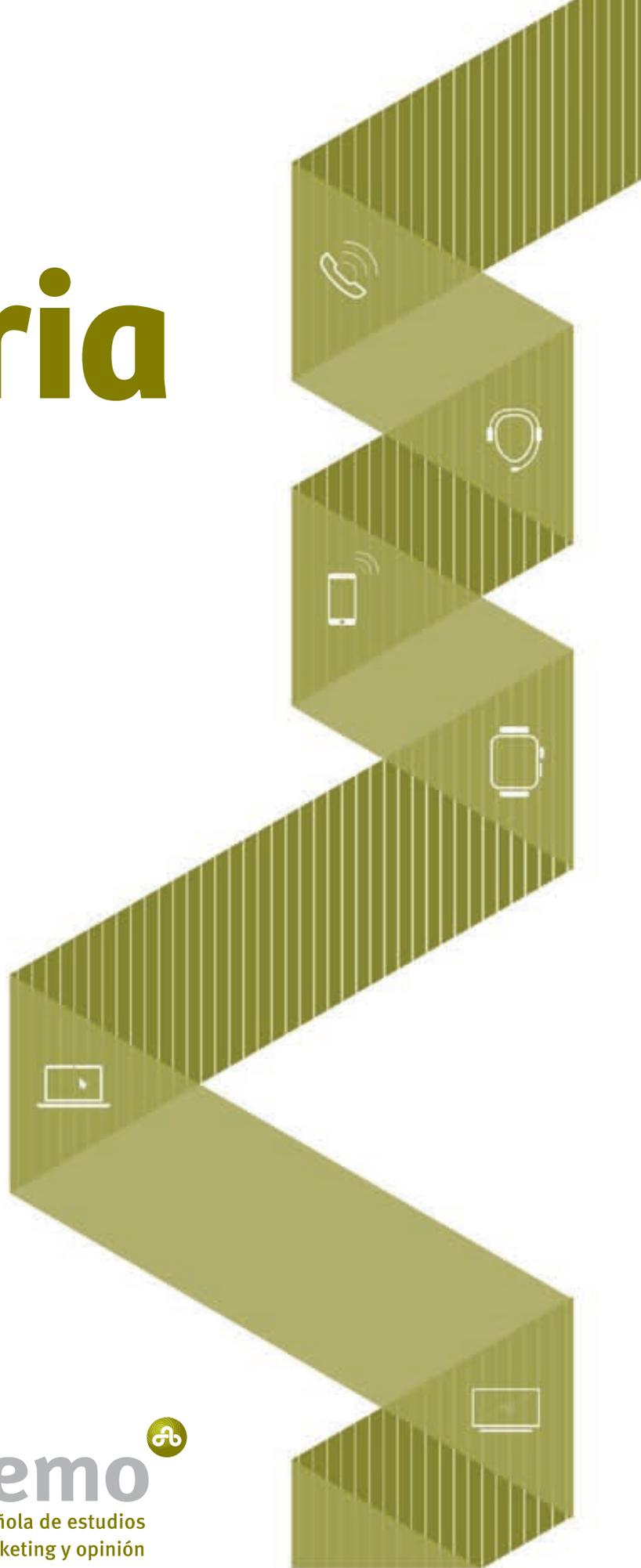


Memoria

2 0 1 6



aedemo 
asociación española de estudios
de mercado, marketing y opinión

Índice

3	Presentación
4	Conferencia Anual de Socios 2016
10	Área de Actividades
17	Área de Formación
20	Área de Valor al Socio
22	Área de Publicaciones
25	Área de Comunicación
28	Relaciones con otras asociaciones
31	Servicios
34	Resultados económicos 2016

Presentación

En vuestras manos tenéis una nueva Memoria de AEDEMO. Ya ha pasado otro año. No solo el tiempo es inexorable; también parece serlo el ritmo frenético al que corre. Este es siempre un buen momento para la reflexión y el análisis, aunque creo que sobre el año 2016, pocas cosas se pueden decir que no sepáis ya.

Por destacar algunos puntos, el ejercicio de este año viene marcado por una situación económica de la asociación sana y saludable, por la estabilidad en el plano de su organización, por el desarrollo de las actividades más habituales de formación (cursos y webinars), por el buen funcionamiento del Seminario de Televisión Multipantalla (de nuevo, un éxito, al ver crecer sus resultados en asistencia y en valoración) o por la consolidación de La @ de AEDEMO (ya en su segunda edición) como evento anual, y con la esperanza de ganar un sitio entre los profesionales de las nuevas formas de investigación.

