

RETO

Digital ecosystem focused on disease awareness and molecular testing in ovarian cancer

Solución digital en dos vías: Una dirigida a población en general para generar conciencia de la enfermedad y otra dirigida a pacientes con cáncer de ovario para valorar la importancia del testeo molecular

OBJETIVO ESTRATÉGICO

(¿A qué le apuesta la Compañía? ¿Cuál es el objetivo estratégico que enmarca el reto? Ampliar portafolio de nuevos productos, aumentar el margen operativo, incrementar clientes, generar nuevos ingresos, etc. ¿Cómo se alinea con la estrategia empresarial?)

Que más mujeres identifiquen los síntomas de alarma y factores de riesgo asociados al cáncer de ovario y consulten oportunamente a un especialista y que las pacientes diagnosticadas con cáncer de ovario demanden las pruebas moleculares. Se alinea a nuestra estrategia en la medida en la que se puedan identificar más pacientes elegibles para ser beneficiadas con nuestra terapia

ANTECEDENTES

(¿Qué ha sucedido que se está generando un problema?)

¿Qué se ha realizado previamente en la compañía, hay algún proyecto en curso? Detalla las iniciativas ya realizadas que dan información de éxitos y fracasos)

A través de la Fundación Amese, en Noviembre de 2020 realizamos un trabajo con 55 mujeres diagnosticadas con cáncer de ovario para identificar los determinantes de la atención en el diagnóstico y el tratamiento. Y, es a través de este mapa de experiencias del paciente, donde identificamos el problema.

En la encuesta realizada por Amese a 55 pacientes con cáncer de ovario el 62% de ellas no conocían sobre el cáncer de ovario; el 93% de estas pacientes no asociaron los síntomas que presentaron con un diagnóstico de cáncer de ovario; el 75% de ellas reportan haber realizado una búsqueda sobre los síntomas que estaban presentando antes de consultar al médico; 42% de éstas buscó información sobre los síntomas en internet; 18% solicitó información sobre los síntomas en la farmacia y el 15% consultó con un amigo o familiar; el 42% de las pacientes encuestadas reportan haber asistido a la primera consulta médica entre 6 meses y 12 meses después de haber sentido los primeros síntomas. En la misma encuesta se identificó que el 58% de las pacientes encuestadas no recibieron asesoría genética ni les realizaron pruebas genéticas.

Otro antecedente a este problema es nuestra estrategia #UnoOvarios que es un movimiento que tiene tres pilares: conciencia de la enfermedad, testeo molecular y adherencia al tratamiento, liderado por AZ y dirigido a la población en general, a las paientes con cáncer de ovario y a las pacientes prescritas con nuestro tratamiento

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD

(Explicar con detalles la situación, para que sea muy evidente que el problema realmente es un problema y que hay una gran oportunidad si se soluciona. Datos, cifras, porcentajes, que le dan relevancia para invertir en la situación.)

Aproximadamente el 80% de las pacientes con cáncer de ovario se dignóstican en estadios avanzados porque los síntomas son confundidos con otras patologías menos graves. El problema de los síntomas consufos del cáncer de ovario y sus consecuencias en la identificación temprana, han sido ampliamente documentados y son el motivo por el que éstas pacientes se presentan en estadios tan avanzados de la enfermedad y tienen tan mal pronóstico. Aún no hay una amplia conciencia en torno a la importancia de las pruebas moleculares en cáncer de ovario y por ende no hay suficiente demanda o exigencia por parte de las pacientes de este tipo de pruebas

PÚBLICO OBJETIVO

¿Quién es el destinatario de la solución?

Población en general: MUJERES en vulnerabilidad o riesgo de contraer cáncer de mamá o de ovario, mayores de 30 años. Pacientes diagnosticadas con cáncer de ovario o en proceso de diagnóstico

IMPACTO ESPERADO CON LA SOLUCIÓN

(Qué resultados espero obtener?, datos cuantitavos y cualitativos que ayuden a entender lo que se espera para el público objetivo y para la empresa)

Incrementar la conciencia de la enfermedad de cáncer ovario
Incrementar el conocimiento de las pruebas moleculares y la demanda de éstas por parte de las pacientes con cáncer de ovario

RESTRICCIONES

(En la implementación de la solución cuáles barreras que se puedan identificar para el desarrollo e i)

Que la población no pueda acceder a las fuentes confiables de información

Que el acceso a la información no conecte con la acción

Que la acción que se tenga que tomar después de tener la información no sea rápida o pertinente

Que no sepan que hacer con la información

Que el sistema de salud no le cubra a las pacientes las pruebas moleculares o se demore con los trámites

REQUISITOS

(Aspectos mínimos a tener en cuenta en la solución: Técnicos, económicos, de uso, entre otros.). ¿Cuál es el alcance de la solución? Define lo que está incluido en el proyecto .

Una solución de fácil acceso para personas de todas las edades en especial mujeres mayores de 50 años

Una solución que además de acceso a la información para detectar signos y sítomas de alarma, logre trascender de esa identificación a un siguiente paso

Una solución que le entregue a las pacientes con de cáncer de ovario información sobre su enfermedad e información sobre las pruebas moleculares como parte de su diagnóstico