INFORME DE GESTIÓN Y RESULTADOS

Sociedad Argentina de Dermatología

19º CAMPAÑA NACIONAL DE PREVENCIÓN DEL CÁNCER DE PIEL

19 al 23 de noviembre de 2012

Organiza

SOCIEDAD ARGENTINA DE DERMATOLOGÍA -SAD-

AUTORIDADES SAD 2012-2014

COMITÉ EJECUTIVO

PRESIDENTE
Miguel Ángel J. Allevato

SECRETARIO GENERAL
Julio Gil

SECRETARIA CIENTÍFICA
Lilian Fossati

TESORERO
Marcelo Label

SECRETARIA DE ACTAS
Cristina Pascutto

SOCIEDAD ARGENTINA DE DERMATOLOGÍA
Tel.: (+54 11) 4814-4916 / 4815-4649
Av. Callao 852 - 2º piso -
Ciudad Autónoma de Buenos Aires (1023) - Argentina
e-mail: sad@sad.org.ar - Web: www.cancerdepiel.org.ar
Twitter: @CancerDePiel
Facebook: www.facebook.com/PrevencionCancerdePiel

DIRECTORES

Educación Médica
Mario Marini
Asuntos Gremiales y Legales
Jorge Laffargue
Relaciones con la Comunidad e Internacionales
Julio Gil
Publicaciones y Medios de Comunicación
Ariel Sehtman

ÓRGANO DE FISCALIZACIÓN

Miembros Titulares
Hugo Néstor Cabrera
Manuel Giménez
Rossana de los Ríos

DIRECTORES DE ÁREAS REGIONALES

Regional Área 1
María del Carmen Gras
Regional Área 2
Hugo Sarmiento Villa
Regional Área 3
Sergio Lombardi
Regional Área 4
Liliana Rodríguez Lupo
Regional Área 5
Cristina Pascutto
Regional Área 6
Roberto Dobrinin (h)

SECCIONES

Bahía Blanca
Presidente: Gabriela Álvarez
Bonaerense
Presidente: Hernando Lemaggio Blasi
Comahue
Presidente: Paula Mariasch
Córdoba
Presidente: Javier Consigli
Corrientes
Presidente: Teresita Santillán
Jujuy
Presidente: Alicia Carrillo
La Plata
Presidente: Mirta Fortino
Litoral
Presidente: Silvia Colla
Mar del Plata
Presidente: Ángela Insogna
Mendoza
Presidente: Yolanda Di Pietro
Misiones
Presidente: M. Gabriela G. Campos
Rosario
Presidente: Marina Rinaldi
Salta
Presidente: Elena S. Torrejón
San Juan
Presidente: Carlos González Díaz
San Luis
Presidente: Sandra Ponce
Santiago del Estero
Presidente: Mariana Llapur
Tucumán
Presidente: Adriana Arangio

SUMARIO

.03 Prólogo
.04 Datos de la Campaña
.06 Detalles de la Campaña
.07 Resultados
.12 Acciones de Comunicación
.13 Gestión de Prensa
.17 Publicidad
.19 Canales de Consulta
.21 Eventos al aire libre / Mensaje a los niños
.22 Balance final
.23 Centros Médicos Adheridos

PRÓLOGO

AÑO 2012 - UN AÑO LLENO DE LOGROS

Como cada año desde hace 19, la Sociedad Argentina de Dermatología (SAD) organiza la **Campaña Nacional de Prevención del Cáncer de Piel como aporte de su programa de actividades hacia la comunidad**.
Es digno de mencionar el apoyo total y desinteresado en estos últimos tres años de Laboratorios Andrómaco.
En esta oportunidad, compartimos con usted el informe de gestión y participación de la 19º Campaña, marcada por logros que resultan del esfuerzo de colaboradores, autoridades y, por supuesto, de la comunidad misma.
La Campaña Nacional de Prevención del Cáncer de Piel cuenta con dos objetivos principales, educar a la sociedad sobre la importancia de la salud de la piel y los cuidados para prevenir el cáncer de piel.
Para alcanzar estos objetivos, principalmente la atención médica gratuita, se cuenta con la valiosa ayuda de dermatólogos miembros de la Sociedad Argentina de Dermatología quienes, con su incondicional atención durante los días de Campaña, contribuyen a informar a la comunidad y obtener datos de los confirmados y potenciales casos de cáncer de piel en el país.
En el 2012 se profundizó aun más el eslogan del año anterior y le dijimos a la comunidad: "**Siempre que te expongas al sol, cuidá tu piel, es la única que tenés**". De esta manera, se reforzó la idea que se venía trabajando y fuimos un paso más allá, comunicando que el cuidado de la piel y la prevención del cáncer de piel tienen mucho que ver con la debida exposición al sol. Asimismo, la repetición contribuyó a fijar el mensaje en la población.
Los principales destinatarios de esta Campaña han sido el público en general, estudiantes de escuelas de nivel primario (quienes incorporan hábitos de conducta con mayor facilidad que los adultos) y deportistas, estos últimos primordiales cultores de la vida sana y al aire libre.
Como balance queremos recordar el logro del año 1994 cuando se la **declarada de Interés Nacional por el Ministerio de Salud (Res. 507/94). El año pasado se declaró la 19º Campaña Nacional de Prevención de Cáncer de Piel de interés de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y fue distinguida por la legislatura Porteña**.
Por otro lado, por primera vez **se implementó un cartel de 36 m² en la estación de peaje Conesa (km 242 - ruta 11) y se distribuyeron 190.000 trípticos educativos en la estación de peaje Maipú de la Autovía 2,** de manera tal de extender el mensaje de concientización a quienes viajan a ciudades de la Costa Atlántica.
Además, la atención **se extendió a 220 centros adheridos** y **la participación de prácticamente todas las provincias del país**. La alta demanda de consultas que superó todas las Campañas anteriores, obligó en muchos centros a extender una semana más la atención.
Es importante destacar la **valiosa colaboración que brindaron las Estaciones Saludables del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.**
Por último, gracias al aporte de los medios que se sumaron a la iniciativa de la Campaña, logramos tener una amplia **cobertura a nivel nacional, a través de espacios en Revistas, Radios, Medios Digitales y Vía Pública, especialmente en Shoppings y estaciones de subte**. Estos son parte importante del alcance de los objetivos de Campaña, tanto educativos como informativos.
A nivel prensa se contó también con una **amplia cobertura, alcanzando un total de 226 impactos en web, agencias de noticias, diarios, revistas, radio y TV**.
A las Coordinadoras Generales: Dras. S. Costantini y G. Merola y al Comité Coordinador de la Campaña: Dres. A. de Pablo, A. Politi, S. Costantini, nuestro reconocimiento especial a la valiosa tarea realizada.
Reiteramos nuestro reconocimiento a Laboratorios Andrómaco por el apoyo financiero y logístico para esta tradicional Campaña.
Esperamos seguir aprendiendo cada año para aplicar las enseñanzas en las Campañas subsiguientes. A todos, gracias por ayudarnos a cuidar la piel.

Prof. Dr. Miguel Ángel J. Allevatto
Presidente

AÑO 2013 - LA META ES SEGUIR AVANZANDO

Si bien somos conscientes del crecimiento que año tras año se alcanza gracias al esfuerzo de muchos, también sabemos que hay formas de llegar a cada vez más personas con el mensaje de prevención y con la atención médica gratuita durante la semana de Campaña.

Cómo podemos seguir avanzando?

- Impulsando que la 3º semana de noviembre quede establecida como "Semana de Interés Nacional".
- Alcanzando una mayor repercusión en la comunidad acerca de la prevención.
- Sumando centros de atención adheridos, de manera de estar hasta en el lugar más recóndito del país, pudiendo ofrecer nuestra ayuda y atención, aclarando dudas y también diagnosticando.
- Manteniendo las redes sociales de la Campaña como un canal de comunicación entre la sociedad y los responsables de la Campaña. De esta forma evitaremos la estacionalidad y afianzaremos la idea que tanto promulgamos: la prevención y el cuidado se realizan durante todo el año.

ALGUNOS NÚMEROS
220 centros adheridos en 20 provincias del país
1392 llamadas recibidas en el call center entre los días 20/10/2012 y 19/12/2012.
9045 fichas completadas por los Médicos Dermatólogos que desinteresadamente colaboraron con la campaña
120.000 flyers entregados
300.000 trípticos informativos

LOS DATOS DE LA CAMPAÑA

COMITÉ ORGANIZADOR

La organización de la campaña del año 2012 estuvo a cargo de:

Coordinadoras generales

Dra. Gladys Merola y Dra. Silvia Costantini.

Coordinadores

Dra. Silvia Costantini, Dr. Andrés Politi y Dra. Ana de Pablo

OBJETIVOS

La Sociedad Argentina de Dermatología (SAD) organizó la **19º CAMPAÑA NACIONAL DE PREVENCIÓN DEL CÁNCER DE PIEL** como parte de su programa de actividades hacia la comunidad.

La misma cuenta con dos objetivos principales:

1) Educar a la sociedad mediante diversas piezas comunicacionales e informativas, acerca de la importancia que tiene la salud de la piel y los cuidados que se deben tener para evitar la única causa prevenible del cáncer de piel: la sobre-exposición a la luz solar.

2) Obtener información estadística mediante la atención médica gratuita en centros adheridos de todo el país, promoviendo además la consulta anual como eficaz método de prevención.

