



2014

**memoria
anual**



Índice

3	Presentación
4	Conferencia Anual de Socios 2014
9	Área de Actividades
16	Área de Formación
21	Área de Valor al Socio
23	Área de Publicaciones
26	Área de Comunicación
29	Relaciones con otras asociaciones
31	Servicios
34	Resultados económicos 2014

Presentación

Con el paso de este año 2014, finaliza el período de dos años en los que este equipo aceptó el mandato de la asamblea para dirigir la asociación. En este tiempo, hemos sido capaces de darle la vuelta a la grave situación (¿por qué no decirlo ahora que ya ha pasado?) en la que nos encontrábamos, producto de una seria debilidad económica y una crisis organizativa sobrevenida.

Pero estos dos años son agua pasada, que debemos conocer, tener presente para evitar volver a ella, pero que son ya parte de la historia de nuestra querida asociación. Ahora es el momento de hacer balance, pero, sobre todo, es la hora de encarar con energía renovada el futuro.

Hacer un balance triunfalista no sería ni lógico, ni bueno, ni siquiera real. Nuestro alto sentido de la autocrítica es quizás lo que ha permitido a este equipo superar las dificultades, pero también ser conscientes de que no todos los retos se han podido conseguir; aún queda mucho camino por andar.

Desde el primer momento, hemos tenido muy presente que el valor principal de AEDEMO es el socio. Que todos nuestros esfuerzos pasaban por cubrir las necesidades de los profesionales que forman parte de nuestra asociación y que teníamos que resultar atractivos a los que aún no formaban parte de AEDEMO.

Con esta intención creamos la Vocalía de Valor al Socio, para que nos permitiera, de forma específica, encontrar las singularidades de nuestra profesión y cubrir sus necesidades. Además, hemos abordado la problemática del sector, al desarrollar una investigación sobre las demandas de los profesionales y lo que se espera de AEDEMO. Los retos recogidos en ella (renovación, dinamismo, visibilidad...) forman parte de la hoja de ruta que tiene la asociación, y que ya ha empezado a desarrollar, pero que lo hará con mayor profundidad a partir de ahora.

Paralelamente, hemos propuesto una serie de acciones, desde las distintas áreas de trabajo de la Junta, que han tenido una magnífica acogida y un excelente resultado entre los profesionales de nuestro sector. Sin olvidar el formato de estas, ya que gran parte de estas actividades han sido lideradas por los miembros de la Junta Directiva, pero con el apoyo de un estimable grupo de socios comprometidos con la asociación.

Quisiera destacar también el éxito indudable del consolidado Seminario TV Multipantalla, que este pasado año ha celebrado, ni más ni menos, su 30º aniversario. Sin olvidar también otra celebración en paralelo: el 35 aniversario de la revista *Investigación & Marketing*. Mucho ha sido el recorrido y largo es el que tenemos por delante.

Los retos que nos plantean los socios pasan por construir un AEDEMO más fuerte, con mayor implantación. Por eso, cuanto más seamos y mejor representemos a la profesión, mejor podremos cumplir estas necesidades.

En definitiva, tenemos que seguir, todos, trabajando por AEDEMO. Porque nuestro grado de compromiso debe estar al margen de si ocupamos o no un cargo en la asociación. Porque queremos, tenemos y estamos encantados de continuar dando la bienvenida a nuevos socios.

Muchas gracias a todos los que con vuestra ayuda habéis hecho posible la actual realidad de AEDEMO.



Jordi Hidalgo, presidente de AEDEMO



Conferencia Anual



La conferencia anual de socios 2014 de AEDEMO tuvo lugar el 27 de marzo en Madrid. A continuación, se celebró la fiesta anual AEDEMO de la Investigación, donde se procedió a la entrega de las insignias y premios que anualmente convoca la asociación.

Conferencia anual de socios 2014



La 46ª Asamblea General Ordinaria de Socios 2014 de AEDEMO se celebró el 27 de marzo en el hotel Las Letras Gran Vía de la ciudad de Madrid, y contó con la presencia de 94 socios. Además, 92 socios estuvieron representados y 13 votaron por correo.

El acto comenzó, a las 19:35 h., con las palabras del presidente, **Jordi Hidalgo**, quien informó del orden del día. Seguidamente, se procedió a la lectura y aprobación del acta de la IV Asamblea General Extraordinaria de Socios de Julio de 2013 y de la Memoria del año 2013. Ambas se aprobaron por unanimidad. Cabe destacar, que los documentos habían sido puestos a disposición de los socios y se publicaron en la web de la asociación.

Seguidamente, Jordi Hidalgo invitó al vicepresidente de AEDEMO, **Javier Resurrección**, a explicar el balance y la cuenta de resultados. Resurrección detalló cuáles habían sido las principales desviaciones, que, fundamentalmente, se deben al menor ingreso ordinario por la reducción del número de asociados. Como se había previsto, en el segundo semestre, se redujeron los gastos ordinarios, y aunque los resultados ordinarios fueron negativos, estos quedaron compensados, en parte, por el Seminario TV Multipantalla, cursos y el directorio. Se destacó que los resultados marcan un

cambio de tendencia y apuntan a la recuperación económica. El balance y cuenta de resultados se aprobaron por unanimidad.

Además, se explicó por qué hubo que cambiar los auditores previstos: una causó baja en la asociación, y otro enfermó en último momento. Por esta razón, se agradeció a **José Vicente del Barco**, miembro del Comité de Ética, su generosa colaboración para desarrollar una auditoría de forma individual. Para el año 2014, se nombró como auditores a **José Vicente del Barco** y a **Juan Luis Méndez**.



Seguidamente, se hizo balance de los retos de 2013 y cómo fueron abordados para su consecución. Además, se enfatizó en la importancia de seguir promocionando los servicios del área de comunicación, de modo que active el contacto entre los socios y se publiquen informaciones de interés.

El vicepresidente también presentó la propuesta de presupuesto para 2014, que tiene como objetivo aproximarse al equilibrio entre ingresos y gastos corrientes, y que incluye el nuevo coste de la Secretaría profesional externa. Asimismo, se destacó que las actividades arrojaron un balance positivo, y se hizo hincapié en los resultados del Seminario TV Multipantalla. En este sentido, Resurrección felicitó a **Luis Pistoni**, coordinador de dicho seminario, y al resto de organizadores. El presupuesto fue aprobado por unanimidad.

Respecto a las cuotas de socios, se aprobó mantenerlas igual que en 2013 y se aclaró que no es necesario aplicarles el IVA. También se añadió la posibilidad de cobrar media cuota a las altas que se soliciten a partir del 1 de julio, porque de este modo se atraen nuevos profesionales a la asociación.

El turno de debate, ruegos y preguntas estuvo protagonizado por el traslado de la Secretaría de Barcelona a Madrid y por la ubicación del domicilio social de la asociación. El presidente comentó la posibilidad de incluir este punto en la próxima asamblea, siempre que fuera requerido por una mayoría de los socios o así lo exigiera la legislación.

