

# Marketing con Causa

“Pensando fuera de la caja de los estereotipos”

Por

**Christina Berton**

Directora de Dove Proyecto para la  
Autoestima



# PLAN DE VIDA SUSTENTABLE UNILEVER

MEJORAR LA SALUD Y  
EL BIENESTAR DE MÁS  
DE MIL MILLONES DE  
PERSONAS

SALUD E HIGIENE

NUTRICIÓN

REDUCIR NUESTRO  
IMPACTO  
AMBIENTAL A LA  
MITAD

GASES DE EFECTO  
INVERNADERO

AGUA

DESECHOS

FUENTES SUSTENTABLES

MEJORAR LA  
CALIDAD DE VIDA DE  
MILLONES DE  
PERSONAS

EQUIDAD EN EL TRABAJO

EMPODERAMIENTO DE LA  
MUJER

NEGOCIOS INCLUYENTES



**26**

DE NUESTRAS  
40 MARCAS  
LÍDERES

**70%**

DEL CRECIMIENTO  
EN 2017

CRECIENDO

**46%**

MÁS RÁPIDO QUE  
EL RESTO DEL  
NEGOCIO

Hoy 26 de las marcas son consideradas marcas con propósito de Vida Sustentable a nivel global.

- mayor crecimiento a través de sus marcas con propósito
- usar menos materiales y eliminar residuos
- ganar mayor confianza entre los consumidores y valor a largo plazo
- hace una diferencia positiva para la sociedad
- reducir su huella ambiental y generar un impacto social positivo,





Unilever

# PLAN DE VIDA SUSTENTABLE UNILEVER





# Video “La belleza es una fuente de confianza y no de ansiedad”



# Dove Proyecto para la Autoestima



- ha alcanzado a nivel global **29 millones** de personas en 139 países y estamos en camino de alcanzar los 40 millones para 2020.
- Este ha sido un Proyecto tan exitoso y en México se han tocado más de **1 millón 400** mil vidas.
- Dove es ahora oficialmente la marca más grande de Unilever con su enfoque en generar una mejor confianza corporal.



# Misión Social

Motivar el desarrollo de una **relación positiva** con la belleza,  
elevando la seguridad en la apariencia física.



Nuestro objetivo es asegurarnos de que las nuevas generaciones crezcan con **seguridad** en su apariencia física.

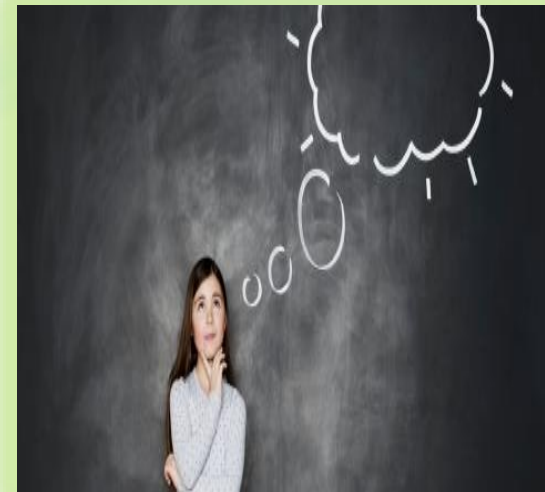
# Justificación

Los medios de comunicación promueven estereotipos de belleza inalcanzables que afectan la seguridad que las niñas tienen acerca de su apariencia física, la presión social por alcanzar este tipo de belleza se convierte en uno de los desgastes más importantes en la vida de las niñas y jóvenes.

Más del 60% de las niñas evita realizar ciertas actividades porque se sienten incómodas con su aspecto.

- Un 19% no se apunta a ningún equipo o club.
- Un 23% no va a la playa o a la piscina.
- Un 13% no expresa su opinión.
- Un 15% no va a la escuela.

*("The Real Truth About Beauty – Revisited",  
Estudio global de Dove 2010)*





# ¿Cómo lo hacemos?

## 3 Ejes de Impacto

### EDUCATIVO

Programa  
Maestros

#### Sesión Única

Seguro de mí:  
Talleres escolares para la confianza corporal



#### Ideales de la apariencia

Seguro de Mí:  
Talleres Escolares para la Seguridad  
en la Apariencia Física



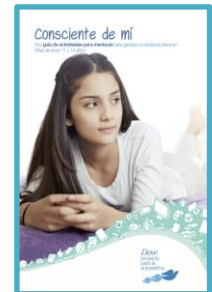
### EXTRACURRICULAR

Programa  
Líderes Juveniles



### PADRES y MENTORES

Programa  
Madres Y Padres



# Programa Educativo y sus Alianzas

## Programa Maestros

### Sesión Única

Seguro de mí:  
Tálenos escueles para la confianza corporal



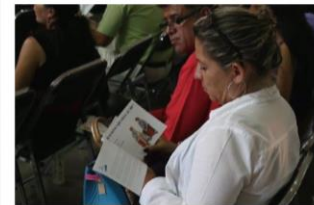
### Guía del taller de autoestima

Para maestros y mentores  
con alumnos de 11 a 14 años



### Ideales de la apariencia

Seguro de Mí:  
Tálenos Escueles para la Seguridad en la Apariencia Física



UNIDAD ORGULLO COMPROMISO

# Programa Líderes Juveniles y sus Alianzas

## Programa Líderes Juveniles



# Programa Madres, Padres, Mentores y sus Alianzas

Programa  
Madres, Padres y  
Mentores



# Contacto



[contacto@fundacionamara.org](mailto:contacto@fundacionamara.org)

[www.fundacionamara.org](http://www.fundacionamara.org)



Tel: 52 (55) 55 20 95 64