Detallamos a continuación las actividades que enmarcaron el logro de estos objetivos:

INFORMACIÓN PARA LA COMUNIDAD: la atención médica se complementó con una serie de acciones comunicativas hacia la comunidad, a fin de generar conciencia sobre los riesgos de una exposición indebida al sol y motivar al cambio de conducta (acción relacionada con los objetivos educativos).

ATENCIÓN MÉDICA GRATUITA Y DE DEMANDA ESPONTÁNEA: durante la semana de la Campaña, los hospitales y centros médicos adheridos ofrecieron atención gratuita a todos los pacientes que voluntariamente se acercaron a la consulta dermatológica (acción relacionada con los objetivos estadísticos).

PÚBLICOS

PÚBLICO GENERAL: la campaña se plantea en forma masiva ya que la falta de medidas de protección solar es un problema de interés general y que abarca todos los públicos. Se crearon y comunicaron mensajes de conciencia en cuanto al cuidado de la piel y la conveniencia de incorporar un chequeo dermatológico anual como medida de prevención.

ESCUELAS DE NIVEL PRIMARIO: en esta etapa los niños incorporan hábitos de conductas con mayor facilidad que los adultos, por eso desarrollamos material didáctico y educativo acerca de los cuidados de la piel.

MÉDICOS DERMATÓLOGOS: son los médicos especialistas las fuentes más confiables y apropiadas para difundir la campaña. Por ello, es importante brindarles material de comunicación para ser transmitido a la comunidad.

DEPORTISTAS: quienes practican deporte suelen pasar largos ratos al aire libre. Es por eso que es importante comunicar el mensaje de protección solar en un grupo que también es gran cultor de la "vida sana".

FECHA

19 al 23 de noviembre de 2012*.

*La Campaña se extendió hasta el día 30 de noviembre en algunos centros adheridos del país, logrando así dos semanas consecutivas de atención médica gratuita.

En el Servicio de Dermatología del Hospital de Clínicas se extendió hasta el 07/12/2012.

FICHA TÉCNICA CAMPAÑA

Relaciones Institucionales:
María Poplawski
Idea, coordinación y creatividad:
Proxímitas
Dirección:
Fabiola Ferro
Coordinación:
Viviana Garbarino
Producción:
Proxímitas

ESLOGAN

En el 2012 le dijimos a la comunidad: **"Siempre que te expongas al sol, cuidá tu piel, es la única que tenés"** comunicando que el cuidado de la piel y la prevención del cáncer de piel tienen mucho que ver con la debida exposición al sol.

Este eslogan fue utilizado en las diversas piezas comunicacionales (medios gráficos, de vía pública, audiovisuales, digitales y de marketing directo), así como también en los artículos de prensa que fueron publicados antes, durante y después de la campaña.

STICKER

Esta Campaña contó con la presencia de un nuevo elemento, a fin de generar e instalar una imagen de Campaña. El sticker fue distribuido de forma masiva y cumplió la función de generar recordación de marca y mensaje.

GESTIÓN LEGISLATIVA

La **19º Campaña Nacional de Prevención del Cáncer de Piel** ha sido declarada **de interés por la legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires** y distinguida con un diploma.

AUSPICIOS

- Ministerio de Salud de la Nación (Res. Nº 1011/12)
- Ministerio de Educación de la Nación (Res. Nº 699/12)
- Subsecretaría de Gestión Educativa y Coordinación Pedagógica de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. (Res. Nº 2464/12)
- Fundación de Cáncer de Piel
- Laboratorios Andrómaco

DE PRINCIPIO A FIN, LOS DETALLES DE LA CAMPAÑA 2012

6 MESES DE CONTINUO ESFUERZO A FIN DE ALCANZAR LOS OBJETIVOS FIJADOS

El trabajo comienza 3 meses antes de la Campaña y finaliza con el exhaustivo análisis de los datos estadísticos:

1. TRABAJO PRELIMINAR: se comienza el diálogo con los dermatólogos vía e-mail tres meses antes de la Campaña. Se solicita completar un formulario para poder recibir el material.

2. KIT INFORMATIVO: se envía el material de campaña a hospitales, centros médicos y profesionales adheridos. Este kit también se encuentra disponible en la web de la Campaña (www.cancerdepiel.org.ar).

3. ASESORAMIENTO E INSTRUCCIONES: se abre un período de consultas para responder los interrogantes de los profesionales sobre la campaña y sobre el instructivo que acompañó al kit.

4. SEMANA DE ATENCIÓN: se atiende la demanda espontánea de los pacientes que voluntariamente se acercan a los centros de atención. Los profesionales completan las fichas con la evaluación de cada consulta.

5. RECEPCIÓN DE FICHAS: la Sociedad Argentina de Dermatología recibe las fichas que fueron completadas en los centros adheridos de todo el país.

6. CARGA DE DATOS Y RESULTADOS: las fichas recibidas son procesadas y evaluadas. A continuación, se exponen los resultados de la Campaña 2012.

EL KIT DE CAMPAÑA

Durante la acción se distribuyeron:

300.000
trípticos informativos

120.000
flyers

2.000
afiches

50.000
stickers

30.000
fichas de consulta

FLYER

AFICHE

FICHA

BROCHURE

STICKER

LOS RESULTADOS

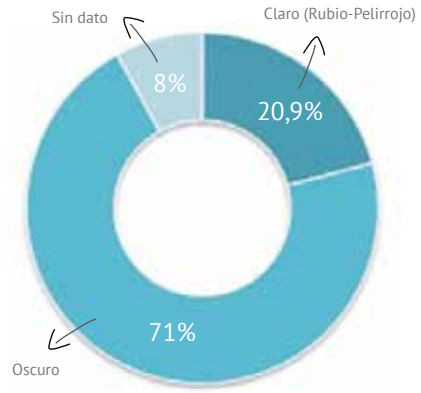
Se recolectaron 9045 fichas que fueron procesadas en su totalidad.
En las páginas subsiguientes se presentan en detalle los datos estadísticos obtenidos durante la **19º CAMPAÑA NACIONAL DE PREVENCIÓN DEL CÁNCER DE PIEL.**

CARACTERÍSTICAS DE LOS PACIENTES.
TOTAL DE PACIENTES ATENDIDOS: 9045

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

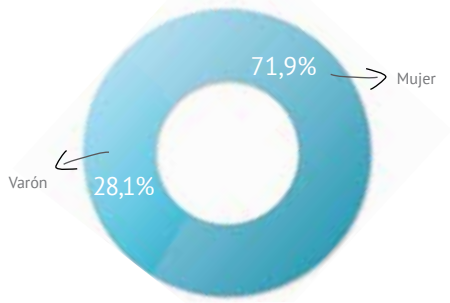
Buenos Aires	2413
CABA	2225
Catamarca	47
Chaco	36
Chubut	163
Córdoba	1109
Corrientes	11
Entre Ríos	379
Formosa	160
Jujuy	14
La Pampa	143
Mendoza	453
Misiones	138
Neuquén	166
Río Negro	230
Salta	526
San Juan	24
San Luis	44
Santa Cruz	10
Santa Fe	507
Santiago del Estero	183
Tucumán	65
TOTAL	**9045**

COLOR DE PELO

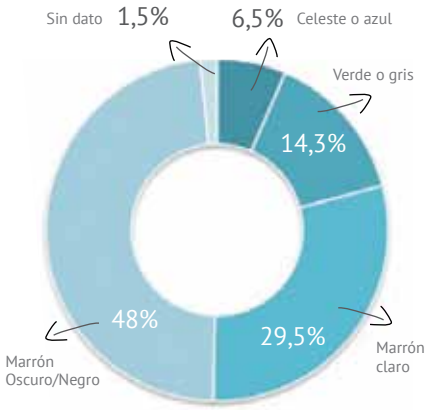


DISTRIBUCIÓN POR SEXO

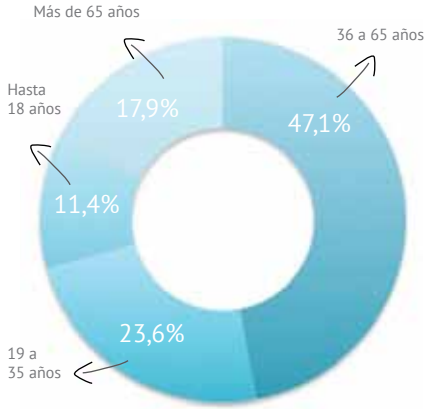
Del total de las personas atendidas, las mujeres demostraron ser las más interesadas en el chequeo de la piel