En este último año también hemos puesto en marcha una nueva etapa de la revista *leM*, con cambio de *look*, una revista más moderna y actual, con mayor control de los procesos y *timings*, nuevo equipo y contenidos de interés. Además, se ha intentado mejorar el valor de AEDEMO para el socio, ampliando la oferta formativa y los encuentros entre asociados.

Podemos seguir repasando lo hecho durante el año, pero la realidad es que nos hemos quedado cortos. Debemos hacer más cosas, ser capaces de desarrollar más actividades para generar más valor, para poder fidelizar más a los nuestros, para encontrar la vía de hacer más grande esta asociación, para incrementar la voluntad de estar en ella y el sentimiento positivo de pertenencia a AEDEMO. Como reflexión, quizás debamos mejorar en nuestra comunicación hacia socios y no socios, modernizando nuestro lenguaje y adaptándolo en función de cada mensaje.

En definitiva, ser capaces de convertir AEDEMO en una asociación atractiva para sus socios y los demás profesionales del sector de la Investigación, del Business Intelligence y por qué no, del Marketing con mayúsculas.

Se han puesto ya algunos cimientos en la línea de actualizar nuestra asociación, principalmente en el ámbito de la digitalización de procesos y contenidos. Vamos andando el camino, pero lo bonito es que queda mucho aún por recorrer.

Antes de despedirme, quiero agradecer el trabajo y el esfuerzo a nuestra Secretaría, además de su paciencia y talento, a la hora de "aguantarnos". Por supuesto, a todos los que colaboran y nos ayudan en AEDEMO, muchas gracias. Y un gracias muy especial para todos mis compañeros de Junta.

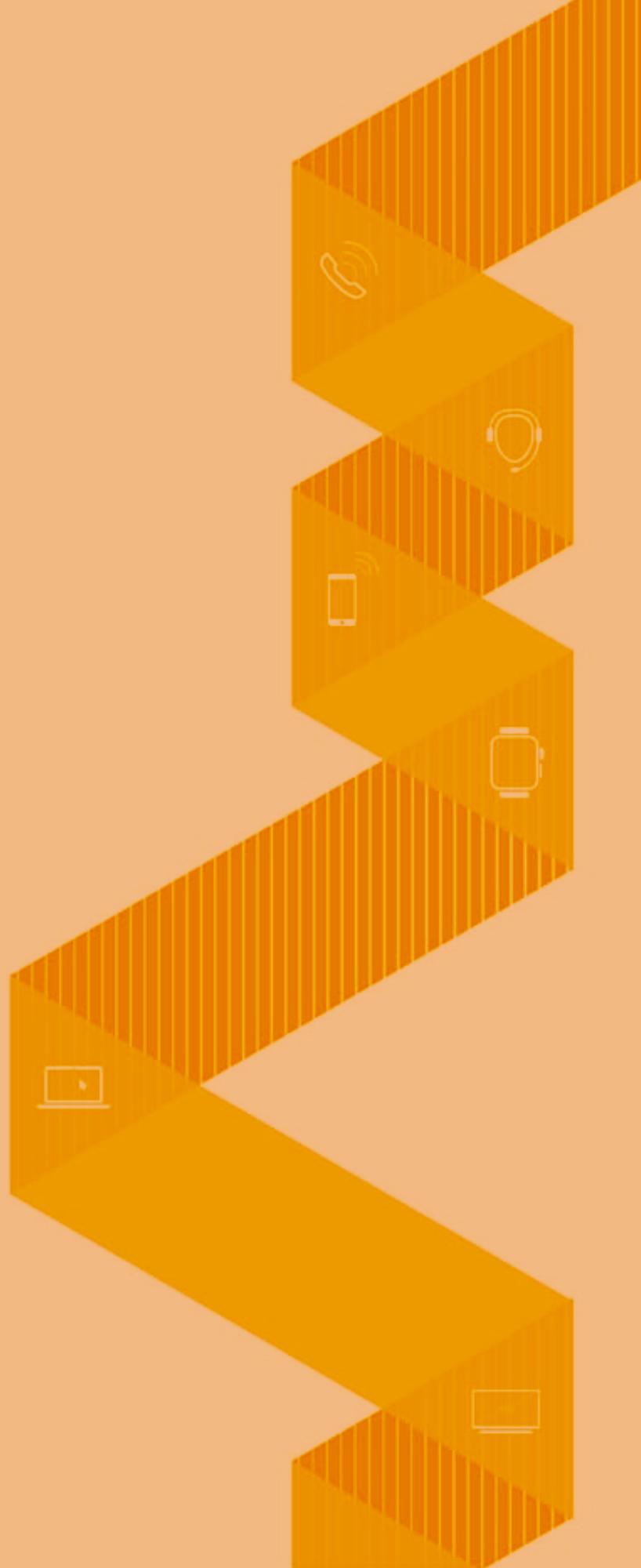
Un fuerte abrazo a todos.

