

Memoria

aedemo[®]
asociación española de estudios
de mercado, marketing y opinión

20
15 



Comunicación

Web

News

Asamblea

Revista

Formación

Índice

3	Presentación
4	Conferencia Anual de Socios 2015
12	Área de Actividades
20	Área de Formación
24	Área de Valor al Socio
26	Área de Publicaciones
29	Área de Comunicación
32	Relaciones con otras asociaciones
35	Servicios
38	Resultados económicos 2015

Presentación

Nunca es fácil hacer balance de todo un año, y menos por escrito. Seguro que no todos tenemos las mismas percepciones; siempre te queda la sensación de que te vas a dejar algo en el tintero, o de que igual no aciertas con las reseñas de los hechos más destacables. Pero toca hablar del año 2015.

Este año se ha consolidado la recuperación patrimonial. Por segundo año consecutivo se consigue superávit. Por tanto, lo primero a destacar es la estabilidad económica y funcional de la asociación, mérito que debe achacarse de manera principal, en primer lugar, a la anterior junta, pero también al trabajo en su momento de Gerencia y Secretaría. Todos juntos fueron capaces de dar la vuelta a la situación de la asociación. No quiero dejar de decirlo: de verdad, muchas gracias.

Pero la consolidación económica no ha sido el único objetivo de 2015. Por primera vez desde 2008, no baja el número de socios en AEDEMO. Somos 765 socios, cuatro más que el año anterior. No se puede hablar de crecimiento, pero al menos se ha parado la tendencia a la baja. Ojalá a futuro podamos empezar a crecer. En cualquier caso, parece que se está produciendo una renovación generacional.

En la pasada asamblea de socios, nos propusisteis el lanzamiento de un evento relacionado con las nuevas tecnologías o formas de investigación. De ahí que en octubre naciera La @ de AEDEMO, que tiene voluntad de continuidad en el tiempo, y sobre todo de “hacerse” grande. El mundo de la investigación se mueve, el desarrollo tecnológico implica la aparición de nuevas fuentes de información, complementarias a las que ya veníamos utilizando, más información a tratar, y, en consecuencia, nuevas formas y métodos de análisis del comportamiento de los consumidores.

En relación con esto, ya en el Encuentro de Investigación, además de incorporar un nuevo formato de evento, en el segundo bloque tuvimos representación tanto de profesionales de investigación más “tradicional” como de nuevos partners, bajo el título “*La investigación que viene... ya está aquí. Nuevos métodos, áreas, y players en la recogida y análisis de la información*”. AEDEMO debe estar ahí. No podemos desaprovechar esta ocasión, tenemos claro que debemos abrir AEDEMO hacia estos nuevos profesionales.

En cualquier caso, debemos seguir siendo fieles a nuestro objetivo principal: impulsar todo tipo de actividades formativas de calidad que permitan dar respuesta a las necesidades de conocimiento, formación y actualización en las disciplinas y técnicas más novedosas para nuestros socios, en tanto profesionales del sector de la Investigación y el Marketing. De ahí que debamos seguir generando jornadas, cursos y webinars a lo largo del año.

No quiero dejar de mencionar el reto de intentar mejorar cada año el Seminario Multipantalla de TV, clave para AEDEMO en todos los sentidos. En su 31ª edición, fuimos a Sevilla, con un crecimiento en asistentes del 10% (300 participantes), y muy buenas sensaciones en cuanto a contenidos y vivencias. Y como novedad, la organización del seminario fue capaz de sorprender con un baile de flamenco en la pared o con la presencia de un caballo en la sala, con un espectáculo de doma. Magnífico Welcome Show previo al inicio de las sesiones de ponencias. Enhorabuena a los culpables.

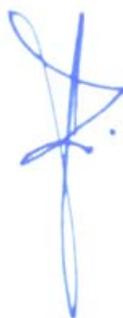
Por último, en el apartado de novedades, también se ha puesto en marcha el proyecto de relanzamiento de la revista, que va a ver su fruto en el primer trimestre de 2016. Nuevo *look*, nuevo formato, nuevo equipo, con el reto de ofrecer contenidos de interés. No debemos olvidar la esencia del valor que la revista ha tenido para nosotros, ni olvidar el esfuerzo de todos los que han hecho que la revista haya sido un referente para los socios hasta ahora. También, gracias.

Pero queda mucho por hacer, tenemos que trabajar en muchos más frentes. En continuar con el proceso de digitalización, en seguir con el desarrollo de la nueva web y en fomentar la participación de nuestros socios a través de las redes sociales. Se va avanzando en esta materia, pero el objetivo debe ser crecer más.

Y por supuesto, debemos ser capaces de generar de manera continua valor para el socio, este es uno de los principales retos que tenemos todos y cada uno de los miembros que configuran la actual junta directiva. En este sentido, el objetivo a partir de ahora debe ser invertir en los socios, en generar más acciones, asumiendo un espíritu de tender más hacia el *break-even* en ingresos y gastos, para revertir los recursos en acciones y actividades para los socios en este momento de estabilidad de la asociación.

Un fuerte abrazo, y, repito, gracias a todos.

José María Moix
presidente
de AEDEMO



Conferencia Anual

La conferencia anual de socios 2015 de AEDEMO tuvo lugar en marzo en Barcelona. Como es habitual, se celebró un agradable encuentro y, finalmente, se procedió a la entrega de los premios que anualmente convoca la asociación.

Conferencia anual de socios 2015

Barcelona, 12 de marzo de 2015

La 47ª Asamblea General Ordinaria de Socios 2015 de AEDEMO se celebró en la **Antigua Fábrica Moritz de Cerveza de Barcelona**, y contó con la presencia de 130 profesionales, una de las cifras de participación más altas de los últimos años.

El acto comenzó, a las 19:35 h., con la intervención del presidente, **Jordi Hidalgo**, quien abordó una consulta de una socia referente a un posible traslado de la sede de AEDEMO de Barcelona a Madrid. Tanto la junta directiva como el Comité de Ética (CEA) consideraron no recomendable y perjudicial ese hipotético traslado. Hidalgo, aprovechó la ocasión para agradecer a **Odec** las condiciones favorables que ofrece a la asociación en el alquiler del local de la sede.

Seguidamente, se procedió a la lectura y aprobación del acta de la 46ª Asamblea de Socios

y de la Memoria del año 2014. Ambas se aprobaron por unanimidad. Cabe destacar que ambos documentos habían sido puestos a disposición de los socios y se publicaron en la web de la asociación.

Posteriormente, Jordi Hidalgo invitó al vicepresidente de AEDEMO, **Javier Resurrección**, a detallar el balance y la cuenta de resultados del año 2014. Resurrección explicó que el estado de cuentas económico-financiero fue positivo y tuvo un resultado final en línea con el presupuesto, incluso ligeramente mejor. Este hecho permitió recuperar parte de las pérdidas de años anteriores y dotar una provisión de 8.871 euros.

Resurrección informó de que se había trabajado en la gestión de cobros, reduciendo el saldo de clientes, que junto con el beneficio permitió



incrementar el patrimonio neto y tener invertido en Imposiciones a Plazo Fijo, como recomendó la auditoría de 2013. En concreto, comparando el balance de 2014 con el de 2013, hubo una recuperación de caja de alrededor de 70.000 euros, debido a partes iguales al beneficio de 2014 y a la mejora en el cobro de la deuda. No obstante, se observó el importe de 18.716 euros en el epígrafe de Gastos y Tributos, derivados del ajuste impositivo que la asociación tuvo que realizar, de acuerdo a la normativa vigente, por la cual, un porcentaje del IVA soportado no es deducible para la asociación. Por esa misma normativa, las cuotas de los socios se cobran sin IVA, siendo esto obligatorio.

Además, se detalló que no se había cumplido el objetivo de que los gastos ordinarios (aquellos que no son específicos de las actividades) se equipararan a los ingresos ordinarios (ingresos por cuotas) por dos motivos: debido a que un porcentaje del IVA no se puede deducir como asociación, por lo que es un gasto a tener en cuenta; y a que se provisionó deuda antigua, considerada como que no se iba a cobrar, por lo que aparece como gasto, pero si parte de esa deuda se cobra en el futuro, sería un ingreso extraordinario.

