



Dove
self-esteem
project



Semana de la Autoestima

Reporte preliminar 26-30 de Abril

El 27 de abril se conmemoró el Día Mundial de la Autoestima y desde el **Programa para la Autoestima de Dove**, nos tomamos la **semana para hablar de la importancia de construir autoestima** en niñas, niños y adolescentes, en tiempos de hiperconectividad como el que vivimos.

Nos enfocamos en hablar del **impacto que genera el uso de redes sociales en la percepción de niñas, niños y adolescentes, poniendo énfasis en la auto distorsión digital de la imágenes** que suben a redes sociales, en donde se evidencian las presiones que existen por la apariencia física, afectando su autoestima.



Generamos conciencia de esta realidad,
a través de la campaña “la autoestima
de la selfie”, con
más de 40 apariciones
en diversos medios de comunicación,
**alcanzando + de 1 millón de
personas.**

biobiochile.cl

SELECCIÓN DEL EDITOR | NACIONAL | INTERNACIONAL | ECONOMÍA | DEPORTES | TENDENCIAS | OPINIÓN | REPORTAJES | BIOBIO

Salud y Bienestar

Martes 27 abril de 2021 | 15:49

Selfie a la inversa: el corto que muestra cómo las niñas editan sus fotos por presión social

M360.cl

f t p i

CONCURSOS | HORÓSCOPO | FEMINISMO

VIVIR BIEN | CULTURA POP | MODA Y BELLEZA | ESTILO DE VIDA | SOCIEDAD | MULTIMEDIA

MULTIMEDIA >> VIDEOS

¡Preocupante! El 80% de las niñas de 13 años usa filtros para cambiar su apariencia

Por [Egüjoo M360](#) @m360cl | Miércoles, 28 de Abril de 2021

Dove presenta: Selfie a la inversa. Watch later Share

Y logramos un Earned Media
inicial de:

\$46.002.959

entre contenido brandeado y
gestión for free.





Nos posicionamos desde la voz experta en la temática, a través de **aliadas estratégicos**, que con su mirada, **validaron** la investigación de Dove en el terreno local.



Pamela Larrain.

Psicóloga clínica acreditada y con más de 10 años de experiencia clínica. Especialista infanto juvenil y adultos. Formada como terapeuta de juego. Magíster y postítulo en terapia familiar y de parejas. Especialista recurrente en medios de prensa.



Javiera Donoso

Madre de tres hijos. Psicóloga clínica titulada de la Universidad Central de Chile. Diplomada en Técnicas Expresivas y de Elaboración Simbólica de la Universidad Adolfo Ibáñez y en Fundamentos y Praxis de la clínica psicoanalítica desde Winnicott de la Universidad Diego Portales. Su labor profesional ha estado centrada en el trabajo con mujeres, en temáticas de reparación emocional, autoestima y autocuidado. El 2019 publica su primer libro "Bendito Cáncer", que es un relato testimonial en torno a la vivencia personal de un cáncer gástrico.



Y logramos **relacionarnos con referentes académicos en la temática**, con quienes **iniciamos un vínculo** para profundizar en el rol del Programa para la Autoestima en las niñas, niños y adolescentes chilenos.

NACIONAL

Psiquiatra de la U. de Chile por salud mental de niños y adolescentes: “Estamos viviendo una segunda pandemia”

En conversación con Ciudadano ADN, el investigador del Núcleo Milenio Imhay, doctor Juan Pablo del Río, aseguró que la situación de encierro y aislamiento ha tenido repercusiones en la autoestima de niñas, niños y adolescentes. Además, entregó consejos para reforzar sus fortalezas personales.



Dr. Juan Pablo del Río





2
NOTA EN
PRINT

12
NOTAS EN
RADIO

2
APARICIONES
EN TV

51%
NOTAS EN
MEDIOS T1

28
NOTAS EN
DIGITAL

6
ENTREVISTAS
A **EXPERTOS**

8
POSTS DE
MEDIOS

AL 28 DE MAYO
48 PUBLICACIONES
EN MEDIOS

AL 28 DE MAYO
1.268.729 PERSONAS
ALCANZADAS

AL 28 DE MAYO
46.002.959
EARN MEDIA



Logramos presencia en medios masivos, incluido televisión...