COLOR DE OJOS



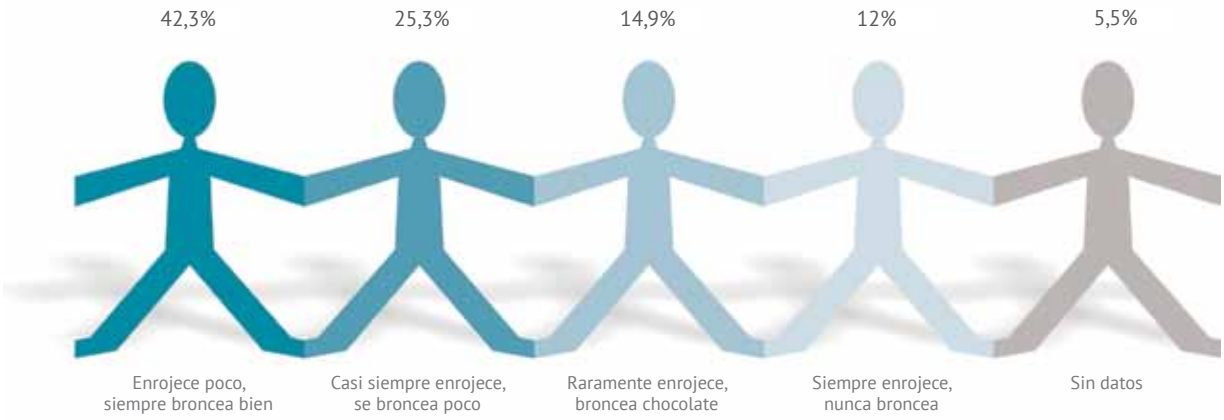
DISTRIBUCIÓN POR EDAD



LOS RESULTADOS

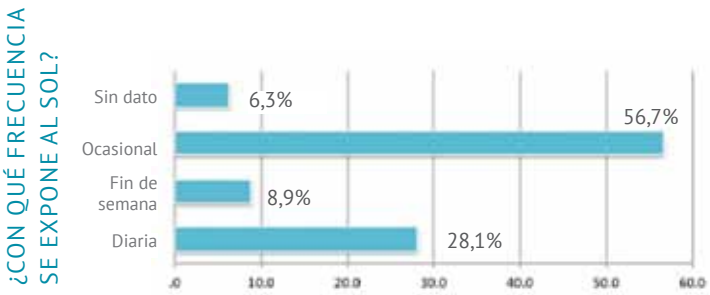
TIPO DE PIEL

¿Qué tipo de piel posee?

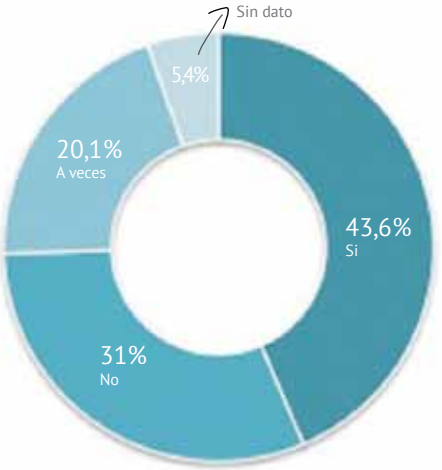


CONDUCTA FRENTE AL SOL

El 56,7% de los encuestados declaró un contacto solar ocasional, en tanto que el 28,1% reconoció una exposición diaria. Frente a esto, el 15,2% dice haber sufrido quemaduras antes de los 15 años.

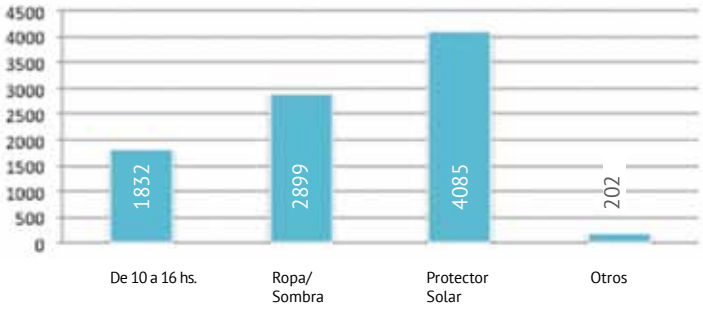


¿SE PROTEGE DEL SOL?



¿CÓMO SE PROTEGE DEL SOL?

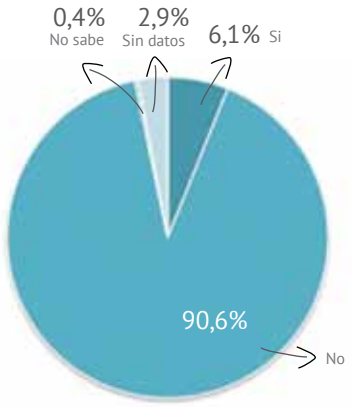
Hábitos de protección de las personas que reconocen protegerse siempre o a veces del sol.



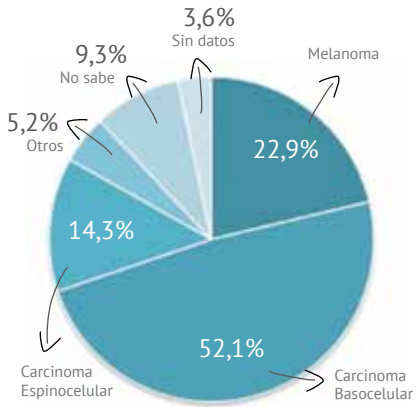
ANTECEDENTES DE CÁNCER DE PIEL

Según los resultados, el 6,1% de los pacientes revisados presentó antecedentes de cáncer de piel (el 22,9% de ellos, por melanomas).
El 8,4% reconoció tener antecedentes familiares de cáncer de piel.

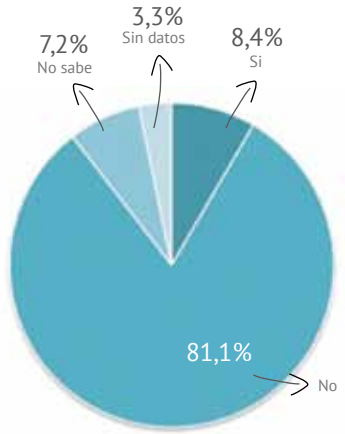
¿HA TENIDO ANTECEDENTES PERSONALES DE CÁNCER DE PIEL?



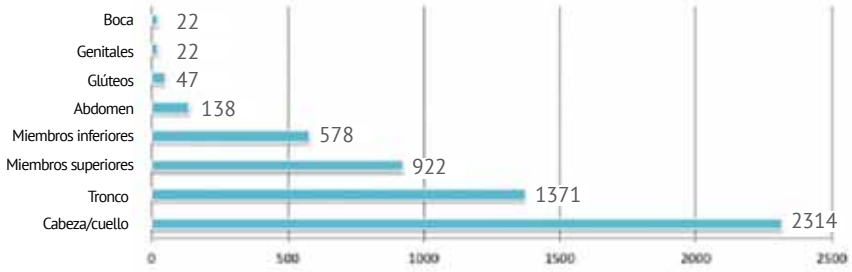
SI TUVO, TIPO DE CÁNCER DE PIEL:



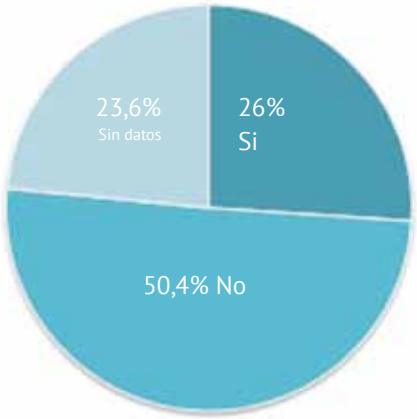
¿HA TENIDO ALGÚN FAMILIAR CON CÁNCER DE PIEL?



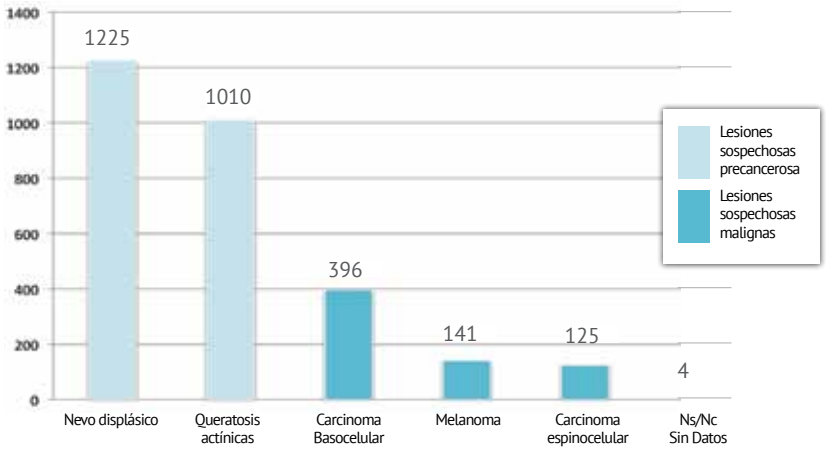
LESIONES SOSPECHOSAS POR ZONAS



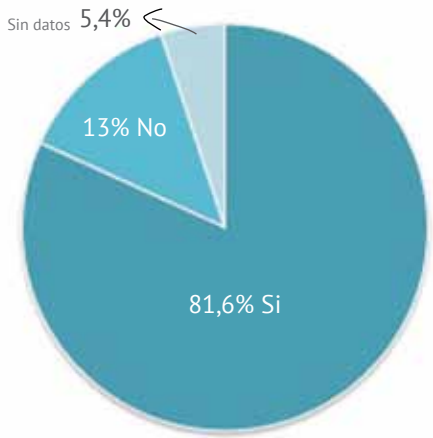
¿RECOMIENDA BIOPSIA?



