
BRIEFING CONCURSO JÓVENES TALENTOS DIGITALES

FUNDACIÓN CRIS CONTRA EL CÁNCER



1. ¿Qué hace la Fundación Cris contra el Cáncer?

La Fundación de Investigación **CRIS CONTRA EL CÁNCER** es una organización independiente, sin ánimo de lucro y dedicada por completo al fomento y desarrollo de la investigación para eliminar el grave problema de salud que representa el cáncer.

En España estamos aún lejos de los países de nuestro entorno en términos de financiación en la lucha contra el cáncer. Sabemos del potencial de nuestra comunidad científica, por ello, con ambición pero conscientes de la responsabilidad que tenemos, queremos dotarles de los medios necesarios.

¿Qué es CRIS? CRIS son las siglas de Cancer Research Innovation Spain, pero sobre todo, CRIS es un nombre propio. Algo que siempre nos recuerde que cada persona con cáncer, cada uno de sus familiares y amigos, todos, luchan juntos contra esta enfermedad. Porque el cáncer nos toca a todos, (según la OMS uno de cada tres hombres y una de cada cuatro mujeres padecerá un cáncer a lo largo de su vida), CRIS soy yo, CRIS eres tú, CRIS somos todos.

2. ¿Por qué CRIS?

La Fundación CRIS nace con un único objetivo: vencer al cáncer a través de la investigación. Un desafío enorme pero que justifica todo el esfuerzo, el talento y el compromiso necesario para conseguirlo, y que además, cada día, nos llena de esperanza y vida. Porque con CRIS, invertir en investigación es invertir en vida.

3. ¿Cómo nace el proyecto? ¿Por qué luchar contra el cáncer? ¿No hay ya demasiadas ONG, asociaciones e instituciones dirigidas a ello?

El proyecto nace de la inquietud personal de los patronos: ¿Por qué solo nos preocupamos cuando somos nosotros, o alguien muy cercano, el que es diagnosticado con cáncer? Entendemos que no podemos esperar a vernos afectados, porque el cáncer no distingue y nos afecta a todos por igual. El cáncer es cosa de todos, y mientras siga ahí, presente en nuestra sociedad y afectando cada día a más personas, no podemos decir que hay entidades suficientes.

Creemos que la ciencia es la única arma que puede vencer el cáncer. Actualmente en España tenemos muy buenos investigadores pero que carecen de medios económicos para desarrollar su trabajo. Jóvenes talentos convencidos de que esta enfermedad se puede detener. Por eso, debemos aportar nuestro granito de arena para apoyarles, estimularles y también para exigirles, porque nuestras vidas y el vencer esta terrible enfermedad, dependen de ellos.

Solo dando un impulso a la comunidad científica podremos conseguir un salto cualitativo en la comprensión de los mecanismos biológicos de la enfermedad que permita desarrollar fármacos y tratamientos capaces de mejorar nuestra calidad de vida y, si no eliminarla, al menos convertirla en una enfermedad crónica.

4. ¿Cuáles son las cualidades de la fundación?

- Es una de las pocas fundaciones dedicadas exclusivamente a la investigación de cáncer.
- Tiene ámbito internacional (no se queda sólo en España, además también está en UK, aunque los proyectos están por todo el mundo)
- Es ágil, con una pequeña estructura y aun así consigue resultados y permite que la sociedad se implique y participe con CRIS.
- Son transparentes en los proyectos realizados, acercan la investigación a la sociedad para que entiendan que no es algo lejano, es algo que interesa a todos y todos somos necesarios. Las personas pueden “tocar” donde va su dinero.

5. ¿Dónde existen debilidades?

- No tienen imagen de marca, no son conocidos a nivel nacional. (Son conocidos en Madrid sobre todo)
- Estructura demasiado pequeña para llegar a aprovechar todas las oportunidades.
- Los proyectos son caros y el número directo de beneficiarios en cada uno es pequeño, ya que muchas empresas lo toman como criterio para colaborar. A pesar de que hay que hacer pasos previos, es necesario recalcar que a través de estos proyectos se pueden salvar millones de vidas. Mientras que otras ONG con poco dinero, pueden salvar miles de vidas con las vacunas, en el caso de CRIS, es difícil cuantificar o entender, que aportando 10 euros al mes, se puedan conseguir estos mismos objetivos. Pero a largo plazo, se cumplen.

