



SEMINARIO DE MUJERES



CIS

Comité de Impactos Sociales

Esta investigación está basada en los testimonios otorgados por mujeres que llevan más de 10 años trabajando en Agencias de Investigación de Mercados que forman parte de la AMAI

Metodología utilizada: Entrevistas a profundidad (cualitativo) realizadas telefónica y virtualmente

Fecha de levantamiento: Junio, Julio y Agosto de 2021

Número de entrevistas: 24

Perfil de las participantes:

- Mujeres que empresarias y que trabajan en Agencias afiliadas a la AMAI
- Con más de 10 años de experiencia
- Que actualmente ocupan los siguientes puestos:
 - CEO
 - Dirección de área
 - Gerencia de área



La Investigación de
Mercados y Opinión
Pública en México
surgió como industria
hace no más de medio
siglo

Surgió y hasta el día de hoy se mantiene ligada a la Academia, y aunque se recuerdan nombres masculinos en sus orígenes...



Desde el surgimiento de la Investigación de Mercados en México ha habido una importante participación femenina

Han habido figuras destacadas femeninas desde el inicio:

Mujeres dedicadas al quehacer académico

- Desde el ámbito cuantitativo:

Expertas en estadísticas y Opinión Pública

Matemáticas y actuarias destacadas

- Y desde el cualitativo:

Expertas en Psicología y Comunicación

En la Industria:

- Como fundadoras de Agencias de Investigación, construyendo sus propias empresas desde cero
- Como compañeras de los fundadores de Agencias de Investigación, aportando experiencia, conocimiento y nuevas ideas
- Como pupilas y aprendices de los grandes *gurús* de la Investigación de Mercados y la Opinión Pública

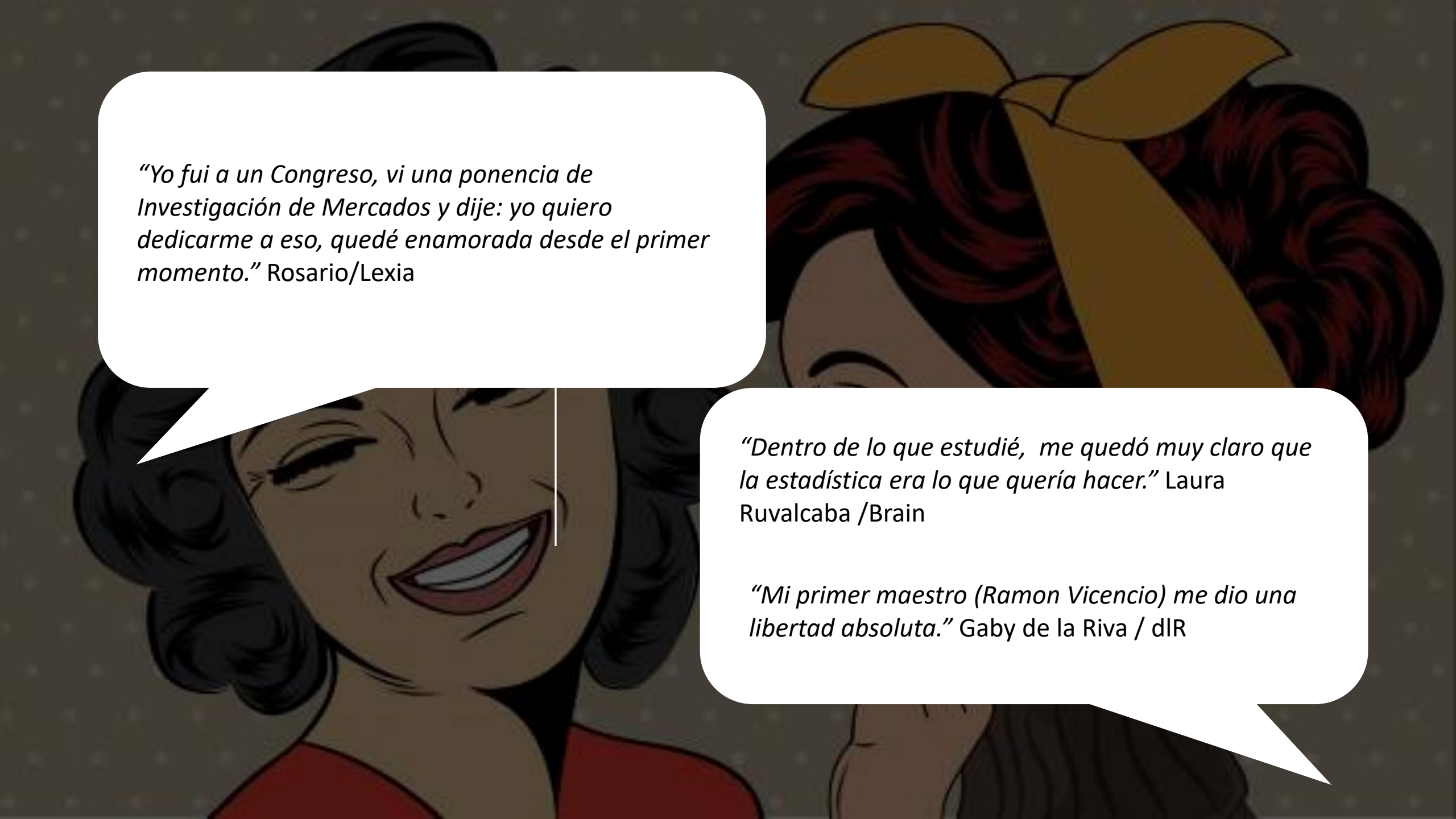
“Yo no sabía ni que esto existía, un maestro me dio clases de muestreo, acerque para pedirle asesoría para mi tesis y me invito a trabajar y ahí fue donde conocí la Investigación” Gaby Alcalá / Mares