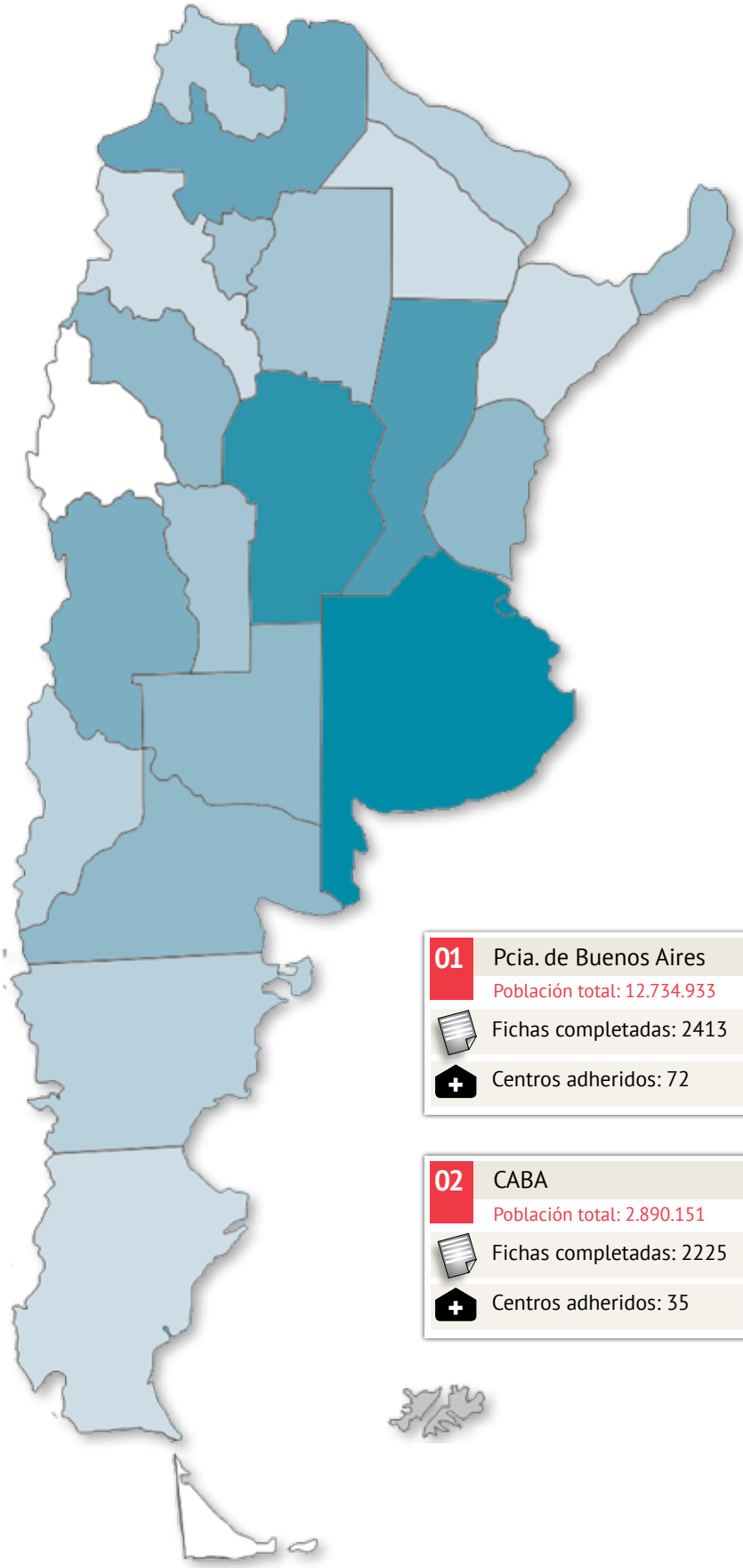
LESIONES OBSERVADAS
(en cantidad de lesiones. Un mismo evaluado puede presentar más de una lesión)



¿PRIMER CAMPAÑA QUE PARTICIPA?



La ARGENTINA contra el cáncer de piel



01 Pcia. de Buenos Aires
Población total: 12.734.933
Fichas completadas: 2413
Centros adheridos: 72

02 CABA
Población total: 2.890.151
Fichas completadas: 2225
Centros adheridos: 35

03 Córdoba
Población total: 3.308.876
Fichas completadas: 1109
Centros adheridos: 24

04 Mendoza
Población total: 1.738.929
Fichas completadas: 453
Centros adheridos: 10

05 Entre Ríos
Población total: 1.235.994
Fichas completadas: 379
Centros adheridos: 11

06 La Pampa
Población total: 318.951
Fichas completadas: 143
Centros adheridos: 2

07 Río Negro
Población total: 638.645
Fichas completadas: 230
Centros adheridos: 2

08 San Luis
Población total: 432.310
Fichas completadas: 44
Centros adheridos: 1

09 Chubut
Población total: 509.108
Fichas completadas: 163
Centros adheridos: 4

10 Santa Fe
Población total: 3.194.537
Fichas completadas: 507
Centros adheridos: 19

11 Misiones
Población total: 1.101.593
Fichas completadas: 138
Centros adheridos: 3

12 Santiago del Estero
Población total: 874.006
Fichas completadas: 183
Centros adheridos: 7

13 Tucumán
Población total: 1.448.188
Fichas completadas: 65
Centros adheridos: 5

14 Formosa
Población total: 530.162
Fichas completadas: 160
Centros adheridos: 2

15 Jujuy
Población total: 673.307
Fichas completadas: 14
Centros adheridos: 2

16 Santa Cruz
Población total: 273.964
Fichas completadas: 10
Centros adheridos: 2

17 Salta
Población total: 1.214.441
Fichas completadas: 526
Centros adheridos: 10

18 Corrientes
Población total: 992.595
Fichas completadas: 11
Centros adheridos: 1

19 Neuquén
Población total: 551.266
Fichas completadas: 166
Centros adheridos: 5

20 San Juan
Población total: 681.055
Fichas completadas: 24
Centros adheridos: 1

21 Catamarca
Población total: 367.828
Fichas completadas: 47
Centros adheridos: 1

22 Chaco
Población total: 1.055.259
Fichas completadas: 36
Centros adheridos: 1

ACCIONES DE COMUNICACIÓN

BUSCANDO LA MASIVIDAD A TRAVÉS DE LA ESPECIFICIDAD

Somos conscientes de que en distintos rincones del país la gente accede a los medios de comunicación de las más diversas formas. Es nuestro desafío entonces, tratar de abarcar la mayor cantidad de medios posibles (TV, radio, Internet, diarios, revistas, vía pública y marketing directo), de manera tal de llegar a cada vez más personas y lograr alcanzar así, nuestro objetivo de concientización acerca de los cuidados y prevención del cáncer de piel.
Del trabajo en conjunto entre la Sociedad Argentina de Dermatología y Proxímitas –agencia de marketing relacional– surgió esta campaña comunicacional que brindó piezas informativas a sus cuatro grandes públicos: público en general, niños en edad escolar, deportistas y médicos dermatólogos.
Presentamos a continuación un resumen que detalla las piezas comunicacionales incluidas en el marco de la Campaña 2012.

Claves de la Campaña 2012

- El lanzamiento oficial de la Campaña 2012 junto con la presentación del "Informe de Gestión y Resultados de la Campaña 2011" se realizó en el marco del Curso Intensivo de Perfeccionamiento Dermatológico para Graduados "Prof. Dr. Luis E. Pierini" donde se invitó a médicos y prensa. Se emitió un video con las acciones de la campaña 2011 y se promocionaron las nuevas fechas mediante material gráfico.
- La campaña publicitaria que comunicó el mensaje "Siempre que te expongas al sol cuidá tu piel, es la única que tenés" e informó los canales de contacto como la línea de consulta 0800 y las redes sociales Twitter, Facebook y YouTube.
- La acción de marketing directo que incluyó kits de regalo para periodistas, informando y recordando el mensaje principal de campaña.
- La estrategia de Social Media que estableció un contacto directo con la comunidad, respondiendo a consultas y asesorando en sus canales de Facebook, Twitter y YouTube.
- La presencia en eventos deportivos para reforzar la idea de cuidarse la piel "siempre que exista exposición al sol".
- La distribución de material de campaña pedagógico a los colegios primarios.

GESTIÓN DE PRENSA

Como cada año, es importante contar con una campaña de prensa que nos permita llegar a la comunidad en formato noticia, comunicando las novedades en términos de cuidado del sol y prevención del cáncer de piel hacia el público en general.
La gestión de prensa estuvo a cargo de la empresa LAZOS, Servicios de Información, que supo capitalizar el vínculo que se viene estableciendo año tras año con los distintos medios y periodistas, además de realizar un trabajo codo a codo con el equipo de voceros de la SAD.

KIT DE PRENSA

Ya que en el eslogan del año 2012 se incorporó el mensaje de cuidado de la piel "siempre que te expongas al sol", el kit de prensa tuvo como objetivo transmitir el mensaje de disfrute del sol y el aire libre, pero con la debida protección.
Así, contó con las siguientes piezas:

- Un juego de pelota y paleta para disfrutar del aire libre.
- Un sombrero de ala ancha que ayuda a proteger el rostro y cuello del sol.
- Un bolso para acompañar las actividades al aire libre.
- Un protector solar con Factor de Protección Solar 30.
- Un gel refrescante post-solar.
- Folletos, flyer y una carta con info de la campaña.

