

## III ENCUENTRO: LA INVESTIGACIÓN A ANÁLISIS

Madrid, 30 de septiembre de 2011

Representantes de empresas del sector de la investigación de mercados y empresas usuarias, se dan cita en el III ENCUENTRO: LA INVESTIGACIÓN A ANÁLISIS, organizado conjuntamente por AEDEMO, ANEIMO Y ESOMAR.

**Daniel Cuende, representante de ESOMAR en España** presentó los principales datos de mercado de la investigación en todo el mundo y España de 2010 y previsiones para el 2011. Asimismo, compartió con la audiencia las principales demandas expuestas por clientes usuarios de investigación en el último congreso de ESOMAR celebrado en Amsterdam recientemente y que se resumen en estos 4 puntos:

- **Inmediatez.** Los mercados son cada vez más complejos y cambiantes y necesitan que la investigación se adapte a esta premura.
- **Insights que impacten directamente en el negocio,** que realmente “sirvan” para el negocio.
- **Flexibilidad.** Se entiende la investigación como una agregación de conocimiento, por lo que se espera de las empresas de investigación que utilicen todas las herramientas disponibles y nuevas fuentes.
- **Capacidad para transmitir las conclusiones esenciales.**

A continuación, **Lluís Fatjó-Vilas**, Presidente de ANEIMO, dio a conocer las cifras de negocio para 2010 de las empresas asociadas (ver doc. adjunto).

Finalmente, **José Carlos Gutiérrez**, Presidente de AEDEMO, dio la palabra al invitado especial de la jornada, **Emilio Duró**, quien aportó su personal teoría sobre el optimismo. Duró hizo hincapié en la influencia que tiene sobre el éxito profesional la actitud que se adopte frente a la vida.

La jornada reunió a 150 profesionales y tuvo lugar el viernes 30 de septiembre en La Casa Encendida (Obra Social Caja Madrid).



*Todos los ponentes del Encuentro. De izquierda a derecha:  
Lluís Fatjó-Vilas, Presidente de ANEIMO  
José Carlos Gutiérrez, Presidente de AEDEMO  
Emilio Duró, ponente y conferenciante  
Daniel Cuende, Representante de ESOMAR en España*





*Emilio Duró durante su exposición*



### 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. Más de 1000 profesionales forman parte de la Asociación. El objetivo fundamental de AEDEMO es la difusión y control de las técnicas empleadas en la Investigación Comercial.

MÁS INFORMACIÓN: [www.aedemo.es](http://www.aedemo.es)

### Qué es ANEIMO:

ANEIMO es la Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública. Actualmente acoge a 17 empresas que representan un 60% del sector. Sus objetivos se centran en promover el desarrollo de sus socios y asegurarse de que cada trabajo se realice siguiendo los más altos estándares de calidad y respetando los códigos de ética profesional.

MÁS INFORMACIÓN: [www.aneimo.com](http://www.aneimo.com)

### 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](http://www.esomar.org)



Smart Media Solutions

Teresa Osma

[tosma@smartm.es](mailto:tosma@smartm.es)

C/ Tutor, 11 1ªA. 28008 Madrid.

Tel.: 91 7584872 – Fax: 91 5415783