



**JUNTOS  
CRECEMOS**

# Memoria

**AEDEMO 2018**

**50**  
ANIVERSARIO  
**aedemo**

1968 1969 1970 1971 1972 1973 1974 1975 1976 1977 1978 1979  
1980 1981 1982 1983 1984 1985 1986 1987 1988 1989 1990  
1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001  
2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012  
2013 2014 2015 2016 2017 **2018**

# ÍNDICE

Presentación	<b>03</b>
Conferencia Anual de Socios 2018	<b>04</b>
Área de Actividades	<b>11</b>
Área de Formación	<b>18</b>
Área de Valor al Socio	<b>22</b>
Área de Publicaciones	<b>24</b>
Área de Comunicación	<b>27</b>
Relaciones con otras asociaciones	<b>30</b>
Servicios	<b>33</b>
Resultados económicos 2018	<b>36</b>

# Presentación

Estimados socios,

Un año más, volvemos a presentar la memoria de actividades de AEDEMO. Este año, lo hacemos después de haber celebrado 50 años de existencia de nuestra asociación, y de haber puesto algunas bases importantes para los próximos 50 años, con la consolidación de actividades actuales y con nuevas iniciativas que ofrecen nuevos recorridos a AEDEMO.

En un entorno tan complejo como el que estamos viviendo, la consolidación del Seminario de TV como el mayor evento del sector de investigación en España es una gran noticia. AEDEMO sigue siendo capaz de juntar a los principales jugadores del sector de la TV para debatir sus retos de futuro. Que sea así por muchos años más.

Por otra parte, las principales actividades históricas de AEDEMO (publicaciones, cursos de formación...) han continuado con buenos niveles de colaboración y aceptación.

AEDEMO sigue poniendo foco en la exploración de nuevos formatos de eventos que puedan aportar valor al sector. El evento de "La @" en el mundo de la investigación en temas digitales y el "AEDEMO Networks" como evento destinado a clientes finales de la industria son dos ejemplos de nuevos formatos que la asociación quiere impulsar con fuerza.

Quiero agradecer el trabajo de todas y cada una de las personas de los distintos comités que, siendo profesionales del sector, dedican un tiempo extra de su agenda a la asociación.

También quiero destacar la gran labor realizada por todos los miembros de la Junta Directiva y el equipo de Secretaría de AEDEMO, junto con los profesionales que desde hace muchos años vienen colaborando con nuestra asociación.

A todos, muchas gracias.

**Joan Miró**  
presidente  
de AEDEMO



1968 1969 1970 1971 1972 1973 1974 1975 1976 1977 1978 1979  
1980 1981 1982 1983 1984 1985 1986 1987 1988 1989 1990  
1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001  
2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012  
2013 2014 2015 2016 2017 **2018**

## Conferencia Anual de Socios 2018

La conferencia anual de socios 2018 de AEDEMO se celebró junto con la Fiesta del 50.º Aniversario, y tuvo lugar, en abril, en Madrid. Como es habitual, fue un agradable encuentro y, finalmente, se procedió a la entrega de los premios que anualmente convoca la asociación.



# Conferencia Anual de Socios 2018

Madrid, 12 de abril de 2018

La Asamblea General de Socios y la Fiesta del 50.º Aniversario de AEDEMO se celebraron, el 12 abril de 2018, en el Palacio de las Alhajas de Madrid.

Atendiendo al orden del día establecido, la asamblea, a la que asistieron 61 asociados, comenzó a las 19:30 h, de la mano de **Joan Miró**, quien propuso dar lectura y aprobación del acta de la 49ª Asamblea de Socios y Memoria del año anterior, que previamente había sido facilitada a los socios por Internet, además de ser entregada a los asistentes.

Joan Miró, presidente de AEDEMO, hizo balance y comentó las principales áreas de actuación de las vocalías. En cuanto a la evolución del número de socios, este mantuvo la estabilidad de los últimos años y 2017 se cerró con 743 asociados.

En el **área de Actividades (César Chacón)** llevadas a cabo, una vez más se señaló el éxito que continúa teniendo el Seminario de TV Multipantalla, que es una de las principales referencias europeas del sector, debido a su larga trayectoria y a la calidad de sus ponentes. También se aprovechó para felicitar por su labor tanto al coordinador, **Luis Pistoni**, como al comité organizador, formado por **Pablo Alonso, José Manuel Eleta, Jordi Hidalgo** y **José María Moix**.

También se destacó La @ de AEDEMO, que desarrolló su tercera edición en 2017 y se consideró que el cambio de fecha había resultado positivo. Además, se destacó que este seminario se encuentra en fase de crecimiento y el



presidente agradeció el esfuerzo del comité organizador, formado por **Jaime Agulló, Fernando Carrión, Virginia Frías** y **Eduardo Madinaveitia**.

Además, se hizo mención a otras actividades desarrolladas en 2017, como el coloquio *Esomar Big Data World*, las jornadas *Las marcas en la era de la post-verdad*, *La nueva regulación de datos con Aneimo* y *La mujer en la investigación* y el Encuentro de la Investigación.

En el **área de Comunicación (Yolanda Marugán)**, se implementaron mejoras en la comunicación por correo electrónico, se creó una base de datos de medios especializados y se resaltó el especial cuidado de la identidad corporativa.

En el **área de Formación (Miguel Cervantes)**, se enfatizó que se habían desarrollado más actividades de las que previamente estaban estipuladas y se hizo balance de los cursos presenciales realizados en 2017. Asimismo, se hizo hincapié en la formación *on line* que se imparte a través de los webinars.

En el **área de Publicaciones (Xavier Moraño)**, se siguió trabajando con la revista *leM* (trimestral) y con el boletín *Al Día* (mensual). Además se renovó el consejo editorial y se integró a nuevos miembros, que se comprometieron en la mejora de la revista.





En el **área de Relaciones Externas (Javier Abella)**, Joan Miró destacó la formalización de un acuerdo con Esomar, la participación en la entrega del Premio Madison de Investigación y en el XXIX Congreso Internacional de Marketing Aemark, la renovación de acuerdos con Esade, EAE Business School y la Universidad de Barcelona y la presencia como jurado en los X Premios de Marketing de Asturias.

En el **área de Valor al Socio (Ángel Javier Nuez)**, se destacaron el estudio de satisfacción al socio 2017 y la colaboración con la Universidad de Málaga y con un estudio de la UOC para investigación móvil en el sector.

Joan Miró también hizo una mención especial a la labor del Comité de Ética de AEDEMO, que trabajó en la traducción del nuevo código ICC/Esomar 2018 y colaboró en el nuevo Código Tipo de Protección de Datos, en iniciativa conjunta con Aneimo.

Una vez repasadas las actuaciones de 2017, en sustitución del vicepresidente, tomó la palabra el secretario, **Miguel Cervantes**, quien expuso los datos económicos. La cuenta de Pérdidas y Ganancias dejó un saldo positivo de 19.000 euros, mientras que los resultados económicos mostraron unos ingresos de 248.258 euros y unos gastos de 229.379 euros. Ambas líneas estaban por debajo de lo presupuestado, y la justificación del menor importe de los ingresos se basó en que se habían desarrollado más actividades y en que algunas de estas eran gratuitas para llegar a más socios.

Después de la explicación detallada, se propuso la aprobación del Balance y Cuentas de Resultados, que se aprobó por unanimidad. Posteriormente, el secretario expuso que, por indicación de la asesoría, era recomendable compensar resultados negativos de ejercicios anteriores con reservas. Este cambio reflejaría mejor el estado financiero de la asociación y no supondría modificación en los fondos propios de esta. Los socios presentes aprobaron esta medida por unanimidad.

La intervención sobre los aspectos económicos finalizó con el informe de los auditores, que en 2017 fueron **María Lizarraga y Daniel Obeso**, a quienes se agradeció su trabajo. Ambos destacaron que las cuentas de la asociación reflejan adecuadamente su situación económica y patrimonial e hicieron las siguientes apreciaciones:

- ▶ Se mantiene la notable y continua mejora de la gestión económica de la asociación, señalada ya en los informes de años anteriores.
- ▶ Resalta el incremento en generación de ingresos por cuotas de asociados.
- ▶ Un ejercicio más, destaca la gestión económica del Seminario de TV, que continúa siendo el principal pilar de los resultados de la asociación. Se debe resaltar el riesgo que este hecho constituye, y la necesidad de continuar la vigilancia de ingresos y gastos de las otras actividades.



- ▶ Señalar que los resultados presentados en el ejercicio 2017 observan cuidadosamente la recomendación realizada en el informe 2016 de fomentar nuevas actividades de la asociación, con el fin de no mantener recursos financieros ociosos.
- ▶ Invitar a continuar en la búsqueda de fuentes de financiación adicionales, bien mediante la colaboración y modelos win-win que permitan compartir costes, generar mayor presencia de la asociación en medios de comunicación, publicaciones, foros de relevancia, universidades y escuelas de negocio y/o centros de formación donde se impartan cursos y programas afines al sector, así como atraer interés para la posterior captación de nuevos socios (profesionales en activo, o futuros, del sector).
- ▶ Se recomienda seguir con la labor activa de relaciones externas y, especialmente, en la conversión inversa de los acuerdos firmados y vigentes con escuelas de negocio (así como otras de interés), de tal manera que se aplique durante el primer año una cuota de socio bonificada, a modo de prueba durante un año.