ANTES, DURANTE, Y DESPUÉS DE LA CAMPAÑA

El trabajo realizado entre octubre y diciembre de 2012 se centró en generar nuevos contenidos para proveer a los medios y afianzar el equipo de voceros oficiales.

TAREAS PREVIAS A LA COMUNICACIÓN EN MEDIOS

- Identificación de los ítems a comunicar.
- Desarrollo de gacetillas institucionales y temáticas.
- Armado de plan de medios y de plan de comunicación.

TAREAS PROPIAS DE LA COMUNICACIÓN EN MEDIOS

- Envío intensivo de material a los medios, según el plan de comunicación.
- Coordinación de notas y entrevistas.
- Asistencia a periodistas y a voceros (los voceros fueron los doctores Ana de Pablo, Andrés Politi, Silvia Costantini y Gladys Merola).
- Press clipping.

TAREAS POSTERIORES A LA SEMANA DE CAMPAÑA

- Evaluación de los resultados.
- Reporte de gestión.

RELACIÓN CON LOS MEDIOS

Como cada año, la relación entre la SAD y los medios estuvo fundada en un interés honesto y genuino por la información (sin acuerdos comerciales ni otro tipo de intereses). Los voceros cumplieron, en este punto, un papel fundamental al dar entrevistas televisivas, radiales y gráficas las 24 horas durante los días de campaña.

GESTIÓN DE PRENSA

FICHA TÉCNICA

FECHA: desde octubre de 2012 hasta diciembre de 2012.
CONTENIDO DIFUNDIDO: una gacetilla institucional con el anuncio de la campaña y 15 anexos con información de salud, prevención y eventos relacionados.
CANTIDAD DE NOTAS PUBLICADAS: 226.

MEDIOS Tipos de medios

Las **226** notas publicadas en los medios (tanto tradicionales como online) se clasificaron por tipo de medio, de la siguiente manera:

DATOS DE PRENSA DE LA CAMPAÑA 2012

	2012
Cantidad total de notas publicadas	226
Cantidad de notas en medios tradicionales	69
Cantidad de notas en medios online	157
Publicaciones en diarios	17
Publicaciones en revistas	17
Repercusiones en radio	20
Repercusiones en TV	12
Cantidad de contactos alcanzados	Más de 14.600.000
Mención de la URL de la web	41% de las publicaciones
Mención del nombre de la campaña	99% de las publicaciones
Presencia de los voceros	31% de las publicaciones
Presencia del 0800	44% de las publicaciones

"1 de cada 3 argentinos no se cuida del sol."

"500 personas mueren al año por melanomas."

"Menos de la mitad de los argentinos se protege adecuadamente del sol."

"Regulan el uso de camas solares."

"El cáncer de piel es el que más se multiplicó en los últimos 30 años."

"No existe el bronceado seguro."

Estos algunos de los títulos que circularon por los medios gráficos durante las semanas de Campaña. Los datos estadísticos continúan generando un fuerte impacto a la hora de comunicar una noticia. Es por ello que desde la gestión de prensa se provee a los medios de datos verídicos y relevantes, que puedan generar un golpe de efecto tanto en los medios como en la comunidad misma.

Los medios de mayor masividad que levantaron la noticia fueron:

DIARIOS Y REVISTAS

Diario La Nación
Diario La Razón
Diario Clarín
Diario Tiempo Argentino
Diario La Prensa
Diario Perfil
Diario Muy
La Nación Revista
Revista Viva
Revista Noticias
Revista Cosmopolitan
Revista Para Ti
Revista Vanidades
Revista Sophia
Revista Ser Padres
Revista Pronto

TV

Canal 26
América
América 24
Canal 7
TN
Canal Metro

RADIO

Radio Continental
Radio Mitre
Radio 10
Radio Nacional
Radio del Plata
FM Radio La Metro
FM Radio 100
FM Radio Cultura

DIGITAL

Lanacion.com
Entremujeres.com
Clarin.com
Diariocronica.com.ar
Diarioelargentino.com.ar
Terra.com.ar
Yahoo.com
materna.com.ar

GESTIÓN DE PRENSA

CONCLUSIONES

Se publicaron 226 notas en un período de 2 meses.

Tomando como dato la cantidad de lectores de cada medio gráfico y las audiencias de radio y TV, la información logró más de 14.600.000 contactos.

En el 99% de las notas se hace mención a la Campaña. Entendemos que hemos logrado hacer el link propuesto en los objetivos.

Hemos contactado a más de 600 periodistas en un total de 250 medios diferentes de todo el país (radio, TV, gráfica, web y agencias).

La campaña publicitaria del año 2012 tuvo como objetivo alcanzar una cobertura amplia, llegando con el mensaje de prevención del cáncer de piel a cada vez más argentinos. Gracias al aporte de los medios que se sumaron a la iniciativa de la Campaña, logramos tener una amplia cobertura a nivel nacional, a través de espacios en Revistas, Radios y Vía Pública, especialmente en Shoppings y en estaciones de subtes. Además, se planteó una fuerte estrategia en medios digitales y redes sociales. La Campaña en medios tradicionales tuvo una duración de 2 semanas (desde el 12 de noviembre hasta el 25 de noviembre), mientras que la campaña en redes sociales se extendió a lo largo de 3 meses.

VÍA PÚBLICA

Promoción en rutas y autopistas: se instaló un cartel en Av. Ingeniero Huergo, con vista desde Puerto Madero y Autopista 25 de Mayo. Además, se implementó por primera vez un cartel en la estación de peaje Conesa (km 242 - ruta 11) y se entregaron 190.000 folletos trípticos en la Estación de peaje Maipú (km 273 Ruta 2), de manera de generar conciencia del cuidado del sol en la gente que viaja hacia la Costa Atlántica.

Acción en el circuito GrupoVia: se distribuyeron afiches en las estaciones de subte Carlos Gardel (Abasto Shopping) y Bulnes (Alto Palermo Shopping). Además, se produjo un video de promoción de Campaña, que estuvo al aire en las pantallas del circuito SubTV.

Pantallas digitales en vía pública y shoppings: la Campaña también estuvo presente en los shoppings Unicenter, Recoleta Mall, El Solar, Palmas del Pilar, Paseo La Plaza, Norcenter, Plaza Oeste Rosario, Patagonia y Paseo del Fuego; mediante un mensaje de promoción que circuló por las pantallas digitales de estos centros comerciales. También se pautó en la pantalla LED de Av. Santa Fe y Armenia.

Cartel Hospital de Clínicas: durante los días de Campaña -en el Hospital de Clínicas fueron 10 en total- se colgó una lona de 6x2m que informaba acerca de la atención médica gratuita en ese centro adherido. Éste ivitaba además a quienes veían el cartel desde los medios de transporte, debido al alto tránsito que circula por Av. Córdoba durante los días de semana.

ONLINE

Cancerdepiel.org.ar: se actualizó y rediseñó la web según los nuevos lineamientos gráficos y comunicacionales.

Reporte de visitas del 01/10/12 al 31/12/2012:
188.267 impresiones

GRÁFICA

Publicidad gráfica en revistas: se pautó un aviso gráfico en las revistas Para Ti, Vanidades, BestYou, entre otras.

RADIO

Spot radial: se pautó un spot en las radios que colaboraron con la Campaña, transmitiendo un mensaje de prevención y brindando información sobre fechas y canales de consulta. Se logró una frecuencia de 2 a 3 menciones diarias. A continuación, el mensaje que se propuso comunicar:

Siempre recordá, sea cual sea el pronóstico, debés cuidar tu piel ya que las nubes dejan pasar el 85% de las radiaciones ultravioletas.
***Radio xx brinda su apoyo a** la 19º Campaña Nacional de Prevención de Cáncer de Piel que se realiza del **19 al 23 de noviembre** y ofrece a todo el público chequeos de la piel gratuitos en los centros adheridos. Ingresá a cancerdepiel.org.ar o llamá al 0800 999 0723 para más información.*
Cuidá tu piel, es la única que tenés es el Consejo de la Sociedad Argentina de Dermatología.
*LÍNEA GRATUITA DE CONSULTAS: **0800 - 999 – 0723***
CONSULTAS SOBRE CENTROS ADHERIDOS Y TURNOS:
www.cancerdepiel.org.ar

AUDIOVISUAL

Video promocional: se desarrolló un video de promoción de la Campaña. Este video se trasmitió en algunos canales del interior, en circuito cerrado de consultorios médicos, en redes sociales, y en las pantallas digitales de shoppings y vía pública (por ejemplo en Av. Santa Fe y Armenia).

Banners en internet: se realizó una fuerte campaña de banners y newsletters en portales de noticias, belleza, salidas, entre otros, que sumaron un total de 10.865.320 impresiones y 23.735 clicks al sitio.
Todos los medios llegaron y hasta superaron los objetivos de clicks e impresiones planteados, lo cual resume una campaña digital exitosa.

PUBLICIDAD

REDES SOCIALES

Twitter: se continuó el trabajo que se comenzó a realizar en el año 2011, comunicando las nuevas fechas de Campaña y también acercando tips de cuidado y prevención del cáncer de piel.

Facebook: asimismo se continuó con el canal de consulta Facebook, el cual se encargó de responder en tiempo y forma a las consultas de los seguidores.