6. ¿Qué hace a CRIS especial en comparación a otras asociaciones?

- CRIS es investigación, no asistencia.
- Van a la causa del problema para solucionarlo.
- Apuestan por los proyectos a largo plazo, consiguiendo llevar a cabo los objetivos propuestos, teniendo grandes resultados en los proyectos que empezaron hace 5 años.

- Tienen una imagen joven, innovadora, divertida y diferente de las ONG de este sector.
- Son 100% enfocados a su misión, no se despistan.
- Tienen a los mejores investigadores amigos, que colaboran en todo lo que necesiten. También tienen a pacientes, aunque no sean asistenciales, les apoyan.

7. ¿Qué no es CRIS?

CRIS no cuida a las personas con cáncer, no son asistenciales. En España la mayoría de ONG de cáncer son asistenciales y lo que más se necesita es investigación.

No son “grandes” pero hacen GRANDES proyectos y tienen como objetivo cambiar la historia de la investigación.

8. Promotores: ¿Hay personalidades/celebridades que puedan utilizar (autoridades, medios, ciencia, economía, etc.? ¿Y cuáles no?

No hay problema en utilizar personalidades o celebridades con una buena y querida imagen. Lo que la fundación no quiere, son personalidades o celebridades con una mala imagen. Cuando han contactado con actores, artistas o deportistas, siempre han tenido una respuesta positiva, todos están sensibilizados por el cáncer. A los políticos y religiosos, mejor no tocarlos, son temas “viscerales” que pueden ser controvertidos.

9. ¿Cuál es el tono de sus campañas?

Son campañas impactantes, no pasan desapercibidas, no son agresivas, tampoco son dinámicas (porque la gente está sobre estimulada, pero también depende de la pieza creativa y el objetivo en este caso podría ser lento). Son campañas muy creativas, esperanzadoras, diferentes, modernas, atrevidas sin molestar, frescas, incluso divertidas sin herir, emotivas, inspiradoras...

- Comedido vs intimidante
- Tímido vs valiente
- Lento vs dinámico
- Sosegado vs despierto y exigente
- Tradicional vs moderno

Preguntas del Proyecto para la captación de fondos

Preguntas básicas

1. ¿Cuáles son los proyectos actuales y cómo es el desarrollo actual?
Hay proyectos de cáncer adulto: próstata, páncreas, hematológicas (leucemia, Mieloma, linfoma), mama, ovario
Hay proyectos de cáncer infantil: leucemias, sarcoma de Ewing y otros
Becas para investigadores españoles que se formen en centros de excelencia en el extranjero: 2 Oncólogos, 2 pediatras especializados en cáncer, 2 Radioterapia, 2 tumores hematológicos.
2. ¿Qué ejemplos hay?
En cada proyecto tenemos al IP, investigador principal y su equipo que él y su equipo pueden explicar la investigación.
Podemos tener pacientes de ellos en los casos que la investigación sea aplicada a personas (que no esté en una etapa muy básica de laboratorio) Niños y adultos
Tenemos resultados en niños y adultos de proyectos realizados con grandes avances de supervivencia, pero todavía en fases precoces.
3. ¿Qué se consigue con la donación? ¿Qué se hará posible con ella?
La donación consigue apoyar proyectos de investigación innovadores que consigan crear nuevos tratamientos que curen el cáncer sin efectos secundarios.
La investigación es cara y no es como vacunar a X millones de niños en Africa, pero si consigue un triunfo a largo plazo estaremos salvando millones de vidas.
Es una emergencia silenciosa.
4. ¿Cuáles son los posibles costes?
Actualmente estamos en un momento de crecimiento de CRIS y estamos invirtiendo en el crecimiento de la base social que sabemos que es una inversión que a largo plazo revertirá en la sostenibilidad de los proyectos y más fondos, por lo que actualmente de todos los ingresos el 60% va a proyectos y el 30% a captación y el 10% a estructurar (6 personas en plantilla). Esperamos en un medio plazo subir a 70% a proyectos.

5. ¿Hay informes o personas directas en el proyecto?

Sí, todo. Ahora además estamos buscando una evaluación científica externa de todos los proyectos y sección de becas ya que hasta la fecha era un Comité Científico formado por investigadores de nivel internacional pero al crecer hemos creído conveniente el que hubiera también fuera una evaluación.