Tras el repaso del año anterior, el presidente realizó una exposición de los objetivos previstos para 2018.

Se informó de que se estaba valorando revitalizar las actividades conjuntas con otras asociaciones y también organizar eventos con clientes finales para impulsar el ámbito de acción con los anunciantes.



En cuanto al proceso de desarrollo digital de AEDEMO, se explicó que se está implementando una nueva web, en la que se busca actualizar la identidad gráfica, acorde con los nuevos valores y vincularla con el CRM de secretaría. Asimismo, se quiere mejorar la comunicación con los medios especializados y con los socios y explorar nuevos canales.

Sobre la formación, se destacó el compromiso por seguir ofreciendo cursos competitivos y de calidad, atendiendo a las necesidades de los socios.

En el apartado de publicaciones, se anunció que se está estudiando digitalizar la revista y buscando un modelo que encaje con las necesidades de la asociación.

Asimismo, el presidente expuso que, junto con Aneimo, se está valorando la posibilidad de fusionar ambas asociaciones o crear una nueva que acoja tanto a los profesionales como a empresas del sector. Para ello, se ha creado un grupo de trabajo, llamado A+A, que lidera **Julio Vidosa** y formado por miembros de ambas asociaciones.

En cuanto a las cuotas de socios, la junta directiva propuso mantener su importe, decisión que fue aprobada por unanimidad.

Una vez fijadas las cuotas, el secretario presentó la propuesta del presupuesto para 2018, que sigue la línea de los ingresos y gastos de 2017 y aumenta el importe en la parte de actividades para mejorar la satisfacción de los socios. La propuesta fue aprobada por unanimidad.

Seguidamente, se procedió al nombramiento de auditores para 2018. El presidente agradeció el trabajo realizado por **María Lizarraga** y **Daniel Obeso** con relación al Informe de revisión de los estados contables de la Asociación del ejercicio 2017. Además, continuando con la política tradicional de relevo, se mantuvo a Daniel Obeso y se presentó a **Joan Casas Esteve**.

En el turno de debate, ruegos y preguntas, el presidente planteó incluir como punto del día el cambio de domicilio social a la calle de Alberto Bosch, 13, 4ª planta, 28014 Madrid, con la finalidad de que el domicilio social, el domicilio fiscal y la secretaría estén en el mismo lugar. La asamblea dio el visto bueno a incluirlo y, posteriormente, aprobó por unanimidad el cambio de domicilio.

También se indicó la problemática existente a la hora de operar con las domiciliaciones de las cuotas, dado que no existía suficiente crédito bancario con BBVA. Desde BBVA, se solicitó ampliar la póliza de cobertura para negociación de documentos y créditos comerciales. La asamblea lo aprobó por unanimidad y autorizó al presidente a realizar los trámites, incluida la firma de documentos públicos.

Por último, Daniel Obeso pidió más información sobre los cursos In Company. Miguel Cervantes respondió y explicó que en 2017 se impartió un curso de 12 horas, a petición de Atresmedia, y que para 2018 había peticiones de cursos a medida.

La Asamblea General de Socios dio paso a la Fiesta del 50º aniversario, que contó con la presencia de 175 socios que compartieron esa fecha tan especial. AEDEMO sirvió un cóctel buffet, que acompañó a una velada llena de emoción y de recuerdo, con discursos y la proyección de fotografías de personas y momentos cruciales en la historia de la asociación. **Kantar** ofreció música en directo y un *corner* con un cortador de jamón que causó sensación.

Como es habitual, durante la fiesta se procedió a la entrega de las insignias de oro y de los premios AEDEMO 2018, entregados por **María López, Miguel Ángel Fontán, Gloria Batista y Xavier Morano**.



Las Insignias de Oro AEDEMO se otorgan a todos aquellos que tienen una antigüedad de 20 años como socios, y en esta edición les correspondió a **José Luis Somoza González, Daniel Cuende Alonso, Rosa Dalet Lozano, Javier Fernández Ballester, José Pablo Ferrándiz Magaña, Rosa Fierres Giménez, Andrés González Llamas, Eva González Ordóñez, Basilia Mayoral Correjero, Rosa Pascual Moguel, Eva Portela Blanco, Rocío Rubio Rabaneque y Manuel Villa Riera**.

Para finalizar la fiesta, Joan Miró proclamó al nuevo vocal de la junta directiva, elegido a través de los votos de los socios. El candidato resultante fue **Miguel Cervantes**, quien renovó por un período de dos años, quedando la junta directiva formada por:

Presidente: **Joan Miró Borrás**

Vicepresidente: **David Atanet Gómez**

Vocales: **Javier Abella Guerrero, Miguel Cervantes Blanco, César Chacón Sánchez, Yolanda Marugán Calvo, Xavier Morano Ferrer y Ángel Javier Nuez Espallargas**.



La fiesta finalizó con la entrega de unos obsequios conmemorativos del 50 aniversario y quien lo deseó pudo continuar, hasta la madrugada, con barra libre ofrecida por **Odec**. Gracias a la encuesta realizada por **Netquest**, AEDEMO pudo evaluar posteriormente el alto grado de satisfacción de los socios en el evento.

## premios



El **XXII Premio Junior de Investigación** fue para el trabajo de investigación *¿Test de concepto o test de producto? Estudio de la intención de compra de un nuevo vino*, de **Alba García Milon** (Universidad de La Rioja). El jurado estuvo formado por Gerónimo Laseca, Montserrat Martín, Joan Sabaté, Yolanda Marugán y Miguel Cervantes. El galardón incluye la inscripción durante un año en una de las actividades que organiza AEDEMO (por valor de 600 euros), la publicación de un resumen del trabajo en la revista *I&M* y la inscripción como socio de pleno derecho durante 2018.



La ganadora del **Premio AEDEMO al Mejor Expediente de Grado en Marketing e Investigación de Mercados** fue **Marina Sánchez Marcos**, graduada por la Universitat Oberta de Catalunya. El galardón incluye la inscripción gratuita durante un año como socio de pleno derecho de la asociación, con acceso a cursos y seminarios organizados exclusivamente por AEDEMO (por valor de 600 euros).



El **Premio Gloria Batista al Mejor Artículo de la revista Investigación y Marketing** de 2017 fue para **Gemma Muñoz**, por su artículo *Avanzar en analítica digital*, publicado en el número 136, de septiembre de 2017. El jurado estuvo formado por Inmaculada Aragón, Miguel Cervantes, Andrés González Llamas, Carles Manteca, Eduardo Madinaveitia, Margarita Ollero, Felipe Romero, Juana Rubio-Romero, Ramón Prats, Ángel Nuez y Maite Saeg. El galardón incluye 600 euros en metálico, asistencia gratuita a La @ de AEDEMO y a dos cursos de la asociación, publicación del artículo en la revista *Research World* de Esomar, una entrevista en el boletín *Al Día* y una estancia de dos noches en hoteles Meliá, por cortesía de Viajes El Corte Inglés.



**AEDEMO** agradece a todos los patrocinadores su participación en la **conferencia anual de socios 2018**

**KANTAR**

**netquest**

**ODEC**

*your data partner*

**Bilendi**

**ESTUDIO SILVIA ROCA**

**imop insights**

**KANTAR HEALTH+**

**KANTAR MEDIA**

**KANTAR MILWARD BROWN**

**KANTAR TNS.**

**KANTAR WORLD PANEL**

**Toluna**  
In touch with people

**Cint**  
insights connected

**DYM**

**GfK**

**Intercampo**

**Ipsos**

**VIAJES El Corte Inglés**

1968 1969 1970 1971 1972 1973 1974 1975 1976 1977 1978 1979  
1980 1981 1982 1983 1984 1985 1986 1987 1988 1989 1990  
1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001  
2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012  
2013 2014 2015 2016 2017 **2018**

## Área de Actividades

Esta área, liderada por **César Chacón**, propone y supervisa la organización de todos los seminarios, jornadas, tertulias, foros y otros eventos organizados por la asociación con el objetivo de facilitar el acercamiento entre los socios, activar los puntos de encuentro y el debate entre la profesión.



# Seminario de TV

Granada, 14, 15 y 16 de febrero de 2018

La 34ª edición del Seminario de Televisión Multipantalla de AEDEMO se celebró en Granada, por tercera vez en su historia, y reunió a 350 profesionales, con una importante presencia de agencias de medios, institutos y cadenas de televisión. Este seminario de AEDEMO es imprescindible para tomarle el pulso al mercado televisivo en España y se ha convertido en el mayor encuentro europeo sobre televisión, debido a su larga trayectoria, a la calidad de sus ponentes y a la alta participación cada año.

