

La maternidad, factor decisivo en el desarrollo profesional de las mujeres en marketing digital

La consultora de negocio y marketing digital, SIDN Digital Thinking, ofrece los resultados del primer estudio en España sobre la evolución de la mujer en el sector del marketing digital. Más de 300 profesionales han acudido al Women Marketing Leaders, celebrado en el hotel Four Seasons de Madrid

La conciliación entre el desarrollo profesional y los proyectos de vida familiares es una de las tareas pendientes del mercado laboral español, también en el ámbito del marketing digital, donde más del 70% de las mujeres piensan que la maternidad es el factor que más influye en la progresión de su carrera. Es una de las principales conclusiones que se desprenden del informe Women Marketing Leaders, el primer estudio realizado en España que pone el foco en la evolución del papel de la mujer en el sector del marketing digital y que ha sido presentado en un evento profesional acogido por el hotel Four Seasons de Madrid.

Para el estudio, elaborado por la consultora de negocio y marketing SIDN Digital Thinking, se han entrevistado a 250 mujeres de entre 25 y 54 años que actualmente desempeñan su labor profesional en diferentes áreas del marketing digital para marcas grandes marcas nacionales e internacionales. Las conclusiones del informe, disponible bajo descarga, apuntan a que la mujer ha cobrado especial protagonismo en este sector en base a una elevada implicación y autoexigencia: el 81% de las encuestadas cuenta con entre dos y tres títulos formativos entre grados universitarios y másteres.

Sin embargo, este nivel de dedicación confronta, en ocasiones, con la maternidad: hasta un 53,7% de las encuestadas cree que el hecho de convertirse en madre podría suponer una traba para su desarrollo profesional. "Con este informe hemos querido dar visibilidad a las mujeres profesionales que han hecho posible que el marketing digital sea una de las áreas más importantes para cualquier empresa que quiera ser competitiva. Su esfuerzo, energía y liderazgo cotidiano se reflejan en cada una de las historias personales que compartimos en el Women Marketing Leaders", destaca Alejandra Domínguez, directora general de SIDN Digital Thinking.

Trayectorias para inspirar a las futuras profesionales

Más de 300 invitados se han dado cita en el Women Marketing Leader, en su mayoría mujeres profesionales provenientes de un centenar de empresas nacionales e internacionales de renombre como BBVA, Conforama, Amazon Pay, BMW Bank o L'oréal, entre otras. "Hemos querido conocer de primera mano a las protagonistas del informe y crear un foro permanente de intercambio de experiencias que no se quede solo en lo que se ha conseguido, sino que mire con ilusión al futuro del marketing digital y el rol que las mujeres jugamos en él", continúa Domínguez.

Ese ha sido, precisamente, el objetivo de algunas de las Fast Talk celebradas, como la titulada: "¿Cómo las nuevas generaciones afrontan el futuro del marketing digital", en el que varias de las protagonistas del evento han compartido sus impresiones de cara al futuro del sector. A las denominadas Fast Talks y mesas redondas se ha sumado la ponencia sorpresa del conferenciante

Luis Galindo, un experimentado speaker que ha transmitido a la sala toda su energía.

Datos de contacto:

Jaime Martín

Responsable de Comunicación

626248750

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

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [Eventos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>