

- **Categoría:** Sustentabilidad de diversidad, inclusión y género
  - **Programa:** “Ponele el Pecho. Hacete la mamografía”
  - **Organización:** Fundación AVON para la Mujer
  - **Responsables:** Florencia Yanuzzio (Directora Ejecutiva de Fundación AVON) – Andrea Lico (Responsable Programa “Promesa AVON para Ganarle al Cáncer de Mama) – Belén Oromí (Responsable Comunicación Fundación AVON)
- 

## Introducción

La detección temprana del Cáncer de Mama salva vidas. En Fundación AVON creemos firmemente que **ninguna mujer debe morir a causa del Cáncer de Mama, por no contar con los recursos para acceder a realizarse la mamografía anual.** En la actualidad, hay muchas mujeres que no saben a qué síntomas deben prestar atención o qué hacer en relación con la salud de las mamas.

Uno de nuestros pilares en **Fundación AVON para la Mujer** es colaborar para cambiar esta realidad y, **desde 1999 trabaja para defender los derechos de las mujeres, promover su salud y cuidar su integridad física, social y emocional,** liderando esfuerzos para erradicar el cáncer de mama, poner fin a la violencia de género y reconocer a mujeres que lideran proyectos sociales en el país. Con la **Promesa AVON para ganarle al Cáncer de Mama,** brinda acceso a la **realización de mamografías gratuitas** a mujeres en edad de riesgo y sin acceso al estudio, organiza la **Caminata AVON para ganarle al cáncer de mama** y realiza otras acciones para crear conciencia sobre la importancia de la detección temprana de la enfermedad.

En sus iniciativas, Fundación AVON cuenta con el apoyo de AVON y de las más de 6 millones de Revendedoras Independientes AVON. En este sentido, la compañía donó a la lucha contra el Cáncer de Mama más de 800 millones de dólares, han realizado mamografías gratuitas a más de 19.3 millones de mujeres y educado a 180 millones de mujeres sobre la enfermedad.

Las Revendedoras representan, para la compañía y la Fundación AVON para la Mujer, un agente multiplicador de este mensaje. Es por eso que ellas son un pilar fundamental para incrementar y mejorar la concientización sobre la salud de las mamas y la detección temprana de la enfermedad. Con este objetivo, también trabajamos en conjunto con aliados estratégicos, como organizaciones y la comunidad médica.

Según la Encuesta Nacional de Opinión Pública sobre conocimiento del Cáncer de Mama, realizada por Fundación AVON en 2016, **4 de cada 10 mujeres mayores de 40 años no tienen el hábito de realizarse la mamografía una vez al año.** Por eso, como parte de la Promesa AVON para ganarle al Cáncer de Mama y en el mes de lucha contra el cáncer de mama, se realizó **“PONELE EL PECHO. Hacete la Mamografía”** una campaña de concientización y sensibilización sobre la enfermedad y la importancia de realizarse el estudio de excelencia para la detección del cáncer de mama. Esta campaña comenzó en octubre de 2017 y se extendió hasta diciembre del mismo año. A través de la iniciativa **“PONELE EL PECHO. Hacete la Mamografía”**, impulsada por Fundación AVON junto a su embajadora Natalia Oreiro, **se recaudaron**

**fondos para la realización de 5000 mamografías gratuitas a mujeres en edad de riesgo y sin acceso al estudio.**

Las redes sociales cumplieron un rol fundamental. Mediante estos canales, la campaña involucró e invitó a las personas a formar parte publicando posteos imitando el gesto de superheroína que hace Natalia Oreiro en la pieza de la campaña y con la utilización del hashtag **#PoneleElPecho**. **Por cada posteo Fundación AVON donó \$100 para la realización de mamografías gratuitas** a mujeres en edad de riesgo y sin acceso a dicho estudio.

El objetivo de esta campaña fue empoderar a las mujeres en el cuidado de su salud, invitándolas a pensar en ellas mismas, a priorizarse y cuidarse advirtiendo sobre la importancia de hacerse la mamografía anualmente. En el marco del trabajo articulado que realizan LALCEC y Fundación AVON desde 1999, se realizaron 5000 mamografías a mujeres en edad de riesgo en las diferentes representaciones que posee LALCEC a lo largo de todo el país: CABA, Buenos Aires (Ayacucho, Baradero, Bolívar, Lanús, Morón, Quilmes, Rauch, San Justo y Santa Teresita), Córdoba (Brinkmann y Río Cuarto), Corrientes (Corrientes), Salta (Salta), San Luis (Villa Mercedes), Santa Cruz (Río Gallegos) y Santa Fe (Carcarañá y Casilda).

### **Objetivo**

- ✓ Concientizar y empoderar a las mujeres en el cuidado de su salud; advirtiendo sobre la importancia de hacerse la mamografía anualmente.
- ✓ Recaudar fondos para la realización de mamografías gratuitas a mujeres en edad de riesgo y sin acceso al estudio.

### **Ponele el Pecho. Hacete la Mamografía**

#### **Surgimiento**

Como se mencionó previamente, según la Encuesta Nacional de Opinión Pública realizada por Fundación AVON en 2016, 4 de cada 10 mujeres no se realizan la mamografía anualmente. Por eso, esta campaña apuntó a la concientización de la importancia que tiene la realización de este estudio como la principal herramienta para la detección temprana del Cáncer de Mama.

#### **Campaña**

La campañas contó con el desarrollo e implementación de un plan 360° integral de comunicación y activaciones para potenciar la fuerza del mensaje de concientización. Se contempló un amplio trarget de audiencias, y se priorizó a las mujeres en edad de riesgo.

Para su lanzamiento, se realizó un evento con periodistas e influencers que contó con la participación de Natalia Oreiro, protagonista de la campaña. El evento contó con un panel en el que tanto la actriz y protagonista, junto a Florencia Yanuzzio, Directora de Fundación AVON y Susana Casabé Directora de Comunicación de AVON, en el que se hablaron sobre la enfermedad y compartieron los Insights de la campaña.

La comunicación fue tanto externa como hacia el extenso campo de ventas de Revendedoras Independientes AVON. Se comunicó la campaña en los Folletos de

Venta de AVON, en las Revistas y brochures, y mediante newsletters y mensajes de Whatsapp y se invitó a todas las mujeres a ser protagonistas y potenciar el mensaje.

En cuanto a la activación en redes sociales, como se comentó anteriormente, por cada posteo con el hashtag #PoneleElPecho y una foto simulando el gesto de superheroína de Natalia Oreiro, Fundación AVON donó \$100 para mamografías gratuitas destinadas a mujeres en edad de riesgo y sin acceso a dicho estudio. La Activación digital en Redes Sociales continuó durante todo octubre, noviembre y diciembre.

Asimismo la campaña contó con la colaboración de algunos media partners como Viamax y Mall Space media, que se sumaron a publicar la pieza principal de la campaña en sus espacios en la Vía Pública y Shoppings.

### **Resultados**

- ✓ Repercusiones en Prensa: 108 (18.931.521 personas alcanzadas)
- ✓ Valoración Publicitaria de las publicaciones: U\$S 121.470,48.
- ✓ Asistieron 30 periodistas e influencers al evento de lanzamiento realizado en el Hotel Novotel.
- ✓ Se realizaron 5.000 mamografías
- ✓ Redes Sociales: + de 3.000.000 de personas alcanzadas (FB/Tw/IG)
- ✓ **TOTAL PERSONAS ALCANZADAS: 23.000.000**