Tras la asamblea, se realizó la votación, el recuento de votos y se proclamó la nueva Junta Directiva, que quedó constituida por:

Presidente: **Jordi Hidalgo Sánchez**
Vicepresidente: **Javier Resurrección Arcas**
Vocales:
Iván Bautista Roca
Miguel Cervantes Blanco
Ana Gallardo Cifuentes
Miguel Ángel Fontán Oñate
Joan Miró Borrás
José Manuel Úbeda-Portugués Santos

Al finalizar la asamblea, se pasó a otra sala mayor donde se sirvió un cóctel-cena, patrocinado por la empresa **comScore**, que sirvió de lugar de encuentro entre los socios, y



durante el cual se procedió a la entrega de los premios que convoca la asociación.

ENTREGA DE INSIGNIAS DE AEDEMO

Tras conceder los premios, se procedió a la entrega de las Insignias de AEDEMO, que cada año se otorgan a todos aquellos que tienen una antigüedad de 20 años como socios. En 2014 se concedieron 22:

Jesús García de Madariaga Miranda, Rafael Garrido Gómez-Zorrilla, Francis Ibáñez Valero, Federico Martínez Martínez, Idoia Portilla Manjón, Ángel Amat Castro, Antonio Bermejo Morales, Josep Cerezo i Serrat, Alfredo Clement Català, Ignasi Coll i Parra, M^a José Fraile Martínez, José Luis García Fuentes, Coral Hernández Fernández, M^a Jesús Merino Sanz, Óscar Palomar Maristany, Rafael Peña Angulo, José M^a Riasol Esteve, Laura Sagnier Delgado, José M^a San Segundo Encinar, Elena Sotos Olmo, Francisco Javier Suso Díaz y Yolanda Yustas López.

El presidente, en nombre de la Junta Directiva, hizo entrega de una Insignia Especial AEDEMO a **Juan Carlos Ortega**, director de Cuentas de ODEC en la oficina de Barcelona, por su apoyo y dedicación a la asociación, facilitando la comunicación y trabajos entre la sede de Barcelona y las oficinas de Madrid.

A continuación, se llevó a cabo el tradicional sorteo de regalos, y **Jordi Hidalgo** agradeció la presencia y participación de los asistentes y, en especial, a los socios que presentaron su candidatura a Vocalía y que no fueron elegidos.

Tras el sorteo y agradecimientos se dio paso a la fiesta en la que, gracias a **Análisis e Investigación**, se disfrutó de un DJ que amenizó la velada. Esta se cerró con un distendido ambiente y con la invitación a tomar unas consumiciones por parte de **ODEC**.

premios

Premio Gloria Batista al Mejor Artículo de la Revista I&M 2013. Recayó en **Xavier Moraño Ferrer** por su artículo titulado **Investigando los medios sociales: de la reputación online a la netnografía**, publicado en el número 118, de marzo de 2013. El jurado fue el Comité de Redacción de la revista I&M.

Premio Junior de AEDEMO 2013. Fue otorgado a **Lidia Risco Martín** (Universidad Autónoma de Madrid) por su trabajo **Experiencia de compra inteligente: marca de fabricante versus marca de distribuidor. Un análisis empírico en el contexto europeo**. El jurado estuvo formado por **David Atanet, David Esquina, Jesús García de Madariaga, Miguel Cervantes Blanco** y **María Lizarraga Lacalle**. El premio consistió en una dotación económica de 600 €. En este premio, **The Cocktail Analysis** es empresa colaboradora.

Premio AEDEMO 2013 a la Mejor Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado. Se otorgó a **Violeta Rodríguez Piñán** (Universidad de León). El jurado lo formaron **Miguel Cervantes Blanco, Miguel Ángel Fontán, Jordi Hidalgo, Idoia Portilla, Miguel Santesmases Mestre** y **Natalia Vila**.



AEDEMO agradece a todos los patrocinadores su participación en la **conferencia anual de socios 2014**



Nuestro agradecimiento a todas las empresas que generosamente colaboraron en el sorteo:

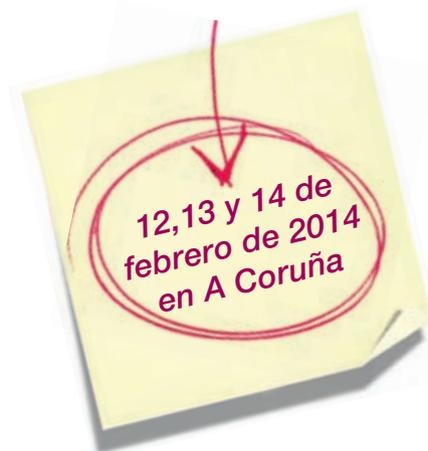


Área de Actividades



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

Seminario TV Multipantalla



La 30ª edición del Seminario TV Multipantalla de AEDEMO se celebró en A Coruña. Al evento asistieron 288 personas.

La coordinación corrió a cargo de **Luis Pistoni**, director comercial de ODEC, y el comité organizador estuvo compuesto por **Pablo Alonso**, director general de PHD Media Spain; **Fernando Conde**, director de Cimop; **Jordi Hidalgo**, presidente de AEDEMO; y **José María Moix**, director de Antena y Marketing de Atresmedia Radio.

El miércoles 12 de febrero tuvo lugar la **mesa coloquio ¡Mono, Multi, Social... Consumo Audiovisual!**, con la colaboración de **Adstream**, y moderada por **Jaime Agulló**, managing director de comScore Iberia. Los participantes fueron **Ferran Clavell**, responsable de Innovació i Future Media de TV3, **Ricardo**

Mezcua, head of solutions de Yahoo! Spain, y **Felipe Pontón**, global content dynamization de Telefónica Digital.

Al finalizar, **Publiespaña** patrocinó el cóctel de bienvenida y, posteriormente, **Adstream** ofreció una consumición.

El seminario se dividió en cuatro sesiones y 14 ponencias, que se distribuyeron de la siguiente forma:

SESIÓN 1:

Moderador: **Jordi Hidalgo**.

Participantes: **Eduard Nafría**, director general técnico y director comercial de Kantar Media; **David Atanet**, head of DMI de GFK; **Cristina Valbuena**, directora de Marketing de Adconion Media Group; y **Mario López**, director de Antena de laSexta.

SESIÓN 2:

Moderador: **José María Moix**.

Participantes: **Carlos Sánchez**, responsable de Desarrollo de Negocio de Tuitele; **Enrique Martín**, Partner & Product Development director de Tuitele; **Diego Herranz**, responsable técnico del Departamento de Estudios Cualitativos de IMOP; **Marta Almendral**, jefa de Estudios Continuos y directora de Top of Mind de IMOP; **Esther Medina**, xefa da Área de Innovación e



Novas Canales de CRTVG; **Andrés Mazaira**, CEO de Bridge Mediatech; y **Enrique Rodríguez**, analista de Conento.

El almuerzo posterior a esta sesión fue ofrecido por **Kantar Media**.

SESIÓN 3:

Moderador: **Javier Resurrección**.

