



CONTACTO:

Louissie Velázquez (55) 91786919
Karina Romero (55) 91774303
Giselle Friederichsen (55) 91324516
Estrella Abarca (55) 52460100
Sandra Hernández (55) 44642219

lvelazquez@mx.esteelauder.com
kromero@expansion.com.mx
gfriederichsen@aeromexico.com.mx
eabarca@gcya.net
sahernandezr@liverpool.com.mx

THE ESTÉE LAUDER COMPANIES MÉXICO, LA REVISTA *QUIÉN*, FUNDACIÓN AEROMÉXICO, LA NFL Y LIVERPOOL UNIDOS EN LA LUCHA CONTRA EL CÁNCER DE MAMA

“Escucha nuestras historias. Comparte tu historia. **Venceremos al cáncer de mama. Juntos Somos más Fuertes**” es el lema que inspira la campaña de concientización de cáncer de mama que está ampliando el llamado a la acción global.

México, D.F., a 30 de septiembre, 2014

Poco antes de iniciar el mes mundial de la lucha contra el cáncer de mama, The Estée Lauder Companies México, la revista *Quién*, Fundación Aeroméxico, la NFL y Liverpool anunciaron en conferencia de prensa, que se unen para presentar su campaña “Por un México sin Cáncer de mama”, la cual invita a mujeres, hombres, familias, amigos y gente de todo el mundo a unirse en honor de todos aquellos cuyas vidas hayan sido tocadas por el cáncer de mama – y a quienes les dieron fuerza para encarar esta enfermedad.

Este 2014, The Estée Lauder Companies festeja el 22 aniversario de su Campaña de Concientización de Cáncer de Mama creada por Evelyn H. Lauder comprometida con su misión de vencer esta enfermedad mediante la educación e investigación médica. Actualmente la campaña está activa en más de 70 países y ha recaudado más de \$53 millones de dólares para apoyar la investigación, educación y servicios médicos a nivel global. Las principales actividades que se llevarán a cabo en México en los mostradores de las marcas del grupo son: la repartición de miles de guías de autoexploración, listones rosas, y venta de productos de edición limitada cuyo porcentaje de beneficio sobre la venta será donado a diversas fundaciones. Así mismo, la iluminación de diferentes monumentos históricos como “El Ángel de la Independencia” y “La Diana Cazadora”, por mencionar algunos. Muy orgullosamente, por tercer año consecutivo Estée Lauder unirá fuerzas con Martha Ortiz y su restaurante “Dulce Patria” en la creación de un “Menú Pintado de Rosa Mexicano” que estará disponible durante el mes de octubre para generar conciencia sobre esta enfermedad. Así mismo, durante el mes de octubre la Chef impartirá clases a mujeres en tratamiento o sobrevivientes de cáncer de mama. Con la finalidad de generar conciencia fuera de las tiendas departamentales, Estée Lauder estará repartiendo listones rosas y brochures con tips preventivos a los comensales de los Restaurantes Dulce Patria, Roca, Café O y Astrid y Gastón durante el mes de Octubre. Macario Jiménez se unirá a esta difusión y repartirá tarjetones de autoexploración a sus clientas y donará un vestido rosa, el cual Estée Lauder subastará con la finalidad de recaudar fondos para diversas fundaciones.

“Nuestra campaña está hecha para tocar mentes y corazones, para concientizar e inspirar a tomar acciones. Evelyn H. Lauder, nuestra fundadora y guía, siempre decía, “Es algo que una sola persona nunca va a poder lograr; tiene que hacerse en conjunto.” Es por ello que agradecemos enormemente el involucramiento de Grupo Expansión, Aeroméxico, la NFL y Liverpool, quienes se unen a nuestra campaña. En México, desde el 2006 el cáncer de mama es la primera causa de muerte por cáncer en mujeres mayores de 25 años, provocando poco más de 5 mil muertes cada año. Por ello nos atrevemos a invitar a todos aquellos cuya vida haya sido tocada por esta enfermedad, a que compartan su historia personal con la esperanza de darle

fuerza a otros, mientras seguimos apoyando la educación, que puede salvar vidas, y las investigaciones médicas.” comenta Juan Alanis Director General de The Estée Lauder Companies.

Grupo Expansión, propietario de la revista *Quién* y el sitio *Quién.com*, participa con una amplia cobertura a través de sus 28 medios, así como con anuncios de concientización respecto a la prevención del cáncer de mama.