Esta evaluación la realizará la Agencia de Evaluación y Coordinación Científica que depende del Ministerio de Competitividad, Industria y Economía.

6. ¿Por qué ahora?

En España se han recortado los fondos públicos de investigación y eran los que financiaban la investigación, no hay histórico como en otros países de implicación de la sociedad, y ahora es necesario porque los presupuestos del estado llegan casi a atender lo asistencial y la parte de investigación casi nada. España es uno de los países de Europa que menos invierte en investigación de cáncer, no llega a 1 euros por persona al año, en EEUU es 12 euros y en UK 5 euros.

7. ¿Cómo se puede incrementar la urgencia?

1 de cada 3 personas padecerán un cáncer a lo largo de su vida en España. Es una emergencia silenciosa.

Preguntas más específicas

8. ¿Qué es para CRIS relevante en el proyecto?

Que si nos unimos todos, por poca que parezca la ayuda se puede conseguir un cambio de verdad en la cura del cáncer.

9. ¿Qué es lo que no se debe mencionar?

Evitar tono de muerte, que no hay esperanza que es algo que cuando te toca no puedes hacer nada...

10. ¿Cuál es la diferencia con los otros temas?

Que este tema le interesa a todo el mundo en cualquier momento porque tienes a un familiar o amigo cercano con cáncer, o tú mismo.

11. ¿Hay injusticias u oponentes que podamos utilizar?

En España no existe la figura del investigador en un hospital público, son todos asistenciales y si quieren incorporar la parte de investigación tiene que ser en su tiempo libre o buscando fondos para que les liberen unas horas y poder investigar.

No existe la especialidad de pediatras oncológicos, son todos pediatras y los que tratan a los niños con cáncer es por la experiencia que hayan desarrollado en sus años como médico.

Depende de la Comunidad Autónoma donde vivas puedes acceder a nuevos tratamientos de cáncer o no, por un lado está el discurso de que en todos los hospitales de España tienen que tener centros de cáncer especializados pero eso es insostenible e ineficaz. Lo que sí debería de poder hacerse es que realmente si una familia de Murcia tiene un caso de cáncer X pueda ir al hospital de España donde estén especializados y recibir si fueran necesario los tratamientos más nuevos. Esto todavía sigue pasando.

OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA:

-Divulgar la actividad que hace CRIS, ya que no son conocidos a nivel nacional.

(Son conocidos en Madrid sobre todo).

-Mejorar la imagen de marca.

-Concienciar a la población de que hay que invertir en la investigación contra el cáncer. No todo es asistencia, también hay que investigar.

-Conseguir donaciones únicas, nuevos socios con donaciones mensuales, trimestrales o anuales, empresas colaboradoras, herencias y legados. Con la CAPTACIÓN DE FONDOS, la fundación CRIS podrá desarrollar sus proyectos de investigación.

TARGET:

Cualquier persona o empresa que pueda realizar una donación o aportación de algún tipo que sea positivo para la fundación.

PRESUPUESTO:

No hay presupuesto para comunicación. Son una fundación sin excesivos recursos, por lo que no pueden centrarlos en la comunicación, ya que los necesitan para la investigación.



CONCURSO JÓVENES TALENTOS DIGITALES
FESTIVAL INSPIRACIONAL 2017

PROYECTO: Fundación Cris contra el Cáncer



FECHAS DE ENTREGA Y TIMING DE LA CAMPAÑA:

Según se indica las bases del concurso de Jóvenes Talentos Digitales.

<http://inspirationalfestival.com/jovenes-talentos/>

DOCUMENTOS Y PIEZAS A ENTREGAR:

Los participantes deberán subir sus propuestas a la plataforma del festival:

<http://www.inspirationalfestival.com/inscripciones/login>. Registrándose en la sección de jóvenes talentos, como dupla creativa anteriormente, antes del 5 de noviembre de 2017.

En el registro de la dupla, se deberá incluir:

- Nombre, apellido, documento de identidad, teléfono y e-mail de cada participante.
- Universidad / Escuela creativa y curso de los participantes.
- Breve descripción de la dupla.

A la plataforma, se deberá subir:

- Vídeo y/o board resumen de la campaña.
- Pdf o Word explicativo. (Max 4 hojas)
- Fotografía de la dupla.
- Aceptación de las bases.