La coordinación corrió a cargo de **Luis Pistoni** (director comercial de ODEC), y el comité organizador estuvo compuesto por **Pablo Alonso** (consultor de comunicación), **José Manuel Elela** (director general de EC Research), **Jordi Hidalgo** (investigador-consultor) y **José María Moix** (director de Antena y Marketing de Atresmedia Radio).

En total, fueron tres días intensos, en los que la medición fue uno de los temas centrales, pero también la primacía de la televisión en cuanto a su eficacia, el cambio en el modo de consumir los contenidos audiovisuales, la competencia de las OTT respecto a la televisión tradicional o el requerimiento, por parte de los anunciantes, de que la innovación llegue a las fórmulas comerciales de las cadenas.

El seminario comenzó, el miércoles 14 de febrero, con *La importancia de medir la realidad de la TV*. Esta mesa coloquio, que se celebró con la colaboración de **Ooyala**, estuvo moderada por **Jordi Guix** (consultor externo Marketing, Comunicación & Insights) y contó con la participación de **Francisco José Asensi** (director de Innovación en Contenidos y Negocios

Digitales. Tarkinia), **José Manuel Úbeda-Portugués** (responsable de Audimetría e Investigación de Contenidos. Telefónica Audiovisual), **Ignacio Gómez** (director de Análisis y Nuevos Proyectos. RTVE) y **José Antonio del Sag** (director de Estrategias y Antena. Canal Sur Radio y Televisión).

Al finalizar, **Publiespaña** dio un cóctel-cena de bienvenida y, posteriormente, **Viacom** ofreció una consumición.



Al día siguiente, antes del comienzo de la jornada, se celebró un espectáculo de bienvenida, con la colaboración de **Kantar Media**, y tuvo lugar la Presentación Jóvenes Talentos, en la que colaboró **Research Now - SSI**. El Seminario de Televisión de AEDEMO se dividió en cuatro sesiones y 14 ponencias que se distribuyeron de la siguiente forma:

## Sesión 1:

*Moderador:* **Jordi Hidalgo**.

*Participantes:* **David Atanet** (Digital Manager. GFK), **Irene Cuezua** (Head of Value Added Services. GFK), **Fernando Alonso** (Head. Annalect), **Luis Fernando Ruiz** (Insights & Intelligence Director. Omnicom Media Group) y **Josep Cerezo** (TV Panel Director. Kantar Media).



Posteriormente, se desarrolló un coloquio y hubo un *coffee break*, con la colaboración de **Group IMD**

### Sesión 2:

Moderador: **Pablo Alonso**.

Participantes: **Sergio Rodríguez** (consultor asociado. Punto de Fuga), **Javier Andrés** (director de Marketing. Atresmedia Publicidad), **Javier Herreros** (director. Tres14 Research), **Orlando Gutiérrez** (director de Marketing Operativo. Publiespaña), **Pilar Granados** (directora general. CIMEC), **Alfonso Salafanra** (director de Data Science. DBI) y **Raquel Ortega** (Manager Data Science. DBI)



Al finalizar, se produjo un coloquio. Después de la sesión 2, se ofreció un almuerzo, con la colaboración de **comScore**.



### Sesión 3:

Moderador: **José Manuel Eleta**.

Participantes: **Mercedes Blánquez** (jefe de Servicios Comerciales y Nuevos Negocios de Publicidad. Telefónica Audiovisual Digital), **Rafael Llopis** (director de Estrategia Área Publicidad. Movistar+), **Montserrat Guillén** (catedrática de Métodos Cuantitativos para la Economía y La Empresa. Universidad de Barcelona), **Javier Muñoz** (socio. IKI Media), **Luca Morpurgo** (Senior Regional Director Southern Europe. FreeWheel), **Víctor Solís** (Senior Manager. FreeWheel España) y **María López** (Research Director. MSIX).

Después de esta sesión, hubo un coloquio. Posteriormente, se celebró una cena, que contó con la colaboración de **Canal Sur Radio y Televisión**. Además, **Adstream** ofreció a una consumición.

#### Sesión 4:

Moderador: **José María Moix**.

Participantes: **Mayte González** (Media Sector Director. Kantar Worldpanel), **Víctor Manuel Huertas** (socio director. Método Helmer), **Ramón Santiago** (director de Cuentas. Método Helmer) y **Antonio Pérez** (director de Investigación. Ymedia).

Al terminar, hubo un coloquio y un *coffee break*.



Como colofón, el viernes 16 de febrero, después de la Sesión 4, se celebró la **mesa redonda QLED + 4K + HDMI + HDR + SMARTTV + MPEG4 + OTT +... = 625 líneas = Televisión**, moderada por **Juan y Medio**, presentador de televisión. En ella, participaron **Ramón Cambor** (director de Magazines. RTVE), **Ramón Campos** (productor ejecutivo. Bambú Producciones), **Ana Castro** (Media Connections Director Western Europe. Coca-Cola), **Arancha Écija** (directora de Ficción. Mediaset España), **Carlos Fernández** (director de Contenidos. Atresmedia), **Miguel Ángel García** (socio consultor. Transparent Media Consulting) y **Fernando Jerez** (director de #0 y Producción Propia para Movistar+. Telefónica Audiovisual Digital).

Al finalizar, se hizo entrega del Premio AEDEMO a la Mejor Ponencia y del Premio Aneimo a la Ponencia más Innovadora. Además, hubo un cóctel de despedida.



#### Premios

En esta edición, el **Premio AEDEMO a la Mejor Ponencia** del seminario fue para *El efecto multipantalla*, de **Antonio Pérez** (director de Investigación. Ymedia).

El **Premio Aneimo a la Ponencia más Innovadora** fue para *METRAC: La publicidad en el tráfico a concesionarios*, de **Javier Andrés** (director de Marketing. Atresmedia Publicidad) y **Javier Herreros** (director. Tres14 Research).

#### Patrocinadores

Los patrocinadores de esta edición del Seminario de Televisión de AEDEMO fueron **Ooyala, Publiespaña, Viacom, Kantar Media, Group IMD, comScore, Canal Sur Radio y Televisión, Adstream, FreeWheel, Research Now – SSI** y el **Ayuntamiento de Granada**.



# La @ de AEDEMO

Madrid, 7 y 8 de junio de 2018

La cuarta edición de La @ de AEDEMO se celebró en la Sala Truss de Madrid y sirvió para acercarse a algunos desarrollos que desde la investigación se realizan para profundizar en el conocimiento del comportamiento de los consumidores en el entorno digital. Asimismo, fue el marco adecuado para saber de la existencia de nuevas herramientas, experiencias e iniciativas que resultan inspiradoras.

Estas jornadas, organizadas por AEDEMO, contaron con **ComScore** como patrocinador y con **Anuncios** como medio colaborador. El coordinador fue **Jaime Agulló** y el comité del programa estuvo formado por **Fernando Carrión**, **Virginia Frías** y **Eduardo Madinaveitia**.

La @ de AEDEMO está destinada a acercar la investigación de mercados al mundo digital. A través de cinco bloques y 20 ponencias, se trataron temas donde los datos, la tecnología, la investigación, las herramientas, los medios, la emoción... fueron protagonistas.

## Los datos

Contó con las ponencias: *GDPR: ¿todavía con dudas? Itinerario de cumplimiento*, de **Paula Ortiz** (directora jurídica y de Relaciones Institucionales. IAB Spain); *¿Cómo podrá afectar la cuarta revolución industrial a la industria del MR?*, de **María López** (CEO. Bitbrain); *Big data: ¿ángel o demonio?*, de **Ruth Bareño** (directora comercial. Captify); y *Search + AI = Bing, Intelligent search*, de **Carlos de la Puente** (Lead of consumer Audience Marketing Europe. Microsoft).



## Las producciones

Se expusieron las siguientes ponencias: *¿Centrando la estrategia en tu cliente? Conoce las bases para una estrategia relacional exitosa sin riesgos*, de **José Alberto Fernández** (Growth Manager. Genetsis Solutions); *El futuro del Data Driven Marketing: un apasionante viaje*, de **Pablo Morales** (Sales Director. Datorama); *Gracias RGPD por hacernos más fácil la medición del consumo digital*, de **Rosario Borrego** (Research and Product Director. NPeople) y **David Sánchez** (CEO. NPeople); y *Medición de usuarios digitales, publicidad y data leakage*, de **Diego Semprún** (director Suroeste Europa. Webtrekk).

## Las explotaciones

Este bloque estuvo formado por *Contenidos Inteligentes y la personalización de los mensajes*, de **Andrehyna Caringella** (director general. Cranium); *Análisis de la audiencia social en Twitter*, de **Luis Manuel Fernández** (investigador. Universidad CEU San Pablo) y **Marisa Wic** (CMO. Oraquo); *Amazon around the world*, de **Rebeca Carrasco** (directora digital. Mindshare) y **Cristina Viúdez** (Partner Business Planning. Mindshare); y *La importancia del Equity de marca en el momento de la verdad*, de **Lluís Casas** (Client Director. Kantar Millward Brown).



