

Jordi Hidalgo (Aedemo): 'Cualquier colección de números no es investigación', sobre redes sociales

[Array Imprimir Array](#)

Nahir Vallejos

31/01/14

14:12

Periodistas del sector se han reunido hoy con directivos de la Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión para conocer el plan de actividades en 2014 y la nueva organización funcional. Entre las novedades se encuentran la apuesta por la comunicación, la creación de una gerencia, una secretaría y una 'Vocalía de Comunicación', además de la exención de IVA para socios durante este año. El presidente de Aedemo, Jordi Hidalgo, también ha dejado claro cuál es la principal amenaza para la investigación.



**Jordi Hidalgo** ha indicado que [Aedemo](#) lucha por demostrar que *'no todo vale y debemos no olvidar las reglas formales y teóricas de la investigación'*. Ha explicado que la principal amenaza para este objetivo deriva sobre todo del mal uso de las redes sociales en esta disciplina: *'la facilidad con la que todos compartimos todo, gratuitamente, se ha convertido en algo que se llama investigación'*.

El presidente ha señalado: *'Para nosotros cualquier colección de números no es investigación. Necesitamos que cuando el cliente pide una investigación el resultado responda a la realidad y que por tanto haya un aparataje sólido detrás. Y eso está a una cierta distancia del hecho de que cualquiera podemos obtener la información'*.

En la reunión **María Lizarraga**, gerente de la asociación, ha apuntado que el curso online más visto en la página web de Aedemo por sus asociados trata sobre ética y es consultado generalmente por anunciantes, *'que son quienes encargan un trabajo de investigación'*.

Sin embargo, **Javier Resurrección**, vicepresidente, ha matizado *'cuando hablamos de malas prácticas no tienen por qué ser malas prácticas intencionadas'*, sino de desconocimiento. Ha añadido que *'la información ya no se obtiene como antes'*, hay más datos y en offline el método está *'muy estudiado, mientras el big data no está tan estudiado porque es muy nuevo'*. De todas formas, el directivo ha afirmado que *'en 2013 la metodología online va a crecer bastante'*.

## **2014, una apuesta por la comunicación en Aedemo**

El presidente de la Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión ha señalado que *'la Junta está tratando de acercarse más a socios y periodistas'* para dar a conocer sus iniciativas y *'no ser una asociación que vive en otro tiempo y en otra galaxia'*.

Ya en 2013 Aedemo realizaba un *'lanzamiento decisivo a redes sociales'*, potenciando su [página web](#), cuenta de Twitter, un grupo abierto (no sólo para socios) en LinkedIn grupo y su blog.

La gerente de la organización, **María Lizarraga** enviará a prensa un calendario trimestral con las actividades y la apuesta por la comunicación y relación con periodistas también se materializará en la elaboración de un **clipping**: las noticias de los medios se alojarán en un apartado del site. Todos estos cambios sintetizan su razón de ser en una frase de **Lizarraga**: *'somos muy activos pero somos conscientes de que a nivel de comunicación no lo hemos hecho bien'*.

### **Nueva organización, iniciativas para socios y actividades**

Aedemo presenta en 2014 una *'nueva organización que busca aumentar la eficacia'*, ha apuntado **Hidalgo**, que ha explicado que a los cargos de presidente y vicepresidente ahora le siguen las nuevas figuras de gerencia y secretaría, creadas en septiembre. Además, a la estructura se suma una nueva Vocalía: la de 'Comunicación'.

En la última asamblea se han aprobado cuotas especiales para profesores y estudiantes y la asociación se encuentra buscando fórmulas que alcancen beneficios directos, *'ajustando los precios hacia socios'*, como la exención de IVA para éstos en 2014, una ventaja que beneficiará principalmente a los profesionales independientes, ha remarcado **María Lizarraga**.

Entre las actividades de este año, que se distribuyen en cerca de tres eventos al mes, se encuentran el **Seminario de Televisión** en La Coruña (12, 13 y 14 de febrero), la Asamblea General (27 de marzo), el encuentro de la industria con Aneimo (primera quincena de octubre), el Seminario Intermedia (primera quincena de noviembre), cursos, publicaciones y un directorio anual empresas de socios primera mayo.

**Jordi Hidalgo** ha apuntado respecto al [#DiscoveryDay](#), celebrado con IAB: 'nuestra intención es repetirlo porque tanto ellos como nosotros estamos contentos y sí lo incorporamos al plan'.

**Seguiremos informando...**

Seguir a @nahirvallejos

[< Anterior](#)

[Siguiente >](#)