



35 *Especial*
Aniversario

aedemo 
asociación española de estudios
de mercado, marketing y opinión

¿Qué está pasando?



Felicidades

desde 1979 *125 números*
Juntos



construimos soluciones

Captura de información
Tratamiento de datos
Soluciones informáticas



Aedemo se constituyó como asociación de los profesionales de investigación comercial y social en 1969. En 1979 apareció el primer número de Investigación y Marketing, dirigido por Gloria Batista. (pie de pag. Ver Entrevista a Gloria Batista, pág. 88.

Lo mejor que se puede decir de nuestra revista es que pese a los cambios de personas que la han dirigido y de miembros de los comités editoriales, sigue fiel a sus tres misiones: dar a la a conocer las últimas técnicas de investigación a los profesionales que las aplican, servir de plataforma para que la profesión de investigadores de mercados y opinión muestre a la sociedad española lo que puede aportar para su conocimiento sobre sí misma y ser el vehículo de comunicación de Aedemo.

I&M siempre ha tenido vocación de vanguardia. Si monográficos como Crisis1 o Crisis2 o todos los especiales sobre sondeos electorales radiografiaban el presente, otros se adelantaban a su tiempo como Mercado, Medio ambiente y Opinión pública.

También hemos tenido el gran privilegio de contar con maestros como Jesús Ibáñez, Alfonso Ortí o Ángel de Lucas.

Este monográfico de Investigación y Marketing, que coincide con sus 35 años, pretende mostrar algunas de las cosas que el sector de investigación sabe sobre la sociedad española. Pocas profesiones como la nuestra para en contacto con la realidad y captar los primeros síntomas de cambio de dirección.

Tras siete años de tensión acumulada y cronificación de los problemas, la sociedad española parece poseída por una irresistible pulsión de cambio. En este número se agrupan artículos de muchos autores en los que se acumula lo aprendido en estos años turbulentos. Se trata de definir, entre todos, hacia dónde se dirige la sociedad española. Vivimos un tiempo confuso en el que las tensiones se acumulan: crece la desigualdad; hay síntomas que muestran que parte de la sociedad española parece quedarse atrás; se adivina que para los supervivientes de la crisis las cosas pueden ir bien, pero se intuye que a la mayoría le esperan años de deterioro de su posición social. Un temor difuso se ha apoderado de la sociedad. Quizá la mejor contribución que el sector de investigación social y comercial puede hacer en este momento es esclarecer, precisamente, ¿Qué está pasando?

- 03 **Presentación**
Consejo Editorial
- 06 **La sociedad y la política. Las bases sociales de un seísmo político**
José Antonio Gómez Yáñez
- 16 **Análisis regional del impacto de la crisis económica**
Pedro Chasco y Beatriz Sánchez
- 22 **El sector financiero en la encrucijada: ¿hacia la tormenta perfecta?**
Santiago de la Asunción
- 24 **35 años en publicidad**
Eduardo Madinaveita
- 30 **Actualidad y actualización. La perenne renovación significativa del universo de la moda**
Clara Ortí
- 38 **Lo bello no era la libertad, sino el liberarse**
Ángel G. Llamas
- 42 **¿Qué está pasando con el consumo?**
Antonio Imedio
- 50 **El nuevo paradigma de la marca y la reputación corporativas**
Ángel Alloza
- 56 **Un selfie de la Cataluña actual**
Marcel Cirera
- 60 **Entender los cambios para seguir cambiando**
Ricardo Torres

BITS

- 66 **¿Cuáles son hitos en investigación de su agencia y sobre qué ideas se asientan sus propuestas de futuro?**
- 74 **La publicidad en internet necesita indicadores**
Jesús Pascual
- 78 **Situación actual y perspectivas de sector de la investigación de mercados**
Vicente Castellanos
- 82 **Presente y futuro de nuestra industria**
Carlos Hidalgo
- 84 **¿Qué está pasando en Aedemo?**
Xavier Moraño y Sandra Órsola

ENTREVISTA

- 88 **Gloria Batista, directora de Investigación & Marketing**
Juanjo Ibáñez

LIBRO

- 93 **El producto en la tienda**
Yolanda Yustas

OPINIÓN

- 94 **Desde el Ébola hasta la meteorología**
Marcel Cirera
- 96 **Algo se mueve: viejas herramientas para nuevos paradigmas**
Fernando Santiago
- 98 **Acelerar para ganar**
José María Cuende

staff

• **Director:** Juanjo Ibáñez jibanez@aedemo.es • **Presidente del Consejo Editorial:** José Antonio Gómez Yáñez, profesor de la Universidad Carlos III • **Vocal de Publicaciones:** Joan Miró, Director Netquest Iberia • **Consejo Editorial:** Ángel Alloza, director general de Corporate Excellence (Centre for Reputation Leadership) / Inmaculada Aragón, gerente de estrategia de mercados para Colombia y Perú en Cemex / Marcel Cirera, director Metaforo Action Research / Miguel Cervantes, profesor de Marketing e ITM de la Universidad de León / Pedro Chasco, director del área de Economía Espacial del Instituto Klein (UAM) / Juan Pedro Galiano, jefe de gabinete de Responsabilidad Social y Marca de Adif / Mónica Gómez, profesora titular de la UAM / Andrés González Llamas, Insighter manager / Germán Loewe, socio director de Netquest / Mariano Maqueda, director de Punto de Fuga / Matilde Fernández-Cid, profesora de la Universidad Complutense de Madrid / Xavier Moraño, Head Specialist Quantitative en Target-Empirica / Juana Rubio, departamento de Publicidad y Marketing de la Universidad Nebrija de Madrid / Rafael Urbano, director general de YMEDIA / Juan Zarco, profesor contratado Doctor de la UAM • **La sociedad a través del cine:** Ignacio Castro, doctor en Filosofía • **Coordinación Revista I&M:** revistaaedemo@aedemo.es • **Secretaría AEDEMO y publicidad:** Secretaría Aedemo Tel. 91 330 07 19 aedemo@aedemo.es • **Dirección de arte y maquetación:** Javier Perea ideas@nicandwill.com • **Impresión:** Gráficas Iglesias Impresores / San Romualdo, 26 / 28037 Madrid / Tel. 91 754 44 75 / iglesias@agd.es

Depósito Legal: M-35944-1979 • ISSN: 1131-6144 • Incluida en el índice de revistas de prestigio científico reconocido, OM de 2-12-94, BOE 289 y la Resolución Ministerial de 6-11-96, BOE 280, elaborado por CENAI para el área de Ciencias Económicas y Empresariales. **EJEMPLAR GRATUITO.**

La revista *Investigación & Marketing* no se hace responsable de las opiniones vertidas por sus colaboradores.

Felicidades por 35 años en la vanguardia de la investigación.