AL 03 DE MAYO
**1.083.677 PERSONAS
ALCANZADAS**



GRP'S 7.0
**REACH
6.33% 1+**



Y gestiones 100% editoriales, que muestran que la temática es de relevancia para los medios nacionales y regionales.

agricultura

¡TENDENCIAS! CON ANGÉLICA CASTRO

ENTREVISTA
MIÉRCOLES 28 DE ABRIL A LAS 17:00 HORAS.

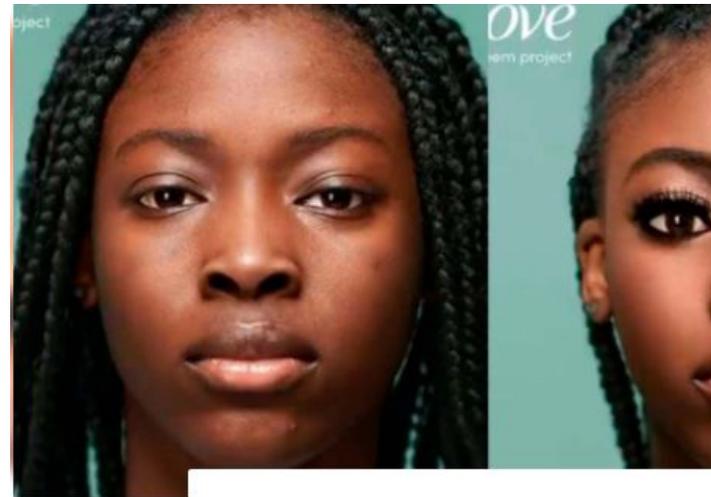


JAVIERA DONOSO
PSICÓLOGA EXPERTA
EN AUTOESTIMA



a:entretención

a:tendencias



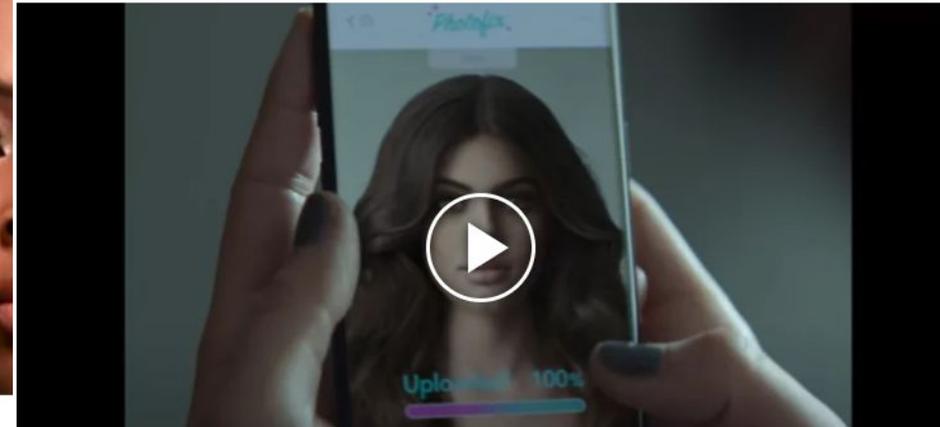
El daño que los filtros en redes les están causando a las adolescentes

Dove lanzó una campaña para generar conciencia entre las jóvenes y que comiencen a valorarse



Selfie a la inversa: el corto que muestra cómo las niñas editan sus fotos por presión social

