

El sector de la investigación de mercados, de plena actualidad
XI ENCUENTRO: LA INVESTIGACIÓN A ANÁLISIS.

Se clausura el encuentro con la presentación oficial de la nueva asociación **Insights + Analytics España.**



Madrid, 24 de octubre de 2019

Este XI Encuentro, la cita anual del sector de la investigación de mercados, ha sido el entorno elegido para la presentación “oficial” de I+A España, la nueva asociación que nace fruto de la integración de las dos asociaciones históricas del sector: AEDEMO -Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión- y ANEIMO -Asociación de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión-.

Bajo el claim “**#transformación**”, más de 230 profesionales acudieron a este XI Encuentro, que tuvo como marco la sede del Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid (COAM). Con este récord de asistencia y como viene siendo habitual, en la primera parte del Encuentro, los Presidentes de ambas asociaciones tomaron la palabra, moderados por **Lidia Sanz** (Directora General de ANUNCIANTES). **Joan Miró**, como Presidente de Aedemo y **Pepe Martínez**, Presidente de ANEIMO, aprovecharon el marco excepcional para presentar Insights + Analytics España y explicar la razón de ser y objetivos de la nueva asociación.

Aunque desde hace meses que ambas Juntas Directivas llevan trabajando en dicha integración, no fue hasta este preciso momento que se dio a conocer el nombre y la imagen gráfica de la nueva asociación. Tal y como explicó Pepe Martínez, “*Insights + Analytics no es simplemente un rebranding. Queremos que sea una nueva mirada al mercado, queremos que recoja todas las fuentes de información que existen hoy día para obtener insights*”. Este nuevo ADN se refleja en la descripción de I+A como La Comunidad de Market Research y Data Science. Así lo explicó Joan Miró, “*En I+A tienen cabida todos aquellos que trabajan dentro del ámbito del research: por una parte empresas y por otra profesionales, sean usuarios, académicos o provenientes de empresas de investigación. De esta manera se amplía el territorio de la asociación*”.

Asimismo, en el marco de este XI Encuentro, se hizo público que **Joan Miró ocupará la presidencia de I+A de manera transitoria** hasta la Asamblea de I+A, en la que se elegirá al nuevo candidato. Pepe Martínez, por otra parte, seguirá colaborando en otras áreas de la asociación.

aneimo aedemo



La segunda parte del Encuentro tuvo como protagonistas a representantes de empresas usuarias de investigación de los más diversos sectores:

ANA GARCÍA BLANCO.

IKEA. Country Customer and Consumer Insights Manager.

ROSA MARTÍNEZ PEREA.

MAPFRE ESPAÑA. Subdirectora de la Dirección de Clientes.

ROBERTO SAINZ PASTOR.

GRUPO NUEVA PESCANOVA. Corporate Head of Strategic Insights & Analytics.

TELLO VILLARRUBIA AGUILAR.

DUFREY GROUP. Head of Global Customer Insights.

Todos refrendaron que “es necesaria la unión de fuerzas de ambas asociaciones” (Rosa Martínez) y ampliar el concepto de investigación: “las compañías están manteniendo la inversión en investigación tradicional y duplicando la inversión en el apartado de insights” (Ana García Blanco) ya que “nadie sabe dónde están las fronteras de la investigación” (Joan Miró).

Asimismo, los ponentes de la mesa estuvieron de acuerdo en pedir rapidez, flexibilidad y disrupción a las empresas de investigación de mercados. Y por supuesto, en colocar a la persona en el medio, ya que como dijo Pepe Martínez “hemos pasado a hablar de consumidores a hablar de personas”.

Este Encuentro también es el marco elegido para presentar los datos del sector de la investigación de mercados en España y globales. Son, sin duda, épocas de #transformación para el sector, pero la necesidad de más y mejor investigación es evidente. Así lo demuestran los datos mundiales publicados por ESOMAR en los que verifican que el sector se expande en su conjunto un 6,2%, con una calma aparente en la investigación “tradicional” (-0,3%) y una explosión en las nuevas formas de investigación (10,3%).

PUEDES VER EL VÍDEO RESUMEN DEL EVENTO AQUÍ

**ACCEDE A MÁS INFORMACIÓN SOBRE INSIGHTS + ANALYTICS ESPAÑA EN:
www.ia-espana.es**



Pepe Martínez y Joan Miró, presidentes de Aneimo y Aedemo respectivamente, durante el XI Encuentro.



Los ponentes de la mesa redonda con Lidia Sanz, moderadora del XI Encuentro y Directora General de Anunciantes.



Lidia Sanz, Pepe Martínez (Aneimo) y Joan Miró (Aedemo) durante el "Café con los Presidentes", en el que se presentó la imagen



Joan Miró, Presidente transitorio de la nueva asociación I+A España



Un momento de la mesa redonda, que tuvo lugar en el XI Encuentro.



Algunas imágenes del XI Encuentro, celebrado en el COAM de Madrid.



Qué es INSIGHTS + ANALYTICS ESPAÑA:

I+A es la nueva asociación que integra Aneimo y Aedemo. La ambición de I+A es ampliar el enfoque tradicional 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. La nueva asociación pretende dar voz a todos sus socios, que serán 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.es

Qué es AEDEMO:

AEDEMO es la Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión, que agrupa a los Profesionales cuya actividad se desarrolla en estas áreas. Cerca de 800 profesionales forman parte de la Asociación. El objetivo fundamental de AEDEMO es potenciar el crecimiento del sector, promoviendo la difusión y control de las técnicas empleadas en la Investigación, impulsando el conocimiento y activando los puntos de encuentro entre los profesionales.

MÁS INFORMACIÓN: www.aedemo.es

Qué es ANEIMO:

ANEIMO es la Asociación de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión. Agrupa las empresas más importantes en investigación de mercados; actualmente sus empresas asociadas representan el 60% del volumen de negocio del sector. ANEIMO trabaja en promover el desarrollo de sus socios, asegurar que cada trabajo se realiza siguiendo los más altos estándares de calidad y velar por el respeto de los códigos de ética profesional. En ANEIMO creemos firmemente que la investigación de calidad genera conocimiento y por lo tanto genera directamente resultados positivos sobre el negocio de los clientes.

MÁS INFORMACIÓN: www.aneimo.com

Contacto prensa:

Smart Media Solutions

Teresa Osma / tosma@smartm.es

C/ Tutor, 11 1ªA. 28008 Madrid. Tel.: 91 7584872