José María Moix
presidente
de AEDEMO



Conferencia Anual

La conferencia anual de socios 2016 de AEDEMO tuvo lugar en abril en Madrid. 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 2016

Madrid, 7 de abril de 2016

La 48ª Asamblea General Ordinaria de Socios 2016 de AEDEMO se celebró en Madrid, en la sala **Truss Madrid**, situada en el edificio del Palacio de los Deportes de Madrid, WiZink Center, y contó con la presencia de más de 50 asociados.

El acto comenzó, a las 19:30 h, con la toma de palabra del presidente, **José María Moix**, y con la lectura y aprobación del acta de la 47ª Asamblea de Socios y de la Memoria del año 2015. Previamente, se habían publicado ambos documentos en Internet, y se entregó a los asistentes un ejemplar de la memoria.

Posteriormente, José María Moix explicó las actuaciones acometidas durante 2015, comenzando con la consolidación económica puesta en marcha en los últimos años y que consiguió cerrar el ejercicio con más de 30.000 euros de beneficio. Respecto al balance de socios, 2015 culminó con 765 socios, cifra que refuerza el cambio de tendencia del año anterior, y logra el incremento en el número total de asociados.

En relación con la estructura organizativa interna de la asociación, se destacó la desaparición de la figura de la Gerencia a partir del segundo semestre del año 2015, siendo sus funciones asumidas, en parte, por los miembros de la Junta Directiva y, por otra parte, con recursos adicionales con los que se ha dotado a la Secretaría con la finalidad de abordar la gestión comercial. Una vez más, José María Moix agradeció expresamente a la anterior Gerencia, a la Secretaría, y a los miembros de la Junta Directiva y socios colaboradores su implicación y esfuerzo realizados.

Otro de los temas tratados fue la mejora en los procesos de digitalización de AEDEMO. En torno al desarrollo de la nueva web, se están haciendo constantemente mejoras y adaptaciones ya que es el eje de la comunicación *online* de la asociación. Paralelamente a la web, los medios *online* (Blog,



cuentas de Twitter y LinkedIn) han tenido una evolución y crecimiento muy positivo durante 2015. En el caso de Twitter, el crecimiento ha supuesto un 53% más de seguidores, y 102 nuevos miembros en el grupo de LinkedIn.

Durante el último trimestre de 2015, se acometió el proyecto de relanzamiento de la revista *IE&M*. Esta fase de desarrollo permitió que en marzo de 2016 llegase a los socios de AEDEMO el primer número de la nueva etapa de la revista. Con este proceso de renovación se pretende dotar a *IE&M* de un carácter más actual, sin perder el carácter profesional que hasta ahora se venía desarrollando en la publicación.

Respecto a las actividades llevadas a cabo por AEDEMO durante 2015, se señaló el éxito que continúa teniendo el Seminario de TV Multipantalla, que en 2015 fue en Sevilla. Además, se aprecia una consolidación de actividades que se venían desarrollando anteriormente como la Jornada de Investigación State of the Art y el lanzamiento del nuevo evento La @ de AEDEMO, que, desde una perspectiva digital y de ampliación del marco de actuación de la asociación, pretende configurarse como el evento de referencia en el ámbito de las nuevas metodologías y ser un punto de encuentro que permita atraer hacia AEDEMO a

nuevos profesionales que hasta ahora no se sienten vinculados a la asociación.

También se transmite que tanto en las actividades como en la oferta formativa, la apuesta por parte de la Junta Directiva es una política de desarrollo de acciones de calidad, orientada hacia demandas reales. Fruto de ello son los cursos presenciales, *online* y las conferencias webinar (*online*) impartidos a lo largo del año, que han completado la oferta formativa con gran éxito de asistencia, que superan los 600 inscritos entre todas ellas, fruto de la selección de actividades que han sido propuestas por los asociados.

