



#UNSTEREOTYPE

Hans Eben

Gerente general Unilever

Presidente Red Pacto Global



@Hans_ebeni

10 de abril

ES UN CASO DE NEGOCIOS:

Performance de las marcas con propósito

18

DE NUESTRAS
40 PRINCIPALES
MARCAS TIENEN UN
PROPÓSITO

60%

DE NUESTRO
CRECIMIENTO

CRECEN
50%
MÁS RÁPIDO



MARCAS QUE CRECEN POR CUATRO

4%

Crecimiento
marcas con
compromiso
sustentable

1%

Crecimiento
marcas sin
compromiso
sustentable

Cada día, **2,5 mil millones de personas** usan un producto Unilever

Invertimos alrededor de **US\$9 mil millones al año** en publicidad y aproximadamente **80% de nuestros avisos caracterizan a las mujeres.**



de
es y **49%**
mbres
ó que **los**
eotipos
han impactado



7 de cada **10** mujeres cree
que medios y publicidad
muestran un **estándar**
irreal de belleza



6 de cada **10**
mujeres piensan
que las redes sociales las
presionan a verse de un
a manera determinada

AÚN ASÍ LOS ESTEREOTIPOS PREVALECECEN EN LA PUBLICIDAD DE UNILEVER



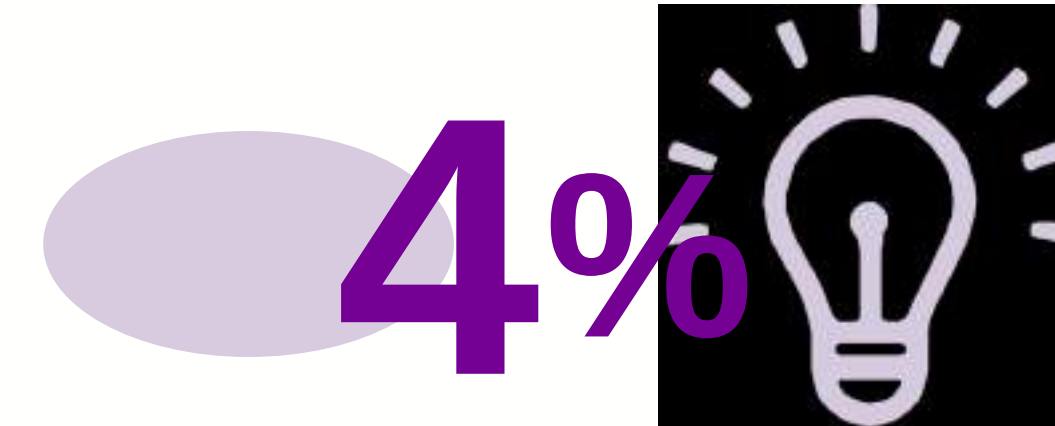
81%

De los anuncios de Unilever tienen mujeres



51%

Muestran un estereotipo femenino



Muestran mujeres en roles aspiracionales



Muestran estereotipos de apariencias

SIEMPRE ESTAMOS EXPUESTOS A DISTINTOS PUNTOS DE VISTA



clau_collage Lobo con piel de oveja no más ! 🙄

ignaciamackaren Uy que difícil. Por fin un hombre en un producto de limpieza pero justo éste muestra el aseo como algo "entretenido".

mdemercedes La raja!!!

macaarania Me cargan las propagandas de Cif porque creo que es una de las más machistas en cuanto a productos de limpieza. En esta en particular, me da la sensación de que el wn es bacán y hace de todo menos limpiar. En sus comerciales con mujeres, ellas salen hasta con delantal, como con la profesión de limpiadora en el alma.

Igualmente creo que hay un intento por cambiar el estereotipo, pero le falta caleta.

¿POR QUÉ ESTO ES TAN DIFÍCIL?
Nos enfrentamos a realidades que nos
desafían



ALGUNAS TENSIONES



No es fácil adoptar nuevos roles



Somos personas, no solo hombres o mujeres



Querer asumir todos los roles



¿Por quién quieres ser admirado?



