

## Quince mujeres protagonizan el “Mensaje Real” de Navidad de este año

**Vigo, 12 de diciembre de 2017.-** Pescanova estrena campaña de Navidad tratando un tema social: la **desigualdad entre sexos**. En un escenario simulando al despacho de la Zarzuela desde el que se emite el tradicional **Mensaje del Rey en Nochebuena**, las protagonistas del spot, las “reinas” de la casa, 15 mujeres de distintas edades, raza, procedencia, condición personal y orientación sexual, lanzan su “**Mensaje Real**”: una serie de opiniones que reflejan los problemas que afectan y preocupan a las mujeres de hoy, sus inquietudes sobre la coyuntura social y las perspectivas de presente y futuro de las españolas.

Con testimonios reales como *“Si yo fuera un hombre lo tendría más fácil, pero no lo soy, así que... a luchar”*; *“Podemos llegar al mismo nivel que los hombres y tenemos que llegar ahí porque somos todos iguales”*; *“Que haya menos princesas y más guerreras”* o *“Que no nos pongamos etiquetas y que nos fijemos más en lo que nos une y menos en lo que nos separa”*; las 15 protagonistas de los spots son altavoces de una realidad de la que Pescanova se hace eco, creando una campaña democrática, directa, con la que la marca quiere contribuir a la construcción de una sociedad un poco mejor.

Los spots se emiten en las principales cadenas de televisión y en el Canal Youtube, así como a través del timeline de la compañía en Twitter, Facebook e Instagram (**ver spots [AQUÍ](#)**). Pescanova pretende crear un **movimiento social, participativo, permitiendo dar voz a todas las mujeres** para que opinen sobre los temas que les han preocupado en 2017 y lancen su “Mensaje Real”, con sus deseos para 2018, subiendo sus videos a la página web [www.elmensajedelasreinas.com](http://www.elmensajedelasreinas.com). También en redes sociales se puede compartir la opinión sobre el problema de la desigualdad entre sexos utilizando el hashtag **#ElMensajeDeLasReinas**.

### **Desigualdad de género**

Con esta campaña, Pescanova pone en relevancia un tema social tan crítico en nuestra sociedad como la desigualdad entre hombres y mujeres, asumiendo un riesgo al tocar un tema que suscita opiniones muy dispares en la sociedad, pero siendo conscientes de aportar su granito de arena y contribuir para una mejor convivencia y aceptación de las mujeres como iguales, contribuyendo para una mayor igualdad de oportunidades.

Los datos siguen evidenciando que las mujeres dedican a la familia y al hogar más tiempo que los hombres - una media de 2 horas más al día- y son las grandes perjudicadas a la hora de conciliar maternidad y trabajo -42.000 mujeres optan por una excedencia para el cuidado de la familia, frente a 3.861 hombres.



Una visión que es compartida por ambos sexos. Solo un 5% de las mujeres y un 11% de los hombres consideran que se ha alcanzado la igualdad, según los datos de Metroscopia. Una realidad que también se refleja en el último Índice de Brecha Global de Género del Foro Económico Mundial, donde España ha perdido en el último año cuatro posiciones, ocupando el puesto 29 en esta clasificación de la igualdad de género que analiza salarios, participación y empleo capacitado, el grado educativo, la representación en las estructuras de toma de decisiones, salud y la expectativa de vida y proporción hombres-mujeres.

**Más fotos de la campaña:** <https://we.tl/0A3KCabtmX>

### **Sobre el Grupo Nueva Pescanova**

El Grupo Nueva Pescanova es una multinacional gallega líder del sector especializada en la captura, cultivo, producción y comercialización de productos del mar. Fundada en 1960, emplea a más de 12.000 personas y opera en 27 países de 4 continentes. Pescanova vende sus productos en más de 80 países de todo el mundo.