Las primeras
mujeres en la
Industria de la
Investigación de
Mercados y
Opinión Pública:

Se sintieron atraídas al
conocer un nuevo
mundo

“La investigación es una gran pasión, caí enamorada al ver una moderación de grupo” Aline Ross /Lexia





“Yo fui a un Congreso, vi una ponencia de Investigación de Mercados y dije: yo quiero dedicarme a eso, quedé enamorada desde el primer momento.” Rosario/Lexia

“Dentro de lo que estudié, me quedó muy claro que la estadística era lo que quería hacer.” Laura Ruvalcaba /Brain

“Mi primer maestro (Ramon Vicencio) me dio una libertad absoluta.” Gaby de la Riva / dIR

Y aunque nuestra labor no se piensa como una Industria para hacer carrera desde la Universidad...

Son:


El conocimiento,

la curiosidad

y la pasión

los elementos que han impulsan el deseo de saber más sobre el consumidor y los ciudadanos y dedicarse a esta tarea.





“No sabía que existía la Investigación de Mercados, yo solo buscaba trabajo al salir de la Universidad. Comencé desde lo más básico y hoy en día soy Directora, te vas enamorando de esta profesión”.
Miriam/ Master Research

“No pensé en esta actividad como una carrera, creí que sería un trabajo temporal, pero es algo apasionante, algo que te va atrapando y cada día quieres saber más, y con ello llega la especialización, la experiencia”. Gaby de la Riva / dlr

“La investigación me apasiono desde el principio, pero conforme comencé a llevar proyectos con clientes directamente, ahí me atrapo” Gabriela Alcalá / Mares

Además, vieron la oportunidad de desarrollar habilidades asociadas directamente a lo femenino:

- ✓ Capacidad de liderazgo y organización
- ✓ La posibilidad de realizar varias tareas al mismo tiempo
- ✓ Administración y ahorro
- ✓ Facilidad de *rapport* con los participantes
- ✓ Capacidad de análisis y atención al detalle
- ✓ Compromiso



“Somos expertas en llevar más de 5 proyectos a la vez, de organizarnos, de administrar de la mejor manera los presupuestos. Creo que es una de las grandes ventajas femeninas, el coordinar y dirigir”.
Laura Ruvalcaba /Brain

“Esta industria te abre los ojos, te abre puertas, te abre oportunidades en muchas áreas”
Gemma Bustamante / Sincronía investigación

“Mi mantra es trascender con pasión, aprendiendo, enfocada y enriqueciendo todo lo que hago todos los días”
Paola Solorzano/ ACSI Research





Pero el camino no ha sido fácil

Estamos hablando de mujeres reales, con una historia detrás de cada una de ellas y con circunstancias que dificultan o favorecen la construcción de su carrera laboral, como: nivel académico, nivel socioeconómico y lugar de origen principalmente.

