

Madrid, 19 de septiembre de 2023

## Publiespaña y Shiseido presentan el estudio ‘Mujer actual. Conociendo la dualidad interior’ sobre la influencia de diferentes momentos vitales en la personalidad femenina

Elaborado por Neurologyca para Shiseido e impulsado por la agencia de comunicación iProspect, utiliza técnicas de Neuromarketing aplicado para medir la capacidad de adaptación de la personalidad de la mujer ante momentos vitales como la maternidad, el inicio de una relación de pareja, la aceptación personal, un viaje de aventuras, la promoción laboral, el ocio nocturno y la decisión de romper con todo.

**Davide Mondo**, consejero delegado de Publiespaña: *“Desde todas las áreas de Publiespaña trabajamos con pasión para ofrecer a nuestros clientes las más innovadoras y notorias soluciones comerciales, algo que se ve reflejado en grandes comunicaciones ad hoc para ellos, como es este proyecto pionero que presentamos junto a Shiseido”.*

*“Coincidiendo con el lanzamiento de nuestra fragancia Ginza Intense especialmente dedicada a la mujer que pretende vivir en armonía con sus emociones, en Shiseido nos ha resultado muy interesante profundizar y entender de una manera real esa dualidad emocional que tiene la mujer actual. Por ello, hemos elaborado este estudio junto al prestigioso instituto de investigación Neurologyca, en el que hemos podido comprobar que la mujer de hoy tiene una alta variabilidad emocional con una gran capacidad de adaptación de la personalidad, lo que la impulsa a vivir más intensamente”,* asegura **Ainhara Viñarás**, directora general de Shiseido División Prestige.

La presentación de este estudio sirve además como inspiración para la campaña en torno al relanzamiento del perfume de Shiseido que tendrá presencia en los soportes de televisión y digitales de Mediaset España.

**Publiespaña**, **iProspect** y **Shiseido** han presentado el estudio ‘Mujer actual. Conociendo la dualidad interior’, que profundiza en la forma en que los diferentes momentos vitales de la mujer pueden influir y modificar su personalidad. Elaborado por **Neurologyca** con técnicas de **Neuromarketing aplicado**, ha sido presentado esta mañana en un evento conducido por **Isabel Jiménez**, presentadora de Informativos Telecinco, con las intervenciones de **Davide Mondo**, consejero delegado de Publiespaña, y **Frans Reina**, presidente de Grupo Shiseido para España.

**Juan Graña**, consejero delegado y fundador de Neurologyca, empresa líder en España en investigación del comportamiento y emociones del ser humano aplicadas a diferentes ámbitos de la sociedad y empresa, ha sido el encargado de dar a conocer los resultados del análisis que explora **cómo la mujer se mueve en diferentes roles y ante distintos desafíos y expectativas que van surgiendo durante su vida** y cómo estos últimos pueden suponer una **adaptación de su personalidad de base**.

*“En Shiseido creemos en el empoderamiento de la mujer, en cómo la dualidad que manifiesta su personalidad ante diferentes situaciones de la vida libera el poder y la capacidad de adaptación y superación ante retos y desafíos de una sociedad actual compleja y en constante transformación en diferentes ámbitos”*, afirma **Ainhara Viñarás**, directora general de Shiseido División Prestige.

El estudio, en el que han participado 300 mujeres de entre 25 y 50 años, con un perfil urbano y con nivel de renta medio-alto, ha analizado la capacidad de adaptación de la personalidad y la variabilidad emocional ante momentos vitales como la **maternidad**, iniciar una **relación de pareja**, la **aceptación personal**, afrontar un **viaje/aventura**, una **promoción laboral**, disfrutar del **ocio nocturno** y la decisión de **romper con todo**.

Las técnicas de Neuromarketing aplicadas permiten medir el efecto de diferentes momentos sobre la personalidad base de la mujer, evaluando sus niveles de sugestión, las emociones que provoca y las asociaciones generadas.

## **Perfil de la mujer actual en España**

Entre las principales conclusiones de este estudio de Neurologyca, destacan que la mujer actual en España muestra una **personalidad equilibrada y reflexiva, objetiva, racional y resolutiva** y también **fiel y sentimental**. Una combinación de características que le permiten **abordar los distintos desafíos de manera eficiente** y encontrar un **equilibrio entre la lógica y la sensibilidad**. La mujer actual española busca la estabilidad emocional y, en su vida diaria, valora la tranquilidad, por eso procura mantener un entorno armonioso y pacífico.

Tras la presentación del estudio ha tenido lugar una mesa redonda moderada por **Juan Graña** y participada por la propia **Isabel Jiménez**; **Ángeles Blanco**, también periodista y presentadora de Informativos Telecinco Fin de Semana; **Ainhara Viñarás**, directora general de Shiseido División Prestige; y **Esther Balbaci**, directora de Marketing Operativo Publiespaña.