Publicado por Denisse Charpentier
La información es de Comunicado de Prensa



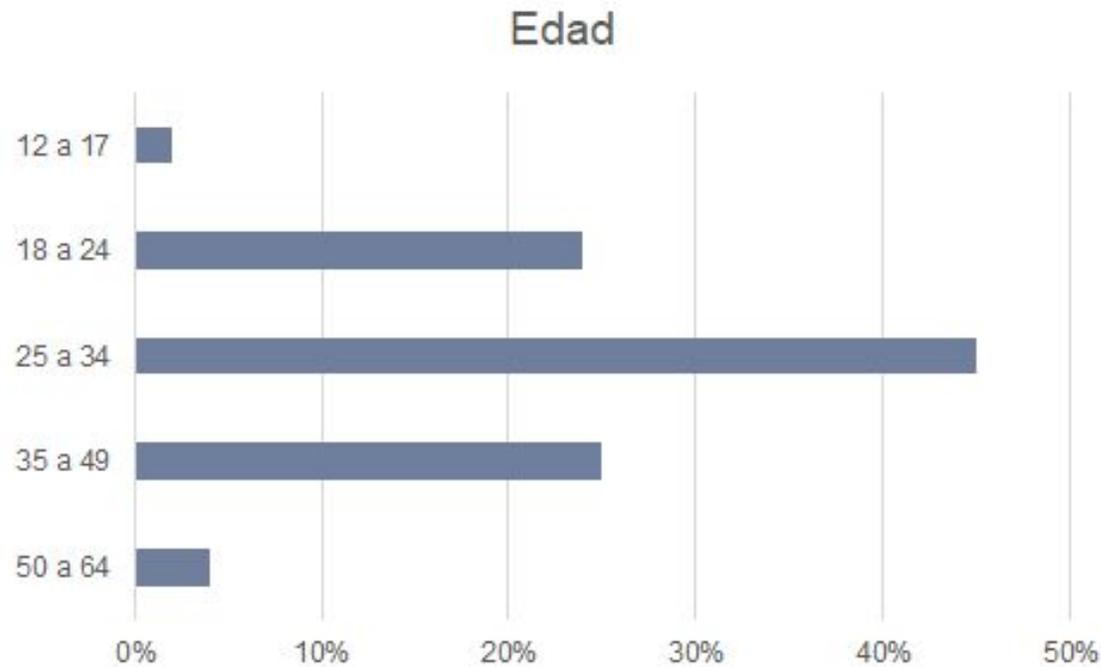
En redes sociales, a través de nuestros influenciadores,
que realizaron **5 posts y 42 stories**, logramos un
alcance de más de 400.000 personas,
a través de los hashtags **#ConfianzaEnSiMisma** y
#SinDistorsiónDigital

Y un **7,7%** de **engagement promedio**, cifra que refleja el compromiso y la interacción en el público y los influencers que publicaron el contenido de la marca.

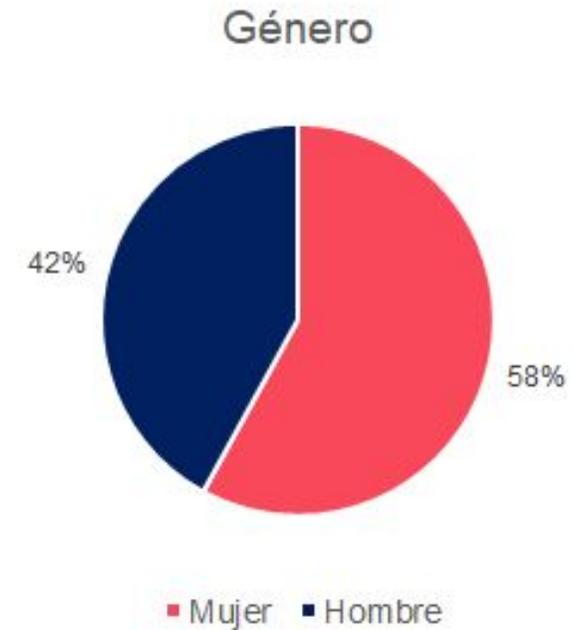




Llegamos a un público diverso en materia de género y mayoritariamente entre los tramos 25 a 34 años.



Edad promedio: 29 años.





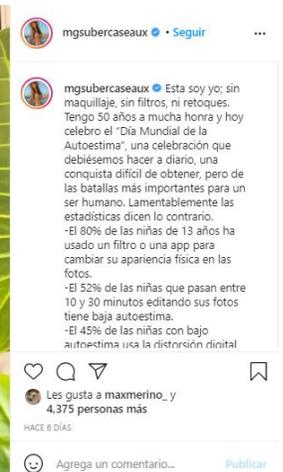
Nuestras influenciadoras masterbrand, tuvieron un **alto nivel de engagement** en sus publicaciones



[Rayen Araya](#)
Likes: 1.755
Comments: 68
Engagement: 4.95%



[Astrid Macías](#)
Likes: 3.205
Comments: 98
Engagement: 34.86%



[María Gracia Subercaseaux](#)
Likes: 4.376
Comments: 342
Engagement: 22.62%

...mejor al de sus propios perfiles



Y contamos con **2 invitados especiales**, referentes en la temática que nos permitieron ampliar el público y diversificar también en género y edad.



