

AVON



AVON
FUNDACIÓN
PARA LAS MUJERES

¿QUÉ PIENSAN LAS MUJERES SOBRE EL CÁNCER DE MAMA EN LATINOAMÉRICA?

Avon y Fundación Avon presentaron la Encuesta Regional de Opinión Pública sobre cáncer de mama 2021

Bogotá, 6 octubre de 2021.

En un encuentro virtual que unió este 30 de septiembre a especialistas de la salud, Avon y Fundación Avon para las Mujeres presentaron la **Encuesta Regional de Opinión Pública sobre Cáncer de Mama 2021 en la que participaron en total 7.000 mujeres de 7 países de Latinoamérica: Colombia, Perú, Ecuador, Argentina, Chile, Uruguay y México.** Durante tres paneles se profundizó sobre la encuesta que reveló las percepciones y actitudes de las mujeres en relación al cáncer de mama, así como también las barreras que muchas veces las separan de los mecanismos probados para lograr la detección a tiempo y salvar su vida.

- Sólo **3 de cada 10 mujeres** de la Región **reconoce a la mamografía como el método de detección temprana más efectivo**, mientras que más de la mitad de las mujeres considera a la autoexploración de mamas (autoexamen*) como el mecanismo más acertado. Como contrapartida, sólo el 1% afirma que el Cáncer de Mama puede no mostrar síntomas (cuando esta enfermedad suele ser asintomática en sus estadios iniciales y no presentar signos externos identificables con la mirada o el tacto). Por su lado la mamografía es mundialmente reconocida por la comunidad médica como el método más efectivo para la detección temprana, ya que permite identificar anomalías en las mamas aún antes de la existencia de signos externos.
- El/La profesional de ginecología es la principal persona referente respecto a temas de salud. Sin embargo, **3 de cada 10 mujeres mayores de 40 años no se han realizado la mamografía nunca.** Aquí el llamado que hace el estudio es a la **corresponsabilidad**: Que tanto mujeres como personal médico estén atentos a que cada año las mujeres reciban el chequeo médico de mamas y para aquellas mayores de 40 años o antes si hay antecedentes familiares de cáncer de mama, se ordenen las ayudas diagnósticas como lo son la mamografía y ecografía mamaria.
- En la presente coyuntura, surge que **7 de cada 10 mujeres** en los países participantes de Latinoamérica **no realizó la visita de consulta médica especializada para abordar estudios de detección temprana** del cáncer de mama durante los meses de la pandemia de covid-19. El miedo a contraer el coronavirus resultó el motivo más relevante expresado por un 51% de las encuestadas.

* El estudio reveló que usar la palabra autoexamen para las mujeres tenía la connotación de diagnóstico dejando de lado 2 de los 3 pasos: el chequeo médico periódico y la mamografía. La invitación es a llamar este método de cuidado personal como **autoexploración de mamas** con el que las mujeres pueden reconocer las señales de esta enfermedad.

El evento se propuso también compartir información como forma de visibilizar situaciones por las que atraviesa el derecho a la salud de las mujeres, la necesidad de difundir datos clave que las acerquen a la consulta médica, los estudios y los pasos necesarios para una detección temprana.

“El propósito de esta encuesta implica escuchar las voces, los temores, el conocimiento o la ausencia de información que tienen las mujeres de los países de Latinoamérica sobre el cáncer de mama, una enfermedad que detectada a tiempo es curable hasta en un 98% de los casos”, expresó Carolina Henao Restrepo Directora Ejecutiva de la Fundación Avon para las Mujeres, quien añadió: “Conocer

AVON



AVON
FUNDACIÓN
PARA LAS MUJERES

qué piensan, qué limitantes expresan, qué actitudes han asumido en relación a este tema, incluso en estos últimos años de pandemia, es también una invitación a la acción. Conocer estos resultados ayuda a detectar los desafíos y trazar el camino del cambio necesario.”