La sociedad sigue prefiriendo la perfección



Juzgar opciones vs celebrar opciones

**EL CAMINO QUE ESTAMOS
RECORRIENDO**



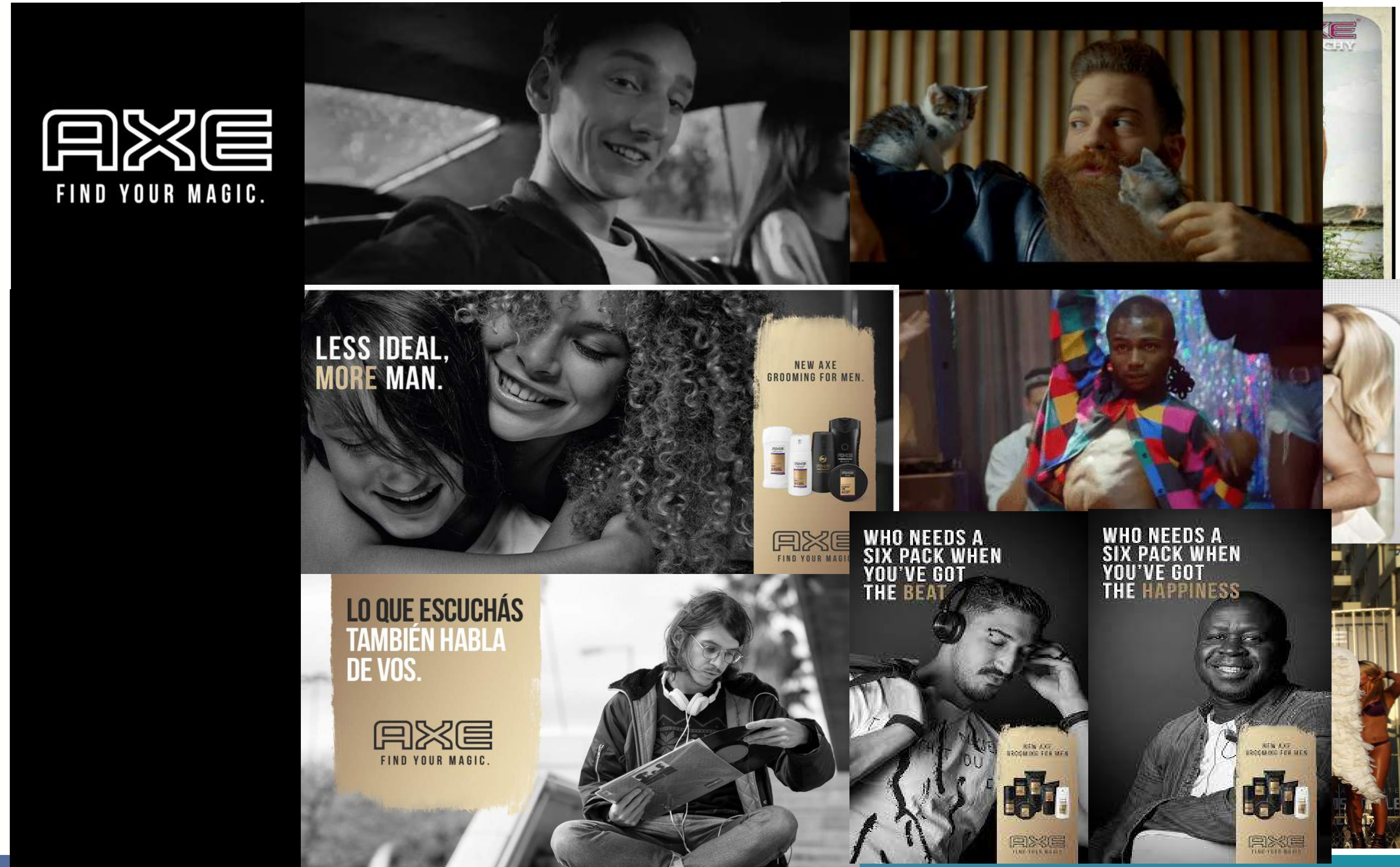
ESTEREOTIPOS DE BELLEZA

TAREAS DEL HOGAR Y COPARENTALIDAD



#UNSTEREOTYPE

Y HEMOS SABIDO REDEFINIR ESTEREOTIPOS DE SEDUCCIÓN Y MASCULINIDAD TRADICIONAL



REFLEXIONES PARA #UNSTEREOTYPE



Salir de los roles
que
tradicionalmente
han sido
asignados



#UNSTEREOTYPE

Enfocarnos en las aspiraciones, no en las responsabilidades



#UNSTEREOTYPE

La personalidad
es lo que hace
atractivas a las
personas



#UNSTEREOTYPE

Recordar el amplio significado de la publicidad





#UNSTEREOTYPE



#UNSTEREOTYPE