Asimismo, se destacó la mejora de los ingresos generados por las actividades, con especial mención al Seminario de Televisión, por lo que felicitó a **Luis Pistoni** y a todo el comité organizador. También se enfatizó la labor por parte de Secretaría en la reducción de costes, especialmente en los cursos en Madrid, que se vieron favorecidos por el uso de las salas de formación de El Corte Inglés, en condiciones ventajosas para la asociación.

El resultado final de 2014 fue de 35.073,21 euros de beneficio, muy similar al presupuesto estimado a principios de año y confirmando la tendencia en positivo de la asociación.



El informe de auditoría 2014 fue responsabilidad de los socios **José Vicente del Barco** y **Juan Luis Méndez**, a quienes se agradeció su excelente y completo trabajo, y su ejecución en los tiempos pactados. De acuerdo con su informe, la asociación cerró el ejercicio con una clara mejoría respecto de años anteriores. Para 2015, en la línea del tradicional relevo, se decidió mantener a Juan Luis Méndez e incorporar a **José Carlos Gutiérrez** en el equipo de trabajo. Jordi Hidalgo también presentó un resumen de los retos planteados en 2014, basados en: Saneamiento económico; Reorganización funcional; Socios: ¿quiénes somos y qué necesitamos?; e Incremento de actividades, contactos profesionales y colaboración con otras asociaciones.

En cuanto al saneamiento económico, se consideró como reto conseguido después de escuchar la intervención del vicepresidente. La reorganización funcional se basó en la nueva y muy eficaz gestión de la Secretaría, y en la creación de la figura de gerente, valorada positivamente, y cuyas funciones las desempeñó **María Lizarraga**, quien se encargó de centralizar toda la labor comercial de la asociación y de hacer el seguimiento de la eficacia de la organización.

En el apartado de socios, el presidente explicó el trabajo realizado desde el conjunto de la junta y destacó que en 2014 se pusieron en marcha algunas de las recomendaciones del Estudio de Satisfacción y Demandas del Socio, que permitieron conocer el perfil y necesidades de los socios y adaptar tanto los servicios que les ofrecen como las estrategias de expansión de la asociación. En relación con las cuotas de socios, se aprobó mantenerlas igual que en 2014 y seguir con la posibilidad de cobrar media cuota a las altas que se soliciten a partir del 1 de julio.

Respecto al incremento de actividades, Hidalgo resaltó el crecimiento cuantitativo y cualitativo del Seminario de Televisión celebrado en Sevilla, así como el aumento de las actividades formativas, con respecto al año anterior. Asimismo, destacó la importancia de mantener la colaboración con otras asociaciones y explicó las reuniones celebradas entre AEDEMO y ANEIMO para establecer pautas de colaboración.

El presidente también dio detalles sobre la labor desarrollada en el Área de Comunicación para preparar la nueva web de la asociación y explicó las propuestas para mejorar la revista *Investigación y Marketing*, el Boletín al Día y el Directorio. Con estas se busca aumentar el número de socios y los ingresos por publicidad y patrocinios.

El vicepresidente también presentó la propuesta del presupuesto de 2015. Este contemplaba un beneficio de 28.000 euros, destinaba partidas para la nueva web y para la gestión de la comunicación y el diseño gráfico, y continuaba acercando los costes ordinarios a los ingresos por cuotas, como marca uno de los objetivos y recomendaciones de la auditoría, a excepción de la partida de IVA. Respecto a las actividades, se volvió a contemplar un resultado positivo, con un beneficio previsto superior a los 47.000 euros. El presupuesto 2015 se aprobó por unanimidad.

Antes de arrancar el debate, Jordi Hidalgo propuso la aprobación, por parte de la asamblea, de **Jordi Guix** como miembro del Comité de Ética, a propuesta del CEA y tras su ratificación por parte de la junta directiva. Guix recibió el voto favorable de forma unánime. Siguiendo el protocolo establecido, el presidente expuso también la propuesta, por parte de la junta directiva, de nombrar a **José Carlos Gutiérrez**, anterior presidente de AEDEMO, como Socio de Honor. Dicho nombramiento fue ratificado por unanimidad.

En el turno de ruegos y preguntas, Jordi Hidalgo, en respuesta a Joan Alòs, hizo hincapié en que con el trabajo de todos se había superado el duro y sobrevenido periodo por el que había pasado la asociación, y que, en su opinión, había que renovar los cargos.

El socio Lluís Fatjó apreció la labor de la asociación, pero pidió que AEDEMO considerara la posibilidad de crecer y de ampliar el espectro ante las nuevas metodologías y empresas que proveen información para la toma de decisiones en marketing. Fatjó apuntó que es necesario ser más aperturistas y que se necesitan nuevas estructuras y relaciones con empresas, asociaciones y universidades. Ante esta apreciación, Javier Resurrección respondió que en AEDEMO se es consciente de ello, y que se estaba trabajando en esa línea.

A continuación, Eduardo Madinaueitia sugirió la necesidad de plantear asuntos más novedosos y reflexionó sobre la influencia, o no, de AEDEMO en temas sobre Internet. Y destacó que sería recomendable desarrollar y potenciar seminarios. En ese mismo sentido intervino Luis Fernando Ruiz, quien comentó que se habían quedado fuera de la asociación profesionales de la investigación de Internet, por lo que sugirió plantear propuestas para captar su interés. Luis Pistoni añadió que Joan Alòs

inventó el seminario AedemoTV, como ejemplo de buena iniciativa, y que, efectivamente, el reto es generar actividades que atraigan a los nuevos profesionales. Tanto el presidente como el vicepresidente respondieron que estaban de acuerdo con las valoraciones, que la junta directiva lo estaba teniendo en cuenta y que se deben hacer mayores esfuerzos al respecto.

Marcel Cirera destacó que tanto la actualización y la modernización como la consistencia y el rigor deben ser relevantes en AEDEMO. Además, sugirió abrir un proceso de reflexión interna sobre la modernidad de la asociación. Jordi Hidalgo comentó que coincidía, en términos generales, con el comentario y que desde la junta directiva se apostaba por el valor del rigor metodológico. Además, Hidalgo añadió que la asociación crecería si se continuaba aportando profesionalidad y rigor en el trabajo.

Posteriormente, se procedió a la renovación de la junta directiva. Como se presentaron tantos candidatos como vacantes había, la asamblea no consideró necesario continuar con el proceso de elección. **José María Moix**, director de Antena y Marketing de Atresmedia Radio, fue nombrado presidente de AEDEMO; y **José Manuel Úbeda-Portugués**, responsable de Audiencias e Investigación de Mercado de Canal+, fue designado

vicepresidente. Ambos sustituyeron a Jordi Hidalgo y Javier Resurrección, quienes ocuparon la Presidencia y Vicepresidencia, respectivamente, los dos últimos años.

Además, se incorporaron como nuevos miembros de la junta directiva: **César Chacón** (Kantar Media), **Ángel Javier Nuez** (Estudio Silvia Roca), y **Luis Fernando Ruiz Bedoya** (OMG). Los tres se sumaron a Ana Gallardo (Odec), Miguel Cervantes (Universidad de León) y Joan Miró (Netquest), quienes ya formaban parte de la anterior, junto con María Lizarraga, como gerente de la asociación. Miguel Ángel Fontán (Kantar Media) e Iván Bautista (Estudio Silvia Roca) abandonaron la junta.

La nueva junta directiva quedó constituida por:
Presidente: **José María Moix**
Vicepresidente: **José Manuel Úbeda-Portugués**
Vocales:

César Chacón Sánchez
Ángel Javier Nuez Espallargas
Luis Fernando Ruiz Bedoya
Ana Gallardo Cifuentes
Miguel Cervantes Blanco
Joan Miró Borrás

También se aprobó la incorporación de **Jordi Guix** (Havas Media Group) al Comité de Ética, y **José Carlos Gutiérrez** ingresó en el club de socios honorarios de AEDEMO, al que pertenecen los profesionales que han sido presidentes de la asociación.

A continuación, se inició el cóctel-cena, durante el cual se procedió a la entrega de premios e insignias de AEDEMO.



