

El cáncer no discrimina,
a todos nos puede pasar

1.CONTEXTO

El cáncer es uno de los principales problemas de salud en Chile, sobre todo en el sistema de salud público, debido a la insuficiente infraestructura para cáncer, el alto costo de los tratamientos y al bajo número de especialistas en oncología. Esta enfermedad es la segunda causa de muerte entre los chilenos y se pronostica que pronto superará a las enfermedades cardiovasculares, pasando a ser la primera. De hecho, en las 5 regiones más pobres del país el cáncer ya es la primera causa de muerte.

Cada año en Chile hay 55.000 nuevas personas con diagnóstico de cáncer y todos los años mueren 28.000 chilenos por esta enfermedad, esto equivale a una persona cada 20 minutos. De acuerdo a los pronósticos, cerca de un tercio de los chilenos tendrá cáncer durante su vida. Además, se estima que un tercio de las muertes podrían evitarse con un diagnóstico precoz y con el tratamiento recomendado en guías internacionalmente aceptadas.



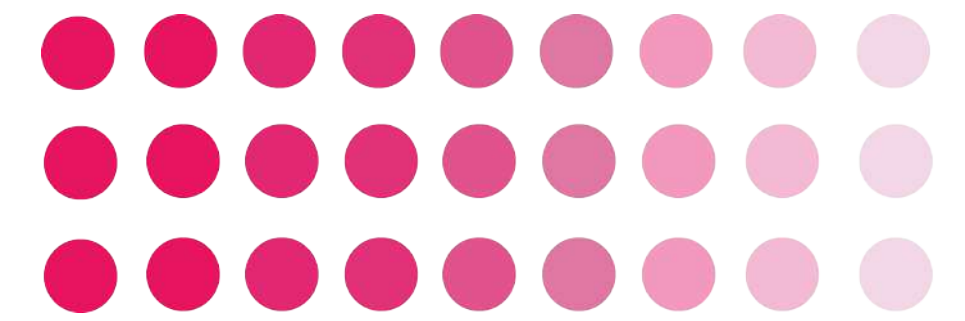
1.CONTEXTO

El cáncer es un determinante social pues las personas con menos educación tienen una mortalidad por cáncer mucho mayor a quienes la tuvieron. Adicionalmente, existe una fuerte desigualdad en el acceso a tratamientos oncológicos, pues el 80% de los chilenos tiene como seguro de salud el Fondo Nacional de Salud (Fonasa) y el 70% de los oncólogos de Chile se desempeña en el sistema privado de salud.

Conscientes de esta realidad, Chilesincáncer busca disminuir la desigualdad en el acceso a tratamientos oncológicos y lo hace desde la articulación de alianzas desde lo público, lo privado, las universidades, la sociedad científica, las agrupaciones de pacientes, las personas y los individuos. El cáncer es un problema de todos y la única manera de cambiar esta realidad es haciéndonos cargo en conjunto.



2. CAMPAÑA



2.1 OBJETIVO:

Generar conocimiento y sensibilizar a la población chilena sobre el cáncer como problema de salud pública, posicionando a Chilesincáncer como actor de cambio.

2.2 DESAFÍO:

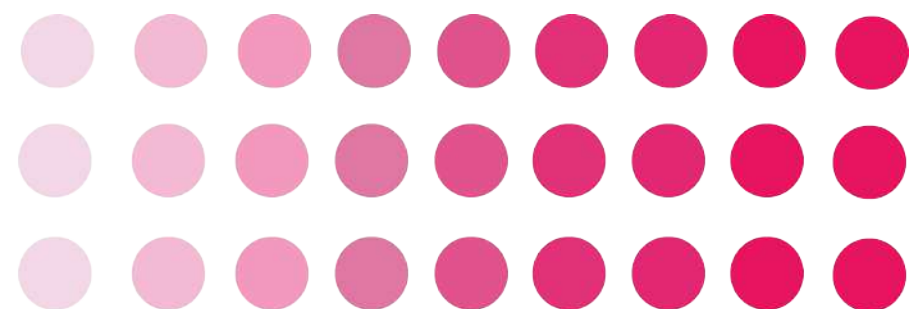
Lograr el máximo impacto con recursos limitados.

