

NOTA DE PRENSA

Un año más, tuvo lugar el mayor encuentro anual del market research. Profesionales, representantes de empresas de investigación y de usuarios, personal docente y medios profesionales se dieron cita en el:

EL XIII ENCUENTRO: LA INVESTIGACIÓN A ANÁLISIS



24 de octubre de 2022

El pasado jueves 20 de octubre tuvo lugar el **XIII Encuentro: La investigación a análisis** en el Auditorio El Beatriz de Madrid. Bajo el claim “un sector en movimiento”, más de 120 profesionales asistieron a la mayor cita anual de los profesionales de market research y data analytics, convocada por Insights + Analytics España con la participación de ESOMAR. Por primera vez además se retransmitió de forma complementaria vía streaming.

Teresa Lomas, Vocal Representante del Capítulo de Clientes de la Junta Directiva de I+A, actuó como hilo conductor del evento, que comenzó con la bienvenida por parte de Antonio Lechón, Presidente de Insights + Analytics España, que detalló las actividades de la asociación -que este año 2022 se

NOTA DE PRENSA

han visto multiplicadas- y transmitió la intención de la asociación de incrementarlas aún más, con la colaboración de todos.

David Atanet Gómez, Vocal de Transformación, Nuevos Actores y Estadísticas de la Industria (Junta Directiva de I+A) y Luis Pistoni (Representante de ESOMAR en España) presentaron **“El sector en datos, dentro y fuera de nuestras fronteras”**. Tras el parón que supuso la pandemia por covid-19 en el año 2020, no solo para la industria de la investigación de mercados sino para la actividad global, **2021 presenta unas cifras optimistas con un crecimiento de 2 dígitos a nivel mundial** que nos muestra la luz al final del túnel, a pesar del efecto de la inflación. Todos los datos presentados están disponibles en www.ia-espana.org.

A continuación, **Miguel Sebastián, economista, profesor universitario y político español**, intervino como ponente invitado con la presentación “Perspectivas económicas en tiempos de incertidumbre”. Sebastián hizo un repaso a la situación económica mundial y española, abarcando temas de actualidad como la previsión de una nueva crisis: **“Incluso los pesimistas no ven que la potencial crisis sea tan grave como la de 2008”**, los altos precios de la energía: “El horizonte va a ser muy diferente para los países exportadores y los importadores de energía” o la inflación: “algunos nos resistimos a pensar que la tasa de inflación sea del 5'6% el año que viene, cifra estimada según datos del Banco de España”.

Tras las intervenciones, se sirvió una copa de vino español en la que los asistentes realizaron networking.

Este Encuentro ha sido posible gracias a la participación de ESOMAR y a la colaboración de Análisis e Investigación, Dynata, GFK, Ipsos, Kantar, More Than Research, ODEC y We Are Testers.





Antonio Lechón, Presidente de I+A, durante la bienvenida.



Teresa Lomas, Vocal del Capítulo de Clientes de Insights + Analytics España.



David Atanet, Vocal de la Junta Directiva de I+A, y Luis Pistoni, Representante de ESOMAR en España, durante su ponencia "El sector en datos, dentro y fuera de nuestras fronteras".



Miguel Sebastián, economista, profesor universitario y político español, en su intervención "Perspectivas económicas en tiempos de incertidumbre"



Algunos miembros de la Junta Directiva de I+A. De izquierda a derecha: Antonio Lechón, Carles Manteca, Teresa Lomas, Irene Canales, Jesús García de Madariaga, Julia Sizova, Josep Montserrat, Javier Resurrección y David Atanet. Ausentes en la fotografía: Ricardo Cuéllar y David Alameda.

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

Qué es ESOMAR:

ESOMAR es la organización internacional que tiene como objetivo mejorar la investigación de mercados, consumidores y países. Con más de 5.000 miembros a lo largo de 100 países, ESOMAR promueve el valor de la investigación de mercados y estudios de opinión, resaltando los temas de verdadero interés para una toma de decisiones eficaz.

MÁS INFORMACIÓN: www.esomar.org

Insights + Analytics España:



INSIGHTS + ANALYTICS ESPAÑA

C/Ferraz 35, 3º dcha.
28008 Madrid
Tel: 91 330 07 19
secretaria@ia-espana.org
www.ia-espana.org

Contacto de prensa:



SMART MEDIA SOLUTIONS
Teresa Osma - tosma@smartm.es
C/Luis Muriel 12 - 3D
28002 Madrid
Tel: 91 758 48 72 / 615 88 34 59
www.smartm.es