Canal de YouTube: se posteó todo el material audiovisual de la Campaña Nacional de Prevención del Cáncer de Piel. El video de la Campaña 2011 aumentó sus reproducciones casi en un 100%, mientras que en el 2012 se publicaron dos nuevos videos: "18º Campaña Nacional de Prevención Cáncer de Piel - RESULTADOS" y "19º Campaña Nacional de Prevención del Cáncer de Piel".

MARKETING DIRECTO

Flyers en farmacias, clubes y estaciones saludables: se distribuyeron flyers en puntos de venta como Farmacity y también se estuvo presente en 25 estaciones saludables del GCBA, distribuidas en plazas y parques de la ciudad de Buenos Aires.

Promoción en eventos deportivos: bajo el lema de cuidado de la piel "siempre que te expongas al sol", se participó de eventos deportivos como bicicleteadas y maratones acuáticas, en las cuales el mensaje del cuidado del sol tuvo un rol protagónico. Se entregó información impresa y también se ofrecieron muestras de protector solar.

Dorso Carpetas "Pierini": a quienes asistieron al Curso Intensivo de Perfeccionamiento Dermatológico para Graduados "Prof. Dr. Luis E. Pierini", se les comunicó acerca de la nueva Campaña, desde el dorso de las carpetas que les fueron entregadas durante la jornada.

MATERIAL DE SOPORTE DE LA CAMPAÑA

Newsletters.
3 a médicos, antes, durante y después de la campaña.
Además 2 email destinados a empresas y contactos.

Afiche en centros médicos adheridos.
Cantidad de impresiones: 2.000

Flyer repartido en eventos deportivos, farmacias, estaciones saludables y centros médicos adheridos.
Cantidad de impresiones: 120.000

Folleto tríptico entregado en eventos deportivos, farmacias, estaciones saludables, estación de peaje Ruta 2 y a quienes realizaron la consulta.
Cantidad de impresiones: 300.000

Ficha de consulta para médicos.
Cantidad de impresiones: 30.000

Stickers repartidos a la comunidad.
Cantidad de impresiones: 50.000

FICHA

AFICHE

BROCHURE

0-800

FECHA: la línea se encuentra activa durante todo el año pero el periodo evaluado fue el del mes del 05 de noviembre de 2012 a 07 de diciembre de 2012, período en el que se capacitó a las telefonistas para brindar información certera acerca de la campaña.
RESULTADOS: 1392 llamadas recibidas en el período evaluado.
TELÉFONO: el 0800 999 0723 fue comunicado en todas las piezas comunicacionales.

Objetivo

Generar un canal de consulta sobre la Campaña con acceso desde todo el país. Su objetivo principal fue informar acerca de las fechas, horarios y lugares de atención. Se implementó, además, como un medio para testear el impacto comunicativo del resto de las acciones.

SITIO CANCERDEPIEL.ORG.AR

Objetivo

Se rediseñó y actualizó el sitio generado en el marco de la Campaña 2011 como una herramienta de consulta.

Estrategia

El sitio fue coherente con el mensaje general y con el resto de las piezas comunicacionales.

Secciones

INICIO: con la info general de la campaña (fechas, 0800 y slogan).
CAMPAÑA: con info más específica de la campaña, el comité organizador y las piezas comunicacionales.
CÁNCER: tres secciones con info relevante para el público, divididas en "*Lunares o nevos*", "*Cáncer de piel*", y "*El sol y piel*".
MANUAL DE SALUD: para que los usuarios descarguen un manual educativo, en formato .pdf o .doc.
CENTROS ADHERIDOS: con el listado completo de centros adheridos en todo el país, y opción de descargarlo en formato .xls.

COSECHANDO SEGUIDORES

En el 2012 se afianzó la estrategia en redes sociales que comenzó en el año 2011. Así, se intentó profundizar el desarrollo de los posteos, con mensajes de impacto y que inviten a la interacción/viralización a fin de difundir la prevención del cáncer de piel.

Asimismo se continuó compartiendo las notas de prensa publicadas en los diversos medios, y respondiendo a las consultas de la gente acerca de la campaña o de los diferentes centros de atención.

TWITTER

Se renovó la imagen del perfil, se hizo un seguimiento y renovación de contenidos diario y se aumentó la cantidad de seguidores.
Con un tono coloquial y cercano, informamos y dimos consejos a nuestros seguidores.

Estos fueron (entre muchos otros) algunos de los tweets comunicados desde la cuenta @CancerDePiel:

- BICICLETEADA BUENA VIDA. El domingo a las 10 hs. informamaremos sobre los cuidados a tomar frente a la exposición solar.
http://www.facebook.com/photo.php?fbid=536718206345022&set=a.215123375171175.66289.125624064121107&type=1&theater ...
- Este año la Campaña Nacional de Prevención del Cáncer de Piel se realizará del 19 al 23 de noviembre.
- A CUIDAR LA PIEL! http://cancerdepiel.org.ar/index.html
- Siempre que te expongas al sol cuidá tu piel, es la única que tenés. #CancerDePiel
- Hoy está nublado pero igual debés proteger tu piel! Acordate que la radiación atraviesa las nubes. #CancerDePiel
- Una de las causas más importantes del cáncer de piel es la exposición al sol sin protección. Y es la única prevenible. http://cancerdepiel.org.ar/cancer.html
- Diagnosticado a tiempo el #CancerDePiel es curable en la mayoría d los casos, x eso es importante realizarse controles durante todo el año.
- Buen miércoles de sol! Recuerden que incluso para ir a la oficina, deben cuidar la piel del rostro con un protector solar. #CancerDePiel
- Hacé RT si vos también cuidás tu piel! pic.twitter.com/Z8isNKMz
- La prevención nunca descansa! Tomá nota: auto-examen 1 vez al mes y chequeos médicos 1 vez al año! #CancerDePiel pic.twitter.com/ut28GhAu

Algunos mensajes de los seguidores, que colaboraron con la difusión de la Campaña:

"@FlorenciaBassi Entre el 19-23/11 se hace atención gratuita de consulta por lesiones de piel sospechosas (ej lunares) http://cancerdepiel.org.ar/ @CancerDePiel"
"@serpadresAr ¿Cuidás tu piel y la de toda tu familia del sol? Del 19 al 23 de noviembre, sumáte a la Campaña Nacional de Prevención de @CancerDePiel"
"@GaliciaRSC Sumate a la Campaña Nacional de Prevención del Cáncer de Piel de @CancerDePiel que comienza hoy. Más información en http://ow.ly/fk7vF"
"SantaFeCiudad Sumate a la Campaña Nacional de Prevención del Cáncer de Piel de @CancerDePiel que comienza hoy. Más información en http://ow.ly/fr9LY"
"@Paampaa http://cancerdepiel.org.ar/centros_adheridos.html ... todos a tomar conciencia! @cancerdepiel"
"@telerinonline Gracias @peliaschev x darle manija a la campaña para prevenir el @CancerDePiel de la sociedad argentina de dermatologia x @radiomitre"
"@N4taliaN4talia Decir "vamos a tomar sol juntas" es como si las ballenas dijeran, uh ahi viene un barco pesquero, vamos a ponernos adelante! @cancerdepiel!"
"@naguin69 @CancerDePiel la moda tiene q ser estar blanquito, como en el pasado, hay q tener conciencia con este gran problema. Tengamos conciencia"

Sus consultas:

"@CristianVenter @CancerDePiel En Mendoza Capital en que hospitales están presentes para realizar la consulta?"
"@Paampaa @CancerDePiel si pueden siganme que me encantaría comunicarles algo por Mensaje Directo. Gracias!"
"@DanielBenedi @CancerDePiel uy me re olvide! En que lugares lo puedo hacer?"
"@NoteroAngel @CancerDePiel Algún PDF, con información de qué dicen los organismos internacionales sobre las cifras del cáncer de piel? Saludos"

Y sus felicitaciones:

"@Adelhada @CancerDePiel la Campaña Nacional de Prevención del Cáncer de Piel fue declarada de interés en @LegisCABA ¡Felicitaciones! cc/ #Despacho115"

FACEBOOK

Al igual que con el resto de los canales digitales, se renovó la imagen de la página, se hizo un seguimiento y actualización de contenidos diario y se aumentó la cantidad de fans de 543 a 1197 (aumentando la base de seguidores en un 120%).

La creación de posteos visuales desarrollados específicamente para la Campaña, permitió difundir los mensajes de prevención con una mayor rapidez y participación de los usuarios:

Además, en el 2012 se implementó una promoción en Facebook en la que se invitaba a los usuarios a subir una foto protegiéndose del sol y participaban por un kit para disfrutar del aire libre sin riesgos (1 bolso, 1 set de paletas, 1 gorro, 1 protector solar y 1 gel post-solar).

En esta red social los usuarios consultaron, agradecieron, felicitaron:

"**Ana Lia Levin** la cremas solares son ùtiles? cuàl es el indice de proteccion aconsejado?"

"**Florencia Alvarez** Hola! me parece importantísimo hacer campañas de concientización! yo trato de hacerlo entre mis allegados. Acá en La Plata habrá alguna campaña similar mas allá de la atención gratuita en los centros de salud? yo me ofrezco para lo que pueda ayudar!"

"**Ro Linda** Cuales son los centro d cap fed para testeos? Gracias!"

"**Dina Mercedes Velazquez** Nobleza obliga a agradecer a todo los que promueven y concientiza a todos los que no supimos cuidar nuestra piel hablo específicamente de mi....y hoy considero que nunca es tarde para aprender....gracias por esto...."