Tras la exposición de José María Moix, el vicepresidente, **José Manuel Úbeda-Portugués**, expuso los procesos llevados a cabo durante 2015, mediante la creación de grupos de trabajo con socios, encaminados a reflexionar y analizar las líneas de acción que AEDEMO debería abordar de cara a su posicionamiento futuro. Las conclusiones han sido que las políticas a desarrollar deben llevar a AEDEMO, sin olvidar su origen, hacia un proceso de expansión y apertura a nuevos profesionales y disciplinas.

Tras la explicación de las acciones y políticas abordadas por AEDEMO durante 2015, el vicepresidente procedió a dar lectura al Balance y Cuenta de Resultados económicos correspondientes al ejercicio 2015, que aun superando las cifras presupuestadas en ingresos y gastos, el resultado fue mejorado respecto a lo previsto para el año, con 33.000 euros de beneficio.

Respecto a la política económica del ejercicio se destacaron principalmente los siguientes puntos:

- Cumplimiento del presupuesto aprobado en la Asamblea anterior.
- Consolidación de la recuperación patrimonial de la Asociación con especial atención a la no desviación en el apartado de ingresos y gastos ordinarios.

- Modificación de la imputación del IVA no deducible, que al tener que contabilizarse como gasto por obligación legal, se imputó a cada actividad o acción que lo generó y no a una bolsa genérica de gasto proveniente de IVA no deducible.

El informe de auditoría 2015 fue responsabilidad de los socios **Juan Luis Méndez** y **José Carlos Gutiérrez**, a quienes se agradeció su excelente y completo trabajo, y su ejecución en los tiempos pactados. De acuerdo con su informe, se realizaron una serie de observaciones: no debe llamarse auditoría, ya que ni se siguen los procesos de los auditores ni se pretende suplir su labor, por ello se recomienda denominarlo *Informe de revisión de los estados contables de la Asociación*; se registra una progresión en la mejoría económica; el Seminario de TV es un muy importante activo para la asociación por los ingresos que genera; el elevado incremento de los fondos propios de los últimos ejercicios sugieren fomentar nuevas actividades; y dada la consolidación del superávit se recomienda hacer un presupuesto cero para 2016. Para el ejercicio 2016, se mantiene José Carlos Gutiérrez y se incorpora **María Lizarraga**.



Tras la mirada atrás a 2015, José María Moix continuó con el Plan de Actuación de 2016, basado en cinco pilares:

- Estabilidad económica orientada a la reinversión en acciones de valor para el socio, donde, manteniendo el patrimonio de la asociación y garantizando el funcionamiento, no se genere un beneficio financiero, sino que se derive hacia mejoras para el socio.
- Continuar el proceso de digitalización, principalmente con el desarrollo de la web, acceso a la revista *leM* por Internet y trabajo en mejoras *online* para el directorio de papel.
- Asentamiento de la nueva revista *leM*, que se está adaptando a los nuevos tiempos, manteniendo su filosofía.
- Generación de actividades relevantes manteniendo las consolidadas actualmente y creando un portfolio de acciones relevantes exclusivas para socios, de carácter gratuito o al mínimo coste.
- Ampliación del ámbito de actuación de AEDEMO, manteniendo la autonomía e independencia, pero creando y consolidando vínculos con otras asociaciones y entidades afines a la investigación.

En cuanto a las cuotas de socios, se propone crear una nueva modalidad para socios residentes en el extranjero, con un coste reducido y sin derecho a recibir envíos físicos (revista, directorio...). El objetivo es mantener a estos socios que viven fuera y que no acceden a las actividades que se realizan físicamente, y además pueden servir de puente con los mercados internacionales.

Como viene siendo habitual con los anteriores presidentes de AEDEMO, se propuso el nombramiento de **Jordi Hidalgo Sánchez** como Socio de Honor, siendo ratificado por unanimidad.

Previo a la elección de nuevos cargos, se aprobaron las cuentas para 2016 con una propuesta de

beneficio de 8.000 euros, aunque se insiste en que el objetivo es que este beneficio se repercuta en el socio.

Antes de arrancar el debate, y teniendo el mismo número de candidatos a vocales como vacantes, siendo los mismos que se presentan a la reelección, se considera innecesario proceder a la votación, quedando la Junta Directiva igual que la anterior:

Presidente: **José María Moix**

Vicepresidente: **José Manuel Úbeda-Portugués**

Vocales:

Miguel Cervantes Blanco (reelección)

César Chacón Sánchez

Ana Gallardo Cifuentes

Joan Miró Borrás (reelección)

Ángel Javier Nuez Espallargas

Luis Fernando Ruiz Bedoya



En el turno de ruegos y preguntas, **Carlos Lamas** manifestó su preocupación por la pérdida de profundidad de los artículos de la revista *leM*, a lo que tanto el vicepresidente como el vocal de publicaciones (Joan Miró) hicieron hincapié en el propósito de mantener ese espíritu, pero actualizando el diseño e incorporando nuevos artículos y temáticas.

