



Madrid, 23 de septiembre de 2022

INVESTIGACIÓN FEMENINO BY I+A: “Una gran jornada de aprendizaje, inspiración y experiencias compartidas”

El pasado miércoles 21 de septiembre tuvo lugar en Madrid el encuentro **Investigación en Femenino by I+A**. Es la primera vez que se organiza una jornada similar, cuyo objetivo era el de liderar un **encuentro inspirador para mujeres en el ámbito del market research y data analytics**. Insights + Analytics España, la asociación que representa a todo el sector de la investigación de mercados y data science fue la propulsora y organizadora de este evento, que llenó el auditorio de La Matriz, además de los profesionales que se conectaron por streaming.

La jornada fue conducida por **Sonsoles Moralejo**, periodista y presentadora, quien introdujo a **Javier Resurrección**, vicepresidente de I+A, y a Maite Rodríguez (Clear Channel) y Pilar Pérez (Kantar), que contaron su experiencia como integrantes de la primera junta de AEDEMO liderada por mujeres.

A continuación, 14 mujeres (y un hombre) expusieron sus puntos de vista a lo largo de tres mesas redondas:

- **Mujeres Emprendedoras**, moderada por Nuria Coronado (ENISA), con Maira Barcellos (Nielsen), Lola Chicón (Smart Me Analytics) y Macarena Estévez (Círculo de Ingenio Analítico).

NOTA DE PRENSA

- **El Discurso Social**, moderada por Miguel Ángel Fontán (AIMC), con Ileana Del Río (GfK), Gema Aguiló (WeEQUAL), Alejandra Chacón (Havas Media Group) y Mapi Merchante (IPG Mediabrand).
- **Iniciativas de Apoyo**, moderada por JULIA SIZOVA –(Comscore) con Inma Rueda (Ipsos Healthcare), Usúe Madinaveitia (Mamiconcilia), Olga Fernández (Oracle), Cruz Sánchez De Lara (El Español) y Samira Brigüech (Samira & Sineb).

A través de las historias compartidas, pudimos apreciar la **diversidad de enfoques y de experiencias** y la necesidad de poner en marcha iniciativas que palien los datos de **un sector con mayoría de mujeres**, pero con un déficit femenino en puestos directivos. Los obstáculos con los que se encuentran las mujeres del sector, la conciliación y la familia, el síndrome de la impostora, la influencia de la educación, las propias experiencias, el emprendimiento como salida...fueron algunos de los temas que salieron a la luz a lo largo de las casi 3 horas de exposición.

La magia se palpó en el aire, tal y como fueron comentando tanto ponentes como asistentes: “Un encuentro más que necesario”. “Un grupo de mujeres pioneras y excepcionales con un discurso inspirador y motivador”; “Un gran aprendizaje y un claro ejemplo a seguir para todas nosotras”; “Un chute de energía ver a las mujeres del sector unidas con un objetivo común: dar voz a nuestro papel en la sociedad y en el mundo laboral”; “¡Apoyar y comprometerse como forma de vivir!”.

I+A se comprometió a continuar dando más visibilidad a la mujer en el sector del market research.

La jornada fue posible gracias al patrocinio de:



NOTA DE PRENSA

Compartimos algunas de las imágenes de la jornada:



UNA INICIATIVA DE INSIGHTS + ANALYTICS ESPAÑA

NOTA DE PRENSA

Qué es Insights + Analytics España: I+A es la asociación que representa a todo el sector de la investigación de mercados y data science. La ambición de I+A es ampliar el enfoque de la investigación de mercados a las nuevas fuentes de datos, metodologías y disciplinas que han aparecido en los últimos años como consecuencia de la progresiva digitalización de la sociedad. I+A da voz todos sus socios -empresas, profesionales, clientes y académicos- para seguir impulsando el importante rol que la investigación de mercados tiene en el conocimiento de los consumidores y la sociedad.

MÁS INFORMACIÓN: www.ia-espana.org

Insights + Analytics España



INSIGHTS + ANALYTICS ESPAÑA

C/Ferraz 35, 3º dcha.
28008 Madrid
Tel: 91 330 07 19
secretaria@ia-espana.org
www.ia-espana.org

Contacto de prensa:



SMART MEDIA SOLUTIONS

Teresa Osma - tosma@smartm.es
C/Luis Muriel 12 - 3D
28002 Madrid
Tel: 91 758 48 72 / 615 88 34 59
www.smartm.es