Gabriel Navarro, Director General Adjunto de Grupo Expansión, señaló: “Nosotros decidimos sumarnos con lo que mejor sabemos hacer, que es comunicar. A través de *Quién* y *Quién.com*, así como en las diferentes plataformas del Grupo, difundiremos una sólida campaña de apoyo y concientización que llegará a casi 37 millones de personas. Durante el mes de octubre, todas nuestras revistas y sitios llevarán un listón rosa, publicaremos amplio contenido editorial sobre prevención en nuestros distintos títulos y compartiremos información diaria en redes sociales. Con el apoyo de nuestros lectores y usuarios lograremos hacer llegar este mensaje a millones de mujeres para contribuir a salvar más vidas”, puntualizó.

Grupo Aeroméxico se une llevando a cabo diversas actividades para hacer conciencia y mantener informado al público en general de esta enfermedad, de esta forma realizarán una campaña de difusión en todos sus medios, dos aviones con fuselaje rosa, así como cápsulas informativas a bordo de los aviones, oficinas de ventas y Salones Premier.

“En nombre de todos los que integramos Grupo Aeroméxico quiero externar la satisfacción que sentimos, como Empresa Socialmente Responsable, al poder seguir siendo parte de esta noble causa que busca crear conciencia en nuestra sociedad” comentó el Director General de la aerolínea, el Dr. Andrés Conesa. “Detectar a tiempo esta enfermedad, que en promedio acaba diariamente con la vida de 15 mujeres en México, facilita su tratamiento y curación. Es por esto que, por tercer año consecutivo, apoyamos las iniciativas de esta campaña que durante 10 años ha logrado beneficiar a más de 270,000 personas.”

NFL México participará y apoyará las iniciativas sobre la concientización y lucha contra el cáncer de mama como parte de su colaboración con Estée Lauder, Grupo Expansión, Aeroméxico y Liverpool, así como de los esfuerzos que se realicen en otros frentes con instituciones privadas y gubernamentales, colaborando con un granito de arena para hacer que esta campaña realmente toque los corazones de todas las personas.

Arturo Olivé, Director General de NFL México, dijo sentirse orgulloso de formar parte de tan noble e importante causa que no sólo impacta a las mujeres, sino en toda la familia y amigos. “Nos solidarizamos con estas mujeres y sus familias, y desde nuestra trinchera apoyamos para luchar contra este padecimiento que afecta a tantas mujeres en el mundo.”, dijo Olivé durante su participación en el lanzamiento de la campaña.

Liverpool recaudará fondos para diferentes fundaciones a través de productos exclusivos del Mes Rosa. Con la finalidad de concientizar a sus clientas sobre la importancia de la autoexploración, apoyarán con materiales informativos en tienda y contarán con la venta de productos rosas que otorgan estudios médicos con la Fundación ASBIS. Así mismo, informarán sobre prevención a sus colaboradoras por medio de pláticas y artículos sobre la detección oportuna del Cáncer de mama, además de estudios médicos con PrevenIMSS.

“Para Liverpool es primordial sumarse a esta lucha contra el Cáncer de Mama, no sólo porque la mayoría de nuestros clientes son mujeres, sino también porque más del 50% de nuestros colaboradores en la compañía son mujeres, y su bienestar es lo más importante para nosotros.” comentó el Director General de Liverpool, Jorge Salgado Martínez.

Acerca de THE ESTÉE LAUDER COMPANIES INC.

The Estée Lauder Companies Inc. es una empresa familiar comprometida con trabajar con ética e integridad. Desde la fundación de nuestra compañía por Estée Lauder en 1946 con cuatro productos cosméticos y sin fin de sueños, hemos crecido todos los años en los principios establecidos por nuestra fundadora: creatividad, innovación y emprendimiento. Estée Lauder Companies tiene los calores de una compañía privada y la sofisticación financiera de una compañía pública. Nos motivan la pasión y las ideas.

Como uno de los principales fabricantes y vendedores de productos de lujo del cuidado de la piel, maquillaje, fragancia y cuidado del pelo. Los productos de la Compañía se venden en más de 150 países y territorios bajo las siguientes marcas: Estée Lauder, Aramis, Clinique, Prescriptives, Lab Series, Origins, M-A-C, Bobbi Brown, Tommy Hilfiger, Kiton, La Mer, Donna Karan, Aveda, Jo Malone, Bumble and Bumble, Darphin, Michael Kors, American Beauty, Flirt!, GoodSkin Labs, Grassroots Research Labs, Sean John, Missoni, Tom Ford, Coach, Ojon, Smashbox, Aerin y Ermenegildo Zegna. www.elcompanies.com / bcacampaign.com / [@BCAcampaign](https://twitter.com/BCAcampaign)

Acerca de Quién

Quién es una publicación de Grupo Expansión. Por catorce años se ha consolidado como la mejor revista de sociedad, celebridades y estilo de vida en México debido a su mezcla editorial única y a su calidad de diseño y fotografía, al nivel de las mejores revistas internacionales. Cuenta con 120,000 ejemplares catorcenales y una audiencia mensual de 912,000 lectores. El sitio *Quién.com* es líder indiscutible de su segmento y actualmente alcanza a 2 millones de usuarios únicos al mes. En redes sociales la marca cuenta con alrededor de 600,000 seguidores. Twitter: @quien / Fb: quien / Instagram: quiencom.

