



## **CANIPEC lanza la quinta edición de la Campaña Rosa “Unidos en la detección oportuna del cáncer”**

- *La iniciativa ha impactado a casi 100 millones de personas en cuatro años.*
- *300 pacientes apoyadas, con el programa internacional “Luzca Bien...Siéntase Mejor*

**México, D.F. a 01 de octubre de 2015.-** Por quinto año consecutivo, CANIPEC, a través de la Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos y la Asociación Nacional de la Industria de Productos del Cuidado Personal y del Hogar A.C., presentó su campaña “Unidos en la detección oportuna del cáncer de mama”, con el objetivo de potencializar los esfuerzos de los sectores de Cuidado Personal y del Hogar en acciones para sensibilizar a la población sobre este padecimiento ([video](#))

La campaña ocupa diversas herramientas informativas que generan conciencia sobre las principales acciones que permiten detectar oportunamente la enfermedad: la autoexploración, la revisión médica anual y la realización de mastografías.

Asimismo, como parte de la Campaña Rosa desde el 2013 se impulsó el programa internacional “Luzca Bien, Siéntase Mejor” ( [www.luzcabientasemejor.org.mx](http://www.luzcabientasemejor.org.mx) ) el cual tiene como objetivo fortalecer la autoestima de las mujeres con cáncer ayudándoles a mejorar su imagen y llevar adelante el tratamiento oncológico con mayor confianza, a dos años de impulsar esta iniciativa se ha brindado apoyo a casi 300 pacientes. Este programa está diseñado para ejecutarse sobre alianzas entre el sector cosmético e instituciones de Salud en cada uno de los 27 países en los que está presente. En el caso de México, lo apoyan empresas como Arabela, Colgate&Palmolive, Coty, Eveready, Henkel, IBW, Laboratorios Peregrina, L'Oréal, LVMH, MaryKay, Parfumerie Versailles.

La campaña “Unidos en la detección oportuna del cáncer de mama”, se generó con el objetivo de potencializar y encauzar los esfuerzos del sector en acciones para sensibilizar a la población sobre dicho padecimiento, ya que existen hoy en día varias empresas de este sector que generan esfuerzos en pos de esta causa de manera particular desde hace varios años como es Avon, Arabela, Coty, Colgate&Palmolive, Clorox, Estée Lauder, GSK, Grisi, LVMH, Miguett, Noregal, P&G y Zermat, apoyando así a Fundaciones como FUCAM, Cim\*Ab, Asociación Mexicana de Lucha Contra el Cáncer, entre otras. Son algunos ejemplos de los múltiples esfuerzos de la industria enfocados acciones para combatir este mal, ya que es una realidad que cada día se detectan 350 nuevos casos de cáncer de mama, y es una muestra del compromiso de este sector para con la salud de la población mexicana.