**Gillette se suma a la detección oportuna del cáncer de próstata con el #ShaveNovemberChallenge**

* *En el marco de la conmemoración del mes internacional de la lucha contra el cáncer de próstata, Gillette hará un donativo a la Asociación Mexicana de Lucha Contra el Cáncer A.C. para fomentar la detección oportuna de esta enfermedad.*
* *El challenge #ShaveNovember consiste en grabar un vídeo en TikTok experimentando distintos cambios de looks durante todo el mes de noviembre.*

**Ciudad de México, 11 de noviembre de 2020.-** 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.

Debido a la situación que enfrentamos actualmente, este año ha sido diferente para todos. Desde hace 7 meses, millones de mexicanos han permanecido más tiempo en casa, por lo que muchos decidieron dejarse crecer la barba o el bigote, al no tener que presentarse físicamente a juntas en el trabajo o hacer sus actividades diarias.

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 Challenge. El objetivo del reto es que las personas se cambien su look en un video en TikTok y junto con Gillette, concientizar y contribuir a la Detección Oportuna de Cáncer de Próstata. De esta forma, Gillette busca darle un giro a las cosas al mismo tiempo que apoya a una causa con significado.

“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 Senior de la Categoría de Afeitado en P&G.

Esta iniciativa es en colaboración 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, a la cual, 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.

“En México existen pocas campañas de sensibilización que eliminen mitos y que promuevan el autocuidado. Por lo que el número de casos que llegan en etapas avanzadas es superior al 70%”, mencionó Mayra Galindo Leal, Directora de la Asociación Mexicana de Lucha contra el Cáncer. “Estamos muy contentos de participar en esta iniciativa y nos sentimos muy orgullosos de que marcas como Gillette se unan a apoyar este tipo de causas y no sólo se preocupen por la apariencia física de sus consumidores sino también por su salud. Sabemos que esta campaña ayudará a miles de mexicanos”, comentó Galindo.

“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 así 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”, concluyó Aedo.

En Gillette creemos que lo que un hombre le presenta al mundo tiene un efecto directo sobre éste, desde cómo luce, piensa, siente y actúa, pero hay que ser conscientes que 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.