A continuación, se inició el cóctel-cena, amenizado por el actor Sergio Pazos, quien comenzó agradeciendo su colaboración al grupo de trabajo del evento formado por **Ana Gallardo Cifuentes, Ángel Javier Nuez Espallargas, Andrea Colombo, Margarita Ollero Ruiz y Yolanda Marugán Calvo.** Durante este cóctel 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 16 socios: **José Andrés Gabardo Vallejo, Javier Arenas Romasanta, Roberto Gil Saura, Miguel Lázaro Pablo, Ramón Prats Aige, Antonio Hernando Domingo, Joan Canal Guillem, Miguel Ángel Fontán Oñate, Jesús Gallardo Adánez, M^a Dolores Merino Rivera, Silvia Andrea Sánchez-Herrero Arbide, Josep Montserrat Golsa, Antonio Ruiz Lacárzel, Juana Rubio Romero, José Luis de Zárraga Moreno y Miguel Martín de la Cruz.**

Asimismo, se impuso una Insignia Especial de Oro a **Andrea Colombo** (SSI), de quien se destacó su involucración y colaboración.

Posteriormente, se procedió al sorteo de regalos entre los presentes, dando después paso a la fiesta en la que continuaron las charlas entre los socios, intercambiando impresiones profesionales y personales.



premios

Premio Gloria Batista al Mejor Artículo de La Revista I&M 2015. Recayó en **Paz Aguilar Garrido** por su artículo titulado **Introducción de las nuevas metodologías en investigación**, publicado en el número 128, de septiembre de 2015. El jurado fue el Comité de Redacción de la Revista.



Premio Junior de AEDEMO 2015. Fue otorgado a **Elisabet Mora Pérez** (Universidad de Valencia) por su trabajo **¿Mejora la actitud hacia una marca la combinación de publicidad viral y marketing con causa? Una aplicación a la industria de alimentación para mascotas.** El jurado estuvo formado por César Chacón, María Lizarraga, Javier Resurrección y Miguel Cervantes.



El **Premio al Mejor Expediente de Grado en Marketing e Investigación de Mercados 2015** quedó desierto al no haberse cumplido las condiciones necesarias para otorgar este premio.

AEDEMO agradece a todos los patrocinadores su participación en la conferencia anual de socios 2016



Nuestro agradecimiento a los mecenas colaboradores:

