



## **Lanza CANIPEC la cuarta edición de “Unidos en la detección oportuna del cáncer de mama”**

- *El objetivo es sensibilizar a mujeres y hombres sobre este padecimiento.*
- *El obstáculo más difícil de vencer es la desinformación, el miedo y la desidia*

**México, D.F. a 29 de septiembre de 2014.-** Por cuarto 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 y encausar los esfuerzos del sector en acciones para sensibilizar a las mujeres sobre este padecimiento.

El director general de CANIPEC, Carlos Berzunza, destacó el apoyo de las empresas afiliadas, así como de los colaboradores, proveedores, clientes y múltiples personas destacadas en distintos ámbitos en nuestro país para el fortalecimiento de la iniciativa, para dar énfasis en el cuidado de la salud y la prevención ante una enfermedad como es el cáncer de mama.

“Es para nosotros un honor desarrollar esta campaña, que ya cuenta con cuatro años de vida, para combatir los obstáculos más difíciles de vencer y que son la desinformación, el miedo y la desidia”, puntualizó.

La iniciativa 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 la mamografía.

El cáncer de mama se mantiene como la principal causa de muerte de mujeres en México. De acuerdo con el INCAN, esta enfermedad representa el 11.34 por ciento de todos los casos de cáncer.

Por otro lado, al término del primer cuatrimestre de 2014, según datos de la Dirección General de Epidemiología de la SSA, se han detectado más de tres mil enfermas con cáncer de mama, que incluyen no sólo a mujeres mayores de 40 años, sino que también a niñas, adolescentes y jóvenes.

El primer lugar nacional lo ostenta Veracruz con 516 casos; Jalisco presentó 317; y el Distrito Federal 315. Entre los tres estados representaron el 36.1 por ciento.

-sigue 2-

CANIPEC ha otorgado donativos para fundaciones que apoyan esta causa entre las que destacan la “Fundación ASBIS”, dedicada a promover la detección oportuna del cáncer en zonas marginadas; la “Fundación Alma” que apoya a mujeres en su proceso de reconstrucción mamaria; y la “Fundación Toca Compartir es... Vivir” que realiza acciones de cuidado psicológico y elaboración de grupos de apoyo emocional para pacientes con cáncer.

Otra de las actividades destacadas que realiza CANIPEC, es el desarrollo del programa “Luzca Bien... Siéntase Mejor”, cuyo objetivo es brindar apoyo a mujeres que sufren los efectos secundarios de los tratamientos contra el cáncer, mediante sesiones impartidas por profesionales de la industria, quienes enseñan sencillas técnicas de aplicación de maquillaje para la piel y el cuidado de las uñas, además de ayudar a entender a las pacientes sobre la pérdida de cabello.

En el evento estuvieron presentes Román Rosales Avilés, subsecretario de Salud del Distrito Federal; Gibran de la Torre González, director ejecutivo de Fomento Sanitario de COFEPRIS; Sylvia del Carmen Treviño Medina, directora general de Fomento Ambiental, Urbano y Turístico de SEMARNAT; Martha Angélica Carrillo Alduenda, directora general de Quejas y Conciliación de PROFECO; María Teresa Ávila Güell, directora general de Procedimientos de PROFECO; y la diputada Rocío Abreu Artiñano, perteneciente al Partido Revolucionario Institucional.

Asimismo asistieron al evento celebridades del espectáculo como Laura Luz, quien funge como una de las embajadoras de la iniciativa; al lado de tres victoriosas que forman parte de esta nueva campaña: Consuelo Austin; Fundadora y Directora de Compartir es Vivir; Abish Romero; y, Tony Vargas, una gran guerrera y promotora de esta campaña.

#### **Acerca de CANIPEC**

*La Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos y la Asociación Nacional de la Industria del Cuidado Personal y del Hogar (CANIPEC) agrupa a 70 compañías productoras y distribuidoras de cosméticos, productos de aseo del hogar en México, representando el 80% del mercado formal del sector cosmético a través de la Cámara y un 50% de productos de aseo por medio de la Asociación; se estima que estas industrias generan aproximadamente 251,000 empleos directos e indirectos. El sector cosmético tiene un valor de 10,000 millones de dólares, mientras que el de aseo se estima en 4,000 millones de dólares, lo que ubica a la industria del cuidado personal y del hogar como la segunda en Latinoamérica.*