2.3 MENSAJE:

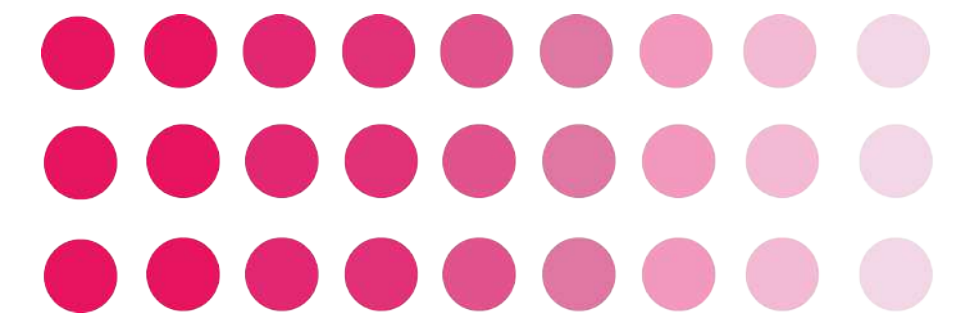
Para generar un impacto directo, buscamos un mensaje simple que llame la atención: el cáncer no discrimina, a todos nos puede pasar, pero no todos tenemos las mismas oportunidades. En Chile mueren 3 personas cada hora de cáncer, una de ellas podría salvarse si tuviera la oportunidad de acceder a tratamiento.

De manera visual, mostramos cómo se verían famosos rostros chilenos si estuvieran en tratamiento de quimioterapia, sumando así un total de 10 figuras que cambiaron su imagen para generar impacto y conciencia de manera gratuita.

Como material gráfico hicimos un spot publicitario de 30 segundos y piezas gráficas con los distintos rostros para redes sociales.



2. CAMPAÑA



2.4 EJECUCIÓN DEL PLAN:

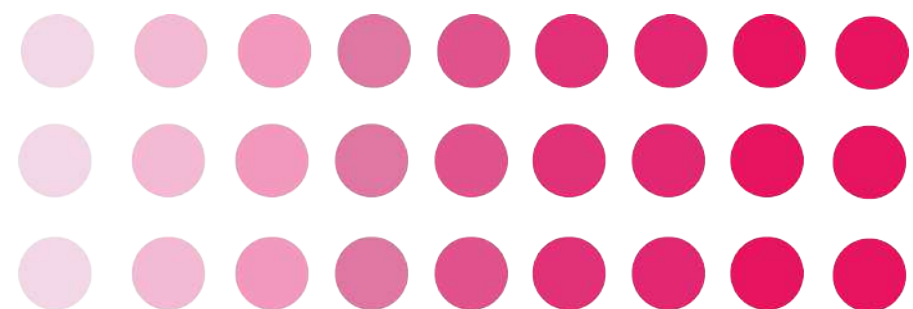
- 3 canales de televisión nos dieron pauta de forma gratuita: Canal 13, Mega y Chilevisión.
- Se sumaron 4 estaciones de radio a la campaña con un mes sin costo: Oasis, Sonar, Play y T13 Radio.
- Sumamos 10 pantallas de vía pública durante un mes, con una donación de Jc Decaux.
- 3 medios impresos nos dieron espacio: Publimetro, La Tercera, La Cuarta.

2.4.1 PLAN DIGITAL PAID:

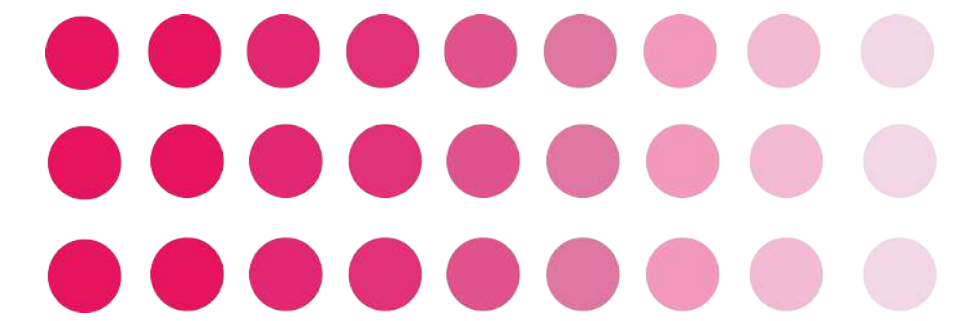
Quisimos que la mayor cantidad de personas interactuaran y compartieran información de la fundación y la campaña con el mínimo de inversión.