Entrega de Insignias de AEDEMO

Después de los premios, se procedió a la entrega de las Insignias de Oro AEDEMO, que cada año se otorgan a todos aquellos que tienen una antigüedad de 20 años como socios. Se concedieron a 17 socios: **José Luis Álvarez Álvarez, Manuel Ameijeiras Santiago, Pepa Barral González, Rafael Caballero Alonso, M.ª Mercedes Chiapella Micó, Miguel Conde Lobato, Elisabet Contijoch Roqueta, José María Cuende Andreu, Vidal Díaz de Rada Igúzquiza, Áurea García Alcubilla, Raquel García Yagüe, Carles Manteca Auber, Dionisia Mata Prado, Raquel Ortega Rodríguez, Francisco Javier Poveda Gálvez, Alberto Sidrach de Cardona y Graciano Viejo Fernández.**



Asimismo, se impuso una Insignia Especial de Oro a **Xavier Morano** (Empírica), de quien se destacó el trabajo realizado para la organización.



A continuación, se llevó a cabo la presentación pública de la nueva junta directiva. Jordi Hidalgo agradeció a los asistentes su presencia en el evento, que se desarrolló con éxito y en un excelente ambiente. Asimismo, también felicitó y reconoció públicamente que gran parte de ese éxito se debía a la labor del siguiente equipo de trabajo: **Carles Manteca Auber**, director comercial i de Màrketing de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals; **Sandra Orsola de los Santos**, socia-directora Área Cualitativa en More Than Research; **Juan Carlos Ortega Ramos**, director de Cuentas en Odec; **Chity del Pozo Fina**, socia fundadora de Labrand; **Silvia Roca Grau**, directora de Estudio Silvia Roca; y **Ramón Viver Puig**, Business Unit Director Barcelona en TNS, en representación de los socios. En representación de la junta directiva: **Juan Miró Borrás**, director de Netquest Iberia; **Iván Bautista Roca**, director adjunto de Estudio Silvia Roca; y **María Lizarraga Lacalle**, gerente de AEDEMO.

El nuevo presidente, José María Moix, tomó el relevo mediante unas palabras de agradecimiento y disposición para los socios.

Posteriormente, se procedió al sorteo de regalos entre los presentes. Después de la asamblea tuvo lugar la fiesta en la que, además, los asistentes respondieron a una encuesta realizada por **Quid**, en la que tenían que evaluar su grado de satisfacción con la organización y con el propio evento. Para votar tuvieron que elegir entre naranjas (si la opinión era favorable) o limones



(si era desfavorable) en el primer caso, y entre tomates (si la respuesta era positiva) o ajos (si era negativa) en el segundo. En ambos casos, el grado de satisfacción alcanzó el 75%. Asimismo, los participantes dejaron su particular receta para la asociación, y los tres ingredientes más valorados fueron: facilitar el networking a distintos niveles; una mayor presencia en diferentes ámbitos (medios y redes sociales), y llegar a ser un referente social.

premios

Premio Gloria Batista al Mejor Artículo de la Revista I&M 2014. Recayó en **Eduardo Madinaveitia**, director técnico de Zenith, por su artículo titulado **El paréntesis**, publicado en el número: 122, de marzo de 2014. El jurado fue el Comité de Redacción de la Revista.



Premio Junior de AEDEMO 2014. Fue otorgado a **Ana María Hernández Sánchez** (Universidad de Castilla-La Mancha) por su trabajo **Uso de herramientas de marketing on line en sectores estratégicos de Talavera de la Reina**. El jurado estuvo formado por Marisol Aguirre, Jordi Guix, Jesús Pascual, José Manuel Úbeda-Portugués y Miguel Cervantes.



El **Premio al Mejor Expediente Académico 2014** (patrocinado por **TNS**) se otorgó a **Ildefonso Molina Jiménez**, graduado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Además, se entregó un accésit a **Raúl Santamarta Fernández**, graduado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de León. El jurado lo formaron Jordi Hidalgo, Miguel Ángel Fontán, Marcelo Royo, Jesús García y Miguel Cervantes.



AEDEMO agradece a todos los patrocinadores su participación en la conferencia anual de socios 2015



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 de TV

Sevilla, 11, 12 y 13 de febrero de 2015

La 31ª edición del Seminario de Televisión de AEDEMO se celebró en Sevilla y contó con la asistencia de **300 profesionales**, 19 de los cuales eran ponentes. El evento fue todo un éxito no solo porque las inscripciones aumentaron en un 10%, sino también porque dejó muy buenas sensaciones tanto entre los participantes como entre la organización.

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; **Fernando Conde**, director de Cimop; **Jordi Hidalgo**, presidente de AEDEMO; y **José María Moix**, director de Antena y Marketing de Atresmedia Radio.

Al inicio de las sesiones, los participantes fueron recibidos con dos espectáculos: uno de baile flamenco, con la bailaora colgada de un arnés, y otro de doma.



El miércoles 11 de febrero, tuvo lugar la **mesa coloquio Un futuro audiovisual: ¿Más sorpresas?**, moderada por **Melisa Kindelán**, head of Accuen (OMG); y que contó con la colaboración de **SSI**. Los participantes fueron **Eduardo Vázquez**, director general de ADN, **Toni Garrido**, periodista, y **Antonio Manfredi Díaz**, director de Medios Interactivos de RTVA. Al finalizar, **Publiespaña** dio un cóctel de bienvenida, y, posteriormente, **Viacom** 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: **Mar Mayoral**, senior director of Research de Viacom; **Luis Miguel Benítez**, senior Research Analyst de GfK; **Pilar Merchante**, directora de Investigación de Zenith Media; y **Pablo Romero**, director de Contenidos de Yomvi (Canal+).

Sesión 2:

Moderador: **José María Moix**.

Participantes: **Fernando Santiago**, director técnico de AIMC; **Juan Pedro Moreno**, Data

Insight director España de Havas Media Group España; **Eduard Nafria**, director general técnico y director comercial de Kantar Media; y **Lázaro García**, director de Marketing de Publiespaña.

Después de la sesión 2 se ofreció un almuerzo, con la colaboración de **comScore**.

Sesión 3:

Moderador: **Pablo Alonso**.

Participantes: **Javier Herreros**, director de Tres14 Research; **Beatriz Abad**, jefe de Consumer Insights de Ymedia; **Rafael Rodríguez**, técnico senior de Cimop; **Diego Herranz**, responsable técnico de la División Cualitativa de Imop Encuestas; **Isabel Peleteiro**, socia y directora general de Imop Encuestas; **Marta Rojo**, directora de Investigación de Audiencias de Atresmedia Publicidad; y **Antonio Ruiz**, co-founder & executive manager de Brain House Institute.

Después de esta sesión hubo una cena, que contó con la colaboración de **RTVA**, y un espectáculo a cargo de La Argentina, cantante candidata a los premios Grammy Latinos. Posteriormente, **Estudio Silvia Roca** ofreció a una consumición.

Sesión 4:

Moderador: **Fernando Conde**.

Participantes: **Alberto Relaño**, director de Innovación & Digital de TNS España; **Raúl Gordo**, director de Investigación de PHD; y **Raúl Devia**, director de Investigación de Maxus Spain.

Como colofón, el viernes 13 de febrero, después de la Sesión 4, se celebró la **mesa redonda Resintonizando la TV**, moderada por **Tom Martín**, director de La Hora de Andalucía, en Canal Sur Radio. En ella participaron **Inés Arnal**, Marketing manager de Cruzcampo; **Paloma Brauo**, directora de Marketing y Publicidad de Movistar TV; **Joaquín Durán**, subdirector general de RTVA; **Carlos Fernández**, director de Contenidos de Grupo



Atresmedia; y **Gerardo Mariñas**, presidente de la Asociación de Agencias de Medios.

Al finalizar, **Luis Pistoni** entregó los premios AEDEMO a la Mejor Ponencia y a la Ponencia más Innovadora. Además, hubo un vino de despedida.

Patrocinadores

Los patrocinadores del Seminario de Televisión fueron **Publiespaña, RTVA, Kantar Media, SSI, Viacom, comScore, Estudio Silvia Roca, Sevilla Turismo** y **Fundación Cajasol**.



Premios

En esta edición, el **Premio a La Mejor Ponencia** del seminario fue para **Be neuro be effective**, a cargo de **Marta Rojo** (Atresmedia Publicidad) y **Antonio Ruiz** (Brain House Institute).