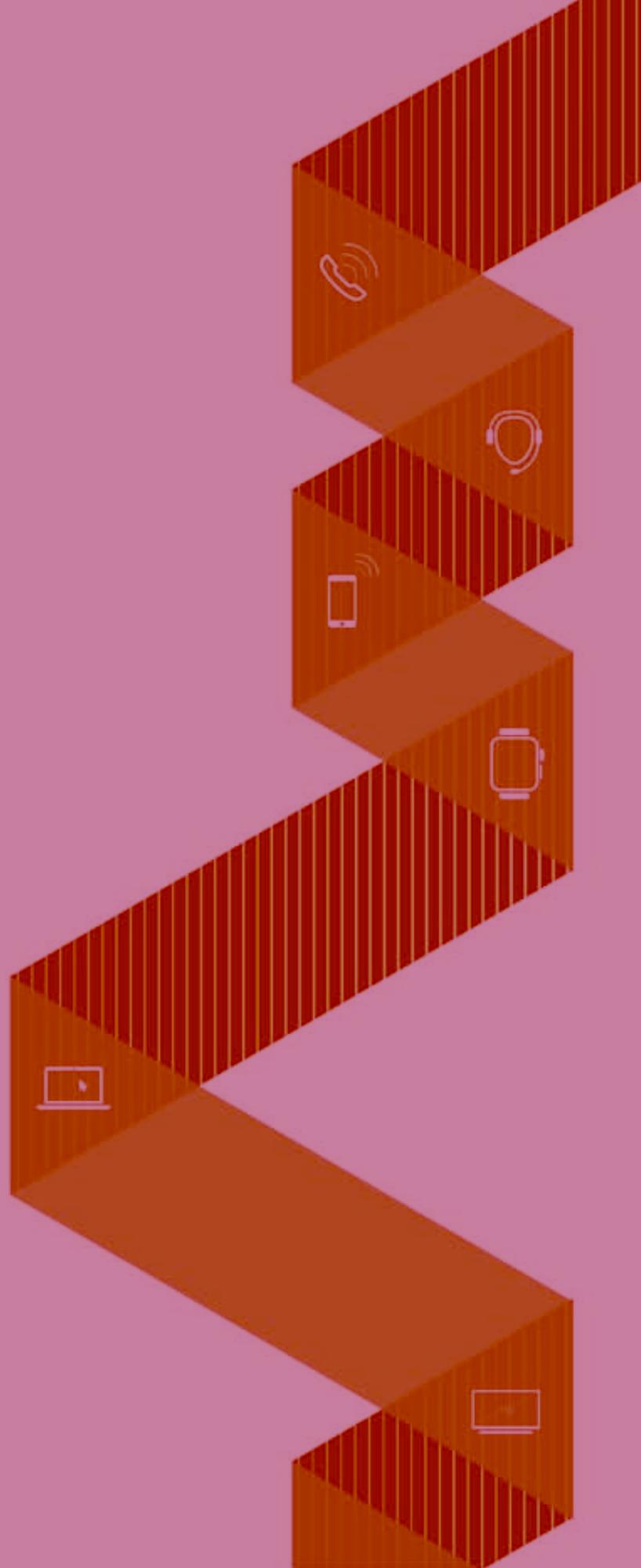


Nuestro agradecimiento a los colaboradores que han participado con regalos:



Área de Actividades

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



Seminario de TV

Girona, 17, 18 y 19 de febrero de 2016

La 32.ª edición del Seminario de Televisión Multipantalla de AEDEMO se celebró en Girona y contó con la asistencia de **más de 350 profesionales**, 31 de los cuales eran ponentes y miembros de las mesas. El evento fue todo un éxito y la participación se incrementó cerca de un 20% respecto al año anterior. Este dato es tan relevante como esperanzador porque se recuperan cifras de 2009, es decir, en los primeros años de la crisis.

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

El *welcome show*, patrocinado por **Kantar Media**, abrió el seminario con la actuación de un mago que sorprendió a los asistentes con un impresionante número en el que hizo aparecer y desaparecer peces, confeti y palomas en el escenario. Las



emociones también estuvieron muy presentes en la cena ofrecida por la **Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)** en el restaurante de los hermanos Roca. Allí, Joan Roca cautivó a los presentes con un discurso con numerosas referencias a las tradiciones como pieza clave para la innovación, y también destacó la necesidad de cuidar al equipo para mimar al cliente.

El miércoles 17 de febrero, tuvo lugar la mesa coloquio *TV: Dedos, mando o teclados. ¿A los pies de la tecnología?*, moderada por **Toni Garrido**, periodista, y que contó con la colaboración de **SSI**. Los participantes fueron **José Manuel González Pacheco**, director general de Atresmedia Digital; **Martí Patxot**, director de Medios Digitales de CCMA; y **Ana Bueno**, directora de Contenidos Multimedia de Mediaset España. Al finalizar, **Publiespaña** dio un cóctel de bienvenida, y, posteriormente, **Viacom** ofreció una consumición.



El seminario se dividió en cuatro sesiones y 13 ponencias que se distribuyeron de la siguiente forma:

Sesión 1:

Moderador: **José María Moix**.

Participantes: **Jordi Pi**, productor ejecutivo de TV3 y Catalunya Ràdio; **Alex Marquina**, director comercial de New Business y Medios Digitales de TV3 y Catalunya Ràdio; **Blanca Hernández-Echevarría**, técnico de Investigación y Conocimiento del Cliente de Movistar+; **Belinda Prieto**, técnico de Investigación y Conocimiento del Cliente de Movistar+; y **Raúl Berdonés**, presidente del Grupo Secuoya.

Sesión 2:

Moderador: **Jordi Hidalgo**.

Participantes: **Alfonso Calatrava**, director de Investigación de Twitter España; **Luis Chaves**, vicepresidente de Estrategia EMEA de MarketShare; **Rafael Rodríguez**, técnico sénior de CIMOP; **Javier Andrés**, director de Marketing de Atres Advertising; **Ariane Längsfeld**, Media & Digital Europe de Millward Brown; y **Clara Ureña**, Media & Digital España de Millward Brown.

Después de la sesión 2 se ofreció un almuerzo, por cortesía de **comScore**



Sesión 3:

Moderador: **Pablo Alonso**.