Participantes: **Pablo Javier Vizcaíno**, experto en Comunicación Estratégica y doctorando por la Universidad de Castilla-La Mancha; **Rafael Rodríguez**, técnico de Investigación Sénior de Cimop; **Josu Aurrekoetxea**, director de Desarrollo de Negocio de Globalinmedia; **Adolfo Fernández**, director de Client Service de Millward Brown Iberia; y **Pepe Martínez**, Firefly director & Marketing responsable de Millward Brown Iberia.

La cena posterior a esta sesión fue cortesía de **TVG**. A continuación el monologuista gallego, Manuel Manquiña, hizo una ácida descripción de nuestra profesión que fue muy bien recibida y aplaudida por los asistentes. Después, **Smartclip** patrocinó una consumición.

SESIÓN 4:

Moderador: **Fernando Conde**.

Participantes: **Luis Blanco**, director de Modelación de Bayes Forecast; **Xavier Moraño**, head specialist Quantitative de Target-Empirica; **Joan Manuel Llusà**, director de Cualitativo de Target-Empirica; y **Jordi Guix**, director general de Research & Insights de Havas Media Group España y Portugal.

Como colofón, el viernes 14 de febrero, después de la Sesión 4, tuvo lugar la **mesa redonda La televisión tenía un precio...**, moderada por **Carlos Lamas**, International Media Expert. En ella participaron **Pepe Abril**, presidente de Grupo Boomerang; **Alejandro Flórez**, director adjunto de TVE; **Javier López**, director de Marketing



de Mediaset España; **Lola Molina**, directora de Antena de Antena 3; **Ana Castro**, Connections & Digital manager de Coca-Cola Iberia; **José María Sanabria**, CEO de GroupM España; y **Alfonso Sánchez**, director general de CRTVG.

Al finalizar, **Luis Pistoni** entregó los premios AEDEMO a la Mejor Ponencia y a la Ponencia más Innovadora. Además, hubo una degustación de productos del mar maridados con productos de la tierra, con la colaboración de la **Consellería do Medio Rural e do Mar de la Xunta de Galicia**.

PATROCINADORES

Los patrocinadores del Seminario TV Multipantalla fueron **Adstream, Kantar Media, Publiespaña, Smartclip, Televisión de Galicia, Turismo de A Coruña y Xunta de Galicia**.

premios

En esta edición los premios anuales a las mejores ponencias, concedidos por votación entre los asistentes, recayeron en los trabajos centrados en la planificación. En concreto, el **Premio a la Ponencia más Innovadora** del seminario fue para **Eduard Nafria**, director técnico y comercial de Kantar Media, por su ponencia **Del TAM al VAM**. El **Premio a la Mejor Ponencia** fue para **Jordi Guix**, responsable de Investigación de Havas Media, por su ponencia **Quien a buen input se arrima, buen output lo cobija**.



Jornadas

DISCOVERY DAY

16 de enero de 2014, en Madrid.

AEDEMO e IAB organizaron el Discovery Day, un seminario sobre innovación, patrocinado por **Arena Media**, agencia perteneciente al grupo Havas Media. Este seminario pretendía abordar los nuevos planteamientos para entender los cambios profesionales y sociales hablando sobre las nuevas formas para encontrar trabajo, los nuevos modelos de financiación e incluso las nuevas formas de vivir, además de los diferentes escenarios para la innovación, las emociones e Internet. Bajo la sugerente pregunta “¿Cuánto tiempo hace que no aprendes nada nuevo?”

Risto Mejide, de AfthershareTV; **Ricardo Lop**, de Aceros de Hispania; **Genís Roca**, de Roca Salvatella; **Alfonso González**, de Arena Media; el profesor **Guillermo de Haro**; y **José García López**, de AvantPro, expusieron, desde muy distintos puntos de vista y estilos personales, su visión sobre la permanente búsqueda de empleo, las actuales teorías del marketing, y la adaptación a las nuevas formas de trabajar y vivir, sin faltar, además, la interacción con los asistentes.



21.ª JORNADAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

17 de junio de 2014, en Madrid.

Esta jornada, celebrada conjuntamente entre AEDEMO y la Asociación de Marketing de España, tuvo lugar en el Palacio de Longoria, sede de la SGAE (Sociedad General de Autores y Editores). A ella acudieron 44 asistentes y el tema principal fue **La investigación online más allá de las encuestas: cookies, tags, meters..., and more.**

Presentaron el acto **Julio Vidosa**, consejero de la Asociación de Marketing de España, **Joan Miró**, vocal de la Junta Directiva de AEDEMO y director de Netquest Iberia, y **Cecilia Denis**, gerente de Tatum Consulting Group.

Las ponencias comenzaron con **Fátima Olleros**, account manager de Ipsos-ASI, con el interrogante: *¿cómo puede el móvil ayudarnos a entender mejor el desempeño de una campaña publicitaria?*

La segunda ponencia corrió a cargo de **Alfonso Calatrava**, research manager de Google España y **Eva Linares**, LinkQ director en Kantar World-Panel, tratando la eficacia de la publicidad digital analizando un caso de estudio para la marca L'Oréal.

En la tercera ponencia, **Enrique González**, de Análisis e Investigación, y **Ana Rivera**, directora de Investigación de Grupo Zena, expusieron *Diagnóstico2 una estrategia de éxito* sobre la

metodología cualitativa que combina presencial y *online* aplicada al caso de los restaurantes La Vaca Argentina.

Tras el descanso, **David Atanet**, Digital Market Intelligence manager de GFK, presentó el Observatorio e-Commerce en el mercado español a partir de datos multifuente. El evento continuó con la ponencia de **Javier Arenas**, socio de El Departamento de los Investigas, que dio 10 claves para aumentar las ventas

online que se basan en mejorar la experiencia de compra del cliente. Para finalizar, **Miguel Muñoz**, director general de Conecta, y **Carlos Ortiz**, gerente de Inteligencia de Mercado de ONO, presentaron *The VOCmonitor aplicado al caso ONO*

AEDEMO agradece la colaboración de la **SGAE** y **Fundación Autor**.



Tertulias

En 2014, en exclusiva para todos los socios y con la finalidad de mejorar y potenciar el contacto entre estos, se continuó con las Tertulias AEDEMO. Desde sus inicios, las tertulias son almuerzos que se realizan periódicamente y a los que se convoca a un invitado que habla de algún tema específico. El coste correspondiente al almuerzo fue asumido por cada asistente.

Además, se incorporan los eventos de The Research Club, un encuentro profesional que tiene por objetivo el compartir ideas y experiencias relacionadas con el sector, organizada por un grupo de instituciones, entre las que se encuentra AEDEMO.

20 DE FEBRERO DE 2014

The Research Club

Lugar: Madrid, Restaurante Kupela
Entrada libre.



7 DE MARZO DE 2014

Lugar: Valencia, Restaurante 39° 27N.

Tema: La Sanidad Privada.

Invitada: **María Torral**, responsable de Marketing y Comunicación del grupo Quirón.

3 DE JUNIO DE 2014

Lugar: Madrid, Restaurante Mercado de Espronceda.

Tema: Social media intelligence: “La puerta para conocer a los nuevos consumidores”.

Invitado: **Daniel Dévai**, Social Media Intelligence director en Epsilon Technologies.

