



18. SEPTIEMBRE. 2024 15:30-21:30

Google Campus - C/ Manzanares, 1 - 28005 Madrid

Madrid, 19 de septiembre de 2024

TERCERA EDICIÓN DE INVESTIGACIÓN FEMENINO BY I+A

Ayer, 18 de septiembre, tuvo lugar en Google Campus de Madrid, la III Edición de Investigación en Femenino by I+A, el encuentro que reivindica el papel de la mujer en el ámbito del market research y es un referente en el avance hacia la igualdad de géneros:

Presentado por **Julia Sizova** (Comscore / I+A) y **Rubén Fernández-Costa** (El Español), este evento se presenta como una jornada abierta a tod@s, y así fue, con un auditorio al completo, además de un seguimiento via streaming.

En un formato ágil de pregunta-respuesta, a lo largo del encuentro se presentaron las principales conclusiones de 5 interesantes estudios relacionados con el rol de la mujer en nuestra sociedad:

- **IPSOS**, de la mano de Inma Rueda y Francisco Camas hablaron de la polarización de los jóvenes ante la igualdad y las diferencias significativas entre las mujeres jóvenes y sus coetáneos masculinos.
- Carmen Dato de **KANTAR**, presentó datos del "Índice de inclusión de las marcas", un índice con el que las empresas pueden medir cómo distintos grupos perciben las marcas y cómo pueden éstas mejorar sus esfuerzos de inclusión. Y una conclusión interesantísima: la publicidad inclusiva y diversa impulsa las ventas.
- Dioni Mata de **HAVAS MEDIA NETWORK** y Diego Herranz de **IMOP INSIGHTS** hablaron de cómo "se espera más de la publicidad en cuanto a los modelos representados de mujer". "La publicidad en otros tiempos iba por delante de la sociedad", añadieron.
- **YOUNGOV**, con María Sánchez y Petra Plaza, puso sobre la mesa un nuevo análisis sobre la carga mental: qué es, diferencias por géneros o por rol en el hogar, qué factores influyen en una mayor carga mental y qué se puede hacer para no acabar sobrepasados.
- Por último, Rosa Gómez de **ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN** compartió con la audiencia los principales resultados sobre desigualdad de género, brecha salarial, conciliación y techo de cristal en un sector concreto: la profesión médica.

A continuación, los presentadores entrevistaron a Nera González y Ariadna Gómez de **TECHNOVATION GIRLS**, que explicaron en qué consiste este proyecto que inspira a niñas y jóvenes a convertirse en líderes e innovadoras en el campo de la tecnología, y en concreto de la Inteligencia Artificial. Ariadna contó su experiencia personal como participante de dicho programa.

La jornada finalizó con la mesa redonda sobre **“Women Washing”** moderada por Concepción Cascajosa de **RTVE** y con la participación de:

- Kika Samblás | **SCOPEN**
- María del Castillo | **DÉKUPLE**
- Encarna Samitier | **20 MINUTOS**
- Jesús García de Madariaga | **UCM / I+A**

Según los ponentes, la medición es fundamental para poner encima de la mesa datos contrastados y actualizados sobre temas de inclusión y feminismo. Se animó a las jóvenes a seguir luchando para conseguir sus metas.

La III Edición de Investigación en Femenino contó con el apoyo de:

- Dynata como Main Sponsor
- Toluna como Sponsor
- Colaboradores: AIMC | Análisis e Investigación | Comscore | GfK | Ipsos | More Than Research | Random Strategy

Main Sponsor:



Sponsor:



Colaboradores:



Compartimos a continuación algunas imágenes de la jornada.



Rubén Fernández-Costa (El Español) y Julia Sizova (Comscore/I+A) presentan el evento



Antonio Lechón, Presidente de Insights + Analytics España



Inma Rueda y Francisco Camas (Ipsos)



Dioni Mata (Havas Media Network) y Diego Herranz (Imop Insights)



María Sánchez y Petra Plaza (Yougov)



Rosa Gómez (Análisis e Investigación)



Entrevista con Nera González y Ariadna Gómez (Technovation Girls)



Kika Samblás (SCOPEN), María del Castillo (DÉKUPLE), Encarna Samitier (20 MINUTOS), Jesús García de Madariaga (UCM/I+A) y Concepción Cascajosa (RTVE) como moderadora en la mesa redonda "Women Washing"



Ponentes de la mesa redonda "Women Washing" junto a los presentadores Rubén Fernández-Costa y Julia Sizova



Tercera edición Investigación en Femenino

DESCARGA AQUÍ TODAS LAS IMÁGENES

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
C/ Ferraz 35, 3ªdcha.
28008 Madrid
Tel: 647 065 633 / 637209380 / 647 065 616
secretaria@ia-espana.org
www.ia-espana.org

CONTACTO PRENSA:



SMART MEDIA SOLUTIONS
C/ Luis Muriel 12 – 3D
28002 Madrid
Tel: 91 758 48 72
Teresa Osma – tosmas@smartm.es
www.smartm.es