



**Gol de Chilena  
Premios Eikon**

Roche Chile



## CATEGORÍA

2.6. Sustentabilidad en Salud

## CASO

Campaña Gol de Chilena

## COMPAÑÍA

Laboratorio Roche Chile

## DEPARTAMENTO

Comunicaciones

## PERSONA RESPONSABLE DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Rodrigo Nuñez Abello , Communications Manager

## TWEET

#Gol de Chilena, Juntos prevenimos el Cáncer” es una campaña que a través del deporte promueve una cultura preventiva con el fin de generar hábitos más saludable en la población y así estos ayuden a detectar y prevenir esta enfermedad a tiempo.

## INTRODUCCIÓN

---

La presencia de Roche en Chile data de los años treinta y desde entonces ha contribuido a la salud de varias generaciones de chilenos, a través de importantes aportes científicos en la farmacoterapia y el diagnóstico.

Cerca de 250 profesionales de las más diversas áreas trabajan para Roche en Chile. Consciente de que el éxito de nuestra compañía lo hacen las personas, en Roche existe una preocupación permanente por capacitar y entregar a sus colaboradores todas las herramientas necesarias para que puedan realizar su trabajo en óptimas condiciones. La constante preocupación por las personas es parte del compromiso ético de mejorar la salud y la calidad de vida de los pacientes.

En 1960, por cada 100 chilenos que moría, ocho lo hacían a causa de un tumor maligno. Hoy, por cada 100 fallecidos en el país, 25 lo hacen por algún tipo de cáncer. En poco más de 50 años, la mortalidad por este mal se ha triplicado.

A este ritmo, el cáncer se transformará a fines de esta década en la principal causa de muerte en el país, superando a las enfermedades cardiovasculares. Incluso, en algunas regiones del país como Arica y Parinacota, Antofagasta y Aysén, ya es la primera causa de muerte.

Cada año, 22 mil personas mueren por esta razón y se estima que hoy, cada 25 minutos un chileno muere de cáncer.

Muchos casos **podrían evitarse** sólo con la modificación de estilos de vida (sedentarismo, tabaquismo, obesidad, etc.)

**Fuente:**

Diario La Tercera <https://www.latercera.com/noticia/en-2020-el-cancer-sera-la-primera-causa-de-muerte-en-el-pais/>

Por eso en 2019 y con el fin de visibilizar el cáncer como un problema de salud prioritario, nace "**Gol de Chilena, Juntos prevenimos el Cáncer**", una campaña impulsada por **Laboratorio Roche, Club Universidad Católica y la Asociación Chilena de Agrupaciones Oncológicas (Achago)**.

La educación y la toma de conciencia son los principales elementos para promover una cultura preventiva que ayude a detectar a tiempo y prevenir esta enfermedad.

Durante todo el año se realizaron **distintas intervenciones con el fin de relevar** la importancia de **una patología que se estima será pronto la primera causa de muerte en el país**, la campaña se basa en la **colaboración conjunta entre diferentes actores para así impactar positivamente** en un área tan desafiante como la salud. Sobre todo, considerando que en una patología como el cáncer, **actuar preventivamente mejora considerablemente los posibles escenarios**.

Sabíamos que la temática del cáncer no es algo que las personas quieran escuchar, es por esto que utilizando **las figuras y la audiencia (hinchas) de Universidad Católica** más la experiencia de vida de los pacientes de **ACHAGO**, logramos generar diversas instancias donde logramos conectar con la audiencia a través de distintas narrativas las cuales lograron enganchar con el público y de manera posterior ellos nos ayudaron a amplificar el mensaje.

# PROPUESTA / ENUNCIADO DE CAMPAÑA – ESTRATEGIA

---

## Objetivo

El objetivo de la campaña fue posicionar el concepto de prevención y vida sana en diversos medios del país.

