

PANACEA Overview

PANACEA es lo que denominamos nuestra especialidad para trabajar en proyectos de investigación relacionados con la industria farmacéutica. La actualidad, exige análisis profundos y continuos, que permitan identificar los temas de mayor relevancia y que producirán un mayor impacto en los planos político, económico, de mercado y social. Una vez reconocidos, se los toma como base para establecer tendencias en el corto, mediano y largo plazo o para producir diagnósticos de la situación actual y optimizar el proceso de toma de decisiones en la dirección correcta. **PANACEA** es un producto personalizado que utiliza metodologías científicas de vanguardia para mapear el comportamiento, las comunicaciones, la influencia y la motivación entre las redes de pacientes, médicos, profesionales, medios especializados y asociaciones, y organizaciones no gubernamentales relacionadas a la industria.

Descripción

A partir de la introducción de la ciencia de las redes en el proceso de producción de estrategias de comunicación, transformamos el proceso tradicional de trabajo en algo científico, pudiendo ser capaces de obtener un nivel de máxima eficiencia. A través de nuestros algoritmos customizados para satisfacer a las demandas personalizadas de cada cliente, podemos extraer datos precisos que sean relevantes para realizar campañas de comunicación efectivas. Nuestro enfoque se basa en el análisis de la información que contribuyan en la elaboración de una estrategia de comunicación eficiente.

Nuestro laboratorio está liderado por galardonados científicos húngaros, [A. László Barabási](#) y [Tamás Vicsek](#), que guían a los equipos de trabajo en todos los proyectos e investigaciones. A

su vez los equipos se componen de profesionales interdisciplinarios, capaces de comprender realidades complejas y traducirlas a estrategias prácticas.

La información es buena, el análisis aún mejor...

Es innegable que la explosión de Internet ha tenido un fuerte impacto en todos los ámbitos de la vida cotidiana. Los consumidores han dejado de expresarse únicamente en el campo físico para pasar a dejar huellas en el ámbito digital, haciendo uso de la variedad de plataformas sociales disponibles. Gracias a los avances en la tecnología no sólo somos capaces de expresarnos a través de diferentes canales, sino que también ahora podemos cuantificar esas voces, clasificarlas, y encontrar patrones de comportamiento que puedan aseverar tendencias. Mediante el análisis estructurado de la información, pasamos de un paradigma de percepción, a un paradigma del cientificismo, entendiendo que gracias a los datos podremos contar con lineamientos sólidos para la toma de decisiones y establecer estrategias de comunicación alineadas a las temáticas reales del electorado.

¿Cuál es nuestra ventaja competitiva?

A diferencia de los competidores, contamos con el laboratorio de investigación más prestigioso en el área de Network Science a nivel internacional. Nuestros servicios de inteligencia brindan soluciones a medida para cada cliente, entendiendo sus necesidades puntuales y garantizando resultados provechosos para el desarrollo de las campañas.

Nuestros análisis se diferencian de las plataformas de monitoreo en varios aspectos. Principalmente, las herramientas que realizan *social listening* en tiempo real arrojan datos cuantitativos sin ningún análisis profundo del cuadro de situación. Tampoco son soluciones efectivas para establecer el marco de acción ya que se rigen en los datos numéricos pero no establecen relaciones entre los mismos. El monitoreo resuelve las cuestiones tácticas del día a día, pero no ayuda a lograr una comprensión del mapa de red en el cual la marca o laboratorio deberá posicionarse y comunicarse con el target (médicos, pacientes ONG's, asociaciones, etc).

Otra de las grandes diferencias que existe entre nuestros competidores y otros métodos de obtención y administración de datos, es que nosotros identificamos a los influenciadores de la conversación online no sólo por los temas y la cantidad de seguidores, sino que además tenemos el cuenta la posición que ocupan en la red de contactos, pudiendo elegir entre los que se conectan con más cantidad de gente que por sobre los que aparentan ser más populares.

Para más información sobre esta diferencia solicitar al equipo información sobre la [teoría de los seis grados de separación](#).

En **PANACEA** utilizamos dos enfoques distintos para abarcar el estudio de ésta industria, uno desde la perspectiva de los médicos y profesionales, y la otra desde la perspectiva de los pacientes.

-Mapeo de líderes profesionales o KOL (*Key Opinion Leaders*):

- Análisis exhaustivo de PubMed y otras bases de datos de publicaciones científicas, ensayos clínicos, así como conferencias y eventos relacionados;
- Conjuntos de datos comparativos - operamos con conjuntos de datos globales que nos permiten segmentar por geografía, desde ciudades hasta comparaciones nacionales y regionales;
- Una base de datos clara de los influenciadores de hoy y de mañana dentro de su área específica de interés;
- Un portal en línea de KOL que facilita el acceso a un conocimiento más profundo en campos médicos específicos y la capacidad de comparar mercados geográficos.