Coordinador: **Luis Fernando Ruiz Bedoya**, Insights & Intelligence Director en Omnicom Media Group, S.L.

10 DE JULIO DE 2014

Lugar: Barcelona, Restaurante Gran París

Tema: Televisión social, audiencia social.

Invitado: **Carlos Sánchez**, global director de Social TV de Kantar Media.

Coordinadora: **María Seco**.

21 DE NOVIEMBRE DE 2014

Lugar: Valencia, Restaurante 39° 27N.

Tema: Claves de comunicación 360° en una empresa líder en la distribución de productos ecológicos.

Invitados: **María Albert** y **Laura Torró**, responsables de Comunicación de Herbolarios Navarro.

Área de Formación



*El Área de Formación estuvo guiada durante 2014 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 BIG DATA AL SERVICIO DE LA INVESTIGACIÓN

26 de febrero de 2014, en Madrid

Planteado como un taller de formación con casos reales sobre medición *online*, este curso, celebrado el 26 de febrero en Madrid, fue un rotundo éxito al completarse todas las plazas entre profesionales de los departamentos de marketing de empresas, institutos de investigación, organismos públicos y docencia. Mediante el análisis y debate de los casos expuestos, se aportaron reflexiones y abordaron dudas sobre cómo se aplica el Big Data a la investigación de mercados y el marketing *online*, basándose en tres ejes fundamentales: la recopilación de datos, el análisis de estos y la representación de los resultados.

CURSO INVESTIGACIÓN ONLINE DEL “BUZZ”, REPUTACIÓN Y BÚSQUEDAS DE TENDENCIAS

19 de marzo de 2014, en Madrid

Este curso se celebró en la Sala Auditorio de Hotelcor. Estuvo coordinado por **Lorenzo Brusattin**, doctor en Ciencias Políticas y Sociales por la Universitat Pompeu Fabra y profesor asociado en UPF y Unisve, y por **Miguel Cervantes Blanco**, miembro de la Junta Directiva de AEDEMO.

El objetivo principal de este curso fue que los participantes adquirieran conocimientos para realizar estudios de mercado basados en el

análisis de la información disponible en las redes sociales, además de que aprendieran nociones sobre la investigación en medios sociales *online*, tipos de aplicaciones, netnografía, análisis e interpretación de resultados.

Los profesores fueron **Francesc Gómez-Morales**, especialista en monitorización y parametrización de tendencias en medios sociales, inteligencia competitiva *online* y en la aplicación de nuevas tecnologías para fines sociales; **Joan Manuel Llusá**, experto *crossover* en investigación *online*, netnografía, monitorización *online* y comportamiento del consumidor; **Xavier Morano**, especialista en investigación de mercados *online*, pionero en la aplicación de nuevas herramientas y metodologías de análisis y monitorización de contenidos *online* y profesor asociado de la Universitat Autònoma de Barcelona, donde imparte asignaturas de posgrado de investigación en medios sociales reputación *online* y netnografía; y **Felipe Romero**, CEO de The Cocktail Analysis.

CURSO DE DISEÑO DE CUESTIONARIOS ONLINE

27 y 28 de mayo de 2014, en Madrid

Este curso de cinco horas, dividido en dos sesiones, se celebró en la Sala Auditorio de Hotelcor, los días 27 y 28 de mayo, con el propósito de dar respuesta a cuestiones como la forma de plantear las preguntas, los errores que se deben evitar, el aprovechamiento de las oportunidades que ofrecen los dispositivos móviles, las herramientas a utilizar, etc.

Estuvo coordinado por **Miguel Cervantes**, vocal de Formación de AEDEMO, e impartido por **Jorge Martín**, Associate Account director de Millward Brown España.

CURSO AIMC-AEDEMO: PROFUNDIZANDO EN *MOBILE*

25 de junio, en Madrid

Este curso organizado por AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) y AEDEMO, con el objetivo de profundizar en el conocimiento sobre la investigación *Mobile*, se celebró en la Sala Auditorio de Hotelcor en Madrid. Estuvo coordinado por **Fernando Santiago**, por parte de AIMC, y **Ana Gallardo**, por AEDEMO.

El grupo de trabajo capitaneado por **Fernando Carrión**, head of planning & strategy de Yahoo! Iberia, y **Felipe Romero**, CEO de The Cocktail Analysis, contó con las ponencias de **Sixto Arias**, presidente de MMA (Mobile Marketing Association), **David Rodríguez Pellitero**, research manager en comScore, **Ander Jauregui**, Web Analytics manager en The Cocktail Analysis, **Eduardo Vázquez Díaz**, director de Desarrollo Digital en Arena Media, **Rubén Vara**, responsable de Marketing



y Audiencias Digitales en Atresmedia Digital, y **Laura Ludeña**, head of Marketing Insights Spain, Portugal, MENA y Turquía en Google.

Durante la jornada, se expuso una introducción a las nuevas opciones que presentan el *Mobile*, la medición en *Mobile*, la publicidad con sus distintos formatos, la planificación y el posicionamiento en el mundo móvil, la función que supone la movilidad, así como el análisis de la eficacia del *Mobile*.

CURSO INVESTIGACIÓN DE MERCADOS *ONLINE* DEL “BUZZ”, NUEVAS TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS

15 de octubre de 2014, en Barcelona.

Estuvo coordinado por **Miguel Cervantes Blanco**, miembro de la Junta Directiva de AEDEMO, y se celebró en el CREC: Centre de recursos per a emprenedors i ciutadans de Barcelona.

Como es habitual en estos cursos, el objetivo principal fue que los participantes adquirieran conocimientos para realizar estudios de mercado basados en el análisis de la información disponible en las redes sociales, además de que aprendieran nociones sobre la investigación en medios sociales *online*, tipos de aplicaciones, netnografía, análisis e interpretación de resultados.

Los profesores fueron **Francesc Gómez-Morales**, especialista en monitorización y parametrización de tendencias en medios sociales, inteligencia competitiva *online* y en la aplicación de nuevas tecnologías para fines sociales; **Joan Manuel Llusá**, experto crossover en investigación *online*, netnografía, monitorización *online* y comportamiento del consumidor; **Xavier Morano**, especialista en investigación de mercados *online*,

pionero en la aplicación de nuevas herramientas y metodologías de análisis y monitorización de contenidos *online* y profesor asociado de la Universitat Autònoma de Barcelona, donde imparte asignaturas de posgrado de investigación en medios sociales reputación *online* y netnografía; y **Felipe Romero**, CEO de The Cocktail Analysis.

CURSO APROXIMACIÓN AL DESIGN THINKING ¿QUÉ APORTA A LA INVESTIGACIÓN?

29 de octubre de 2014, en Madrid

Celebrado en la Sala Auditorio de Hotelcor en Madrid, y coordinado por **Felipe Romero**, CEO en The Cocktail Analysis, y **Miguel Cervantes**, miembro de la Junta Directiva de AEDEMO, este curso pretendió dar una amplia visión sobre esta novedosa disciplina dentro del campo de la investigación, cuyo objetivo es el de aplicar la sensibilidad y la creatividad propias de los diseñadores. La aplicación del Design Thinking permite al investigador el desarrollo de procesos de innovación, de cambio, que ayuden al cliente final a redefinir mejor su estrategia de



negocio. Los profesores fueron **Ana Hernández Moratilla**, diseñadora de servicios y líder de proyectos en Telefónica, **Santiago de la Asunción**, Innovation Partner, responsable técnico de Crowdnovation, BBVA; **Clara Tió**, jefe de Proyectos en The Cocktail Analysis, y **Felipe Romero**, CEO de The Cocktail Analysis.

