

18 de junio 2013, MADRID, Palacio de Longoria

# EL IMPACTO DE LOS SOCIAL MEDIA EN EL CONSUMIDOR Y EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Las actitudes y comportamientos de los consumidores se ven altamente influidos por los nuevos medios digitales y específicamente por los medios sociales. Nadie diría hoy lo contrario. Pero ¿en qué sentido se está produciendo dicha influencia? ¿Se han modificado los procesos de búsqueda y selección de información? ¿Qué tipo de cambios observamos en los comportamientos de compra? ¿Qué diferencias existen según distintos tipos de productos y servicios?

También nos preguntamos sobre cuál es el rol que están jugando los medios digitales frente a los medios tradicionales, para qué utilizamos cada uno de ellos, cuál es la convivencia de ambas realidades y qué impacto tienen en las relaciones con el consumidor y finalmente en el negocio de fabricantes.

Vamos a hablar de todo esto: las tendencias que se producen en la red y cómo afectan al marketing; cómo podemos utilizar la red y los medios sociales para la investigación de mercados; qué nuevos grupos de consumidores y nuevas formas de consumo están apareciendo; cómo podemos integrar ambos mundos en la investigación; cuáles son las nuevas delimitaciones entre lo público y lo privado...

Esta 20ª Jornada organizada por la Asociación de Marketing de España y Aedemo resultará de interés a todos los profesionales del marketing y de la investigación de mercados que piensen que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están cambiando el paradigma del mercado.

## Programa

9:00 h.  
**Recepción de asistentes**

9:15 h.  
**Bienvenida y Presentación del Acto**  
Pedro Aguilar, Vicepresidente de la Asociación de Marketing de España  
Jordi Hidalgo, Presidente de Aedemo  
Cecilia Denis, Gerente de Tatum Consulting Group y Coordinadora de la Jornada.

9:30 h.  
The Cocktail Analysis y Zenith Media:  
**Aprendizajes sobre redes sociales, marcas y consumidor**  
Eduardo Madinaveitia. Director General Técnico at Zenith Media  
Felipe Romero. Socio-Director, The Cocktail Analysis

10:00 h.  
GfK  
**Muéstrame dónde navegas, de qué hablas y te diré cómo eres...**  
David Atanet. Head of Digital Market Intelligence

10:30 h.  
Millward Brown  
**Nuevo panorama de medios: expectativas del consumidor**  
Adolfo Fernández, Client Service Director Madrid Office

11:00 h.  
**Coffee break**

11:30 h.  
MetrixLab  
**Facebook, ¿hay alguien ahí?**  
Ricardo Cuéllar. Managing Director

12:00 h.  
IPSOS  
**El Nuevo mundo multipantalla: comprendiendo la conducta del consumidor sus implicaciones.**  
Eva López. Directora de Servicio al cliente de Ipsos ASI.

12:30 h.  
**Mesa redonda: ¿Las redes sociales están modificando el comportamiento del consumidor? / ¿De qué forma está impactando los Social Media en los consumidores?**  
Cristina Rodríguez de Sancho, Gerente Investigación en Mercados de Telefónica  
Daniel Bajo Lema, Consumer Insight Manager en Heineken.  
Luis Javier Ruiz, Director de Contenidos y Gestión de Campañas del Grupo Banco Popular.  
Ángel Álvarez Mateos, Head of Social Media en Havas  
Modera: Cecilia Denis.

13:30 h.  
**Cierre y cocktail**

Patrocina:



Colabora:



Organiza