Acerca de Grupo Expansión

Crear experiencias mediáticas apasionantes para enriquecer la vida de sus lectores y usuarios es la misión de Grupo Expansión. El grupo multiplataforma cuenta hoy con un sólido portafolio de 17 revistas y 11 sitios web, con un alcance de hasta 37 millones de personas mensualmente. Sus medios son: *Expansión, ELLE, Obras, Manufactura, IDC, Quién, InStyle, ELLE Decoration, Accent, Aire, Gran Plan, Quo, Chilango, Life and Style, Travel + Leisure, Revolution, CNNExpansión, Metroscúbicos, Mediotiempo y CNNMéxico.*

Acerca de Grupo Aeroméxico

Grupo Aeroméxico, S.A.B. de C.V., es una sociedad controladora, cuyas subsidiarias se dedican a la aviación comercial en México y a la promoción de programas de lealtad de pasajeros. Aeroméxico opera más de 600 vuelos diarios desde su principal centro de operaciones localizado en la Terminal 2 del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México. Su red de destinos supera 80 ciudades en tres continentes: 47 en México, 17 en Estados Unidos, 11 en Latinoamérica, tres en Europa, dos en Asia y uno en Canadá.

La flota actual del Grupo suma más de 115 aviones Boeing 787, 777, 767, 737, así como Embraer 145, 170, 175 y 190 de última generación. En 2012, anunció el plan de inversión más importante en la historia de la aviación en México, la compra de 100 aviones Boeing conformados por 90 equipos B737 MAX y 10 equipos B787-9 Dreamliner.

Como socio fundador de SkyTeam, Aeroméxico ofrece más de 1,000 destinos en 178 países, a través de las 19 aerolíneas socias que integran la alianza, por medio del cual los pasajeros pueden obtener diferentes beneficios y disfrutar de 525 salas VIP alrededor del mundo. Al mismo tiempo que, gracias a los códigos compartidos que tiene con Alaska Airlines, Avianca, LAN, TACA y TAM, Aeroméxico ofrece una amplia conectividad dentro de países como Estados Unidos, Brasil, Canadá, Chile, Colombia y Perú. www.aeromexico.com
www.skyteam.com

Acerca de NFL México

La NFL México es la representación en nuestro país de la National Football League, la Liga de fútbol americano profesional de los Estados Unidos de América. Gracias a más de ciento diez años de presencia de fútbol americano en este territorio, la NFL identifica a México como uno de sus mercados más importantes fuera la nación estadounidense, por lo que en 1998 abre sus oficinas en suelo mexicano. Las áreas de negocio que aquí se manejan incluyen: Patrocinios, Licencias y Comercio al Detalle, Fomento Deportivo --que contempla el Programa NFL Tochito, Transmisiones en Medios y el área de Relaciones Públicas y Responsabilidad Social. A la fecha hay 32 equipos profesionales afiliados a la NFL. Para mayores datos, consultar www.nfl.com/español @NFLMX o Facebook: NFL México

Acerca de Grupo Liverpool

Liverpool, líder en tiendas departamentales tiene presencia en toda la República Mexicana a través de 97 almacenes, a los que incorpora también centros comerciales y boutiques. Durante 166 años ha ofrecido la mayor cantidad de productos y servicios integrados de calidad; desde lo último en moda para la familia hasta asesoría en decoración de interiores, incluyendo alimentos y bebidas, hogar, tecnología y mucho más. Además cuenta con el mejor programa en mesa de regalos. En 2013, Liverpool obtiene el galardón otorgado por el Instituto Great Place to Work como la 3era Mejor Empresa para trabajar en México. Emplea a más de 47,500 personas en toda la República Mexicana. Su compromiso es operar con la mayor eficiencia, crecimiento, innovación, prestigio, servicio, rentabilidad y adaptación a mercados específicos. Liverpool genera un alto sentido de responsabilidad sobre nuestro entorno. Sigue a Liverpool en Liverpool.com.mx / FB Liverpool / [@liverpoolmexico](https://twitter.com/liverpoolmexico)