"**Rovere Dermatología** Excelente difusión!"

"**Rosa Castelo** soy una persona que tiene lamentablemte melanoma , y por supuesto por no cuidarme lo suficiente de los rayos solares, es muy triste pensar por q no me cuide. ahora estoy pagando las concecuencias, es feo no poder estar en el sol cuidense !!!!!!!"

"**Claudia Diosa de Sanchez** HAY QUE PEDIR TURNO O SE PUEDE IR DIRECTAMENTE !"!ESTOY EN CAPITAL ME QUEDA CERCA EL HOSPITAL PENNA EN PARQUE PATRICIOS!!!!COMO HAGO????"

"**Mariana Arias** holaa!!! voy mañana, que horario de atenciòn tienen, voy al Hospital de Clìnicas."

"**Analia Gomez** hola en q hospitalesss lo hacen yo soy d jose.c.paz"

"**Guadalupe Cid** Buenicimo felicitaciones!! Aparte, muy buena atenciÓn...."

CANAL DE YOUTUBE

El canal cuenta con 3 videos.

PROFUNDIZANDO EL MENSAJE DE PROTECCIÓN AL AIRE LIBRE

A fin de reforzar el eslogan de Campaña, "Siempre que te expongas al sol cuidá tu piel, es la única que tenés", se participó de diversos eventos deportivos como bicicleteadas, carreras de running y de natación en aguas abiertas, entregando material informativo y comunicando las fechas de la nueva Campaña. A saber:

MEJOR EN BICI

Participación en las bicicleteadas organizadas por el GCBA y auspiciadas por el grupo Clarín los días 14 de octubre y 18 de noviembre.

CARRERA DE AGUAS ABIERTAS BARADERO

Allí compitieron 1.200 nadadores, a los cuales se les colocó protector solar antes de largar la carrera. También se entregaron muestras gratis de protector solar a familiares y espectadores.

AFIANZANDO LA RELACIÓN CON LOS NIÑOS

Manual educativo "Cuidá tu piel, es la única que tenés" junto a la revista infantil InterCole
Este manual de fotoprotección de 8 páginas fue distribuido en 300 colegios primarios del país.

OBJETIVO:

- Llegar con un mensaje apropiado a niños y preadolescentes en edad escolar, para educarlos respecto de la adquisición de hábitos responsables en relación con el cuidado de la piel.
- Motivar a los educadores a introducir este tema dentro del programa de estudio.

ALCANCE:

Educación pública y privada: el material didáctico se distribuyó en 300 escuelas de 108 localidades y 21 provincias, llegando a un total de 35.000 hogares y aproximadamente 120.000 lectores.
Además, 10.000 manuales fueron repartidos personalmente en otras escuelas de la Ciudad de Buenos Aires y en los eventos deportivos de Palermo y Baradero.

CONTENIDOS:

El material fue tomado de las piezas comunicacionales que se entregaron a los pacientes, pero adaptados a un lenguaje apropiado para chicos en edad escolar.
Asimismo, se desarrollaron actividades didácticas de común conocimientos para los niños, pero esta vez vinculadas a la temática "cuidémonos del sol, cuidemos nuestra piel".

Uno de los mensajes:

"En verano no hay nada más divertido que ir a la playa o a la pileta, jugar al aire libre con amigos o en familia es el mejor plan. Pero es necesario tomar algunas precauciones. Los rayos del sol dañan la piel y, como el daño solar se acumula a través de los años, las exposiciones reiteradas y exageradas pueden producir a largo plazo un envejecimiento prematuro, lesiones y dañar la piel."

Además se realizó un concurso en escuelas, en el cual los alumnos debían hacer un dibujo que muestre alguna forma de protección solar. La ganadora fue Guada Ferreirós, de 3er grado del "Colegio de los Santos Padres". Su dibujo fue: ¡un perro con sombrero de ala ancha!

BALANCE FINAL

La **19º Campaña Nacional de Prevención de Cáncer de Piel** ha sido el resultado del compromiso y constancia de parte de los colegas dermatólogos y las distintas comisiones de la Sociedad Argentina de Dermatología. Como Comité Organizador propusimos como objetivos ante los socios y autoridades de Sociedad Argentina de Dermatología: **EDUCAR** a la población en los principios de fotoeducación orientando especialmente el esfuerzo a los niños ya que en ellos se pueden cambiar conductas con mejores resultados; **PREVENIR** el cáncer de piel; **OBTENER** datos estadísticos sobre la salud de la piel de nuestra comunidad, detectar lesiones malignas; **INFORMAR** a la población a través de la mayor cantidad de medios de comunicación, en forma institucional y sin personalismos los cuidados de la piel; **DISEÑAR** un informe con todo lo hecho en la campaña, con un diagrama claro.

La Sociedad Argentina de Dermatología logró ser el órgano de consulta confiable para los medios de comunicación.
La campaña ha sido declarada de interés por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y recibió un diploma por parte de la Legislatura de la Ciudad. Queremos agradecer a quienes con su apoyo hicieron posible estos logros. A las autoridades de Sociedad Argentina de Dermatología que nos alentó y estimuló siempre.
A los colegas de todo el país que con su esfuerzo diario se sumaron a esta nueva campaña.
Sin dermatólogos no hay campaña.
A las dos empresas –Proximitas y Lazos– que nos asesoraron y acompañaron no sólo en el aspecto profesional sino también compartiendo su don de personas comprometidas con los objetivos de la campaña.
A los medios de comunicación que transmitieron el mensaje con profesionalidad y entero compromiso, ubicando la problemática de la prevención en los sitios más destacados.
A Laboratorios Andrómaco por su apoyo económico,sentido ético, incondicionalidad y su Compromiso por una Piel Sana.
Es nuestra meta para la **20º Campaña Nacional de Prevencion de Cáncer de Piel** del año 2013 seguir avanzando juntos, con ímpetu, trasmitiendo los conceptos fundamentales de "Prevención" en cáncer de piel para el bienestar de nuestra comunidad y el prestigio de los dermatológos.

LEGISLATURA
DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

Declarar de Interés
de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
la "19º Campaña Nacional de Prevención del Cáncer de Piel"
realizada del 19 al 23 de noviembre de 2012

29 de noviembre de 2012

Comité Organizador

CENTROS MÉDICOS ADHERIDOS

CIUDAD DE BUENOS AIRES
Hospital de Oncología "Marie Curie"
Centro Médico Barrancas
Consultorio Médico Particular
Hospital Gral. de Agudos Dr. Teodoro Álvarez
Hospital Gral. de Agudos Dr. Cosme Argerich
Policlínico Bancario
Hospital Británico de Buenos Aires
Cemic
Hospital Churruca-Visca
Hospital de Clínicas
Instituto de Oncología Ángel H. Roffo
Hospital Durand
Hospital de Pediatría Dr. Garrahan
Hospital Italiano de Buenos Aires
Hospital de Infecciosas Francisco Muñiz
Hospital Gral. de Agudos "J.A. Penna"
Hospital Jose María Ramos Mejía
Hospital Gral. de Agudos D. F. Santojanni
Hospital Gral. de Agudos "Dr. E. Tornu"
Hospital Gral. de Agudos A. Zubizarreta
Hospital Alemán
Hospital Gral. de Agudos Velez Sársfield
Instituto Obra Social del Ejército (Iose)
Hospital Militar Central
Instituto de Estudios Oncológicos -
Academia Nacional De Medicina
Hospital Pedro Elizalde
Hospital Aeronáutico Central
Hospital Gral. de Agudos Juan A. Fernández
Consultorios Médico Devoto
Instituto Alexander Fleming - Unidad De Oncología
Área Programática Cesac Nº 30 - Hospital Penna

PROVINCIA DE BUENOS AIRES
Hospital Julio Vedia
Hospital Santa Francisca
Centro Dermatológico Nordelta
Hospital Menor Ing. White
Centro De Salud Leandro Piñeiro
Unidad Sanitaria. Área 1: Gral. D. Cerri
Hospital Municipal Leónidas Lucero
Unidad Sanitaria Barrio Noroeste
Centro Integrado De Salud Comunitaria
Abalcec – Filial Baradero
Hospital Evita Pueblo
Hospital Gral. De Agudos "Dr. Mario Larrain"
Hospital Zonal Miguel Capredoni
Clínica Delta
Consultorio Médico Particular Capilla Del Señor
Hospital. Ntra. Sra. Del Carmen
Assimra
Hospital Universitario Austral
Hospital Zonal Gral. de Agudos Mi Pueblo
Hospital Bernardo Houssay
Hospital San Roque de Gonnet
Hospital Nacional Dr. Baldomero Sommer
Hospital Municipal Gral. Villegas
Consultorio Médico Particular Gral. Villegas
Hospital Paroissien
Hospital Interzonal de Agudos Prof.. Dr. Rodolfo Rossi
Hospital Dr. Ricardo Gutiérrez De La Plata
Hospital Interzonal De Agudos Gral. San Martín De La Plata
Centro Interdisciplinario Climed
Consultorio Médico Particular La Plata
Sanatorio Lobos
Clínica Privada San Roque
Dme - Dermoestética Mar Del Plata
Consultorio Médico Particular Marcos Paz
Hospital Héroes De Malvinas
Lalcec Olivos
Lalcec Pehuajó
Consultorios Médicos Dr. O. Bustos
Lalcec Punta Alta
Hospital Gomendio
Lalcec - Rojas
Lalcec - Salto
Lacec San Isidro
Consultorio Médico Particular San Isidro
Hospital De Niños San Justo - De La Matanza
Hospital Municipal Dr. Diego Thompson
Hospital Municipal Dr. Raul F. Larcade
Centro Dermatológico Schejtman
Alucec
Hospital Municipal Ramón Santamarina
Luccta - Lalcec Tres Arroyos
Hospital Anita Elicagaray
Hospital Nacional Prof.. A. Posadas
Clínica Oeste
Hospital Municipal Dr. H. Cura
Lalcec Filial Olavarría
Consultorio Médico Particular Zarate
Hospital Materno Infantil Dr. Gianantonio De San Isidro
Dispensario De La Piel
Sala Periférica
Hospital Municipal Coronel Suárez
Colonia 3 - Santa María
Lipolcc
Lalcec San Martín
Dg Dermoestética
Hospital Municipal Mar De Ajó
Hospital Municipal Santa Teresita
Hospital Municipal San Clemente
Hospital Municipal De Trauma Y Emergencia Dr. F. Abete
Clínica Van Thienen
Consultorio Médico Particular