### Las marcas

En este bloque, se expusieron: *Digital, un partner eficiente en el crecimiento de las marcas de gran consumo*, de **Mayte González** (Media Sector Director. Kantar Worldpanel) y **Luna Alamillo** (Senior Client Executive Media. Kantar Worldpanel); *El reto de conectar con audiencias digitales no nativas en Internet. Cómo el marketing de contenidos y acciones de CRM pueden ayudarte*, de **Íñigo Zúñiga** (socio y director general. Códigomedia) y **Almudena Fraga** (Digital Marketing Manager Retail. Essity); *Los retos de la publicidad digital en España: medición, benchmarking y brand safety*, de **Giancarlo Giansante** (CEO & Cofounder. Adjinn) y **César Alonso** (jefe de Medios Digitales y Marketing Programático. Telefónica); y *Ballet Nacional de España también necesita Marketing*, de **Antonio Najarro** (director. Ballet Nacional de España) y **Azucena Huidobro**. Asistente de Dirección. Ballet Nacional de España).



### La publicidad

El último de los bloques estuvo formado por *Investigación: ¿para conocer o para aprender?*, de **Antonio Arizón** (director de Servicios al Cliente. Zenith); TVOD, de **María Ángeles Pedraza** (jefa de Investigación. Publiespaña) y **Juan Graña** (CEO. Neurologyca); *Mixing magic & logic in digital advertisement*, de **Pablo Galiana** (Industry Director. Teads); y *Metamorfosis del Medio Exterior*, de **Eduardo Sagüés** (director de Marketing e Innovación. Clear Channel España).



# AEDEMO Networks

21 y 22 de noviembre, en Alcalá de Henares (Madrid)



La primera edición de AEDEMO Networks se celebró en el Parador de Alcalá de Henares y sirvió para impulsar las relaciones comerciales entre los proveedores de servicios de investigación y marketing con los clientes de dichos servicios.



La dinámica del evento consistió en generar conversaciones en sesiones plenarias y one to one. En las primeras, los proveedores de investigación que patrocinaron el evento tuvieron la oportunidad de mostrar servicios que pudieran ser interesantes para los clientes invitados. En las sesiones *one to one*, proveedores y clientes disponían de un tiempo de 15 minutos para tener un encuentro cercano y privado.



AEDEMO Networks contó con las ponencias *Nuevas tecnologías aplicadas a investigación*, de **Joaquim Bretcha** (Esomar Council Member), y *Turning Insights into action*, de **Tom de Ruyck** (Managing Partner at InSites Consulting) y con la mesa redonda *Retos de la profesión*. Además, los dos almuerzos y la cena programados también sirvieron como punto de encuentro y para que los participantes intercambiaran ideas y opiniones.

1968 1969 1970 1971 1972 1973 1974 1975 1976 1977 1978 1979  
1980 1981 1982 1983 1984 1985 1986 1987 1988 1989 1990  
1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001  
2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012  
2013 2014 2015 2016 2017 **2018**

## Área de Formación

El Área de Formación estuvo guiada durante 2018 por **Miguel Cervantes**. Su objetivo es apoyar el crecimiento profesional a través de la formación y se ocupa del diseño y dirección de los cursos organizados por la asociación.



# Área de Formación

## **Curso Herramientas en la investigación en redes sociales y otros medios digitales**

**7 de marzo de 2018, en Madrid**  
**9 de octubre de 2018, en Barcelona**

**Xavier Morano**, director de Empirica Influentials & Research, y **Francisco Javier Melero Cano**, Social Media & Digital Intelligence Consultant, impartieron este curso, cuyo objetivo fue que los participantes mejoraran sus conocimientos sobre la utilización de aplicaciones de observación y análisis de datos y contenidos de redes sociales.

## **Curso Cualitativo digital desde la perspectiva internacional**

**14 de marzo de 2018, en Barcelona**

Este curso, eminentemente práctico, transmitió los aprendizajes necesarios para conocer las metodologías, áreas de aplicación y oportunidades del cualitativo digital. Contó con la participación de 13 alumnos y fue impartido por **Silvia Iranzo Ferrandis**, directora & consultora en In Market Research.

## **Curso Behavioral Economics**

**21 de marzo de 2018, en Madrid**

**Dimitri Schmitow**, director y socio fundador de Sumar Research, explicó los retos de la economía del comportamiento en los estudios de mercado y cómo afrontarlos. Además, los 12 alumnos participantes contaron con ejemplos y ejercicios prácticos que permitían aplicar herramientas clave de esta disciplina.

## **Curso Storytelling para la comunicación de la investigación social y de mercados**

**18 de abril de 2018, en Madrid**

**Fernando Santiago**, creativo en Comunica-acción, y **Luis Miguel Barral**, cofundador de Two Much Research Studio, explicaron la importancia del *storytelling* y las herramientas que este proporciona para hacer más efectiva la comunicación que se establece entre el cliente, el investigador y el público. Contó con 32 asistentes.

## **Curso Visualización de datos**

**29 de mayo de 2018, en Madrid**

En este curso, al que asistieron 57 alumnos, **Alejandro Pérez Martín**, BI & Strategic Insight Data Analyst, mostró cómo practicar con herramientas que mejoren la presentación de datos y aporten valor a los resultados de investigación.



## Curso Semiología aplicada en la investigación social y de mercado

23 de octubre de 2018, en Madrid

**Juvenal García**, consultor y asesor en comunicación, explicó cómo la semiología es imprescindible para la investigación cualitativa y es una disciplina capaz de dar valor a los datos deshumanizados del *big data*, además de servir de base para el análisis de los contenidos generados por los usuarios en las redes sociales.

## Curso R para el análisis de encuestas

25, 29 y 30 de octubre de 2018, en Madrid

**José Ignacio Casas**, socio fundador de Jomial Research & Consultants, impartió este curso práctico para familiarizar a los profesionales de la investigación de mercados con el lenguaje R, que está creciendo considerablemente en el ámbito del análisis de bases de datos y encuestas sociales y de mercado.

## Curso Los paneles online de consumidores

27 de noviembre de 2018, en Barcelona

En este curso, **Oriol Llauradó**, Panel Care Director y DPO en Netquest, mostró cómo gestionar proyectos basados en paneles *online* y detalló a los participantes lo que deben saber cuando van a lanzar un proyecto de estas características: métodos de reclutamiento, representatividad de los paneles, políticas de privacidad, políticas de calidad y detección del fraude...

## Webinar Cursos

Dentro del programa Webinar Cursos, que se puso en marcha en 2012, AEDEMO imparte cursos *online* desarrollados en una o varias jornadas. En 2018, se ha incrementado la oferta en cursos, y se realizaron los siguientes:

### ¿Necesito R?

29 de enero de 2018

**José Ignacio Casas**, sociólogo y socio fundador de Jomial Research & Consultants, explicó a un total de 59 inscritos, lo que aporta R (lenguaje de programación libre de análisis estadístico) a la investigación social de mercados.

### El efecto multipantalla

4 de abril de 2018

Este webinar presentó *El efecto multipantalla*, que recibió el Premio a la Mejor Ponencia del Seminario de TV 2018. Su autor, **Antonio Pérez**, director de Investigación en Ymedia, expuso las conclusiones del primer estudio sobre consumo multipantalla realizado en España.

### Drivers y frenos en KPI's y métricas digitales

9 de julio de 2018

**César Candal**, Digital Director Investment & Activation en Omnicom Media Group Spain, expuso una visión global de las métricas que se pueden extraer del entorno digital y explicó los diferentes tipos de dispositivos, disciplinas, formatos y datos existentes.

### Plataformas y tecnologías digitales en el proceso de medición y compra de campañas de marketing online para mejorar la eficacia de las decisiones en medios digitales

22 de octubre de 2018

El ponente **César Candal**, Digital Director Investment & Activation en Omnicom Media Group Spain, explicó que, para poder obtener mejores resultados en entornos digitales, no es suficiente con conocer las disciplinas, tipo de formatos, dispositivos e incluso las métricas, sino que es necesario profundizar en el ecosistema digital y en las diferentes plataformas tecnológicas que intervienen en el proceso de medición y de compra en medios digitales.

### **Modelos de atribución y contribución en el análisis de resultados de campañas de marketing digital**

**3 de diciembre de 2018**

**César Candal**, Digital Director Investment & Activation en Omnicom Media Group Spain, explicó cómo los modelos de atribución y contribución permiten conocer la efectividad de la campaña en términos de conversión y recoger información útil para las siguientes activaciones. Además, se mostraron casos reales para que los participantes vieran sus utilidades.

### **Tecnologías asociadas a la Transformación Digital "sin dolor"**

**10 y 11 de diciembre de 2018**

**Jaime Martel Romero-Valdespino**, Transformación Digital, Data Science y Big Data, fue el encargado de explicar los aspectos y tecnologías a tener en cuenta para adaptarse al nuevo contexto digital.