-Mapeo de influenciadores de los pacientes o POL (*Patient Opinion Leaders*):

- Un mapa de la comunidad de todas las conversaciones en línea sobre una enfermedad específica o producto farmacéutico;

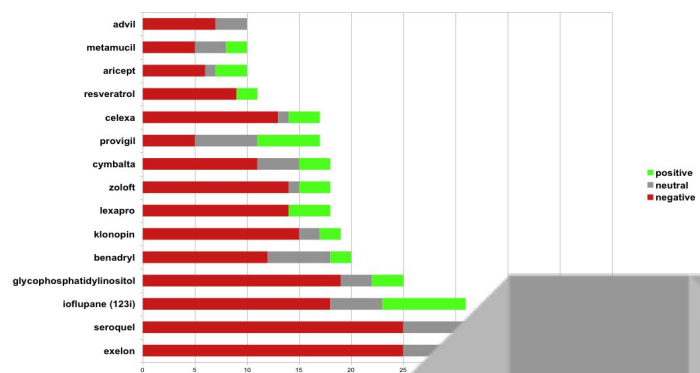
- Asociaciones entre médicos, enfermedades, síntomas, productos farmacéuticos, tratamientos, asociaciones, instituciones y empresas;
- Identificación de los pacientes que lideran las opiniones de toda la red;
- Benchmarking del competidor.

¿Para quién se recomienda este producto?

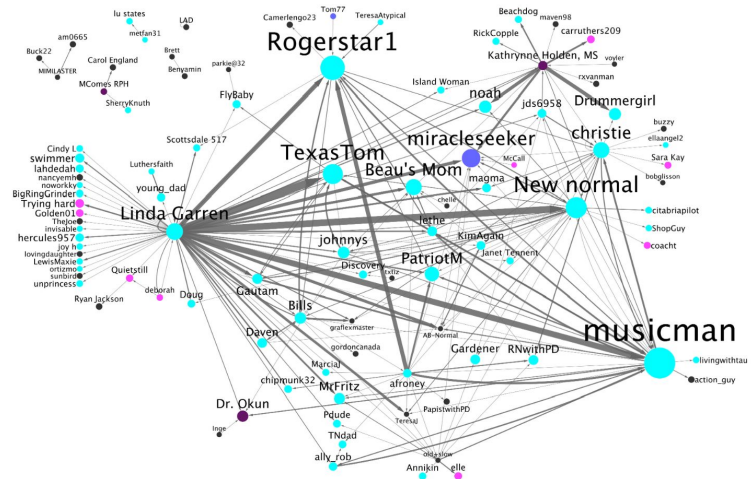
- Consultoras especializadas en la industria farmacéutica y medicinal
- Obra sociales y medicina prepaga
- Ministerios de Salud Pública
- Departamentos de Business Intelligence
- Departamentos de Investigación & Desarrollo
- Medios de comunicación especializados
- Analistas de mercado
- Big Data Analytics
- Responsables de prensa y comunicación institucional
- Agencias de prensa y comunicación requieran de soporte adicional para la presentación de la estrategia a sus clientes

¿Qué información se extrae de los análisis?

- Principales tendencias de opinión
- Escenarios de corto y mediano plazo
- Identificación de los principales actores
- Listado de influenciadores de la conversación online (tanto los que resulten positivos como negativos para la marca)
- Conocimiento del target y sus principales características:



- ¿Qué necesidades son importantes?
- ¿Están siendo satisfechas esas necesidades por los partidos existentes?
- Ranking de temas interés del target con tecnología de NLP (Natural Language Process)
- Network de interacciones en Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Google, etc.
- Acceso a las cuentas de TW que más se relacionan con nuestra cuenta y con nuestros competidores, y de qué manera, positiva o negativa.
- Conclusiones y recomendaciones basadas en datos científicos medibles



Tiempos del proceso de trabajo

Los análisis suelen requerir de un tiempo de producción de **3-4 semanas**.

El proceso comienza por la etapa de briefing en la que nuestros consultores trabajan con el cliente para determinar el planteo de la investigación, los *Key Performance Indicators*, y las plataformas que se estarán incluyendo, las palabras claves, las cuentas, y todos los datos relevantes que se tendrán que considerar para dar comienzo a la investigación.

Luego de que el brief queda aprobado se envía el documento al laboratorio para la elaboración de los algoritmos y descarga de datos para la obtención de la información relevante.

En la 2da y 3er semana se trabaja en la preparación del informe, y en la 4ta se presentan los resultados, las conclusiones, las recomendaciones finales y los *next steps*.

Una vez entregado el análisis podrá contar con la opción de contratar horas de consultoría para guiar la implementación de sus campañas. Mediante el servicio profesional de consultoría podrá incorporar a su equipo de trabajo a uno de nuestros consultores de manera part time o full time.

Cientes que confiaron en nuestra metodología