CATAMARCA
Hospital San Juan Bautista (San Fernando del Valle
de Catamarca)

CÓRDOBA
Clínica Privada Regional Arroyito (Arroyito)
Balcec (Balnearia)
Hospital José Antonio Ceballos (Bell Ville)
Asociación Civil Luz de Vida (Brinkmann)
Hospital Tránsito Cáseres de Allende (Córdoba)
Clínica Universitaria Reina Fabiola (Córdoba)
Hospital Nuestra Señora de la Misericordia (Córdoba)
Sanatorio Allende (Córdoba)
Hospital Pediátrico del Niño Jesús -
Servicio de Dermatología (Córdoba)
Hospital Nacional de Clínicas - Unc (Córdoba)
Hospital Córdoba (Córdoba)
Hospital San Roque (Córdoba)
Clínica Cruz del Eje (Cruz del Eje)
Dispensario Municipal Fulcec (Freyre)
Hospital Munic. Dr. Rodríguez Álvarez - Lalcec La Francia (La Francia)
Instituto Oulton (Nueva Córdoba)
Polcec - Dispensario Médico Local (Porteña)
Alcec San Francisco (San Francisco)
Hospital Domingo Funes (Santa María de Punilla)
Centro de Salud Municipal "Dr. Norcelo Cardozo" (Río Ceballos)
Hospital Dr. Andrés Isola (Sólo Difusión)
Hospital Carlos Rodríguez (Arrollito)
Dispensario Municipal (El Tío)

CENTROS MÉDICOS ADHERIDOS

Hospital Dr. Sauret (La Francia)
Dispensario Municipal (Tránsito)

CORRIENTES
Dispensario Dermatológico "Hersilia C. de Blaquier" (Corrientes)

CHACO
Centro Dermatológico Prof.. Dr. Manuel M. Giménez (Resistencia)

CHUBUT
Hospital Regional Dr. Víctor M. Sanguinett
Gral. Mosconi (Comodoro Rivadavia)
Prevención y Asistencia en Cáncer (Rada Tilly)
Lalcec Filial Trelew (Trelew)
Zona Rural Paso de los Indios (Trelew)
Hospital Dr. Andrés Isola (Sólo Difusión)

ENTRE RÍOS
Hospital Santa Rosa (Chajarí)
Lalcec Concepción del Uruguay (Concepción del Uruguay)
Alucec – Lalcec (Colón)
Lalcec Concordia / Hospital Masvernat (Concordia)
Consultorio Médico Particular (Gualeguaychú)
Centro Médico San Lucas (Gualeguaychú)
Hospital Centenario de Gualeguaychú (Gualeguaychú)
Centro Profesional Congreso (Victoria)
Consultorio Médico Profesional (Victoria)
Hospital Salaberry (Victoria)
Asistencia Pública Municipal Gualeguay

FORMOSA
Hospital Central de Formosa (Formosa)
Consultorio Médico Particular - Carpa Municipal (Formosa)
Hospital Clorinda (Clorinda)

JUJUY
Centro de Diagnóstico y Tratamiento Humahuaca (Humahuaca)
Hospital Dr. Oscar Orias de Ledesma (Lib. Gral. San Martín)

LA PAMPA
Lalcec (General Pico)
Lalcec - Santa Rosa (Santa Rosa)

MENDOZA
Centro de Salud Nº 30 - Área Departamental de Salud de Godoy Cruz (Godoy Cruz)
Hospital Privado Español (Godoy Cruz)
Hospital El Carmen (Godoy Cruz)
Hospital Pediátrico Dr. Humberto Notti (Guaymallén)
Centro de Salud Nº 17 (Las Heras)
Centro Médico Maipumed (Maipú)
Hospital Luis C. Lagomaggiore (Mendoza)
Centro de Salud Nº 16 (Villa Nueva – Guaymallén)
Centro Médico Palmares - Palmares Open Mall (Godoy Cruz)
Clinicderm (Mendoza)

MISIONES
Hospital General Madariaga (Posadas)
Hospital Baliña (Posadas)
Caps 4 (Posadas)

NEUQUÉN
Hospital Castro Rendón (Neuquén)
Clínica De La Piel (Neuquén)
Hospital Cutral Co - Plaza Huincul (Plaza Huincul)
Hospital Dr. Oscar Araiz - (Villa La Angostura)
Centro Médico San Camilo - (Villa La Angostura)

RÍO NEGRO
Hospital Pedro Moguillansky (Cipoletti)
Lalcec – Filial Gral. Roca (Gral. Roca)

SALTA
Hospital Joaquín Castellanos (General Güemes)
Hospital de Niños De Salta (Salta)
Hospital Señor del Milagro (Salta)
Consultorio Médico Dermatológico (Salta)

SAN JUAN
Hospital Rawson (San Juan)

SAN LUIS
Hospital Del Sur - (San Luis)

SANTA CRUZ
Hospital Cuenca Carbonífera (Río Turbio)
Consultorio Médico Particular (Río Gallegos)

SANTA FE
Lalcec Arequito (Arequito)
Lalcec Filial Casilda (Casilda)
Lalcec Rosario (Rosario)
Hospital Provincial del Centenario (Rosario)
Hospital Carrasco - Servicio de Dermatología (Rosario)
Hospital Provincial de Rosario (Rosario)
Hospital Samco San Carlos Centro (San Carlos Centro)
Instituto Médico de la Piel (Santa Fe)
Hospital J. M. Cullen (Santa Fe)
Consultorio Dermatológico (Santa Fe)
Hospital J.B. Iturraspe (Santa Fe)
Hospital Dr. Almicar Gorosito - Samco Sunchales (Sunchales)
Lucha Contra el Cáncer - Venado Tuerto (Venado Tuerto)
Lalcec Zaballa (Zaballa)
Lalcec – Cañada De Gómez
Clínica De Especialidades San Gerónimo (Coronda)
Hospital Samco (Nelson)
Hospital Protomédico Manuel Rodríguez (Recreo)
Consultorio Médico Particular - (San Justo)
Samco San Justo - (San Justo)

SANTIAGO DEL ESTERO
Hospital Independencia (Santiago del Estero)
Instituto de Dermatología y Estética Face (Santiago del Estero)
Hospital de Niños - Cepsi (Santiago del Estero)
Hospital De Niños Francisco Viano - (La Banda)
Centro Dermatológico La Banda - (La Banda)
Hospital Regional Ramón Carrillo (Sgo. Del Estero)
Hospital Zonal Emilio Mera - (Termas De Río Hondo)

TUCUMÁN
Hospital de Clínicas Nicolás Avellaneda (San Miguel de Tucumán)
Piel Fagre Dermatología (San Miguel de Tucumán)
C. de Atención Primaria - Sist. Prov.. de Salud - Caps C. Norte (San Miguel de Tucumán)
Hospital del Niño Jesús Tucumán (San Miguel De Tucumán)
Osecac (San Miguel de Tucumán)

SOCIEDAD ARGENTINA DE DERMATOLOGÍA
Tel.: (+54 11) 4814-4916 / 4815-4649
Av. Callao 852 - 2º piso - Ciudad Autónoma de Buenos Aires (1023) - Argentina
E-mail: sad@sad.org.ar - Web: www.cancerdepiel.org.ar
Twitter: @CancerDePiel
Facebook: www.facebook.com/PrevencionCancerdePiel

"Esta publicación fue realizada por PROXÍMITAS
con el apoyo de Laboratorios Andrómaco,
compromiso por una piel sana."

Buenos Aires, octubre de 2013

Porque nos preocupa la salud, desde **Laboratorios Andrómaco**
asumimos un compromiso por la piel sana.
Esta iniciativa se hace realidad a través del apoyo
que brindamos a aquellas instituciones que trabajan
en la divulgación de temas relacionados
con la prevención de enfermedades dermatológicas.
Por eso colaboramos, una vez más,
con la Sociedad Argentina de Dermatología,
en la Campaña Nacional de Prevención del Cáncer de Piel.
La salud de la piel merece el compromiso de todos.
Nosotros lo asumimos.

Andrómaco

Andrómaco, compromiso por una piel sana