CURSO BIG DATA: CÓMO DESARROLLAR UN PROYECTO.



25 y 26 de noviembre, en Madrid

Como extensión al curso celebrado en febrero, contó con un contenido más avanzado. Este curso de cinco horas, dividido en dos sesiones, se celebró en la Sala Auditorio de Hotelcor, fue coordinado por **Pablo Pérez-San José**, ICT innovation & cybersecurity consultant and market analyst, e impartido por **Victoria López**, profesora del Departamento de Arquitectura de Computadores de la Universidad Complutense de Madrid, licenciada en Ciencias Matemáticas por la UCM y doctora en Matemática Computacional e Inteligencia Artificial.

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 2014 se llevaron a cabo:

Modelación estadística al servicio del marketing

21 y 23 de enero de 2014

Cordinado por **Patricia Moro**, directora de Bayes School, e impartido por **Luis A. Blanco**, doctor en Física por la Universidad de Salamanca y con amplia experiencia en el mundo de la investigación científica de proyectos relacionados con gran consumo, así como también en consultoría a través de modelos de marketing mix para grandes empresas nacionales e internacionales.

Marketing & Metrics en el mundo del marketing

4 y 11 de marzo de 2014

Impartido por **Macarena Estévez**, consejera delegada y fundadora de la consultora Conecto.

¿Qué medimos en Internet?

11 y 12 de noviembre de 2014

Impartido por **Rosario Borrego**, directora de Investigación y Producto de nPeople, y **Cristina Morán del Real**, directora de Proyectos y servicio al Cliente de nPeople.

BECAS DE ASISTENCIA A 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
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.

Área de Valor al Socio



*Esta área, coordinada por **Miguel Ángel Fontán** y **José Manuel Úbeda-Portugués**, 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 seguirlos en el momento, también están disponibles en la web de AEDEMO para ser visualizadas posteriormente.

20 de mayo de 2014

Tema: “Quien a buen input se arrima, buen output lo cobija”, mejor ponencia en Seminario TV Multipantalla.

Imparte: **Jordi Guix**.

2 de julio de 2014

Tema: “Del TAM al VAM”, ponencia más innovadora en Seminario TV Multipantalla.

Imparte: **Eduard Nafria**.

15 de julio de 2014

Tema: “Análisis de Realización de Encuestas Electorales con metodologías on y off”.

Imparte: **Angel Pont**.

9 de diciembre de 2014

Tema: “Paradigm Shifts and Interactions”, principales conclusiones presentadas en la 43ª European Marketing Academy Conference, EMAC

Imparte: **Enrique Bigné**.

18 de diciembre de 2014

Tema: “Situación de la investigación de medios en Europa”, expuesto en la Conferencia Internacional Anual de EMRO.

Imparte: **José Andrés Gabardo**.

INVESTIGACIÓN DEMANDAS Y SATISFACCIÓN SOCIOS AEDEMO

Con el objeto de conocer y valorar los servicios que AEDEMO desarrolla, y detectar vías de mejora, se creó un equipo de trabajo para llevar a cabo la investigación. En junio de 2014 se finalizó la fase cualitativa con grupos de discusión en Barcelona y en Madrid, y se inició el campo de la fase cuantitativa a través de un cuestionario *online* enviado a socios y profesionales del sector. En el mes de septiembre, se realizó la presentación de los datos obtenidos en el *Estudio de investigación de demandas y satisfacción del socio*, a cargo de **Xavier Moraño**, head specialist quantitative en Target Empírica y profesor asociado de la Universitat Autònoma de Barcelona; y de **Manuel Gallego**, director ejecutivo en More and Research. La Junta Directiva les agradece el buen trabajo que han realizado. Estos resultados fueron publicados en el número de diciembre de la *Revista I&M*.



Àrea de Publicacions



*Esta àrea, dirigida por **Joan Miró**, 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 2014 se editaron cuatro números de la revista *Investigación y Marketing (I&M)*:

- Marzo. N.º 122. Número Generalista.
- Junio. N.º 123. Número Generalista.
- Septiembre. N.º 124. Investigación en redes sociales.
- Diciembre. N.º 125. Especial 35 aniversario.

En nuestra página web se mantienen los números editados de forma que puedan consultarse todos sus artículos. Este espacio está patrocinado por **MetrixLab**. Periódicamente, se publican extractos en el blog de AEDEMO, que permite comentar a los socios los artículos y análisis publicados. Además, en el número conmemorativo de diciembre de 2014, con motivo del 35 aniversario de la revista, se presentaron nuevos contenidos, y una estructura que incluye: editorial, entrevista, la pregunta, artículos, bits, debate, cine, columnas de opinión y el libro.

La contratación de la publicidad se realizó desde la Gerencia y Secretaría de la asociación. El director de la revista fue **Juanjo Ibáñez**, y el presidente del consejo editorial fue **José Antonio Gómez Yáñez**, profesor de la Universidad Carlos III de Madrid. Después de unos meses de baja, nuestro amigo y colaborador Juanjo Ibáñez, ha pasado a una nueva situación laboral que le impide que siga formando parte de la plantilla de AEDEMO. La Junta Directiva agradece los muchos años y muchas horas dedicados como jefe de prensa y, en especial, los entregados a la revista. Como reconocimiento a la labor realizada, la Junta Directiva acuerda nombrar a Juanjo Ibáñez, presidente de honor del Consejo Editorial de la revista *I&M* y a José Antonio Gómez Yáñez como director de esta.

El consejo editorial está compuesto por **Joan Miró**, vocal de publicaciones y Managing Account Consultant de MetrixLab España; **Ángel Alloza**, director general de Corporate Excellence (Centre for Reputation Leadership); **Inmaculada Aragón**, socia consultora investigadora de N Posibilidades; **Marcel Cirera**, director de 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**, Insider 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 oficina MPG Madrid, y **Juan Zarco**, profesor contratado doctor de la UAM.

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. A lo largo de 2014, se estuvo trabajando

en su mejora y actualización, con el objetivo de reforzar los contenidos y renovar su imagen.

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

MEMORIA 2013

La Memoria 2013 se decidió hacer en versión digital y se envió a todos los socios previamente a la celebración de la 46.ª Asamblea General Ordinaria de Socios.

La redacción y la edición fueron elaboradas por **Gráficas Iglesias**.

DIRECTORIO 2014

En junio, se editó el *Directorio AEDEMO 2014* con información sobre todos los socios y empresas representadas.

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



Área de Comunicación



*Esta área, coordinada por **Iván Bautista**, 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.*

Web

PÁGINA WEB

Durante 2014, se continuó con la actualización de los contenidos de la web, y se trabajó en un renovado diseño que será presentado a principios de 2015.