Desde hace 135 años Avon se ha constituido en más que una marca de belleza, un movimiento por y para las mujeres bajo el propósito de que un mundo mejor para las mujeres es un mundo mejor para todas las personas. Por ello ha enfocado continua y consistentemente sus esfuerzos de sustentabilidad social en las causas que las afectan particularmente a través de dos programas a nivel global: la **Promesa Avon para Ganarle al Cáncer de Mama** y la Promesa Avon para Poner Fin a la Violencia Hacia Mujeres y Niñas.

Durante las últimas tres décadas, junto a la Fundación Avon para las Mujeres, **Avon ha donado más de 939 millones de dólares para** llevar adelante los programas definidos en esta promesa en el mundo. De esta manera se logró **concientizar** con información clara y accesible globalmente **a 180 millones de personas** sobre esta enfermedad y **financiar los exámenes de detección temprana para la salud de los senos para más de 16,4 millones de mujeres**. Todo esto gracias al apoyo de las redes, las comunidades y junto a las Organizaciones con las que Avon y Fundación Avon articula sus programas en todo el mundo.

La Encuesta tuvo como objetivos generar información a nivel regional y por país que permita un **abordaje comparativo** y constituirse en **fuentes de consulta para la toma de decisiones** de diversos organismos y organizaciones públicas y privadas que trabajen en este tema. Se realizó durante los meses de julio y agosto 2021 en **Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú y Uruguay** a 1000 mujeres mayores de 16 años por país, totalizando una muestra de **7000 casos**. A su vez se adicionó una etapa cualitativa y exploratoria que se desarrolló a partir de 10 entrevistas online por país a mujeres entre 40 y 55 años de edad.

Fue realizada por la agencia El Quinto Elemento y contó con el apoyo de organizaciones de diversos países participantes tales como el Instituto Nacional del Cáncer en Argentina, la Liga Argentina de Lucha contra el Cáncer, la Fundación Arturo López Pérez (Chile), la Fundación Clarita Berenbau (Uruguay), Soc. Arg. De Mastología, ROCHE, Observatorio de Salud GDFE, Mamotest, Economía Feminista y Directorio Legislativo, entre otras instituciones de los países participantes.

PROMESA AVON PARA GANARLE AL CÁNCER DE MAMA EN COLOMBIA

El 84% de las mujeres consideran que el cáncer de mama es una enfermedad muy grave, sin embargo 1 de cada 5 de las encuestadas consideran que están poco o nada informadas sobre este tema y 3 de cada 10 mujeres fueron diagnosticadas con cáncer de mama, lo cual significa que urge generar pedagogía respecto a la enfermedad y la importancia de su detección temprana.

Entre los datos más relevantes, se destaca que el 63% de las mujeres consideran que la autoexploración de mamas (autoexamen) es el método más efectivo de detección temprana dejando de lado el chequeo médico y la mamografía.

La encuesta arrojó que sólo una de cada cuatro mujeres mayores de 40 años se realiza la mamografía anual. El 35 por ciento dijo que no se la realizó porque la comunidad médica no le recomendó que se la practicara.

Otro hallazgo para resaltar es que el 28% de las encuestadas dijeron que no se realizaban la autoexploración mamaria (autoexamen) porque se les olvidaba y el 26% dijeron no practicarlo por falta de hábito.

AVON



Asimismo, para el 92 por ciento de las mujeres los bultos y los nódulos son los principales signos de alerta de cáncer de mama, lo cual significa que reconocen algunos de los síntomas, pero que otros síntomas, como la secreción en el pezón, el cambio de textura o los bultos en las axilas, no son directamente considerados como señales de alarma. Cabe aclarar que el cáncer de mama también puede ser asintomático.

La pandemia agravó la situación. Las mujeres se pusieron en pausa. Solo el 25% de las encuestadas acudió al médico para estos temas durante la pandemia, y casi la mitad, el 48%, afirmó que no asistió porque tenía miedo de contagiarse de Covid-19.

Estos resultados resaltan la urgencia de que en Colombia se siga reforzando la pedagogía frente a temas como la importancia de practicarse la mamografía de forma anual, especialmente en mujeres mayores de 40 años, como lo recomienda la Organización Mundial de la Salud – OMS, pues solo el 55 por ciento de las encuestadas en este rango de edad afirmaron habérsela practicado.