## **Becas para cursos organizados exclusivamente por AEDEMO**

La Junta Directiva aprobó la concesión de una serie de becas para la asistencia a cursos organizados exclusivamente por AEDEMO. Se otorgan hasta un total de 6 becas por curso, repartidas entre los siguientes grupos: 2 becas para socios desempleados, 2 becas para socios junior y 2 becas para estudiantes desempleados. La beca consiste en una bonificación de un 50% del precio total de la matrícula. La aprobación de las becas está supeditada a las características de cada curso.

Para poder acceder a una beca es necesario:

1. Ser socio de AEDEMO.
2. Pertenecer a uno de los grupos propuestos (en el caso de los socios desempleados y los estudiantes desempleados deben acreditar su situación).
3. Enviar el boletín de solicitud a la Secretaría de la asociación que está disponible en la web [www.aedemo.es](http://www.aedemo.es)
4. La aprobación de las becas está supeditada a las características de cada curso.

Los requisitos en los que la Junta Directiva se basa para la adjudicación de las becas son:

- Socios desempleados y socios junior:  
Orden de recepción de solicitudes.
- Estudiantes desempleados:  
Expediente académico.

1968 1969 1970 1971 1972 1973 1974 1975 1976 1977 1978 1979  
1980 1981 1982 1983 1984 1985 1986 1987 1988 1989 1990  
1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001  
2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012  
2013 2014 2015 2016 2017 **2018**

## Área de Valor al Socio

Esta área, coordinada por **Ángel Javier Nuez**, se encarga de llevar a cabo el seguimiento de las necesidades y satisfacción de los asociados. Además, se ocupa de difundir informaciones profesionales de interés a través de las conferencias webinar y la asamblea.



# Área de Valor al Socio

## Webinar Conferencias

Además de los cursos impartidos *online*, AEDEMO está ofreciendo una serie de conferencias gratuitas y exclusivas para los socios, que permiten participar en ellas sin presencia física.

Para los que no puedan seguirlas en el momento, también están disponibles en la web de AEDEMO para ser visualizadas posteriormente.

### 12 de noviembre de 2018

Tema: #Esomar Congress 2018

**Raúl Gordo**, Custom Research Director en Omnicom Media Group, explicó cuáles fueron los aspectos más destacados de Esomar Congress 2018, celebrado en Berlín y considerado como uno de los eventos internacionales más importantes del sector.

## Bolsas de ayuda Esomar

La bolsa de ayuda Esomar del segundo semestre de 2018 fue adjudicada a uno de los socios para que participara en el congreso que se celebró en Berlín. AEDEMO apuesta por la participación de profesionales españoles en foros internacionales, tanto con ponencias como con su asistencia.

## CRM

Durante 2018, se está desarrollando un nuevo CRM, junto con la renovación de la web de la asociación para mejorar la gestión y atención de los socios.

## Servicios al Socio

AEDEMO ofrece a sus socios una serie de servicios y ventajas entre los que destacan:

- ▶ **Suscripción gratuita** a la revista trimestral *Investigación y Marketing*; *Directorio AEDEMO*, con información de todos los profesionales asociados; y boletín electrónico mensual *Al Día*, con todas las noticias de interés.
- ▶ **Actualización continua de datos** de los asociados y empresas en las que trabajan. La relación de empresas está actualizada en la web [www.aedemo.es](http://www.aedemo.es)
- ▶ **Publicación de ofertas de empleo**, a través de [www.aedemo.es](http://www.aedemo.es), @aedemo\_oficial, Grupo Aedemo en LinkedIn y [www.aedemo.es/blog](http://www.aedemo.es/blog)
- ▶ Potenciación de **networking** a través de encuentros profesionales organizados por AEDEMO o junto con otras asociaciones.
- ▶ **En formación, se ofrecen tarifas reducidas** para los asociados en todas las actividades y cursos que se desarrollan desde AEDEMO.
- ▶ Acceso libre a las **conferencias webinar** exclusivas para socios y otros eventos.
- ▶ Servicio del **Comité de Ética** para resolver aquellas dudas correspondientes a los códigos éticos y de procedimiento de la profesión.
- ▶ **Acuerdos y descuentos** con otras asociaciones, escuelas y universidades. Entre otras, están los programas educativos impartidos por Esade Business School-Executive Education y AEA Business School, actividades de Aimfa (Agrupación de Investigación y Marketing Farmacéutico), servicios de Legálitas, Mapfre y seguros médicos de Adeslas.

Para ampliar información sobre los servicios, puede consultar en [www.aedemo.es](http://www.aedemo.es)

1968 1969 1970 1971 1972 1973 1974 1975 1976 1977 1978 1979  
1980 1981 1982 1983 1984 1985 1986 1987 1988 1989 1990  
1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001  
2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012  
2013 2014 2015 2016 2017 **2018**

## Área de Publicaciones

Esta área, dirigida por **Xavier Morano**, se ocupa de coordinar las diferentes publicaciones digitales y en papel que se realizan desde AEDEMO.



# Publicaciones

El Área de Publicaciones se encarga de la gestión de las publicaciones editadas por AEDEMO.

## Revista Investigación y Marketing

En 2018, la revista *Investigación y Marketing (I&M)* comenzó el año con un número especial dedicado al 50 aniversario de AEDEMO, que se publicó para la Asamblea celebrada en abril. Contó con una parte en la que referentes nacionales e internacionales comentaron los retos que tiene por delante el sector, y otra con reflexiones sobre la historia de AEDEMO, de la mano de Ginés Garrido, Joan S. Alós, Carlos Clavero, Julio Vidosa, Luis Pistoni, Maite Rodríguez, José Carlos Rodríguez, Jordi Hidalgo, Joan Miró, Begoña Gómez, María Sánchez del Corral, Pepe Martínez, Carlos Lozano, David Torrejón y Rafael Urbano.

El resto de los números profundizaron en temas específicos. Los cuatro números editados en 2018 fueron:

- ▶ **Núm. 138, abril**  
Especial 50 aniversario.
- ▶ **Núm. 139, julio**  
Investigación y tecnología.
- ▶ **Núm. 140, septiembre**  
Creatividad en la era del dato.
- ▶ **Núm. 141, diciembre**  
Cómo se relacionan los nuevos modelos de negocio y la investigación.

En la página web de AEDEMO se mantienen los números editados, de forma que pueden consultarse todos sus artículos. Periódicamente, se publican en el blog de AEDEMO, que permite comentar a los socios los artículos y análisis publicados. **Maite Sang** coordina la revista, y la contratación de la publicidad se mantiene desde la Secretaría de la asociación.



## Boletín mensual *Al Día*

El boletín *Al Día* tiene como objetivo informar a los socios de todas las noticias de actualidad y novedades dentro del sector de la investigación, el marketing, la comunicación y las tendencias sociales.

Se editó mensualmente, a excepción del mes de agosto. La coordinación corrió a cargo de **Maite Sáez**, y estuvo patrocinado por **Odec**.



## Directorio 2018

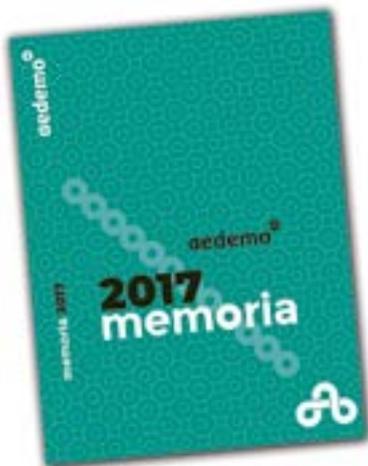
En febrero, se editó el *Directorio AEDEMO 2018* con información sobre todos los socios y empresas representadas.

AEDEMO quiere agradecer a todas las empresas que colaboraron con publicidad en este directorio.



## Memoria 2017

La Memoria 2017, como ya se viene haciendo en los últimos años, se realizó en versión digital y se envió a todos los socios previamente a la celebración de la 50.ª Asamblea General Ordinaria de Socios, lugar donde se repartieron ejemplares en papel. La redacción y la edición fueron elaboradas por **Grupo AGD**.



## Informe *¿Qué imagen tienen los españoles de España?*

AEDEMO, en colaboración con **Netquest** y **The Cocktail Analysis**, elaboró un proyecto con el objetivo de devolver parte de lo que los ciudadanos españoles dan cada vez que hacen una encuesta, mediante un estudio con información sobre la imagen que la sociedad española tiene sobre sí misma. Coincidiendo con el envío de la revista de diciembre, se incluyó un ejemplar de este informe para el conocimiento de los socios.



1968 1969 1970 1971 1972 1973 1974 1975 1976 1977 1978 1979  
1980 1981 1982 1983 1984 1985 1986 1987 1988 1989 1990  
1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001  
2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012  
2013 2014 2015 2016 2017 **2018**

## Área de Comunicación

Esta área, coordinada por **Yolanda Marugán Calvo**, se ocupa de la definición de los planes de comunicación de la asociación y su activación a través de los diferentes elementos que promueven la interacción de AEDEMO con sus asociados.