El **Premio a La Ponencia más Innovadora** fue para **Nuevas formas de comercialización publicitaria en el mundo multipantalla**, de **Raúl Gordo** (PHD).

Cabe destacar que todas las ponencias, más allá de los contenidos, contaron con notables puestas en escena, lo que facilitó la llegada del mensaje y la interacción de los participantes.



La @ de AEDEMO

Madrid, 22 y 23 de octubre de 2015

Estas jornadas, organizadas por AEDEMO y patrocinadas por **comScore**, se celebraron los días 22 y 23 de octubre en Madrid, estuvieron enfocadas en los aspectos digitales de la profesión y contaron con 85 participantes. El coordinador fue **Jaime Agulló** y el comité organizador estuvo formado por **Fernando Carrión**, **Eduardo Madinaveitia** y **Virginia Frías**.

El evento se dividió en siete bloques:

Transformación: formado por las ponencias *La investigación de mercados, otra industria desintermediada*, de **Felipe Romero**, CEO de The Cocktail Analysis; *Rediseñando la investigación*, de **David Atanet**, Digital Market Intelligence manager de Grupo GfK; y *Transformación digital*, de **Fernando Polo**, de Territorio Creativo.

Datos & Herramientas: integrado por *Caso práctico: RTVE.es*, de **Miguel Orense**, director general de Kanvas Media; *El efecto Off de la medición on line*, de **Anselmo Sánchez**, CEO & founder de MyObserver; y *El gran reto del Adex en los medios digitales*, de **Patricia Sánchez**, directora general de Infoadex.



Datos & Herramientas II: que incluyó *El consumidor, empresas con las que interactúa y su ecosistema de uso de apps*, de **Javier Arenas**, de El Departamento de los Investegas, y **Ricardo Torres**, director de Desarrollo de Negocio de Netquest; *Conversaciones en perfiles de marcas en Facebook y su uso en investigación de mercados*, de **Idoia Portilla**, profesora de Investigación de Mercados en la Universidad de Navarra; y *Los perfiles sociales como herramientas de marketing y sentimiento para las marcas*, de **Juan Antonio Roncero**, director de Innovación de Internet República.

Taller de Ideas y Proyectos, primera ronda: formado por *Del Big Data al FreshDATA*, de **Ignacio Orero**, Head of Digital de Maxus; *El crowdsourcing aplicado a la investigación de mercados, o cómo incorporar el "C to B" en la investigación*, de **Víctor Prim**, director de BeMyEye España; y *#mamiconcilia, del marketing de contenidos a la start up*, de **Usúe Madinaveitia** y **Carlos Fernández**, cocreadores de #mamiconcilia.





Estas jornadas sirvieron para identificar los factores que confluyen actualmente en el sector y para analizar experiencias concretas, tanto de empresas anteriores a la digitalización que se han incorporado a la transformación, como de aquellas que se han creado en la nueva coyuntura.

Taller de Ideas y Proyectos, segunda ronda: que incluyó *Big Data sin límites: televisión, redes sociales y radio*, de **Jorge Rico**, Senior Innovation director de Sigma Technologies; *Los otros datos de Internet: captura, gestión y utilización de datos secundarios para la investigación de mercados*, de **José Ignacio Casas**, socio fundador de Jomial Research and Consulting; y *Los 6 retos del futuro de la reputación y confianza*, de **Juan Cartagena**, CEO de Traity.

Plataformas I: formada por *Las redes sociales, nuevo terreno para el marketing real-time*, de **Marc Elena**, CEO de Adsmurai; *Digital: una realidad en out of home. Real time metrics*, de **Luis Miguel Vindel**, CEO & founder de Playthe.net; y *El año del mobile*, de **Ruth Bareño**, de Teads.

Plataformas II: contó con *Shazam: born out of music. Made for everything*, de **Josh Partridge**, director de Shazam EMEA, Latam y Canadá; *Aléjate! Reivindicación de la fuerza de los vínculos débiles en el mundo digital*, de **Miguel Gomis**, Strategy and Consumer Insights director de Tapsa Ye&R; *El proceso de decisión de contratación de servicios financieros en un entorno multidispositivo*, de **Amaya Acero**, head of Market Insights Spain & Portugal de Google; y *Caso Supermercados DIA: E-Commerce omnichannel*, de **Diego Sebastián de Erice**, director de E-Commerce Food de DIA.



Jornadas



22.ª Jornadas de Investigación de Mercados AEDEMO/MKT: Nuevas tendencias en la exploración de mercados

21 de abril de 2015, en Madrid

El Palacio de Longoria, en Madrid, acogió, el 21 de abril, la jornada *Nuevas tendencias en la exploración de mercados*, organizada por **AEDEMO** y **MKT**, y que contó con el patrocinio de **Netquest** y **Arena Media**. Bajo el lema *State of the art de la investigación on line en España*, hubo seis ponencias seleccionadas por el comité de programa, integrado por **Cecilia Denis**, **Ana Gallardo**, **Joan Miró** y **Julio Vidosa**.

Joan Miró, coordinador del evento y vocal de AEDEMO, fue el encargado de abrir la jornada. Tras él, **Juan Larrauri**, de LG Electronics, y **Jordi Rodrigo**, de Brandchats, presentaron una herramienta para hacer el seguimiento de las conversaciones en Internet acerca de un producto, incluso antes de lanzarse.

A continuación, **Jordi Ferrer** y **Enrique Martín**, de Congzoom, presentaron la ponencia *En busca del Santo Grial de la comunicación o cómo lograr earned media*. **Alfonso Calatrava**, de Twitter, y **Rosario Borrego**, de nPeople, presentaron un estudio que combina los datos de navegación multidispositivo de los internautas con los comportamientos declarados por ellos mismos.

David Atanet, de GfK, centró su ponencia en la investigación cross-channel y señaló que la recogida de indicadores a través de la monitorización de la navegación de los usuarios requiere complementarse con datos obtenidos a partir de encuestas convencionales.



Diego Carrasco, de Gas Natural Fenosa, y **Marga Ollero**, de Arena España, explicaron cómo consiguieron incrementar el *engagement* de los internautas con las acciones desarrolladas por Gas Natural Fenosa.

La última ponencia fue de **Marta Pérez**, de Pernod Ricard, y **Ricardo Montalvo**, de TNS, quienes presentaron una comunidad *on line* creada por TNS para generar *insights* útiles a las marcas de Pernod Ricard.

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



The Research Club

14 de mayo de 2015, en Madrid

En 2015 se celebró un evento de The Research Club en el Restaurante Kupela de Madrid.

The Research Club son encuentros profesionales que tienen por objetivo compartir ideas y experiencias relacionadas con el sector. Están organizados por un grupo de instituciones, entre las que se encuentra AEDEMO.



Área de Formación

*El Área de Formación estuvo guiada durante 2015 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

Cursos de Social Media Intelligence, KPI's, herramientas y metodologías de investigación

28 de abril de 2015, en Madrid

22 de septiembre de 2015, en Barcelona

Este curso presencial de ocho horas se celebró el 28 de abril en Madrid y el 22 de septiembre en Barcelona. Los profesores fueron **Xavier Moraño**, head specialist Quantitative en Target Empírica, y **Javier Melero**, Digital Data Intelligent & Innovation director en Isobar. Destinado a profesionales, estudiantes y docentes de la investigación de mercados y metodologías de investigación, se impartieron las nociones básicas necesarias para realizar estudios de mercado a través de diferentes herramientas de monitorización y análisis de los social media, aplicación de metodologías sólidas y contrastadas de investigación.



Curso Introducción a R, software Libre de análisis estadístico

21 de mayo de 2015, en Madrid

Este curso presencial se celebró el 21 de mayo en el espacio Impact HUB Madrid. R es un lenguaje estadístico de código abierto que cada vez se extiende más en el campo de la investigación de mercados, especialmente en el entorno digital. **José Ignacio Casas**, socio-fundador de Jomial Research & Consultants, fue el docente durante las ocho horas de duración y finalizado el curso siguió atendiendo las dudas de los asistentes durante un mes.

