

Arranca Lilly ICOS campaña internacional para atender problemas de erección

- Busca la firma de medicamentos movilizar a los pacientes con **Disfunción Eréctil** hacia el consultorio del médico
- La nueva campaña será transmitida a partir de esta semana en más de 20 países

México, D.F., 7 de febrero de 2012. La firma de medicamentos **Lilly ICOS** arrancó esta semana una campaña publicitaria internacional que buscará movilizar hacia el consultorio del médico a aquellos hombres con **Disfunción Eréctil** que aún no han buscado alternativas de solución para su padecimiento.

“Nos sumaremos en este año a un esfuerzo global de la marca, el cual pretende acabar con esas barreras que en todo el mundo están impidiendo que los hombres con problemas de erección se decidan a acudir al médico”, indicó Bernardo Martínez-Parente, Gerente de Marketing de **Lilly ICOS**.

La nueva campaña, cuya principal ejecución es un spot de televisión, se centra en una pareja que se encuentra aislada y atrapada a gran altura entre las ramas de un árbol, mientras diversos y extravagantes personajes se ofrecen como la solución para ayudarlos a bajar.

“Se observa a un rescatista que llega hasta ellos pendiendo de un helicóptero; a un grupo de acróbatas que, montando uno sobre otro, se colocan a la misma altura que la pareja para ofrecer su ayuda, y, finalmente, aparece un hombre que, con la ayuda de cohetes de propulsión, llega volando hasta ellos”, explica el especialista en mercadotecnia.

No obstante, agrega, “ante la evidente ansiedad y frustración que se observa en el rostro de su pareja, el hombre se niega en todo momento a recibir ayuda de estos personajes, ya que ésta no representa una verdadera respuesta a su problema”.

La historia de este comercial culmina con la aparición de un médico que, desde el suelo firme, se acerca con una gran escalera para ofrecer ayuda con un gesto de confianza y serenidad, a lo que la pareja responde con una sonrisa y disposición para iniciar el descenso.

“El mensaje de fondo que muestra esta campaña se basa en que sabemos que los hombres que se enfrentan a un problema regularmente no piden ayuda. Como hombres, preferimos vivir con un problema que pedir ayuda a los demás, por lo que el problema en este caso no es sólo la **Disfunción Eréctil**, sino que el paciente no pide ayuda a la persona adecuada para atenderla”, concluyó Martínez-Parente.

En suma, insistió, “buscamos transmitir con esta historia la certeza de que el consultorio del médico es el espacio más seguro, confiable y adecuado para atender y dar solución a los problemas de erección”.

La nueva campaña publicitaria será transmitida en alrededor de 20 países y contará con cuatro versiones que contemplan los diferentes aspectos físicos y culturales de los mercados en los que **Lilly ICOS** tiene presencia.

“Las diferentes ejecuciones de la campaña se realizaron con personajes de aspecto sajón, oriental y latino; incluso, se cuenta con una versión para los países del medio oriente, en la que se incluyen elementos propios de esas regiones como los tradicionales turbantes o las grandes palmeras”, apuntó.

En el caso de México, en donde se utilizará la versión para los países latinos, la campaña ha sido lanzada el pasado fin de semana durante la transmisión del partido final de la temporada de la NFL (Super Bowl XLVI) y tendrá presencia en medios nacionales y regionales durante el resto del año 2012.

“Estaremos principalmente en televisión abierta y restringida con nuestro spot de televisión, además de tener presencia en medios impresos y en espacios publicitarios urbanos”, señaló el encargado de marketing de la firma.

La campaña de publicidad 2012 de **Lilly ICOS** fue producida por la agencia internacional 180 Amsterdam y adaptada a las particularidades del mercado mexicano por la compañía local de publicidad Opción A.

Lilly ICOS invierte cada año alrededor de 3 millones de dólares en publicidad, con el objetivo permanente de crear conciencia entre la opinión pública sobre la importancia de tratar los problemas de erección específicamente con el médico.

La **Disfunción Eréctil** es un problema común entre los hombres mayores de 40 años, ya que uno de cada dos hombres en esta etapa presenta el padecimiento en algún grado, por lo que en México existen casi 7 millones de pacientes con problemas de erección.

“Sin embargo, tan sólo uno de cada 10 hombres con problemas de erección ha acudido al médico para brindar atención a su problema, por lo que existe aún un gran trabajo que hacer en materia de concientización sobre este padecimiento”, finalizó Martínez-Parente.

-o0o-