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.

PUBLICACIONES EDITADAS POR AEDEMO DURANTE 2014

Durante el año 2014, 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

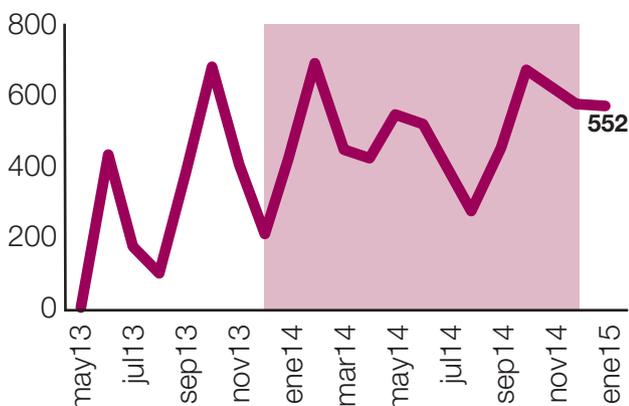
AEDEMO es consciente de la importancia que tienen las redes sociales como forma de comunicación y de interacción con los socios. A finales de 2012, desarrolló dentro del Área de Comunicación su presencia en redes digitales. En la actualidad, cuenta con un grupo en LinkedIn, un blog abierto a la profesión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

EVOLUCIÓN DEL BLOG

www.aedemo.es/blog

Tras el análisis de la actividad del blog de AEDEMO, además de observar un importante número de visitas, que se incrementa de manera considerable entre finales de 2013 y finales de 2014, los datos aportan que el calendario de eventos fue el post más visto durante 2014, tras este, con más de 200 visitas, le siguen las publicaciones sobre el Seminario TV Multipantalla, Neuromarketing, EGM y los cursos de modelación estadística y Big Data.

Entradas al blog desde su creación



Páginas vistas: 5.826

Duración media de las visitas: 2 minutos

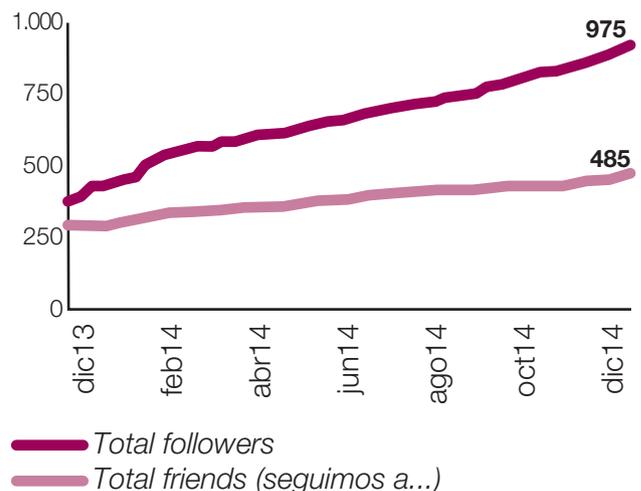
EVOLUCIÓN DE TWITTER Y LINKEDIN

@aedemo_oficial

www.linkedin.com/company/aedemo

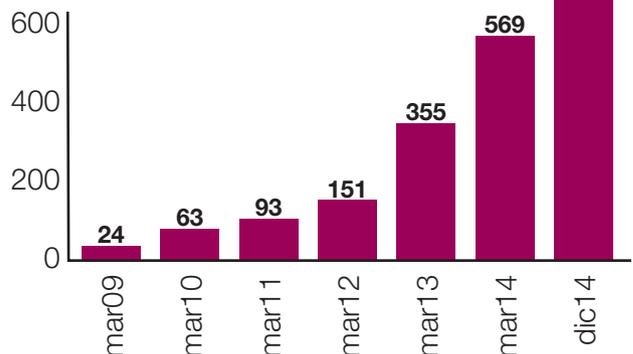
En 2014, AEDEMO alcanzó en Twitter los 975 seguidores, con un ratio followers/friends de 1,96.

Crecimiento en 2014: +139%



El incremento de participantes en LinkedIn durante 2014 supuso 140 nuevos miembros.

Seguidores LinkedIn



Relaciones con otras asociaciones



En colaboración con otras asociaciones, AEDEMO ha llevado a cabo, durante el año 2014, diversos actos e iniciativas: encuentros, congresos, estudios... que han ayudado a fomentar las relaciones entre organizaciones.

Relaciones con otras asociaciones

PREMIOS NACIONALES DE MARKETING

22 de mayo de 2014, en Madrid.

Jordi Hidalgo, presidente de AEDEMO, y **María Lizarraga**, gerente de AEDEMO, asistieron en representación de AEDEMO a la entrega de los Premios Nacionales de Marketing 2014, celebrada el 22 de mayo en el Hipódromo de la Zarzuela de Madrid. Estos premios, organizados por la Asociación de Marketing de España, constituyen un reconocimiento público a las empresas, instituciones y profesionales que alcanzan con sus estrategias de marketing excelentes resultados. Se premian estrategias brillantes, innovadoras, que utilizan buenas prácticas y consiguen resultados tangibles.

AVANCE ESTUDIO DE LA INDUSTRIA

6 de junio de 2014, en Madrid.

En rueda de prensa se presentó un avance del Estudio sobre la Industria de los Estudios de Mercado en España, que se realiza junto con ANEIMO y ESOMAR. Acudió la práctica totalidad de los medios especializados convocados lo que garantizó la buena difusión. La información se encuentra a disposición de los socios en la web de AEDEMO www.aedemo.es

PREMIOS DE MARKETING DE ASTURIAS

26 de junio de 2014, en Gijón.

El Club de Marketing de Asturias celebró la VIII Edición de los Premios de Marketing de Asturias, que reconocen buenas prácticas de

marketing del tejido empresarial asturiano y favorecen la cooperación entre los profesionales del sector. AEDEMO, que colabora con esta entidad, estuvo presente en la persona de **Miguel Cervantes**, miembro de la Junta Directiva.

VI ENCUENTRO LA INVESTIGACIÓN A ANÁLISIS

26 de septiembre de 2014, en Madrid.

Como viene siendo habitual en los últimos años, AEDEMO, Aneimo y Esomar celebraron el VI Encuentro La Investigación a Análisis en la Casa Árabe de Madrid, aglutinando más de 100 profesionales del sector.

Este evento tiene como objetivo presentar los Datos del Sector de la Investigación en España mostrando también una referencia de los datos mundiales, cuyo crecimiento en 2013 fue del 2,8% (bruto, antes de inflación) respecto a 2012. Particularmente en España, el panorama también mejora gracias a la frenada de la caída, por primera vez en años. Además, esta cita se consolida como un espacio de networking que fomenta el interés por la profesión, aportando una imagen activa, actual y con presencia en medios profesionales.

La presentación se llevó a cabo por **Jordi Hidalgo**, presidente de AEDEMO, **Pepe Martínez**, presidente de Aneimo, y **Luis Pistoni**, representante de Esomar en España, quienes hicieron distintas reflexiones sobre el sector a nivel nacional e internacional.