Participantes: **Eva López**, directora de Servicio al Cliente de Ipsos Connect España en Ipsos; **Romil Ramgarhia**, director de Negocios de Broadcast Audience Research Council India (JIC); **Francisco Jiménez**, director comercial de Markdata; **Eduard Nafría**, director general técnico y director comercial de Kantar Media; y **Pamela Vásquez**, Senior Manager Syndicated Client Insights de comScore.

Después de esta sesión hubo un coloquio y se celebró una cena patrocinada por **CCMA**. Posteriormente, **Adstream** ofreció a una consumición.

Sesión 4:

Moderador: **Fernando Conde**.

Participantes: **Javier Acebo**, jefe Data Insights de Havas Media; **Luis Fernando Ruiz**, Insights & Intelligence Director de OMD; **César Galiana**, Media Research Director de OMD; **Carlos Bosch**, coordinador de la Comisión de TV de AEA; y **Begoña Gómez**, directora técnica de AEA.





Como colofón, el viernes 19 de febrero, después de la Sesión 4, se celebró la **mesa redonda *Nuevos tiempos, nuevas formas. Mismo contenido***, moderada por **Martí Gironell**, periodista y escritor. En ella participaron **Carlos Fernández**, director de Contenidos de Atresmedia; **Carles Manteca**, director comercial i de Marqueting de CCMA; **Jordi Bosch**, presidente de Endemol Shine Iberia; **Raimon Casals**, Global Media & Digital Manager de GB Foods; **Patricia Marco**, directora de Antena de Mediaset España; **Pedro Revaldería**, consejero delegado de Producciones Mandarina y presidente de Supersport; y **Rafa Urbano**, director general de Ymedia.

Al finalizar, se hizo entrega del Premio AEDEMO a la Mejor Ponencia y del Premio Aneimo a la Ponencia más Innovadora. Además, hubo un cóctel de despedida con la colaboración de varios **organismos del Ayuntamiento y la provincia de Girona**.

Premios

En esta edición, el **Premio AEDEMO a la Mejor Ponencia** del seminario fue para *16 años tarde*, de **Javier Andrés**, director de Marketing de Atres Advertising.

El **Premio Aneimo a la Ponencia más Innovadora** fue para *Em dic Manel, la evolución de las especies...* de **Jordi Pi**, productor ejecutivo de TV3 y Catalunya Ràdio, y **Alex Marquina**, director comercial de New Business y Medios Digitales de TV3 y Catalunya Ràdio.

Patrocinadores

Los patrocinadores de esta edición del Seminario de Televisión fueron **SSI, Publiespaña, comScore, Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), Kantar Media, Viacom, Adstream**, además de distintos **organismos del Ayuntamiento y la provincia de Girona**.



La @ de AEDEMO

Madrid, 20 y 21 de octubre de 2016

Estas jornadas, organizadas por AEDEMO y patrocinadas por **comScore**, **Nielsen**, **Bilendi** y **Kantar Millward Brown**, se celebraron los días 20 y 21 de octubre en Madrid. Estuvieron enfocadas a los aspectos digitales de la profesión y contaron con casi una centena de participantes. El coordinador fue **Jaime Agulló** y el comité organizador estuvo formado por **Fernando Carrión**, **Virginia Frías** y **Eduardo Madinaveitia**, y contó además con la colaboración especial de **Juanjo Azcárate**.

Datos, datos, datos... ¿más es mejor?

Moderado por Jaime Agulló, VP Managing Director South EMEA de comScore, contó con las ponencias: *¿Ante la edad dorada del conocimiento del consumidor?*, de **Felipe Romero**, CEO de The Cocktail Analysis; *Desde la navegación hasta la facturación*, de **David Atanet**, Digital Market Intelligence Manager de GfK y **Luis Miguel Benéitez**, director de Estudios Digitales de GfK; *Big Data y Analytics aplicado al marketing: casos reales*, de **Belén Abarracín**, directora comercial de ITelligent; *La optimización del valor de marca integrando marketing con causa y publicidad viral*. *Aplicación al mercado español de mascotas*, de **Elisabet Mora**, investigadora, Universidad de Valencia.



Medios, dispositivos y cosas

Moderado por Eduardo Madinaveitia, director general técnico de Zenith, se expusieron las ponencias: *Revistas: seducción 360º*, de **Yolanda Ausín**, directora general de ARI; *La cara y cruz del vídeo digital*, de **Ruth Bareño**, Business Development Director de Teads; *Dato Zero*, de **Pablo Romero**, CEO and Founder de Tarkinia; *IoT, Internet of Things: la cuarta revolución industrial*, de **Carlos Carazo**, Global IoT Technology and Platforms Director de Telefónica.