Las primeras mujeres de la industria se vieron obligadas a tomar decisiones importantes para continuar con su carrera laboral, como:

- Dejar sus lugares de origen y residencia y migrar a la Ciudad de México
- Trabajar solo algunas temporadas al año
- **No ocupar puestos directivos o gerenciales, debido a la falta de tiempo al priorizar el cuidado de los hijos y dejar en segundo plano su carrera laboral**



Afortunadamente, a muchas de ellas la Industria les ofreció nuevas opciones:

- **Participar por proyectos**, sin la necesidad de cubrir un número de horas obligatorio a la semana a cualquier nivel
- **Trabajar en formato *freelance***: ellas eligen los proyectos y los horarios en los que trabajan
- **Trabajar desde sus lugares de residencia**. Sin la necesidad de trasladarse a una oficina física. Pueden no vivir en la misma ciudad.
- **Escalar laboralmente**: ocupar puestos importantes dentro de las Agencias en las que han laborado.
- **Crear sus propias empresas**: de recolección de información y campo (encuestadoras y moderación), reclutamiento, call centers, analistas de big data, etc.



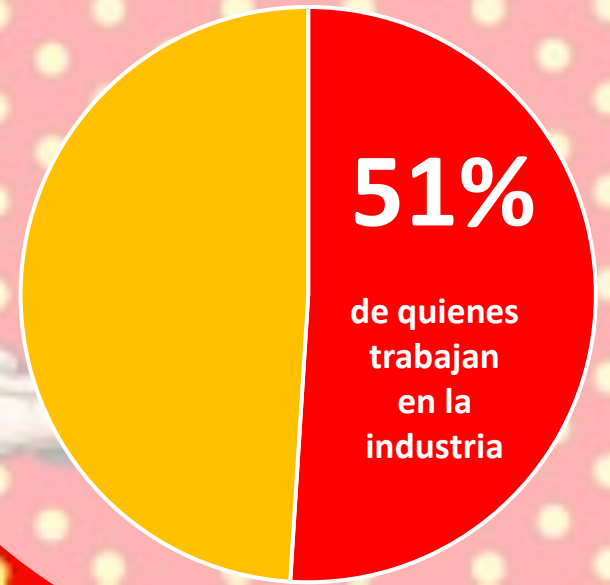
Actualmente en la Industria, dentro y fuera de la AMAI, participan un gran número de mujeres desempeñando distintas funciones

- CEO's
- Directoras
- Gerentes
- Investigadoras
- Encuestadoras
- Reclutadoras
- Moderadoras
- Analistas
- Transcriptoras
- Traductoras
- Etc.





Las mujeres somos más de la mitad del total de las personas que trabajan en la Industria



Sin importar su origen, lugar de nacimiento, nivel socioeconómico, nivel de estudios, estado civil, preferencia sexual o estilo de vida:

La Industria de Investigación de Mercados y Opinión Pública ofrece oportunidades para crecer profesionalmente y desarrollarse personalmente.

Hoy en día, no importa:

Si no vives en la Ciudad de México

De qué nivel socioeconómico eres

Tu preferencia sexual

Tu estado civil

Si tienes hijos o no

Edad

Nivel de estudios

Interesa tu conocimiento, talento, curiosidad y pasión por la actividad que desempeñas y el nivel de compromiso.

Somos una Industria incluyente.





Las mujeres
continúan
demostrando que
todas podemos
alcanzar nuestras
metas.

Es una Industria
donde los sueños
se cumplen.



Hoy en día, muchas de las CEO's y directoras de la Industria ofrecen facilidades y muestran empatía hacia sus colegas :

- Facilitan el trabajo desde casa y proporcionan las herramientas necesarias para realizarlo
- Conceden permisos especiales en situaciones y contextos especiales, especialmente hacia aquellas que son madres

“Como mujer, es fácil entender que todo se complica cuando tienes niños en casa, pero no es algo imposible. La idea es apoyar a los buenos elementos para que sigan desarrollándose personal y profesionalmente, ajustando tiempos y horarios de trabajo”. Gemma B./Sincronía

Es decir, impulsan la **Sororidad**

Esta apertura en la Industria no es casualidad...

Finalmente somos investigadores sociales, estamos conscientes de los cambios culturales que se han producido de forma vertiginosa en las últimas décadas:

- Identificamos las necesidades y expectativas de la sociedad
- Detectamos tendencias en los cambios de comportamiento cultural
- Somos conscientes de que el trato y la solidaridad entre humanos va más allá del género





Pero aún falta mucho por hacer...

Aún hay mujeres en situaciones vulnerables , especialmente a raíz de la pandemia por el Covid-19.

Y aunque conformamos el 50% de quienes trabajamos en la Industria, todavía hace falta la presencia de figuras a nivel Directivo en Congresos y como Líderes de Opinión en la AMAI.



Trabajo realizado
por:

El Comité de Impactos Sociales