Cursos Compra Venta Programática

2 y 30 de junio de 2015, en Madrid

AEDEMO, IAB y AIMC se unieron para organizar el curso *Compra Venta Programática*, celebrado el 2 de junio. Durante la jornada se analizó qué es y cómo funcionan la compra y la venta programática de la publicidad, cuáles son los principales actores de este nuevo ecosistema publicitario, cómo el uso de la tecnología permite automatizar y gestionar procesos en tiempo real y cómo mejoran los resultados con el uso del data.

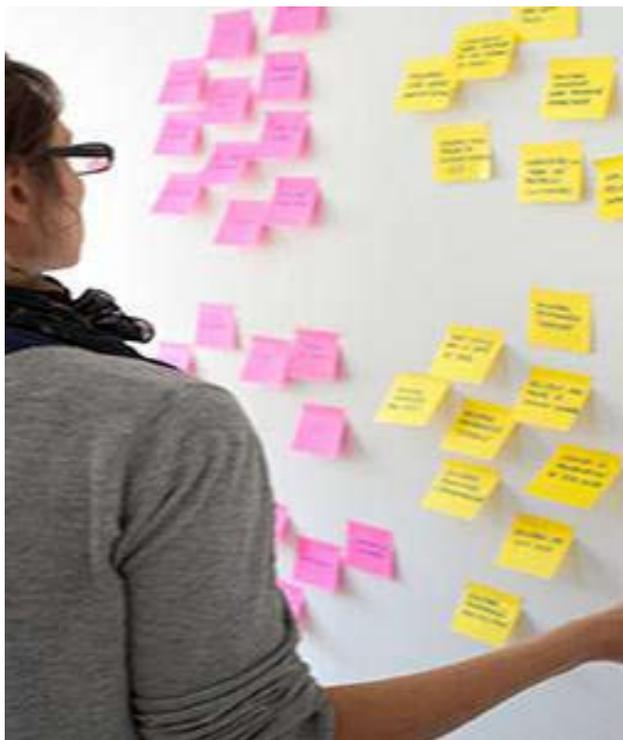
El equipo de coordinación del curso estuvo integrado por **Ana Gallardo**, directora de Marketing del Departamento de Medios de Odec, **Fernando Santiago**, director técnico de AIMC, y **Jorge de Blas**, director de Eventos y Formación de IAB. El grupo de trabajo lo formaron **Fernando Carrión**, digital business development de Ricoh Spain Services, y **Felipe Romero**, consejero delegado de The Cocktail Analysis. El cuadro de profesores contó con Fernando Carrión, **César Candal**, commercial head of AOD de Vivaki; **Salvatore Cospito**, head of traders de AFFIPERF; **Cristina Bergal**, dirección de Performance y Nuevos Negocios Digitales de PMP Medios; **Raúl de la Cruz**, director general de Microsoft Advertising; **Björn Baumgätner**, targeting & programmatic specialist de Microsoft Advertising; **Mariana Monreal**, manager head of programmatic & audience advertising de Yahoo!; **César Alonso Simón**, responsable de Medios Digitales de Telefónica España; y **Rafael Llopis**, director de Medios y Comercialización Publicitaria de Canal+.

Dado el éxito de esta actividad y al elevado número de alumnos que quedó en lista de espera, **el 30 de junio se celebró una segunda edición**, con los mismos contenidos y desarrollo que el primero.

Curso Design Thinking, cómo desarrollar nuevos procesos de innovación en la investigación

16 de junio de 2015, en Madrid

Este curso tuvo lugar el 16 de junio en el Espacio Impact HUB Madrid para formar en el desarrollo de nuevos procesos de innovación en la investigación, con el objetivo de hacer un acercamiento a la disciplina Design Thinking, que nace del diseño para generar nuevas oportunidades de trabajo al investigador. La primera parte consistió en una introducción a los conceptos básicos y metodología de trabajo y se mostraron ejemplos prácticos. La sesión de la tarde se dedicó a facilitar la comprensión e interiorización de los conceptos básicos, mediante un ejercicio práctico de diseño de experiencias. Este curso contó como profesores con **Clara Tió**, directora técnica en The Cocktail Analysis, **Ana Hernández Moratilla**, service design lead en Movistar, y **Santiago de la Asunción**, innovation partner en BBVA. El coordinador fue **Felipe Romero**, director de The Cocktail Analysis.



Neuromarketing Aplicado: Estrategias de Comunicación on Line desde las Neurociencias

8 y 9 de octubre de 2015, en Madrid



Estas jornadas se desarrollaron en Madrid los días 8 y 9 de octubre. Coordinadas por **Jesús Perán**, profesor de la Escuela de Ingeniería de La Rioja y máster de Neuromarketing, y **Miguel Cervantes**, profesor de la Universidad de León y vocal de Docencia de AEDEMO, fueron organizadas por AEDEMO, en colaboración con La Universidad Internacional de La Rioja, y contaron con ponencias de 12 especialistas en neurociencia y con la participación de 42 personas.

Webinar Cursos

Dentro del programa Webinar Cursos, que se puso en marcha en 2012, AEDEMO imparte cursos *on line* desarrollados en una o varias jornadas. En 2015 se llevaron a cabo:

Diseño eficaz de cuestionarios on line en contextos multi-pantalla

12 y 13 de mayo de 2015

Curso de dos sesiones de 1,5 horas, impartido por **Jorge Martín Martín**, Associate Account Director en Millward Brown España, responsable del Área de Reputación Online, y profesor colaborador en Universidad Pontificia Comillas (ICADE), ESIC, IED y AEDEMO. Contó con el seguimiento de 11 alumnos.

¿Cómo utilizar SEO en la investigación?

1 y 2 de diciembre de 2015

Este curso webinar tuvo lugar en dos jornadas, de 16:00 a 18:00 h. Fue impartido por **Sergio Simarro Villalba**, senior manager Digital en KPMG-ADN, quien mostró cómo utilizar las nuevas técnicas y herramientas de SEO (Search Engine Optimization) y obtener mejor rendimiento en las búsquedas y análisis de tendencias, *insights* y comportamientos *on line*.

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
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 **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 *on line*, 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.

15 de abril de 2015

Tema: "Big data: aspectos legales y éticos"
Imparte: **Pablo Pérez San-José**.

10 de junio de 2015

Tema: Premio a la mejor ponencia del Seminario de TV "Be neuro be effective"
Imparten: **Marta Rojo** y **Antonio Ruiz**.

18 de junio de 2015

Tema: Premio a la ponencia más innovadora del Seminario de TV "Nuevas formas de comercialización publicitaria en el mundo multipantalla"
Imparte: **Raúl Gordo**.

16 de septiembre de 2015

Tema: "La Nueva Clase social"
Imparten: **Enrique Matesanz**, **José Andrés Gabardo** y **José Manuel Úbeda-Portugués**.

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. Tras el estudio realizado en 2014, el nuevo grupo de trabajo, formado por **Petra Plaza**, **Manu Gallego**, **Miguel Ángel Fontán**, **José Moreno**, **Joan Miró** y **Ángel Nuez**, decidió en esta ocasión

un estudio cuantitativo sobre las inquietudes de los socios, que se llevará a cabo en los primeros meses de 2016.

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
- **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

Área de Publicaciones

*Esta área, 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 2015 se editaron cuatro números de la revista *Investigación y Marketing (I&M)*:

- **Núm. 126, marzo** Encuestas electorales y política.
- **Núm. 127, junio** La transformación.
- **Núm. 128, septiembre** Nuevas tecnologías en la investigación de mercados.
- **Núm. 129, diciembre** Generalista.

En nuestra página web se mantienen los números editados de forma que puedan consultarse todos sus artículos. Periódicamente, se publican extractos en el blog de AEDEMO, que permite comentar a los socios los artículos y análisis publicados. Tras los cambios realizados en 2014, **Juanjo Ibáñez** se ha mantenido como presidente de honor del Consejo Editorial de la revista *I&M* y **José Antonio Gómez Yáñez** como director de esta.

La contratación de la publicidad se realizó desde la Gerencia y Secretaría de la asociación. El consejo editorial está compuesto por **Joan Miró**, vocal de publicaciones y director de Netquest Iberia; **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**, Insighter manager; **Germán Loewe**, socio director de Netquest; **Mariano Maqueda**, director de Punto de Fuga; **Martilde Fernández-Cid**, profesora de la Universidad Complutense de Madrid; **Xavier Morano**, 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 2015, 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 2014

La Memoria 2014, como ya ocurrió el año anterior, se hizo en versión digital y se envió a todos los socios previamente a la celebración de la 47.ª Asamblea General Ordinaria de Socios.

