**Gillette lanza la campaña #ShaveNovember y se suma a la detección oportuna del cáncer de próstata**

* *Gillette invita a todos los hombres a ser parte del cambio con el #ShaveNovember, una campaña que impulsa a los hombres a cambiar su look, lucir su mejor versión y junto con Gillette apoyar la lucha contra el cáncer de próstata.*

Hace unos años atrás, en Australia se creó el #NoShaveNovember un movimiento en apoyo solidario a todos los hombres que pierden su cabello a causa del cáncer de próstata. Este movimiento consiste en crear conciencia acerca de la enfermedad e invitar a todos los hombres a donar el dinero que gastarían en barberías a organizaciones benéficas en apoyo contra el cáncer.

Sin embargo, este año ha sido diferente para todos, en los últimos meses los mexicanos han permanecido más tiempo en casa, por lo que han tenido la oportunidad de experimentar con sus cambios de imagen dejándose crecer la barba, como nunca antes.

Bajo este contexto, Gillette, la marca No. 1 en rastrillos y productos para afeitar, invita a todos los mexicanos a ser parte del cambio con el #ShaveNovember, una campaña que promueve que los hombres experimenten con su vello facial y prueben nuevos looks, durante todo el mes de noviembre sin importar la situación. Ya sea para una junta, una cita por videollamada, incluso para probar ese bigote que siempre habían querido tener; que a su vez busca enviar un mensaje de concientización sobre la importancia de prevenir y actuar en contra del cáncer de próstata.

“El #ShaveNovember es una gran oportunidad para experimentar con un nuevo estilo y hacerlo por una buena causa, es momento de dejar atrás el *look* de cuarentena y cambiar de imagen. Es la oportunidad perfecta para experimentar y lucir ese *look* que siempre habías querido probar”, destacó Patrick Aedo, director Sr. de la categoría de afeitado en P&G.

Para ser parte de este movimiento que estará disponible todo el mes de noviembre, únicamente tienes que grabar un vídeo en TikTok, en donde experimentes diferentes cambios de imagen con tu barba, tu bigote o un rasurado total. Con esta campaña apoyaremos a la lucha contra el cáncer de próstata.

“Invitamos a todos los mexicanos a lucir su mejor versión uniéndose al movimiento #ShaveNovember, ayudando junto con Gillette a la Detección Oportuna de Cáncer de Próstata, y probando *looks* que siempre hemos querido, pero no nos atrevemos”. comentó Aedo.

Esta campaña la estamos realizando en alianza con la Asociación Mexicana de Lucha Contra el Cáncer A.C., una asociación civil sin fines de lucro que apoya a la detección y atención oportuna de este padecimiento en México. Gillette hará un donativo para fomentar la detección oportuna de esta enfermedad a través de la capacitación, pláticas informativas y pruebas de detección temprana y atención individual a población vulnerable.

Gillette cree que lo que un hombre le presenta al mundo tiene un efecto directo sobre éste, desde cómo luce, piensa, siente y actúa. Es por eso que está comprometido en apoyar a todos aquellos hombres que siempre buscan dar lo mejor de sí cada día, incluso en los momentos más difíciles, como lo es la lucha contra el cáncer, que muchos hombres tienen que enfrentar en su día a día, porque para impactar al mundo siempre debemos hacerlo primero en nosotros.

**Sobre P&G**

P&G sirve a los consumidores alrededor del mundo con uno de los portafolios más fuertes de marcas líderes, confiables y de calidad, que incluyen Ace®, Always®, Ariel®, Crest®, Downy®, Gillette®, Head & Shoulders®, Herbal Essences®, Metamuchil®, Naturella®, Old Spice®, Pantene®, Pepto-Bismol®, Salvo®, Secret®, Vick® y Oral-B®, esta última, líder en productos de higiene bucal que ayudan a remover las bacterias que no se ven y que pueden afectar la salud de los mexicanos. La comunidad de P&G cuenta con operaciones en aproximadamente 70 países alrededor del mundo. Visita la página <https://latam.pg.com/> para conocer las últimas noticias y obtener información sobre P&G y sus marcas.