros programas como "Gran Hermano Chile".

Su cercanía y química en pantalla han generado **especulaciones** sobre una posible **relación amorosa**, aunque ambos han afirmado en diversas ocasiones que solo son buenos amigos, su fanática siempre ha soñado con el día que esa amistad se vuelva a transformar en algo más.

A fines del 2024, Michelle y Pedro se vieron más cercanos (Ella viajando de manera recurrente a Pucón para visitarlo) creando una gran expectación entre sus seguidores "Pedrichellistas", quienes soñaban con una posible formalización en la relación.

¡Fue ahí cuando vimos otra oportunidad!

- Pareja Famosa con hartos seguidores en RR. SS.
- Amor/Mariposas en el estómago.
- Confundir con una imagen que diera rienda suelta a chisme de farándula.

Contactamos a **Pedro Astorga y Michelle Carvalho** para que sean cómplices de este nuevo engaño con fines educativos y los invitamos a generar una sesión fotográfica en la cual aparecieron juntos de manera muy amorosa, acompañados de un emoji de mariposa y un corazón

Por eso el plan de acción consistió en:

- 1- Michelle publica una historia desde el avión avisando que “Debe tomar la decisión correcta”.
- 2- Publicar un Post colaborativo entre Pedro y Michelle dando a conocer las fotos de “pareja” junto al emoji y el texto sugerente.
- 3- Esperar un día para hablar de “señales que pueden confundir” hablando de los síntomas engañosos de la tiroides e invitando a realizar el test online.

Durante la publicación y posterior aclaración, #Pedrichelle fue trending topic durante 3 días, efecto mediático que duplicó en cifras todo lo obtenido anteriormente por la campaña de Carla Jara.

4) Resultados y evaluación

- Total Visualizaciones de los contenidos relacionados con educar sobre la tiroides:
13.404.835
- Total interacciones adquiridas por ambas acciones con influencers:
1.250.051
- Aparición en prensa hablando sobre la tiroides:
207
LINKS:
[Menciones Carla Jara](#)
[Menciones Pedrichelle](#)
- TT Topic:
4 días
- Valorización Free Media:
\$126.350.000
- Total test completados sumando prensa y búsqueda en redes.
194.389
(Comparación Test completados durante todo el 2023: 28.000)