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

Directorio 2015

En junio, se editó el *Directorio AEDEMO 2015* 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 **Luis Fernando Ruiz**, 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

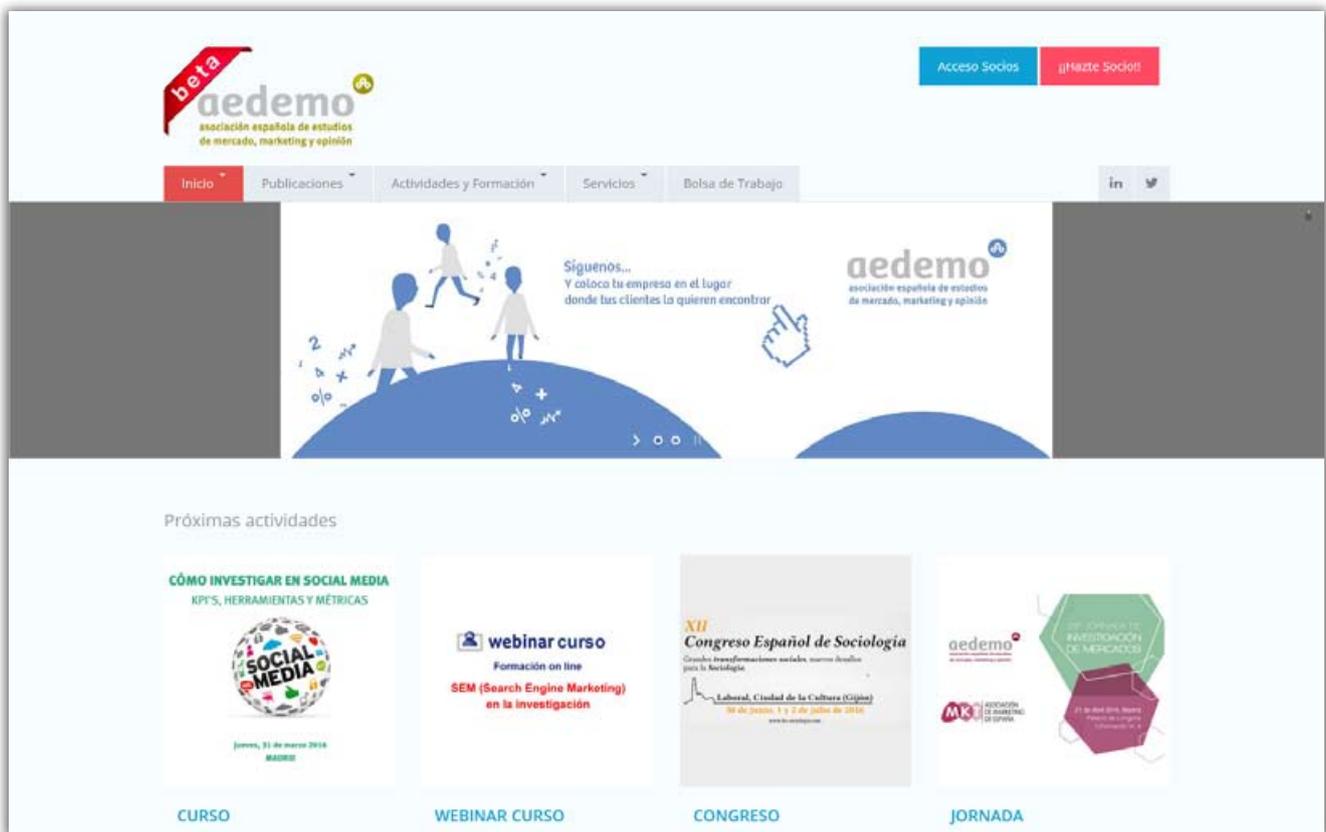
Página web

Durante 2015, se continuó con la actualización de los contenidos de la web y se trabajó en un renovado diseño que fue presentado en noviembre, con nuevos contenidos, más intuitiva, y diseñada para ser accesible desde cualquier dispositivo.

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 2015

Durante el año 2015, 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

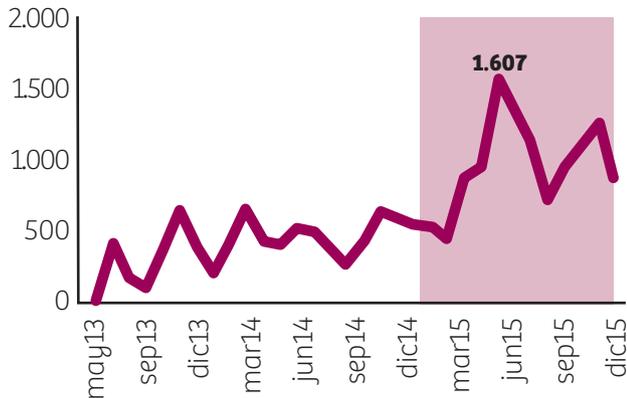
AEDEMO es consciente de la importancia que tienen las redes sociales como forma de comunicación y de interacción con los socios. A finales de 2012, desarrolló dentro del Área de Comunicación su presencia en redes digitales. En la actualidad, cuenta con un grupo en LinkedIn, un blog abierto a la profesión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

Evolución del Blog

www.aedemo.es/blog

La actividad del blog de AEDEMO ha elevado considerablemente el número de visitas. Los datos aportan que el post sobre el software estadístico fue la publicación más vista en 2015. Tras este, el calendario de eventos, y las publicaciones sobre el EGM, los cursos de *Compra programática*, *Neuro-marketing* y *R: La evolución de análisis estadístico* alcanzaron más de 300 visitas cada uno de ellos. Cifras muy superiores a años anteriores.

Entradas al blog desde su creación



Páginas vistas: 11.915

Duración media de las visitas: 1 minuto y 9 seg.

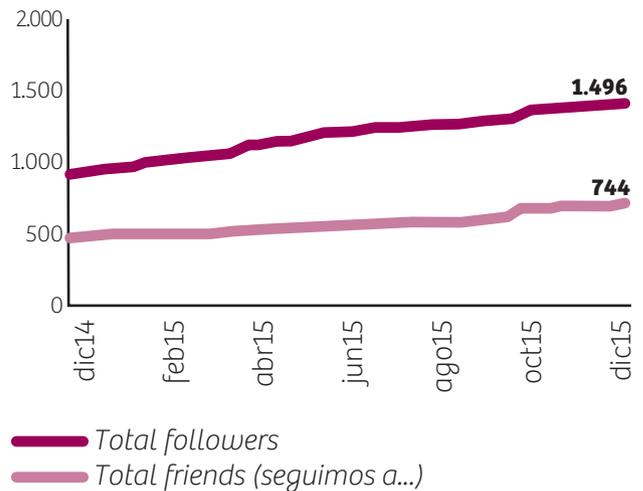
Evolución de Twitter y LinkedIn

@aedemo_oficial

www.linkedin.com/company/aedemo

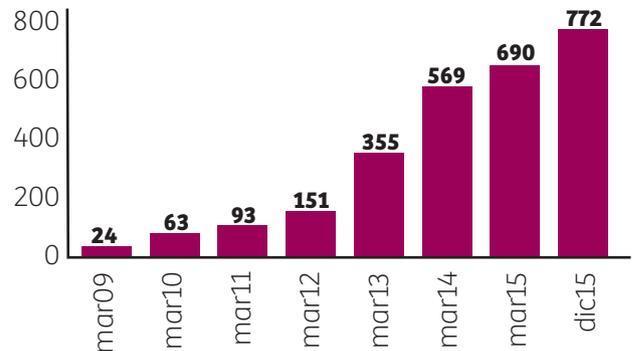
En 2015, AEDEMO llegó en Twitter los 1.496 seguidores, con un ratio followers/friends de 2,01.

Crecimiento en 2015: +53%



El incremento de participantes en LinkedIn durante 2015 supuso 102 nuevos miembros.

