

INSIGHTS + ANALYTICS ESPAÑA



Madrid, 25 de septiembre de 2023

## Segunda edición de INVESTIGACIÓN FEMENINO BY I+A: "Todavía queda mucho por hacer"

El pasado 20 de septiembre tuvo lugar en Madrid la segunda edición de Investigación en Femenino by I+A, el encuentro que procura reivindicar el papel de la mujer en el ámbito del market research, trabajar para incrementar su representación en mandos superiores y, en definitiva, dar un paso al frente en la igualdad de géneros.

El evento se presenta como una jornada abierta a todos, y así fue, con un auditorio (La Matriz) al completo, más los que siguieron el evento por streaming. A lo largo de 3 mesas redondas los 14 ponentes, moderados por la periodista y presentadora **Sonsoles Moralejo**, compartieron sus experiencias con la audiencia. Dieron la bienvenida al acto **Antonio Lechón**, Presidente de Insights + Analytics España y **Julia Sizova**, que junto con **Irene Canales**, ambas vocales de la Junta Directiva de I+A, han sido las principales impulsoras de este evento. **Cerró el evento Teresa Perales, nadadora paralímpica y Premio Princesa de Asturias del Deporte.**

La jornada combinó por una parte conclusiones de algunas investigaciones llevadas a cabo en el ámbito de la mujer y por otra aprendizajes personales y profesionales por parte de las ponentes,

En el lado más académico, se presentaron los datos clave de los estudios "Mujeres en el mundo", "Evolución del liderazgo femenino en empresas destacadas en España y LATAM" y "The Inclusion Index" presentados por GfK, Análisis e Investigación y Kantar, además de "La mujer y su representación en la publicidad" (IPSOS), que abrió la primera mesa.

## NOTA DE PRENSA

La jornada se agrupó en 3 bloques:

- **Bloque 1. IMAGEN DE LA MUJER EN LA PUBLICIDAD**, con la participación de Eva López (Ipsos), Nuria Giménez (Coca-Cola), Beatriz Media (Freeda Media), Inés Fonseca (Diageo), moderadas por Esther Valdivia (Mujeres a Seguir).
- **Bloque 2. COMPARTIENDO DATOS**, con las intervenciones de Natalia Herrero (Análisis e Investigación), Víctor Pons (GFK) y Carmen Dato (Kantar).
- **Bloque 3: TODAVÍA QUEDA MUCHO POR HACER**, con Cristina Viudez (Mindshare), Eva Portela (The Room), Mónica Díaz (Google) y Blanca Montero (IWF), moderadas por Rubén Fernández de El Español.

“**Todavía queda mucho por hacer**” fue una de las frases más repetidas a lo largo de la jornada, aunque se generaron, y con bastante consenso, muchas otras conclusiones. Una de ellas fue la necesidad de implicación de todas las partes: sociedad, empresas y personas: “detrás de las empresas tiene que haber personas valientes” ya que “las cosas no suceden naturalmente”. Desde un punto de vista laboral, se expresó que “hay otros modelos posibles, más allá del machismo” y se hizo hincapié sobre la importancia y riqueza de tener equipos diversos.

**Teresa Perales** sorprendió asimismo por su naturalidad a la hora de compartir su largo y no siempre fácil camino: “hay que disfrutar del camino; muchas de las cosas no están en nuestras manos, pero somos nosotros los que provocamos el cambio”. “La vida cambia y es mejor que nosotros decidamos cómo”, sentenció.

El encuentro es posible gracias al apoyo de:

- **Main sponsors:** Mindshare | Ipsos
- **Sponsors:** Análisis e Investigación | Dynata | GFK | Kantar
- **Colaboradores:** Comscore | Imop Insights | More Than Research | Random Strategy | Simple Lógica | Smartme Analytics

The infographic is a vertical stack of three white rectangular sections with pink borders, set against a pink background. The top section is titled 'MAIN SPONSORS' and features a circular graphic on the left with a magnifying glass over a pie chart. It lists 'MINDSHARE Powered by groupm' and 'Ipsos'. The middle section is titled 'SPONSORS' and lists 'ANÁLISIS GRUPO E INVESTIGACIÓN', 'dynata™', 'GfK An NIQ Company', and 'KANTAR'. The bottom section is titled 'COLABORADORES' and lists 'comscore', 'imop insights', 'more than research group', 'RANDOM strategy', 'SIMPLE LÓGICA preguntas - escuchamos - interpretamos', and 'smartme analytics'.

## NOTA DE PRENSA

Compartimos a continuación algunas imágenes de la jornada.



Sonsoles Moralejo, Periodista y Presentadora



Antonio Lechón, Presidente de Insights + Analytics España



Julia Sizova, vocal de la Junta Directiva de Insights + Analytics España



Bloque 1, Imagen de la Mujer en la Publicidad



Bloque 2, Compartiendo Datos



Bloque 3, Todavía queda mucho por hacer



Teresa Perales, nadadora y medallista paraolímpica



Cocktail ofrecido por Dtnyana

[\*\*DESCARGA AQUÍ TODAS LAS IMÁGENES\*\*](#)

**II EDICIÓN DE INVESTIGACIÓN EN FEMENINO**

## 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](http://www.ia-espana.org)



INSIGHTS + ANALYTICS ESPAÑA  
C/ Ferraz 35, 3ªdcha.  
28008 Madrid  
Tel: 647 065 633 / 637209380 / 647 065 616  
[secretaria@ia-espana.org](mailto:secretaria@ia-espana.org)  
[www.ia-espana.org](http://www.ia-espana.org)

### CONTACTO PRENSA:



SMART MEDIA SOLUTIONS  
C/ Luis Muriel 12 – 3D  
28002 Madrid  
Tel: 91 758 48 72  
Teresa Osma – [tosma@smartm.es](mailto:tosma@smartm.es)  
[www.smartm.es](http://www.smartm.es)