El encuentro contó también con la presencia de **Nacho Somalo**, consultor experto y profesor especializado en comercio electrónico en la IE Business School, quien habló de hacia dónde lleva el comercio electrónico

Servicios



A lo largo de 2014, 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



El Comité de Ética se reunió, presencialmente, en cuatro ocasiones: tres en Barcelona y una en Madrid. Además, mantuvo su actividad en la revisión y resolución de asuntos a través de correo electrónico y teléfono.

A lo largo de 2014, recibió 20 consultas, de las que 15 fueron formuladas por socios de AEDEMO y organismos de IM. El contenido de los asuntos tratados fue variado, si bien, tres áreas de la profesión ocuparon un lugar destacado: protección de datos personales, estudios en áreas sensibles y cuestiones generales metodológicas o de procedimiento. Como novedad en este tema, se ha incorporado en la web www.aedemo.es un apartado de preguntas frecuentes (FAQs) con algunas de las cuestiones más habituales.

Idoia Portilla se mantuvo al frente de la Presidencia del Comité de Ética, y la función de vocales la desempeñaron **José Vicente del Barco**, **Juan Pablo Eslava**, **Pilar Pérez**, **Ramón Prats** y **Jordi Guix**, cuya incorporación fue aprobada por la Junta Directiva en octubre y su nombramiento debe ser ratificado por la Asamblea General de marzo de 2015.

REUNIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA

9 de enero	Acta nº 362
12 de febrero	Acta nº 363
27 de marzo	Acta nº 364
27 de marzo (asamblea)	Acta nº 365
9 de abril	Acta nº 366
22 de mayo	Acta nº 367
17 de junio	Acta nº 368
15 de septiembre	Acta nº 369
14 de octubre	Acta nº 370
18 de noviembre	Acta nº 371

AUDITORÍA

Los auditores correspondientes al año 2014 fueron **José Vicente del Barco** y **Juan Luis Méndez**, quienes realizaron el correspondiente informe con sus valoraciones y sugerencias.

ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE AEDEMO

Desde el último trimestre de 2013 está en marcha el nuevo modelo organizativo de AEDEMO, más eficiente. Este modelo fue presentado y aprobado en la IV Asamblea General Extraordinaria.

Dentro de la nueva organización funcional, se creó la figura del gerente. Para desarrollar este puesto, y después de un proceso de selección desarrollado por un comité elegido a tal efecto, se contrató a **María Lizarraga Lacalle**. Sus funciones van dirigidas a promover la mejora de la marcha de la asociación y la activación profesional de los asociados.

La Junta Directiva aprobó, a propuesta



de la Gerencia, un plan estratégico y de actuación que se encuentra en fase de implementación. Dentro de la nueva organización funcional y buscando una mejora en la eficiencia, a partir de septiembre de 2013, se contrató el servicio de Secretaría de AEDEMO con la empresa Viajes El Corte Inglés Congresos (formado por Cristina Carpintero, María Matías y Beatriz Rodríguez), 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.



PRESENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO

El 31 de enero de 2014, **Jordi Hidalgo**, presidente de AEDEMO; **Javier Resurrección**, vicepresidente; y **María Lizarraga**, gerente, presentaron, en una rueda de prensa a los medios profesionales, las líneas generales del plan estratégico diseñado, y que tiene, como fundamental objetivo, dar valor al socio.

SERVICIOS AL SOCIO

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

- **Suscripción gratuita** a la revista trimestral *Investigación&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

- **Publicación de ofertas de empleo**, a través de www.aedemo.es, @aedemo_oficial, Grupo Aedemo en LinkedIn y 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 está el Neuromarketing World Forum, curso de Posgrado en Marketing Intelligence & Big Data, programas educativos impartidos por ESADE Business School-Executive Education, actividades de AIMFA (Agrupación de Investigación y Marketing Farmacéutico) y servicios de Legálitas y Mapfre.

Para ampliar información sobre los servicios puede consultar en www.aedemo.es

MOVIMIENTOS DE SOCIOS

En 2014 se admitieron 68 socios de pleno derecho y se produjeron 82 bajas. Además durante este ejercicio se produjo una puesta al día en el fichero de socios que supuso una serie de bajas que procedían de años anteriores, por lo que la cifra efectiva de socios a final de año asciende a 761.

BIBLIOTECA ISABEL FERNÁNDEZ

En el mes de mayo, los fondos de la Biblioteca Isabel Fernández fueron trasladados a la Universidad de Navarra, entidad que se hace cargo de su custodia y gestión con el compromiso de ofrecer un acceso libre para todos los socios de AEDEMO. La Junta Directiva agradece a la Universidad de Navarra y a Idoia Portilla esta iniciativa que consigue una óptima ubicación y gestión.

Resultados económicos



Resultados económicos 2014

AEDEMO RESULTADOS ECONÓMICOS 2014 REALIZADO A 31 DE DICIEMBRE DE 2014		INGRESOS		GASTOS			
Conceptos	Euros	Presup.	Realizados	Presup.	Realizados	Resultado	2013
GASTOS FUNCIONAMIENTO							
Material Oficina				0	1.616	-1.616	-318
Fotocopiadora Multifunción				2.545	1.815	-1.815	-2.545
Informática, Mailings				4.300	2.323	-2.323	-4.064
Mensajeros				400	355	-355	-393
Alquiler Local				0	2.058	-2.058	-4.797
Conservación Local				900	0	0	-1.055
Apoyo Aneimo				0	0	0	-1.800
Gestoría Contable				3.600	3.600	-3.600	-7.692
Secretaría Viajes El Corte Inglés				42.000	34.580	-34.580	-11.505
Teléfono				2.000	1.779	-1.779	-3.957
Luz + Agua				0	0	0	-559
Gastos Junta Directiva				6.000	5.683	-5.683	-8.444
Gastos Comité de Ética				1.500	1.073	-1.073	-316
Gastos varios				2.000	-84	84	-5.970
Plan estratégico				0	0	0	-6.000
Sueldos				24.000	24.653	-24.653	-66.713
Seguros Sociales				0	260	-260	13.265
Indemnizaciones				0	0	0	-31.283
Tributos y marcas				400	18.716	-18.716	0
Amortizaciones				1.200	1.521	-1.521	-1.634
Intereses / Gastos Bancos		150	350	2.000	2.266	-1.915	-2.447
Cuotas Socio		90.000	87.132			87.132	88.965
Insolvencias y cuotas de socios no cobradas					8.871	-8.871	
Ingresos / Gastos Extraordinarios				0	0	0	3.873
Bajas de Socios / Impagados				1.000	0	0	-1.140
TOTAL GASTOS FUNCIONAMIENTO		90.150	87.482	93.845	111.086	-23.604	-56.527