Seguidores LinkedIn



Relaciones con otras asociaciones

*Coordinado por **César Chacón**, 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

A lo largo de 2015, la Vocalía de Relaciones con otras Asociaciones y Entidades mantuvo contactos con DirCom (Directivos de Comunicación), FENAC (Federación de Asociaciones de Consultoría, Oficinas y Despachos y Servicios), AISM (Associazione Italiana Marketing), con ADECEC (Asociación de Consultoras de Empresas de RR.PP. y Comunicación) y EAE Business School.

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.

Neuromarketing World Forum 2015

25 al 27 de mayo de 2015, en Barcelona

El Neuromarketing World Forum, uno de los eventos más destacados a nivel mundial sobre neuromarketing, se celebró en 2015 en Barcelona. Durante tres días se debatió e intercambiaron experiencias con los más importantes profesionales de la materia sobre las últimas aportaciones que la neurociencia ha hecho al mundo del marketing y la investigación de mercados. AEDEMO facilitó la asistencia a sus socios con descuentos en la inscripción.



Avance Estudio de la Industria

19 de junio de 2015, 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 ESO-MAR. Acudió la práctica totalidad de los medios especializados convocados, lo que garantizó la buena difusión.

Premios de Marketing de Asturias

25 de junio de 2015, en Gijón



El 25 de junio de 2015, en Gijón, se entregaron los VIII Premios del Club de Marketing de Asturias. En la categoría de investigación comercial, **Miguel Cervantes**, en representación de AEDEMO, entregó el galardón a Pizza Móvil. Jorge Pallarés recogió el premio en nombre de la empresa. En el trabajo de investigación de mercados galardonado participó Alfredo Álava, de la empresa Alben Ingeniería y Marketing, socio de AEDEMO.

VII Encuentro La Investigación a Análisis

8 de octubre de 2015, en Madrid



Como viene siendo habitual en los últimos años, AEDEMO, ANEIMO y ESOMAR celebraron el VII Encuentro La Investigación a Análisis en La Casa Árabe de Madrid. El evento estuvo dividido en dos bloques dinámicos y fue un éxito de participación.

En el primero de ellos, **José María Moix**, presidente de AEDEMO; **Pepe Martínez**, presidente de ANEIMO; y **Luis Pistoni**, representante en España de ESOMAR, respondieron a las preguntas del periodista Toni Garrido.

El segundo bloque estuvo centrado en la mesa redonda *La investigación que viene... ya está aquí. Nuevos métodos, áreas y players en la recogida y análisis de la información*, moderada por **Jor-**

di Guix, responsable global de Investigación de Havas Media Group. En ella participaron **David Atanet**, director de Desarrollo Digital de GfK; **Núria Borrut**, directora de Innovación y Estrategia de Ipsos; **Jaime Agulló**, director general de comScore para el sur de EMEA; **Carlos Ochoa**, director de Marketing e Innovación de Netquest; **Juan Morali**, director comercial y de la división de Contenidos y Entretenimiento de Sentisis; y **Juan Graña**, consejero delegado de Neurologyca.

Los datos publicados en este evento dejaron una sensación de optimismo y confirmaron una previsión de incremento del mercado de la investigación en España en un 5,5 %, un punto más de lo pronosticado en el avance presentado a mediados de año.



Servicios

A lo largo de 2015, 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 de AEDEMO (CEA) se reunió, presencialmente, en cuatro ocasiones, todas en Barcelona. Además, mantuvo su actividad en la revisión y resolución de asuntos a través de correo electrónico y teléfono.

A lo largo de 2015, recibió 13 consultas, de las que siete fueron formuladas por socios de AEDEMO. El contenido de los asuntos tratados fue variado, si bien, tres tipos destacaron: consultas sobre aspectos técnicos de investigación, demandas de información sobre temas generales, y solicitud de certificación/validación de dos estudios de mercados.

Además, el CEA mantuvo su actividad divulgativa, en la que destacaron las siguientes tareas: Advertir de nuevas publicaciones y revisiones que ESOMAR ha realizado de sus normas y guías; Traducir al castellano la última guía sobre Mystery Shopping; Concluir la serie sobre derechos y garantías de los agentes de la investigación, el cliente, el investigador y el público; Continuar con recomendaciones sobre técnicas y procedimientos en formato pregunta-respuesta y, de forma específica ante los periodos electorales, sobre las publicaciones de sondeos en los medios de comunicación.

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**, **Jordi Guix**, **Pilar Pérez** y **Ramón Prats**.

Reuniones de la junta directiva

15 de enero	Acta nº 372
11 de febrero	Acta nº 373
12 de marzo	Acta nº 374
12 de marzo (asamblea)	Acta nº 375
16 de abril	Acta nº 376
14 de mayo	Acta nº 377
10 de junio	Acta nº 378
9 de julio	Acta nº 379
16 de septiembre	Acta nº 380
14 de octubre	Acta nº 381
11 de noviembre	Acta nº 382
16 de diciembre	Acta nº 383

Auditoría

Los auditores correspondientes al año 2015 fueron **José Carlos Gutiérrez** y **Juan Luis Méndez**, quienes realizaron el correspondiente informe con sus valoraciones y sugerencias.

Organización funcional de AEDEMO

En junio de 2015 finalizó el periodo de puesta en marcha del plan estratégico que comenzó a finales de 2013 con un nuevo modelo organizativo de AEDEMO, al cual estuvo al frente del comité **María Lizarraga Lacalle**, hasta la finalización de la implementación de este plan.

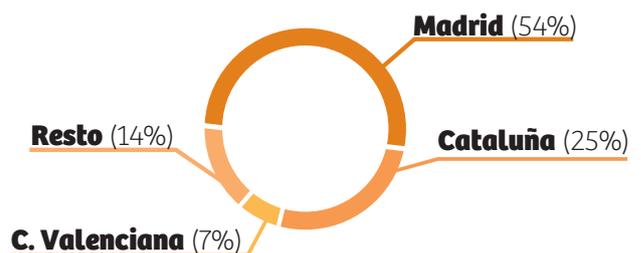


A partir de esta fecha, se ha suprimido el cargo de gerente, y continúa la Secretaría de AEDEMO con la empresa Viajes El Corte Inglés Congresos (formada por **Cristina Carpintero**, **María Matías** y **Beatriz Rodríguez**), que cuenta con una amplia experiencia en este sector asociativo y que viene prestando algunos servicios de apoyo organizativo a AEDEMO, entre ellos el Seminario TV Multipantalla.

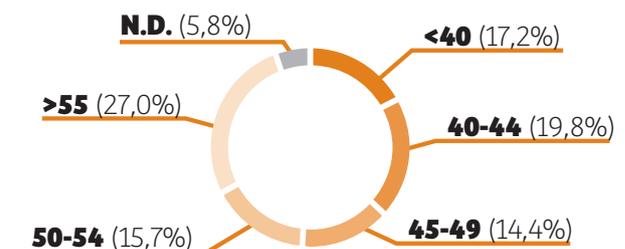
Información sobre Socios

En 2015 se admitieron 57 nuevos socios de pleno derecho y se produjeron 55 bajas, por lo que la cifra efectiva de socios a final de año asciende a 765.

Los socios se distribuyen geográficamente en un 98,3% en España, destacando más de la mitad en la Comunidad de Madrid.



En cuanto a edad, la media de los socios es de 49,24 años. Las franjas de edad se distribuyen de la siguiente forma:



Los socios, un 79% 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.