# Comunicación

La comunicación de la asociación mantiene su actividad centrándose en tres ejes:

- ▶ **Comunicación directa con el socio:** Se asientan las mejoras iniciadas el año anterior, basadas en nuevos formatos de visualización de los contenidos para captar la atención del socio y en una mayor frecuencia de comunicados.
- ▶ **Página web:** Tras un intenso trabajo de coordinación en la migración de los contenidos para que estén disponibles en la nueva web, esta se presenta con un objetivo marcado: mejorar la simplicidad y usabilidad.
- ▶ **Redes Sociales:** Seguimos activando contenidos de interés para los asociados a través del Blog, Twitter y LinkedIn. Mejoramos el seguimiento de los eventos y crece la cobertura de AedemoTV.

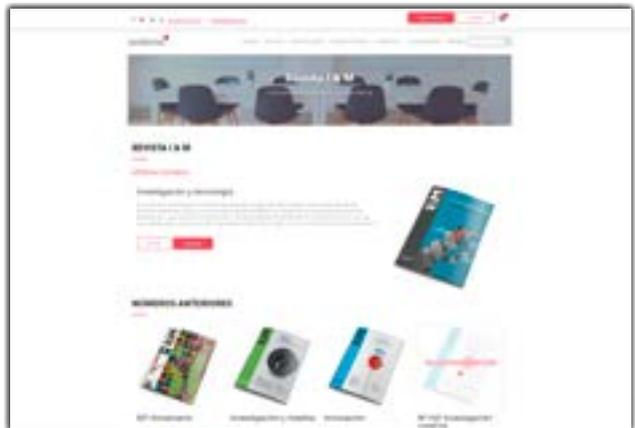
## Página web

AEDEMO cuenta con su web [www.aedemo.es](http://www.aedemo.es), donde puede accederse a diversa información sobre la asociación, consultarse las distintas publicaciones (revista, boletín *Al Día*, guías, estudios...); ver el histórico de seminarios, cursos y webinar, información sobre el Comité de Ética, premios, becas...

Además de las secciones disponibles al público en general, a través del área de socios se pueden consultar las actas de las juntas directivas, las publicaciones editadas, bolsa de empleo, colaboradores, etc.

Durante 2018, se ha estado trabajando en una nueva versión web que se estrena en 2019. Esta nueva web pretende mejorar su usabilidad con una estructura sencilla, que da prioridad a lo esencial y reduce la carga cognitiva ante las búsquedas.

Es una web muy visual, con navegación intuitiva que reduce la fricción, ahorra tiempo y permite al usuario conseguir su objetivo en un número limitado de pasos.



## Publicaciones editadas por AEDEMO durante 2018

Durante el año 2018, AEDEMO colgó las ponencias de los seminarios en la página web de la asociación, restringiendo la entrada únicamente a los asistentes a la actividad en cuestión, a través de una clave personal de acceso.

## Redes Sociales

AEDEMO es consciente de la importancia que tienen las redes sociales como forma de comunicación y de interacción con los socios. A finales de 2012, desarrolló dentro del Área de Comunicación su presencia en redes digitales. En la actualidad, cuenta con un grupo en LinkedIn, un blog abierto a la profesión y está presente en Twitter con el objetivo de activar y difundir su presencia.

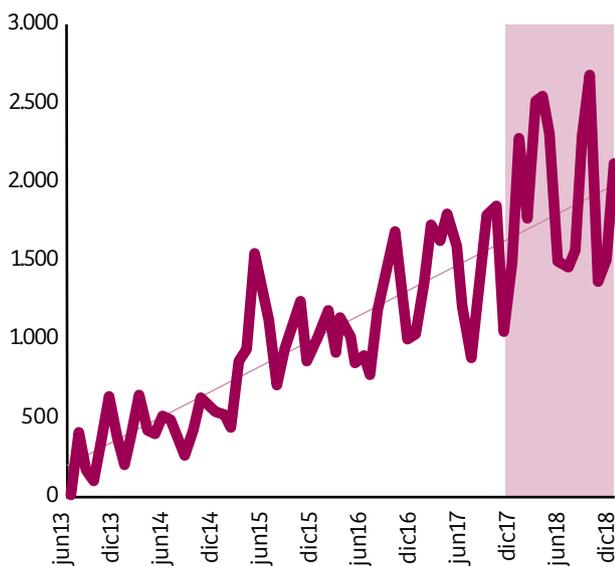
## Evolución del Blog

[www.aedemo.es/blog](http://www.aedemo.es/blog)

La actividad del blog de AEDEMO ha elevado considerablemente el número de visitas. A lo largo de 2018, recibió 24.860 visitas, un 40% más que en 2017. Con la estacionalidad habitual, a lo largo del año, en el conjunto, el blog mantiene la línea creciente de visitas, logrando en 2018 sus máximos históricos.

Los temas más demandados han sido los referentes al *software* estadístico, las nuevas tecnologías de investigación y los movimientos sociales en el complejo panorama electoral, temas que año tras año están entre los más buscados.

### Entradas al blog desde su creación



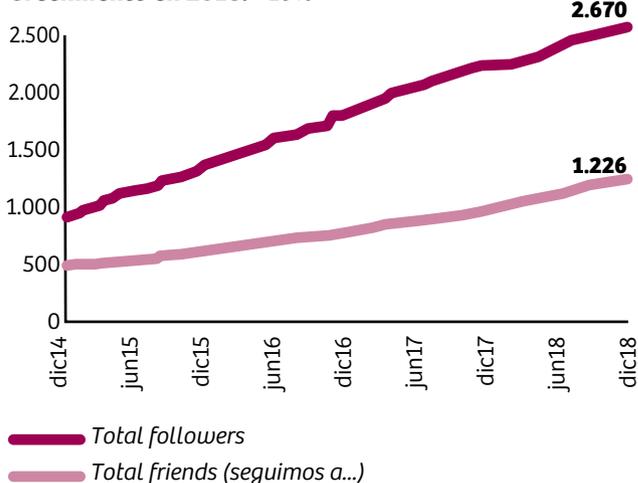
## Evolución de Twitter y LinkedIn

@aedemo\_oficial

[www.linkedin.com/company/aedemo](http://www.linkedin.com/company/aedemo)

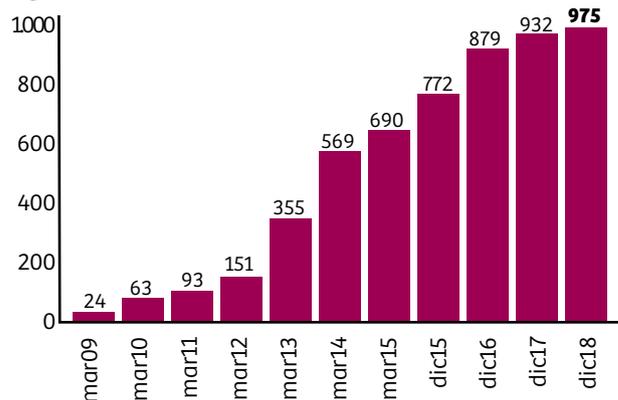
En diciembre de 2018, AEDEMO llegó en Twitter a los 2.670 seguidores, con un ratio *followers/friends* de 2,18.

### Crecimiento en 2018: +16%



En 2018, el grupo de LinkedIn creció en 43 personas, que supone un crecimiento del 5%, alcanzando los 975 miembros, más que socios tiene AEDEMO.

### Seguidores LinkedIn



1968 1969 1970 1971 1972 1973 1974 1975 1976 1977 1978 1979  
1980 1981 1982 1983 1984 1985 1986 1987 1988 1989 1990  
1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001  
2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012  
2013 2014 2015 2016 2017 **2018**

## Relaciones con otras asociaciones

Coordinado por **Javier Abella**, AEDEMO ha llevado a cabo, en colaboración con otras asociaciones, diversos actos e iniciativas: encuentros, congresos, estudios... que han ayudado a fomentar las relaciones entre organizaciones.



# Relaciones con otras asociaciones

Las relaciones con otras entidades buscan compartir intereses comunes e intercambio de información, hallar posibles vías de financiación mediante el acceso a ayudas institucionales y prestar más servicios a los socios.

## Premios de Marketing de Asturias

**24 de mayo de 2018, en Gijón**

Un año más, AEDEMO estuvo representada por **Miguel Cervantes** como jurado en los XI Premios de Marketing de Asturias que se celebraron en Gijón. Anualmente, tienen lugar estos premios honoríficos a empresas y profesionales del marketing con residencia o centro de trabajo en Asturias, y en los que AEDEMO participa.



## ICORIA 2018

**21 al 23 de junio de 2018, en Valencia**

La Academia Europea de Publicidad escogió en 2018 la ciudad de Valencia para celebrar su 17th International Conference on Research in Advertising (ICORIA), en la que participaron 188 personas de 27 países.

## Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2018

**5 al 7 de septiembre de 2018, en Barcelona**



AEDEMO colaboró en la XXX edición del Congreso Internacional de Marketing, que se celebró en esta ocasión en Barcelona, en las instalaciones de la Casa de la Convalecencia de la UAB. En esta edición, participó **Joan Miró**, presidente de AEDEMO. Este congreso, de carácter académico y profesional, incorporó el término internacional en su título. Entre otras ponencias y artículos presentados, incluye el premio a mejor artículo de investigación en marketing.

## #Esomar Research Rally 2018

**5 de octubre de 2018, en Barcelona**

AEDEMO colaboró con #Esomar Research Rally 2018 de Barcelona. Fue un evento de un día, similar a los ya celebrados con éxito en otras ciudades del mundo, para poner en contacto a profesionales de la investigación y el análisis con *start up* locales que quieren mejorar su modelo de negocio, productos y servicios.



## X Encuentro La Investigación a Análisis

19 de octubre de 2018, en Madrid

El X Encuentro *La Investigación a Análisis* llevó por título “Innovar para crecer” y fue moderado por **José María Casero**, socio fundador y presidente no ejecutivo de Ymedia. El encuentro comenzó con una entrevista coloquio a los representantes de las asociaciones AEDEMO, Aneimo y Esomar: **David Atanet**, vicepresidente de AEDEMO; **Pepe Martínez**, presidente de Aneimo; y **Luis Pistoni**, representante de Esomar en España. Los tres comentaron las tendencias del sector y las expectativas existentes.

Posteriormente, se celebró una mesa redonda, que contó con la participación de **Margarita Ollero Ruiz**, directora general de Arena Media; **Santiago de la Asunción Larios**, Design Researcher en BBVA; **Teresa Lomas Morote**, responsable de Customer Insights de McDonald’s España; **Gerardo Laino Güelpa**, Head of Customer Experience de Liberty Seguros; y **Gemma Zaragoza Camero**, gerente de Investigación de Mercados y Competencia de Telefónica España.

## Sesiones sobre el RGPD

23 de octubre de 2018, en Barcelona

25 de octubre de 2018, en Madrid

Con motivo de la entrada plena en vigor, el 25 de mayo de 2018, del Reglamento Europeo de Protección de Datos de Carácter Personal (RGPD), Aneimo, Aimfa y AEDEMO convocaron dos sesiones informativas para resolver dudas al respecto y clarificar tanto los conceptos como la aplicación del RGPD. La primera tuvo lugar, el 23 de octubre, en Barcelona, y la segunda se celebró, el 25 de octubre, en Madrid.

## BigSurv18

25, 26 y 27 de octubre de 2018, en Barcelona

AEDEMO estuvo presente en el evento BigSurv18 Big Data Meets Survey Science, celebrado en Barcelona, del 25 al 27 de octubre, y cuyo tema principal fue *Exploring New Statistical Frontiers at the Intersection of Survey Science and Big Data*.

## Premio Madisonmk

12 de diciembre de 2018, en Valladolid

AEDEMO participó en la entrega del III Premio Madison de Investigación de Mercados, que tuvo lugar en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Valladolid. El objetivo de este galardón es el de promover el talento de los jóvenes investigadores.

## Código de conducta AEDEMO-Aneimo

AEDEMO y Aneimo han desarrollado su Código de Conducta, con la colaboración de **Pepe Aldudo** y del Comité de Ética de AEDEMO. Para implementar su cumplimiento y verificación, se ha creado el Comité de Supervisión y Seguimiento, que, además, puede asesorar sobre los aspectos en los que se observen deficiencias.

Este Comité de Supervisión y Seguimiento tiene representación de AEDEMO y Aneimo e incluye a una persona independiente de ambas asociaciones. La Junta Directiva ha aprobado que el representante de AEDEMO en el comité sea **Javier Abella**, y que Pepe Aldudo sea miembro independiente.

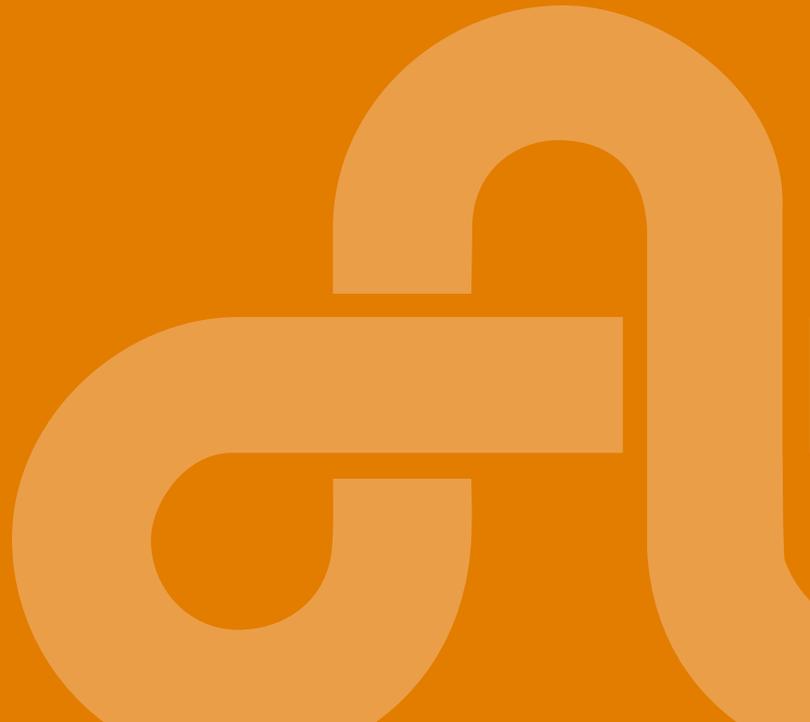
## Grupo AEDEMO + Aneimo

En 2018, se celebraron reuniones entre AEDEMO y Aneimo para trabajar sobre el proyecto de crear una nueva asociación que englobe los intereses de profesionales y empresas.

1968 1969 1970 1971 1972 1973 1974 1975 1976 1977 1978 1979  
1980 1981 1982 1983 1984 1985 1986 1987 1988 1989 1990  
1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001  
2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012  
2013 2014 2015 2016 2017 **2018**

## Servicios

A lo largo de 2018, las distintas áreas de AEDEMO siguieron desarrollando su actividad habitual para lograr el buen funcionamiento de la asociación y conseguir sus objetivos en cada uno de los campos en los que trabaja.



# Actividades

## Comité de Ética de AEDEMO

Para llevar a cabo su labor de atención a las consultas recibidas, el Comité de Ética de AEDEMO (CEA), se reunió físicamente en dos ocasiones en Barcelona y otra más en Madrid, durante 2018. Además, existe un permanente contacto telefónico y medios electrónicos. Durante este año se han atendido 14 consultas, la mayoría realizadas por investigadores. También se han ocupado de una intervención de oficio y han realizado 10 publicaciones sobre cuestiones éticas.

Han destacado las consultas sobre el nuevo *Código de conducta para el tratamiento de datos de carácter personal por organizaciones de Investigación de Mercado, Social, de la Opinión y del Análisis de Datos (CODIM)*, que ha sido elaborado junto con Aneimo, y que está disponible en la web de AEDEMO.

En cuanto al equipo del Comité de Ética, cabe destacar la baja de **José Vicente del Barco**, quien tras 21 años colaborando en el CEA, en junio cedió su puesto a **Oriol Llauradó**. **Idoia Portilla** continuó al frente de la Presidencia del Comité de Ética, y la función de vocales la desempeñaron **Juan Pablo Eslava**, **Jordi Guix**, **Pilar Pérez** y **Ramón Prats**, además de **José Vicente del Barco** y ahora **Oriol Llauradó**.

Puede seguirse el trabajo del CEA en la sección mensual del boletín *Al Día*, donde comentan casos y recomendaciones, además toda esta información está disponible en la sección del Comité de Ética de la web de AEDEMO.

## Reuniones de la Junta Directiva

14 de febrero	Acta nº 407
22 de marzo	Acta nº 408
12 de abril (asamblea)	Acta nº 409
9 de mayo	Acta nº 410
12 de junio	Acta nº 411
12 de julio	Acta nº 412
26 de septiembre	Acta nº 413
24 de octubre	Acta nº 414
22 de noviembre	Acta nº 415
17 de diciembre	Acta nº 416

## Auditoría

Los auditores correspondientes al año 2018 fueron **Joan Casas Esteve** y **Daniel Obeso**, quienes realizaron el correspondiente informe con sus valoraciones y sugerencias.