RESULTADOS:

- Más de 4.500.000 personas vieron nuestra campaña.
- Nuestras visitas a la web subieron un 495%.



2. CAMPAÑA



2.4.2 PLAN DIGITAL ORGÁNICO:

Contactamos a más de 70 influencers quienes compartieron la historia de forma gratuita, logrando que se viralizara a través de sus seguidores.

RESULTADOS:

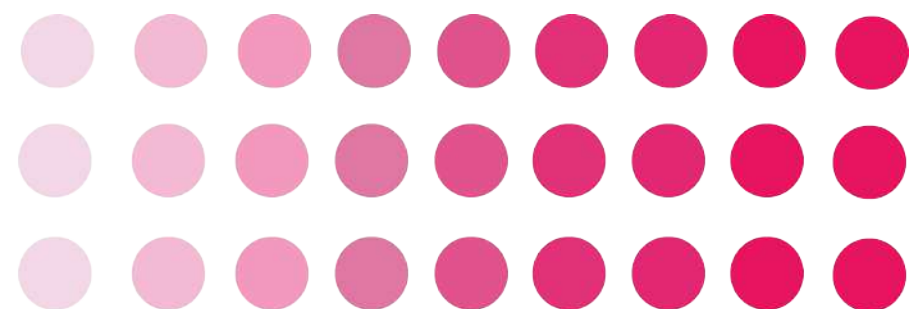
- Más de 500 personas compartieron la historia de manera orgánica.

2.4.3 PLAN PR:

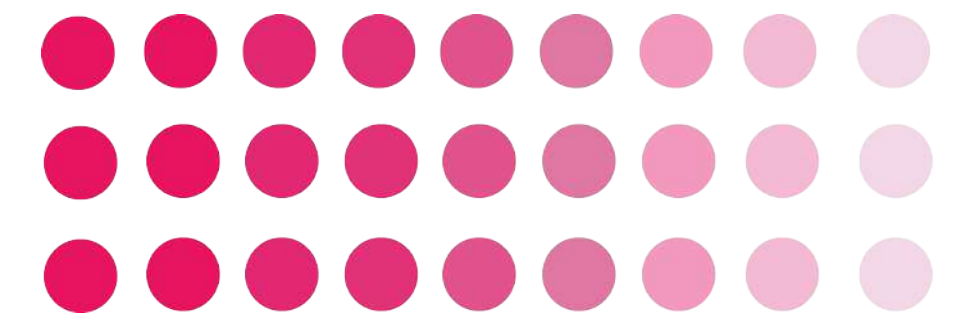
Quisimos generar interés en los medios con respecto a la campaña.

RESULTADOS:

- Cobertura y entrevista en medios de manera gratuita: radio Oasis y Cooperativa.
- Las visitas al Facebook subieron un 850%, el alcance subió en un 84.990% y las interacciones en un 65.444%.
- En youtube tuvimos 250.000 visualizaciones, un alcance de 429.856 usuarios.
- Más de 500 personas compartieron el video por redes sociales.



2. CAMPAÑA



2.4.5 RECURSOS:

Logramos que todos los involucrados cooperaran con la campaña de manera gratuita, sumando una donación de más de 150 millones de pesos.

Participantes:

- Directores del spot publicitario.
- Furia: Agencia de publicidad Integral y Eventos Corporativos.

Reconocida 2 años consecutivos como la mejor agencia chilena en el Festival Iberoamericano de Promociones y Eventos FIB.

- Medios de comunicación.
- Rostros famosos chilenos.