## Acciones

Gestión de medios de comunicación:

- Cobertura de distintos hitos realizados en conjunto con Cruzados, ACHAGO y el Hospital San Juan de Dios
- “Las Batas más fuerte”
- “La Jineta de Paola”
- “Un Corte Especial”
- “Una Navidad para estar juntos”

## 2. Alianzas

- Achago, Cruzados y el Hospital San Juan de Dios

## 3. Always On

Estrategia de contenidos permanentes a través del fan page de Cruzados para comunicar las acciones y generar viralización de los contenidos a través de la hinchada.

## Mensajes centrales

A través de acciones simples como llevar una vida menos sedentaria, alimentarnos mejor y realizar más deporte podemos prevenir una enfermedad catastrófica.

El hacernos conscientes de nuestro estilo de vida, él como este afectará nuestro futuro, el como debemos entrenar nuestro cuerpo, poner garra y pasión a nuestra salud es importante para ganarle este partido al cáncer.

A través de un club deportivo tan reconocido como Católica encontramos un espacio para poder hablar de un tema que nadie quiere escuchar, generando relatos desde los hinchas y acciones relevantes para la comunidad desde los jugadores.

Católica se convirtió en el amplificador del mensaje de prevención que ACHAGO quería hacer llegar a los chilenos y lo logramos a través de diversas acciones que conectaron con el público ya que le hablamos de un tema delicado pero en su propio idioma.

## Descripción de las acciones.

### Las Batas más fuertes:

Las Batas Más Fuertes, fue creada por la Revista “**Panenka**” y ya se han sumado varios clubes del mundo, destacando el Real Madrid, Barcelona y Atlético Madrid en España, así como equipos de México y Argentina, entre otros.

Diariamente, niños y niñas de las diferentes unidades oncológicas del país juegan un partido difícil contra su enfermedad. Es por eso que **Cruzados, Laboratorio Roche Chile, la Asociación Chilena de Agrupaciones Oncológicas y el Hospital San Juan de Dios**, de la mano de cuatro jugadores de los planteles masculinos y femeninos de la UC, cambiaron las batas tradicionales de estos pequeños pacientes por unas hechas con las camisetas de sus ídolos, para que puedan enfrentar con más fuerza y la misma pasión el tratamiento con el que están abordando su patología.

**CLICK EN LA IMAGEN PARA VER VIDEO**



### La Jineta de Paola:

El capitán **José Pedro Fuenzalida**, recibió un especial regalo, A través de las redes sociales, de "cruzados" mostramos la historia de **Paola Molina**, hinchada de la UC, que **superó un cáncer de mama**.

CLICK EN LA IMAGEN PARA VER VIDEO



Luego Paola **confeccionó una jineta especial para el "Chapa"**, la que está hecha por **el pañuelo que usó durante su tratamiento para cubrir su cabeza**. el delantero de la UC recibió el **símbolo de apoyo y fortaleza** para la recta final del campeonato nacional de fútbol.

### Un corte especial:

Las jugadoras **Aileen Genskowsky y Gabriela Aguayo** de Universidad Católica fueron voluntarias para donar parte importante de su cabello y así **confeccionar pelucas para pacientes oncológicos**.



**CLICK EN LA IMAGEN PARA VER VIDEO**

**Una navidad para estar juntos:**

**Matías es un hincha de universidad católica quien fue diagnosticado con una extraño Cáncer:**

**“Linfoma cutáneo de células t” una enfermedad sin tratamiento. Las últimas navidades las había pasado en el hospital y en esta oportunidad Cruzados, Achago y Roche quisieron regalarle una navidad diferente con regalos y la visita de sus ídolas.**



CLICK EN LA IMAGEN PARA VER VIDEO

## RESULTADOS

### Always On

Todas estas acciones fueron difundidas en distintos medios de prensa y las redes sociales de Universidad Católica y Roche (Instagram, Facebook y LinkedIn). Solo en Cruzados tuvimos 197 publicaciones lo que se tradujo en **242.571 Interacciones** y **6.236.996 impresiones**.

---

### 18 publicaciones en medios

2 repercusiones en televisión  
16 medios nacionales (web y prensa)

**Valorización: \$57.732.624**