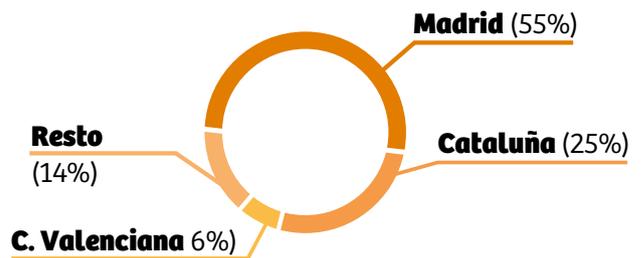
## Organización funcional de AEDEMO

Conforme al esquema organizativo puesto en marcha en junio de 2015, durante 2018 continuó la Secretaría de AEDEMO con la empresa Viajes EL Corte Inglés Congresos, que cuenta con una amplia experiencia en este sector asociativo y que viene prestando algunos servicios de apoyo organizativo a AEDEMO, entre ellos el Seminario TV Multipantalla. Durante el año 2018, en la Secretaría han continuado con las tareas de AEDEMO **Alexia Costal** y **María Matías**.

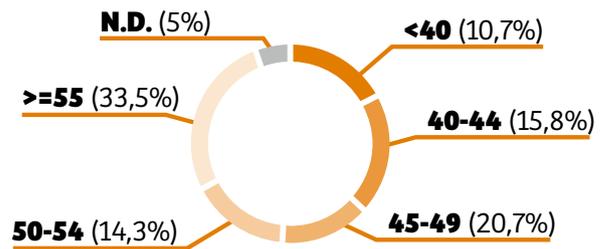
## Información sobre Los Socios

En 2018, se admitieron 63 nuevos socios de pleno derecho y se produjeron 58 bajas, por lo que la cifra efectiva de socios a final de año es de 761 socios.

Geográficamente, un 98,2% de los socios están en España, destacando más de la mitad en La Comunidad de Madrid.



En cuanto a edad, AEDEMO cuenta con socios entre los 24 y los 93 años (socios senior), siendo la media de edad de 52 años. Las franjas se distribuyen de la siguiente forma:



Los socios, un 80% con cargos con capacidad de decisión, están presentes en la mayoría de los principales sectores de la economía española: agencias de publicidad, agencias de medios, alimentación, artes gráficas, automoción, banca y finanzas, bebidas, belleza e higiene, centros de cálculo, construcción, consultoría, corporaciones, cultura y enseñanzas, deportes y tiempo libre, distribución y restauración, energía, exclusivistas de publicidad, hogar, institutos de investigación, Internet, medios de comunicación, organismos públicos, pharma-salud, redes de campo, telecomunicaciones, textil, transporte, viajes y turismo y universidades.

1968 1969 1970 1971 1972 1973 1974 1975 1976 1977 1978 1979  
1980 1981 1982 1983 1984 1985 1986 1987 1988 1989 1990  
1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001  
2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012  
2013 2014 2015 2016 2017 **2018**

## Resultados económicos 2018



# Resultados económicos 2018

RESUMEN DE RESULTADOS ECONÓMICOS 2010-2018 REALIZADO A 31 DE DICIEMBRE DE 2018		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
										Pto.	Cierre
EVOLUCIÓN DE INGRESOS Y GASTOS											
TOTAL	Ingresos	455	500	372	294	285	276	277	248	248	<b>279</b>
	Gastos	531	471	439	303	250	243	230	229	229	<b>294</b>
	Resultado	-76	29	-67	-9	35	33	47	19	19	<b>-15</b>
Ingresos y gastos ordinarios	Ingresos	125	134	112	93	87	92	86	88	88	<b>87</b>
	Gastos	293	206	200	150	111	96	75	76	76	<b>73</b>
	Resultado	-168	-72	-88	-56	-24	-4	12	12	12	<b>14</b>
Actividades	Ingresos	330	366	260	200	198	184	191	160	160	<b>192</b>
	Gastos	238	265	239	153	139	148	156	153	153	<b>221</b>
	Resultado	92	101	21	47	59	37	35	7	7	<b>-29</b>
Tesorería		191	199	121	102	173	248	283	288	307	<b>315</b>

Importes indicados en miles de euros

RESULTADOS ECONÓMICOS 2018 REALIZADO A 31 DE DICIEMBRE DE 2018	INGRESOS		GASTOS		RESULTADO	
	Presupuesto	Cierre 2018	Presupuesto	Cierre 2018	Presupuesto	Cierre 2018
TOTAL GASTOS ORDINARIOS	88.102	86.905	76.293	72.907	11.808	13.998
Área de Actividades	77.574	119.823	25.283	51.838	52.291	67.985
Área de Formación	27.713	12.928	19.029	19.785	8.683	-6.858
Área de Publicaciones	25.770	24.873	42.307	44.405	-16.537	-19.532
Área de Gestión de valor al socio	29.100	33.925	42.016	67.975	-12.916	-34.050
Área de Comunicación	0	0	22.414	32.915	-22.414	-32.915
Relaciones Externas	0	0	2.037	3.849	-2.037	-3.849
TOTAL ACTIVIDADES	160.156	191.549	153.086	220.768	7.070	-29.219
Total Gastos Ordinarios	88.102	86.905	76.293	72.907	11.808	13.998
Total Actividades	160.156	191.549	153.086	220.768	7.070	-29.219
TOTAL	248.259	278.454	229.379	293.674	18.879	-15.220

Importes indicados en euros



AEDEMO  
BALANCE DE SITUACIÓN A 31/12/2018

ACTIVO	
<b>A) ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>130.857,54</b>
I. Inmovilizado intangible	429,60
203. Propiedad industrial	3.695,04
206. Aplicaciones informáticas	1.482,00
280. Amort. acum. inmov. intangible	-4.747,44
II. Inmovilizado material	427,94
215. Otras Instalaciones	3.433,65
216. Mobiliario	139,78
217. Equipos para procesos de información	1.495,10
281. Amort. acum. inmov. material	-4.640,59
V. Inversiones financieras a largo plazo	130.000,00
258. Imposiciones a largo plazo	130.000,00
<b>B) ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>193.925,40</b>
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cob.	8.548,91
1. Clientes ventas y prestación de servicios	8.057,94
430. Clientes	8.057,94
436. Clientes de dudoso cobro	9.533,38
490. Deter. valor credit. op. comer.	-9.533,38
2. Deudores varios	490,97
470. Hacienda pública deudora	389,83
472. IVA soportado común	98,70
473. HP, Retenciones y pagos a cuenta	2,44
V. Inversiones financieras a corto plazo	0,00
548. Imposiciones a corto plazo	0,00
VI. Efectivo y otros activos líquidos equival.	185.376,49
570. Caja, euros	1.252,99
572. Bancos e ins. cred. c/c vis., euro	184.123,50
<b>TOTAL ACTIVO (A + B)</b>	<b>324.782,94</b>

PASIVO	
<b>A) PATRIMONIO NETO</b>	<b>267.025,76</b>
A-1) Fondos propios	267.025,76
I. Dotación fundacional	390,66
1. Dotación fundacional	390,66
101. Fondo social	390,66
II. Reservas	317.567,29
113. Reservas voluntarias	317.567,29
III. Excedentes de ejercicios anteriores	-35.711,82
120. Remanente	133.770,58
121. Resultados negativos ejs. anteriores	-169.482,40
VII. Excedente del ejercicio	-15.220,37
<b>C) PASIVO CORRIENTE</b>	<b>57.757,18</b>
II. Deudas a corto plazo	0,00
3. Otras deudas a corto plazo	0,00
V. Acreedores comerc. y otras cuentas a pagar	57.757,18
1. Proveedores	45.939,53
400. Proveedores	45.939,53
2. Otros acreedores	11.817,65
410. Acreedores por prestaciones de serv.	10.045,91
475. HP, acreed. conceptos fiscales	1.771,74
<b>TOTAL PASIVO (A + B + C)</b>	<b>324.782,94</b>

AEDEMO  
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS 2018

3. Ventas y otros ingresos ordinarios de act. mercantil	278.440,78
705. Prestaciones de servicios	278.440,78
9. Otros gastos de explotación	-293.278,57
623. Servicios profesionales independientes	-4.304,67
626. Servicios bancarios y similares	-2.139,12
629. Gastos ordinarios y de actividades	-287.635,74
631. Otros tributos	-18,93
639. Ajustes positivos de IVA	819,89
10. Amortización del inmovilizado	-395,64
680. Amortización del inmovilizado intangible	-120,96
681. Amortización del inmovilizado material	-274,68
<b>A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12)</b>	<b>-15.233,43</b>
15. Ingresos financieros	13,06
761. Intereses IPF	13,06
<b>B) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)</b>	<b>13,06</b>
<b>C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)</b>	<b>-15.220,37</b>
<b>D) RESULTADO DEL EJERCICIO (C+19)</b>	<b>-15.220,37</b>

**aedemo** 

Alberto Bosch, 13, 4.ª planta / 28014 Madrid  
Tel. 91 330 07 19 / Fax 91 420 39 52  
aedemo@aedemo.es / www.aedemo.es  
@aedemo\_oficial / www.aedemo.es/blog

Esta memoria ha sido realizada por grupo a&g / marzo de 2019 / depósito legal: M-12.952-2007

