

CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN Y PREVENCIÓN

Coquimbo Unido se une a la lucha contra el **cáncer testicular**

El director de la campaña, afirma que el fútbol "es un lenguaje universal", por lo que se buscó aprovechar dicha conexión emocional para hablar de la salud masculina.

EQUIPO EL DÍA

Coquimbo

El cáncer testicular es el tipo de cáncer más frecuente entre hombres de 15 a 35 años, y aunque tiene un alto índice de recuperación si se detecta a tiempo, muchos desconocen la importancia del autoexamen.

Según la Fundación Coquito, menos del 30% de los hombres realiza chequeos regulares, un bajo porcentaje que eleva el riesgo de un diagnóstico tardío.

En Chile, más de 800 personas son diagnosticadas al año, y el país presenta una de las mayores tasas de mortalidad en el mundo por esta enfermedad.

Por eso, Coquimbo Unido no quiere cerrar su buena participación en el



Cristian Pavez, de Havas Play, director creativo de la campaña, enfatiza en el mensaje de autoexamen y prevención que promueve la iniciativa.

Campeonato Nacional de Primera División, en el que pelea por un cupo a las copas internacionales, sin antes compartir un mensaje crucial: "Cuidemos los Coquimbanos".

Esta campaña es un recordatorio para todos los hombres de que su salud debe ser una prioridad. Con el apoyo de la Fundación Coquito, la institución

aurinegra busca impactar a miles de personas y reducir la incidencia del cáncer testicular, promoviendo el autoexamen. En el partido más importante, el de la salud, la mejor estrategia es la prevención.

La campaña "Cuidemos los Coquimbanos" utiliza metáforas futbolísticas para conectar con los hinchas

del fútbol y hablar de la importancia del autoexamen testicular. A través de activaciones en redes sociales, menciones en medios radiales y una serie de videos protagonizados por figuras como el arquero, Diego "Mono" Sánchez, o el exjugador porteño, Ali Manouchehri, se enseña de manera simple cómo realizar el autoexamen en tres pasos. Una estrategia de Coquimbo Unido y Fundación Coquito que combina humor y educación para hacer atractivo y efectivo el mensaje.

La doctora Alejandra Lagos, fundadora de Fundación Coquito, explica que "el cáncer testicular se puede tratar de manera efectiva si se detecta a tiempo. Con esta campaña, nuestro objetivo no es sólo informar, sino también fomentar que el autoexamen se vuelva un hábito común entre los hombres. Es esencial que la prevención sea parte de su rutina".

Por su parte, Jorge Llewellyn, gerente de Marketing de Coquimbo Unido, sostiene que "estamos viviendo un buen momento en el fútbol, pero eso no significa que dejemos de lado lo importante. Cuidar la salud de nuestros hinchas es parte de nuestro compromiso, y a través de esta campaña queremos recordarles que deben cuidarse dentro y fuera de la cancha".