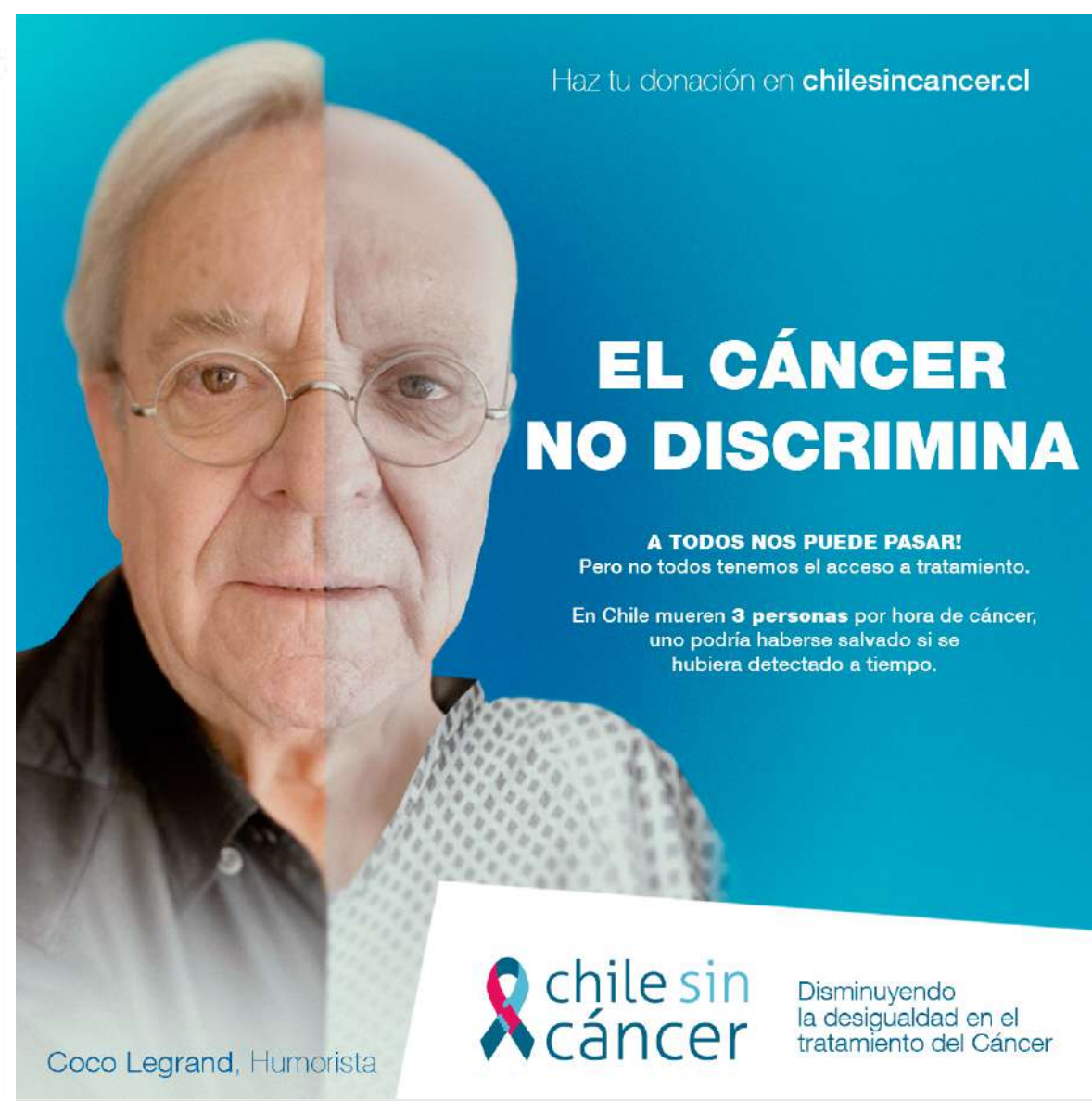
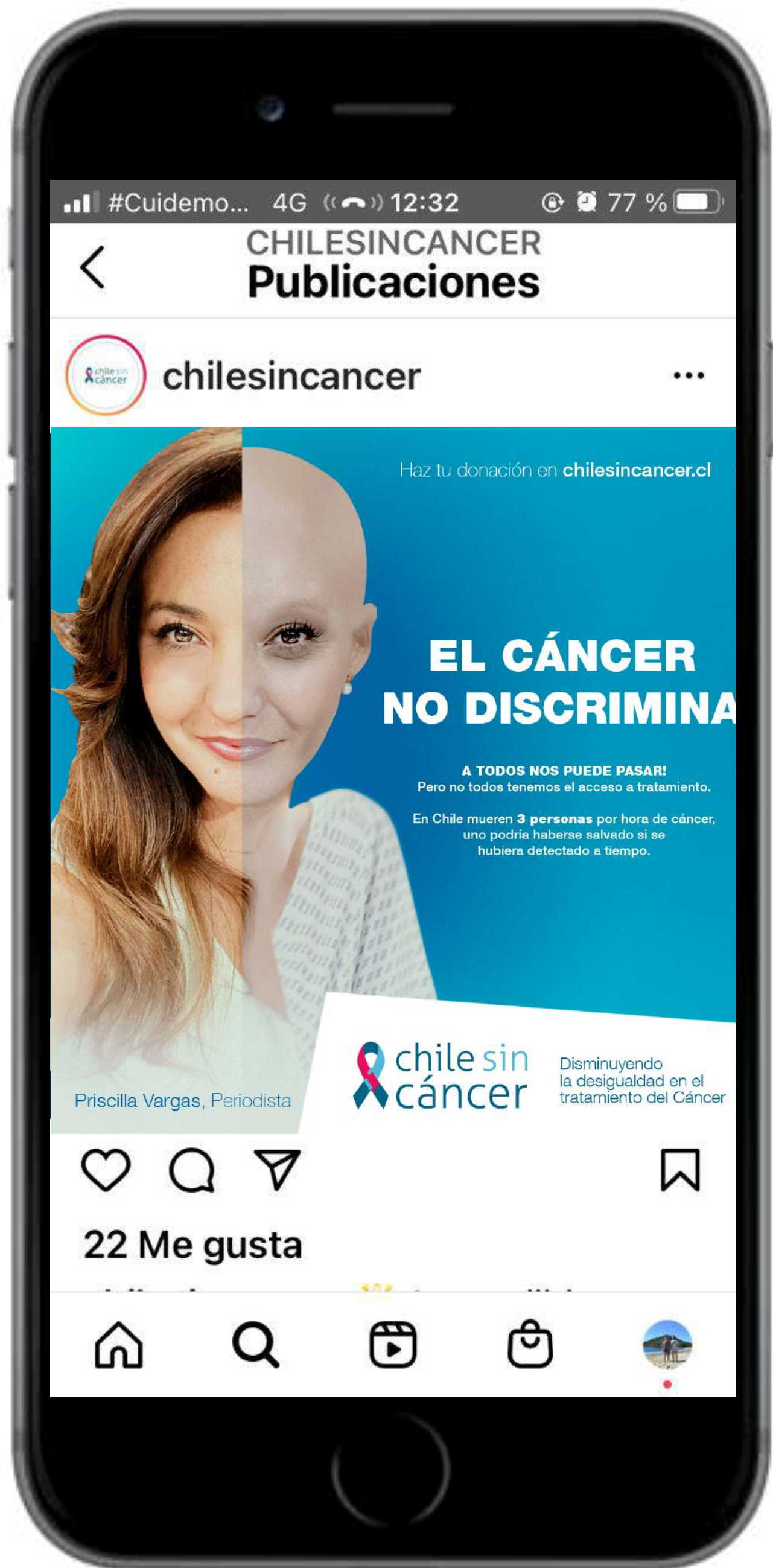
Costo total de la campaña:

\$10.000.000 + iva

ANEXO 1: PIEZAS GRÁFICAS









ANEXO 2: SPOT PUBLICITARIO





AYÚDANOS



**IGUALDAD DE
OPORTUNIDADES**



El cáncer no discrimina,
a todos nos puede pasar