AEDEMO RESULTADOS ECONÓMICOS 2014 REALIZADO A 31 DE DICIEMBRE DE 2014		INGRESOS		GASTOS			
Conceptos	Euros	Presup.	Realizados	Presup.	Realizados	Resultado	2013
PRESUPUESTO ACTIVIDADES							
Jornada AEDEMO-IAB (Discovery Day)		5.000	5.000	5.000	4.217	783	
Jornada AEDEMO-AME		2.950	0	1531	68	-68	1.419
Foro		2.000		2.000	9	-9	
Tertulia Barcelona				200	0	0	0
Tertulia Madrid				200	182	-182	0
Tertulia Valencia				200	149	-149	0
Foros				2.000	32	-32	0
Seminario TV Multipantalla		64.447	78.285	0	18.381	59.904	45.899
TOTAL Área Actividades		74.397	83.285	11.131	23.037	60.248	47.317
Curso varios		15.000	37.761	10.000	19.423	18.338	9.029
Webinar: Chats		4.000	4.460	2.000	1.176	3.283	504
Premio ITM Mejor Expediente				600		0	0
Premio Junior				600	158	-158	-759
TOTAL Área Formación		19.000	42.221	13.200	20.758	21.463	8.774
Boletín Mensual Al Día		7.271	7.271	9.010	8.566	-1.295	-1.739
Revista Investigación y Marketing. Edición		22.000	26.826	22.000	22.994	3.832	-852
Revista Investigación y Marketing. Dirección y diseño				15.000	11.610	-11.610	0
Revista Investigación y Marketing. Gastos RR.PP.				933	392	-392	-933
Premio Mejor Artículo Revista				600	759	-759	-759
TOTAL Área Publicaciones		29.271	34.097	47.543	44.321	-10.224	-4.284
Bolsa de ayuda asistencia de seminarios				1.000	600	-600	0
Webinar: Conferencias				1.000	153	-153	
Directorio		25.509	20.830	13.510	12.181	8.649	11.999
Memoria				1.500	1.625	-1.625	-1.435
Conferencia Anual Socios		22.864	17.281	21.538	18.170	-889	1.853
TOTAL Área Gestión de valor al socio		48.373	38.111	38.548	32.729	5.382	12.418
Página Web			-90	4.500	3.418	-3.508	419
RR.PP., ruedas de prensa				1.500	534	-534	
Gestión de la comunicación				3.000	1.026	-1.026	
Material promocional y diseño				5.000	0	0	-8.833
Redes Sociales				5.915	7.478	-7.478	-5.915
V Encuentro de Investigación				3.078	5.646	-5.646	-3.078
TOTAL Área de Comunicación			-90	22.993	18.101	-18.191	-17.407
TOTAL ACTIVIDADES		171.041	197.623	133.415	138.947	58.677	46.818
Total Funcionamiento		90.150	87.482	93.845	111.086	-23.604	-56.527
Total Actividades		171.041	197.623	133.415	138.947	58.677	46.818
TOTAL		261.191	285.105	227.260	250.033	35.073	-9.709

ACTIVO	
A) ACTIVO NO CORRIENTE	63.352,23
I. Inmovilizado intangible	1.550,99
203. Propiedad industrial	3.695,04
206. Aplicaciones informáticas	1.482,00
280. Amort. acum. inmov. intangible	-3.626,05
II. Inmovilizado material	1.801,24
215. Otras Instalaciones	3.433,65
216. Mobiliario	139,78
217. Equipos para procesos de información	1.495,10
281. Amort. acum. inmov. material	-3.267,29
V. Inversiones financieras a largo plazo	60.000,00
258. Imposiciones a largo plazo	60.000,00
B) ACTIVO CORRIENTE	142.872,37
I. Existencias	5.100,00
300. Mercaderías	5.100,00
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cob.	24.788,55
1. Clientes ventas y prestación de servicios	22.883,64
430. Clientes	22.883,64
436. Clientes de dudoso cobro	13.898,87
490. Deter. valor credit. op. comer.	-13.898,87
2. Deudores varios	1.904,91
440. Deudores	400,00
470. HP, Deudora diversos conceptos	1.431,24
473. HP, Retenciones y pagos a cuenta	73,67
V. Inversiones financieras a corto plazo	70.000,00
548. Imposiciones a corto plazo	70.000,00
VI. Efectivo y otros activos líquidos equival.	42.983,82
570. Caja, euros	401,90
572. Bancos e ins. cred. c/c vis., euro	42.581,92
TOTAL ACTIVO (A + B)	206.224,60

PASIVO	
A) PATRIMONIO NETO	183.548,76
A-1) Fondos propios	183.548,76
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	-169.482,40
121. Resultados negativos ejs. anteriores	-169.482,40
VII. Excedente del ejercicio	35.073,21
C) PASIVO CORRIENTE	22.675,84
II. Deudas a corto plazo	0,00
3. Otras deudas a corto plazo	0,00
V. Acreedores comerc. y otras cuentas a pagar	22.675,84
1. Proveedores	17.545,09
400. Proveedores	17.545,09
2. Otros acreedores	5.130,75
410. Acreedores por prestaciones de serv.	2.759,92
475. HP, acreed. conceptos fiscales	2.370,83
TOTAL PASIVO (A + B + C)	206.224,60

AEDEMO
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS 2014

3. Ventas y otros ingresos ordinarios de act. mercantil 705. Prestaciones de servicios	206.076,84 206.076,84
6. Aprovisionamientos 610. Variación existencias	-1.616,00 -1.616,00
7. Otros gastos de explotación a) Ing. accesorios otros de gestión corriente 759. Ingresos por servicios diversos b) Subvenciones, donaciones y legados de explotación imput. al rtd 741. Subvenciones, donaciones y legados	78.679,63 75.679,63 75.679,63 3.000,00 3.000,00
8. Gastos de personal 640. Sueldos y salarios 642. Seguridad Social a cargo de la empresa	-12.490,76 -12.536,03 45,27
9. Otros gastos de explotación 621. Arrendamientos y cánones 622. Reparaciones y conservación 623. Servicios profesionales independientes 624. Transportes 626. Servicios bancarios y similares 629. Otros servicios 631. Otros tributos 634. Ajustes negativos en impos. indir. 694. Perd. deter. cred. op. comerc.	-231.852,99 -3.873,01 -2.322,65 -3.600,00 -355,28 -1.551,36 -194.401,43 -14.232,58 -2.645,49 -8.871,19
10. Amortización del inmovilizado 680. Amortización del inmovilizado 681. Amortización del inmovilizado	-1.521,00 -858,60 -662,40
14. Resultados excepcionales 678. Gastos excepcionales	-1.838,42 -1.838,42
A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13+14)	35.437,30
15. Ingresos financieros 761. Ingr. valores representa. deuda 16. Gastos financieros 669. Otros gastos financieros	350,14 350,14 -714,23 -714,23
B) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	-364,09
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)	35.073,21
D) RESULTADO DEL EJERCICIO (C+19)	35.073,21



Esta memoria ha sido realizada por
Gráficas Iglesias / grupo a&d

marzo de 2015

depósito legal: M-12.952-2007

aedemo 

asociación española de estudios
de mercado, marketing y opinión

Alberto Bosch, 13, 4.^a planta / 28014 Madrid
Nicaragua, 48, 4.^a, 5.^a puerta / 08029 Barcelona
Tels. 93 363 10 50 - 91 330 07 19 / Fax 91 420 39 52
aedemo@aedemo.es / www.aedemo.es
[@aedemo_oficial](https://twitter.com/aedemo_oficial) / www.aedemo.es/blog