Resultados económicos

Resultados económicos 2015

AEDEMO RESULTADOS ECONÓMICOS 2015 REALIZADO A 31 DE DICIEMBRE DE 2015		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
								Pto.	Cierre
EVOLUCIÓN DE INGRESOS Y GASTOS									
TOTAL	Ingresos	475	455	500	372	294	285	264	276
	Gastos	502	531	471	439	303	250	237	243
	Resultado	-27	-76	29	-67	-9	35	27	33
Ingresos y gastos ordinarios	Ingresos	130	125	134	112	93	87	89	92
	Gastos	261	293	206	200	150	111	109	96
	Resultado	-131	-168	-72	-88	-56	-24	-20	-4
Actividades	Ingresos	345	330	366	260	200	198	176	184
	Gastos	241	238	265	239	153	139	128	148
	Resultado	104	92	101	21	47	59	48	37
Balance Reservas - Caja		255	191	199	121	102	173	200	248

Importes indicados en miles de euros

AEDEMO RESULTADOS ECONÓMICOS 2015 REALIZADO A 31 DE DICIEMBRE DE 2015	INGRESOS		GASTOS		RESULTADO	
	Presupuesto	Cierre 2015	Presupuesto	Cierre 2015	Presupuesto	Cierre 2015
INGRESOS Y GASTOS ORDINARIOS						
Material oficina			1.600	5.400	-1.600	-5.400
Fotocopiadora multifunción			1.815	1.978	-1.815	-1.978
Informática, mailings			2.500	1.196	-2.500	-1.196
Mensajeros			400	1.309	-400	-1.309
Alquiler local			900	979	-900	-979
Conservación local			600	0	-600	0
Gestoría contable			3.600	3.918	-3.600	-3.918
Secretaría Viajes EL Corte Inglés			39.660	44.403	-39.660	-44.403
Gestión comercial			0	6.716	0	-6.716
Sueldos			24.480	13.058	-24.480	-13.058
Servicios profesionales			0	0	0	0
Teléfono			2.000	2.063	-2.000	-2.063
Gastos Junta Directiva			6.000	7.371	-6.000	-7.371
Gastos Comité de Ética			1.500	1.243	-1.500	-1.243
Gastos varios			2.000	567	-2.000	-567
Tributos y marcas			17.000	2.921	-17.000	-2.921
Amortizaciones			1.500	1.308	-1.500	-1.308
Intereses / Gastos bancos	500	399	2.000	1.108	-1.500	-709
Cuotas socio	88.000	86.326	0	0	88.000	86.326
Insolvencias y cuotas de socios no cobradas		5.165	1.000	0	-1.000	5.165
TOTAL GASTOS FUNCIONAMIENTO	88.500	91.890	108.555	95.537	-20.055	-3.647

Importes indicados en euros

AEDEMO RESULTADOS ECONÓMICOS 2015 REALIZADO A 31 DE DICIEMBRE DE 2015		INGRESOS		GASTOS		RESULTADO	
INGRESOS Y GASTOS DE ACTIVIDADES	Presupuesto	Cierre 2015	Presupuesto	Cierre 2015	Presupuesto	Cierre 2015	
Jornadas conjuntas con otros organismos	4.500	3.185	6.000	2.002	-1.500	1.183	
La @ de AEDEMO		15.955		13.579	0	2.376	
Seminario TV Multipantalla	69.000	69.815	5.000	111	64.000	69.704	
TOTAL Área de Actividades	73.500	88.955	11.000	15.692	62.500	73.263	
Curso varios	25.000	32.341	15.000	24.312	10.000	8.029	
Webinar, cursos	4.000	2.464	1.200	1.100	2.800	1.364	
Webinar, conferencias		487	500	1.581	-500	-1.094	
TOTAL Área de Formación	29.000	35.292	16.700	26.993	12.300	8.299	
Boletín Mensual AL Día	7.241	8.187	9.000	10.036	-1.759	-1.849	
Revista Investigación y Marketing. Edición	28.000	18.354	23.000	28.771	5.000	-10.417	
Revista Investigación y Marketing. Dirección			7.000	5.808	-7.000	-5.808	
Revista Investigación y Marketing. Gastos RR.PP.			400	401	-400	-401	
Premio Mejor Artículo Revista			760	741	-760	-741	
TOTAL Área de Publicaciones	35.241	26.541	40.160	45.756	-4.919	-19.215	
Bolsa de ayuda asistencia a seminarios			600	0	-600	0	
Directorio	23.000	19.081	13.000	11.980	10.000	7.101	
Memoria			1.650	1.888	-1.650	-1.888	
Conferencia Anual de Socios	15.000	14.504	15.000	20.992	0	-6.488	
Estudio Demandas de Socios					0	0	
Premios y Actividades de Socios			1.800	0	-1.800	0	
TOTAL Área de Gestión de valor al socio	38.000	33.585	32.050	34.861	5.950	-1.276	
Página Web			7.000	6.990	-7.000	-6.990	
RR.PP., ruedas de prensa			600	949	-600	-949	
Gestión de la comunicación			3.000	908	-3.000	-908	
Material promocional			4.000	3.615	-4.000	-3.615	
Redes Sociales			7.500	5.751	-7.500	-5.751	
Encuentro de Investigación			6.000	6.080	-6.000	-6.080	
TOTAL Área de Comunicación	0	0	28.100	24.293	-28.100	-24.293	
TOTAL ACTIVIDADES	175.741	184.373	128.010	147.594	47.731	36.779	
Total Funcionamiento	88.500	91.890	108.555	95.537	-20.055	-3.647	
Total Actividades	175.741	184.373	128.010	147.594	47.731	36.779	
TOTAL	264.241	276.263	236.565	243.131	27.676	33.132	

Importes indicados en euros



AEDEMO
BALANCE DE SITUACIÓN A 31/12/2015

ACTIVO	
A) ACTIVO NO CORRIENTE	62.044,46
I. Inmovilizado intangible	792,48
203. Propiedad industrial	3.695,04
206. Aplicaciones informáticas	1.482,00
280. Amort. acum. inmov. intangible	-4.384,56
II. Inmovilizado material	1.251,98
215. Otras Instalaciones	3.433,65
216. Mobiliario	139,78
217. Equipos para procesos de información	1.495,10
281. Amort. acum. inmov. material	-3.816,55
V. Inversiones financieras a largo plazo	60.000,00
258. Imposiciones a largo plazo	60.000,00
B) ACTIVO CORRIENTE	202.838,84
I. Existencias	
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cob.	14.809,20
1. Clientes ventas y prestación de servicios	14.445,08
430. Clientes	14.445,08
436. Clientes de dudoso cobro	8.733,38
490. Deter. valor credit. op. comer.	-8.733,38
2. Deudores varios	364,12
440. Deudores	297,46
473. HP, Retenciones y pagos a cuenta	66,66
V. Inversiones financieras a corto plazo	70.000,00
548. Imposiciones a corto plazo	70.000,00
VI. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	118.029,64
570. Caja, euros	418,47
572. Bancos e ins. cred. c/c vis., euro	117.611,17
TOTAL ACTIVO (A + B)	264.883,30

PASIVO	
A) PATRIMONIO NETO	216.680,92
A-1) Fondos propios	216.680,92
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	-134.409,19
120. Remanente	35.073,21
121. Resultados negativos ej. anteriores	-169.482,40
VII. Excedente del ejercicio	33.132,16
C) PASIVO CORRIENTE	48.202,38
II. Deudas a corto plazo	0,00
3. Otras deudas a corto plazo	0,00
V. Acreedores comerc. y otras cuentas a pagar	48.202,38
1. Proveedores	36.788,66
400. Proveedores	36.788,66
2. Otros acreedores	11.413,72
410. Acreedores por prestaciones de serv.	10.328,05
475. HP, acreed. conceptos fiscales	1.085,67
TOTAL PASIVO (A + B + C)	264.883,30

AEDEMO
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS 2015

3. Ventas y otros ingresos ordinarios de act. mercantil 705. Prestaciones de servicios	200.884,06 200.884,06
6. Aprovisionamientos 610. Variación existencias	-5.100,00 -5.100,00
7. Otros gastos de explotación a) Ing. accesorios otros de gestión corriente 759. Ingresos por servicios diversos	69.814,77 69.814,77 69.814,77
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 794. Perd. deter. cred. op. comerc.	-231.557,09 -1.977,80 -3.917,52 -2.505,32 -25,13 -1.107,03 -226.926,47 -263,31 5.165,49
10. Amortización del inmovilizado 680. Amortización del inmovilizado 681. Amortización del inmovilizado	-1.307,77 -758,51 -549,26
A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10)	32.733,97
15. Ingresos financieros 761. Ingr. valores representa. deuda 16. Gastos financieros 669. Otros gastos financieros	398,75 398,75 -0,56 -0,56
B) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	398,19
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)	33.132,16
D) RESULTADO DEL EJERCICIO (C+19)	33.132,16

aedemo^{ae}

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 / www.aedemo.es/blog

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

abril de 2016

depósito legal: M-12.952-2007