“Debemos enfocarnos en generar círculos de cuidado y concientización entre las mujeres, que reconozcan la importancia de la detección temprana, y transmitir, de voz a voz, la necesidad de hacerle frente al cáncer de seno y cómo hacerlo, hasta que se convierta en un hábito”, concluye la Directora Ejecutiva de la Fundación Avon.

Durante la presentación en Latinoamérica de la Encuesta Regional de Opinión Pública sobre cáncer de mama, estuvieron por Colombia el Dr. Juan Pablo Molina, Médico especialista en Cirugía General y subespecialista en Mastología, Cirugía de Mama y tumores de tejidos blandos y Ana Antonia Arcilla Arango, Líder Estrategia Consultorio Rosado para la detección temprana del cáncer de mama, ESE Metrosalud.

“Corresponsabilidad es que tanto tú como mujer así como el profesional de ginecología, recuerden la importancia de hacer cada año el examen de los senos. La autoexploración de Mama es un complemento, por ningún motivo sustituye el examen clínico y mucho menos la mamografía. El cáncer de mama, es una enfermedad más. No hay que tenerle miedo, hay que tomar acción. A tiempo y bien tratada, tiene un pronóstico excelente”, expresó el Dr. Molina.

Por su parte, Ana Antonia Arcilla Arango agregó: *“De acuerdo con el resultado de la encuesta y ese referente que encuentran las mujeres en él o la ginecóloga, cobra gran relevancia la concientización a profesionales de la salud: ginecología, medicina general y enfermería que tienen el contacto directo con las pacientes, para que consideren de inmediato la salud mamaria, independiente del motivo de su consulta. Pues es claro el impacto positivo del examen clínico y la mamografía en mujeres que siendo asintomáticas podrían estar en riesgo de desarrollar cáncer de mama”.*

Acerca de la Fundación Avon para las Mujeres



La Fundación Avon fue creada en el mundo en 1960 y en Colombia tiene presencia desde 2005. Trabaja en función de tres pilares estratégicos: 1. Generar conciencia sobre la importancia de la detección temprana del cáncer de mama. 2. Contribuir a eliminar las violencias contra las mujeres. 3. Promover la Equidad de género y el empoderamiento femenino. Los dos primeros como respuesta a grandes problemáticas mundiales y el tercero de ellos porque hace parte de la esencia de la compañía que da origen a esta fundación: AVON. Es la fundación privada más grande del mundo de apoyo a las mujeres. Prioridades: Contribuimos al bienestar de la Mujer y la acompañamos a Reconocer las Señales. Creemos que un mundo mejor para las Mujeres es un mundo mejor para los Seres Humanos. Desarrollamos acciones que van desde eventos propios y campañas comunicacionales hasta el apoyo y financiación de programas interinstitucionales que combaten estos flagelos. www.fundacionavon.co

AVON



AVON
FUNDACIÓN
PARA LAS MUJERES

Acerca de Avon



Avon lleva 135 años haciendo belleza de forma diferente. Avon es una empresa que conecta a las personas, utilizando el poder de la belleza para transformar vidas. Millones de representantes de ventas independientes en todo el mundo venden las marcas icónicas de Avon a través de sus redes sociales, creando sus propios negocios de belleza a tiempo completo o parcial. Avon defiende la igualdad de género, y creemos en la escucha de las necesidades de las mujeres, en hablar de los temas que importan y en crear un cambio positivo. A través de Avon y la Fundación Avon Global hemos donado más de 1.100 millones de dólares, centrándonos en la lucha contra la violencia de género y la detección temprana del cáncer de mama. Avon forma parte del Grupo Natura &Co. Avon no testea productos o ingredientes en animales en ningún lugar del mundo y ha estado trabajando para la aceptación de métodos de testeo alternativos sin animales durante tres décadas, para más información ingresar a <https://www.avonworldwide.com/about-us/our-values/policies-positions/animal-welfare>

CONTACTO

Daniel Bríñez
ACCOUNT EXECUTIVE



DIRECCIÓN: Calle 90 N° 11-13, Piso 7
Bogotá, Colombia
TEL.: +57 1 746 0070
CELULAR: +57 310 2949887