

## **Campaña Proyecto de Ley #QueTuCirujanoSeaPlastico**

Número y nombre de la categoría a inscribirse: categoría 3 - Asuntos públicos/lobbying

Capítulo: general

Título del programa

Nombre compañía: MGC

Área(s): PR

Personas responsables: Diego Céspedes, Valentina Yavar.

### **Introducción:**

En Chile en los últimos 10 años, las cirugías estéticas se han triplicado, pero cualquier médico (incluso odontólogos) sin tener la subespecialidad de plástico -que dura dos años y tiene exigentes barreras de entrada- puede realizar procedimientos estéticos. Así, actualmente en el país se realizan 18 mil cirugías al año, de las cuales casi la mitad no las hacen especialistas, poniendo en riesgo la vida de miles de chilenos y chilenas.

Además, el mercado de la salud en Chile es altamente competitivo y en su mayoría privado, por lo que la guerra de precios y ofertas en materias de cirugía estética para las personas, predomina frente a seguridad de los pacientes, donde incluso los mismos medios de comunicación (por desinformación y falta de regularización) han posicionado como referentes y expertos a falsos especialistas sin certificación y sin especialidad, promoviendo así no sólo la desinformación entre la opinión pública sino que también poniendo en riesgo la vida de las personas.

La Sociedad Chilena de Cirujanos Plásticos (SCCP), es una sociedad sin fines de lucro con más de 150 miembros permanentes y certificados, que vela por la calidad de la formación, certificación y atención de los cirujanos plásticos en Chile.

La campaña comunicacional se basó no sólo en la creación de canales comunicacionales para educar a la opinión pública y a los medios de comunicación sino que también en denunciar las malas prácticas de los falsos especialistas y por ende la necesidad de regular urgentemente esta situación.

### **Principales Objetivos:**

- Alertar e informar a la opinión pública sobre la existencia de grupos de medicina estética, que realizan intervenciones relacionadas con la cirugía plástica, sin tener la capacitación adecuada o certificación para realizar procedimientos cosméticos y / o reparadores.
- Informar a los medios, a través de comunicados de prensa y relacionamiento 1:1, que en Chile el sector de la salud está desregulado, por lo tanto, es fundamental que los pacientes estén informados y sean tratados con un cirujano plástico certificado por el CSPA y por el Ministerio de Salud de Chile.
- Posicionar a la SCCP como el ente oficial para realizarse este tipo de procedimientos, que además educa, informa y vela por la salud de los chilenos.
- Quitarle el espacio autorizado que tenían hasta ese minuto los falsos especialistas en los medios de comunicación.
- Denunciar los centros clandestinos y las muertes de los pacientes en manos de los falsos especialistas.
- A través del contenido que se genere en los medios lograr captar la atención y generar presión en las autoridades con el objetivo de regular este panorama (proyecto de ley).

**Principales stakeholders:**

- Opinión Pública
- Medios de Comunicación
- Ministerio de Salud
- Comisión de parlamentarios que regulan las temáticas de salud pública
- Gremios

**Estrategia:**

Para enfrentar esta realidad, MGC crea una poderosa campaña, enmarcada en el #QueTuCirujanoSeaPlastico para las redes sociales de todos los especialistas y para los medios de comunicación, con quienes tuvimos una estrategia de relacionamiento 1:1 para educarlos y que no continúen promoviendo a través de sus publicaciones a los falsos especialistas.

**Ejecución:**

Así, el hashtag #QueTuCirujanoSeaPlastico no sólo fue utilizado de manera digital sino que también los mismos medios (gracias al relacionamiento) entendieron y promovieron la campaña a través de sus publicaciones, lo que terminó en que logramos reducir las vocerías en medios de los falsos médicos de un 93% de publicaciones sobre cirugías a un 7%.

Además, la campaña #QueTuCirujanoSeaPlastico fue replicada a nivel iberoamericano por otras Sociedades de Cirujanos Plásticos que viven la misma falta de regularización y los mismos riesgos hacia la población.

A través de las gestiones y las publicaciones que se realizaron en los medios de comunicación se logró llamar la atención de los congresistas, lo que reforzamos junto a una estrategia de relacionamiento y acercamiento con las principales autoridades que regulan las temáticas de salud nacional, el Colegio Médico, gremios y otros stakeholders con el objetivo de lograr tramitar un proyecto de ley en torno a las especialidades médicas.

En octubre de 2019 se presenta el proyecto al Congreso de la República, siendo votado positivamente por unanimidad en la Cámara de Diputados, pasando a la Cámara de Senadores donde está a la espera de aprobación y convertirse en Ley.

**Resultados:**

- Por primera vez en Chile se logra ingresar un proyecto de ley para regular las especialidades y subespecialidades médicas el cual logra aprobación por unanimidad en la Cámara de Diputados. Hoy se encuentra en la Cámara de Senadores a la espera de convertirse en Ley.

Resultados campaña comunicacional:

- Ad Value USD 8.181.820
- Reach: 789.641.240
- Free publications: 2.081
- Reducción de las vocerías en medios de falsos especialistas médicos de un 93 a un 7%