[Christell Rodríguez](#)

Likes: 10.384

Comments: 206

Engagement: 8%



[Franco Castagno](#)

Likes: 5.386

Comments: 32

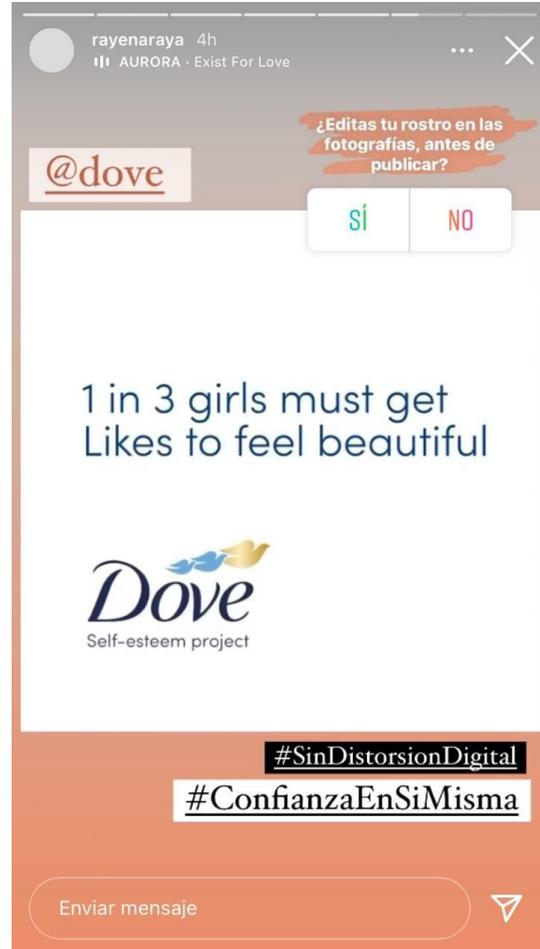
Engagement: 16%



Realizamos un live, en donde Rayén Araya conversó con **Christell Rodríguez y Franco Castagno**, sobre las presiones que existen en las redes sociales por la apariencia física.



- ❑ **1 Hora** de conversación
- ❑ Conversación en torno a **CIFRAS** de Dove
- ❑ Mención del Programa y la Marca.
- ❑ **Peak de 220** personas conectadas
- ❑ **170 personas** conectadas en promedio
- ❑ **9 mil** reproducciones





Y desde las redes oficiales de Dove...



IMPRESIONES
4.024.665

ALCANCE
2.859.305

FRECUENCIA
1.4

INTERACCIONES
344.523

Logramos un **índice de Recordación 9.58%** sobre el promedio de Unilever, con solo 2 publicaciones en tan solo 4 días.

Desde el Programa para la Autoestima de Dove, dimos el **puntapié inicial** y abrimos la conversación sobre la presión en las redes sociales y su impacto en la autoestima de las personas.



Gracias a esto, se generaron **conversaciones orgánicas** en redes sociales que tuvieron impacto en medios de comunicación





Lideramos la conversación: “llegamos primero” (sentido de contingencia) y marcamos una vez más el camino con contenido relevante para los medios (estudio + expertos).



...Y hoy, otras marcas también hablan de la temática, con foco en redes sociales.



En esta **primera semana de difusión** del Programa de la Autoestima de Dove, alcanzamos a **+ de 4.4 millones de personas** en medios de comunicación y redes sociales

¡Y este es sólo el comienzo!

Seguiremos posicionando a **Dove** como un **player clave** en las conversaciones sobre autoestima en niñas, niños y adolescentes.



Dove
self-esteem
project



¡Muchas Gracias!