

## **IA en Femenino apuesta por la diversidad como base para un desarrollo ético del sector**

### **La Secretaria de Estado de Digitalización e IA, Carme Artigas, fue la encargada de la apertura institucional del evento**

La importancia del enfoque femenino en el diseño y desarrollo de la inteligencia artificial fue abordada en la tercera edición de IA en Femenino, que organiza AI-Network y Big Data Magazine. Una veintena de mujeres profesionales analizaron los cambios que se están produciendo en la sociedad con la llegada de la IA y pusieron sobre la mesa los retos a los que se enfrentan para tener una IA más ética. Un centenar de invitados asistieron presencialmente a la cita y medio millar más lo pudieron ver en directo por streaming.

La Secretaria de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial en el Gobierno de España, Carme Artigas fue la encargada de la apertura de un evento que cumple tres años de vida. Artigas aseguró que IA en Femenino ya se ha convertido en un "evento ineludible para abordar cuestiones como el reto de generar una IA más ética". Bajo su punto de vista, la IA genera retos sociales y existenciales para la humanidad, "ahí es donde se necesita una mirada femenina". Además, ha indicado que en la actualidad es necesaria una inteligencia artificial "que genere entornos seguros".

En el evento se entrevistó a Pepa Rojo, Directora Creativa de Meta España y Portugal; Macarena Estévez, Founder de Círculo de Ingenio Analítico e impulsora del evento; y Cristina Aranda, Cofundadora de Mujeres Tech. También se pudo conocer en profundidad cómo piensan y qué expectativas tienen algunas de las mentes más brillantes de España. Junto a ellas y para sacar todo el potencial a las entrevistas, participaron María Gil, Directora de Marketing de AI-Network; Katharine Contramaestre, Managing Director de Keyrus; y Mónica González, Country Manager de AxiCom.

No dejaron a nadie indiferente, tampoco, las tres mesas redondas preparadas para este año. Se trataron temas de gran actualidad desde diferentes perspectivas, con profesionales de todos los sectores. En primer lugar, 'IA generalizada y su impacto en las empresas'; con Raquel Castuera, CMO & Digital Marketing Director El Mundo; Noelia González Rodríguez, Manager EA Loc Data & AI; y Sofía Valcárcel, Senior Data Analyst en Media Markt como protagonistas. Moderó la mesa Elisa Martínez Frade, VP Sales Iberia & Latam en Expert.ai.

Para hablar del 'Choque de culturas en las empresas'; se contó con las intervenciones de Berta Ares, General Director en BME Inntech; María Manso, Discipline Leader of Advanced Analytics & Data Governance for HR en BBVA; y María Teresa Ballestar, Profesora Asociada e Investigadora de la URJC. Se encargó de dirigir la mesa Nuria Ávalos, directora general de IndesIA.

El cierre a las mesas de la jornada tuvo un ámbito un poco más técnico como foco: 'AutoML: la analítica al alcance de todos. Ventajas para las empresas'. Marina Ruiz de Olano, Associate director Data Strategy en MSD; Cristina García, Dirección TelcoSeguros at Orange e Irene Yusta,

Head of Data Development Team en Grupo MásMóvil fueron las responsables de dar forma a un espacio que moderó Begoña Vega, Head of AI Models & Applications en Innova-tsn.

El evento contó con la dirección de Mari Gómez, redactora de Big Data Magazine, y María Gil, Directora de Marketing de AI-Network. La bienvenida al recinto estuvo a cargo de Alba Casero, Chief Transformation Officer de GroupM. La edición de este año contó con Keyrus, Expert.ai e Innova-tsn como patrocinadores Platinum y PiperLab como Gold. Además, participan como colaboradores AxiCom, GroupM y VinoPremier.

La tercera edición de IA en Femenino se puede ver bajo demanda en el siguiente enlace.

**Datos de contacto:**

Axicom  
616309676

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [Sociedad](#) [Innovación Tecnológica](#) [Digital](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>