Ideas y proyectos

Juanjo Azcárate, CEO de CCC y vicepresidente de Adigital, moderó las ponencias: *Actions, emotions and declarations*, de **Lola Chicón**, CEO de Smartme Analytics, e **Ingrid Moya**, Customer Insights Manager de Smartme Analytics; *Analizamos la vivencia virtual para conocer la conducta real*, de **Juan Graña**, CEO, de Neurologyca; *Brainstorming automatizado: creación de un sistema experto de contenido orientador y evaluador para creatividad publicitaria*, de **José Luis León**, catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad del País Vasco; *Soluciones interactivas e inmersivas en comunicación y publicidad digital*, de **Jesús Garrido**, Country Manager España de Virtualware Group; *¿Qué horror!: después de hacer mi vídeo, nadie lo ve...*, de **Alfonso Mata**, International Business Development Manager de Viwomail; *Marketing de influencia*, de **Cristina Costa**, directora de Marketing de Bodegas Marqués de Vitzhoja.

Eficacia publicitaria y nueva vida social I

Moderado por Virginia Frías, Digital Lead de Microsoft, tuvo las ponencias: *El rol de la marca en la transformación digital de los negocios*, de **Clara Ureña**, Media and Digital Responsible de Millward Brown, y **Martin Wohlfart**, Head of Sales & Client Management de Millward Brown; *Net Radar: eficacia digital multidispositivo*, de **Pilar Merchante**, directora de Investigación de Zenith; *El nuevo comportamiento digital: por sus apps les conoceréis*, de **Ricardo Torres**, director comercial de Netquest Iberia, y **Pepe Tomás**, Country Manager de Netquest Iberia.

Eficacia publicitaria y nueva vida social II

Moderado por Fernando Carrión, Digital Business Development de Ricoh Spain IT Services, contó con las ponencias: *Big Data, Retail Intelligence y comportamiento del consumidor*, de **Marta Fernández**, directora de Marketing de TC Group Solutions; *¡Mira quién habla!: la comunicación efectiva en Twitter*, de **Sara Picazo**, Research Director de Twitter UK; *La eficacia del like*, de **Luis Fernando Ruiz**, Insights and Intelligence Director de OMG, y **Alfonso Calatrava**, Marketing Science Lead de Facebook.

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.



Jornadas

23.ª Jornadas de Investigación de Mercados AEDEMO/MKT: *El State of the art en la investigación online en España*

21 de abril de 2016, en Madrid

El Espacio Bertelsmann, en Madrid, acogió, el 21 de abril, la jornada *El State of the art en la investigación online en España*, organizada por **AEDEMO** y **MKT**, y que contó con el patrocinio de **Netquest** y **Conento**. En una jornada de mañana, tuvieron lugar las seis ponencias seleccionadas por el comité de programa, integrado por **Cecilia Denis**, **Ana Gallardo**, **Joan Miró** y **Julio Vidosa**. Joan Miró y Cecilia Denis fueron los coordinadores del evento, esta última fue la encargada de abrir la jornada.

Las ponencias expuestas fueron las siguientes:

- *Si @elcliente se queja en Redes Sociales, #escúchale!*, por **Julión Atienza**, director de Clientes, Empleados y Reputación de TNS
- *Lo que pasa y lo que importa*, por **Natalia López**, Head of Digital, y **Adolfo Fernández**, Business Development de Mediacom
- *Datos comportamentales online: Nuevas oportunidades de investigación en juegos y apuestas online*, por **Ricardo Torres**, director de Nuevo Negocio y Desarrollo en Netquest y **Jorge Planes Trillo**, Head of the Advisory Practice for Entertainment, Media and Technology en PwC Spain
- *ARI 360º Audiencia e influencia del medio revistas* por **Yolanda Ausín**, directora general en ARI Asociación Revistas
- *Antropología digital: acercándonos al prosumer*, por **Andrés González Llamas**, socio fundador de Insighters Experience
- *Pulso Electoral: la medición de la intención de voto en tiempo real*, por **Davide Fabrizio**, director general de Cliente en Conento

La jornada, a la que acudieron más de 40 personas, concluyó con la intervención de Julio Vidosa, coordinador y miembro de la Asociación de Marketing de España.

The Research Club

30 de junio de 2016, en Madrid

Nuevamente en 2016, 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.

Cóctel-cena de Navidad

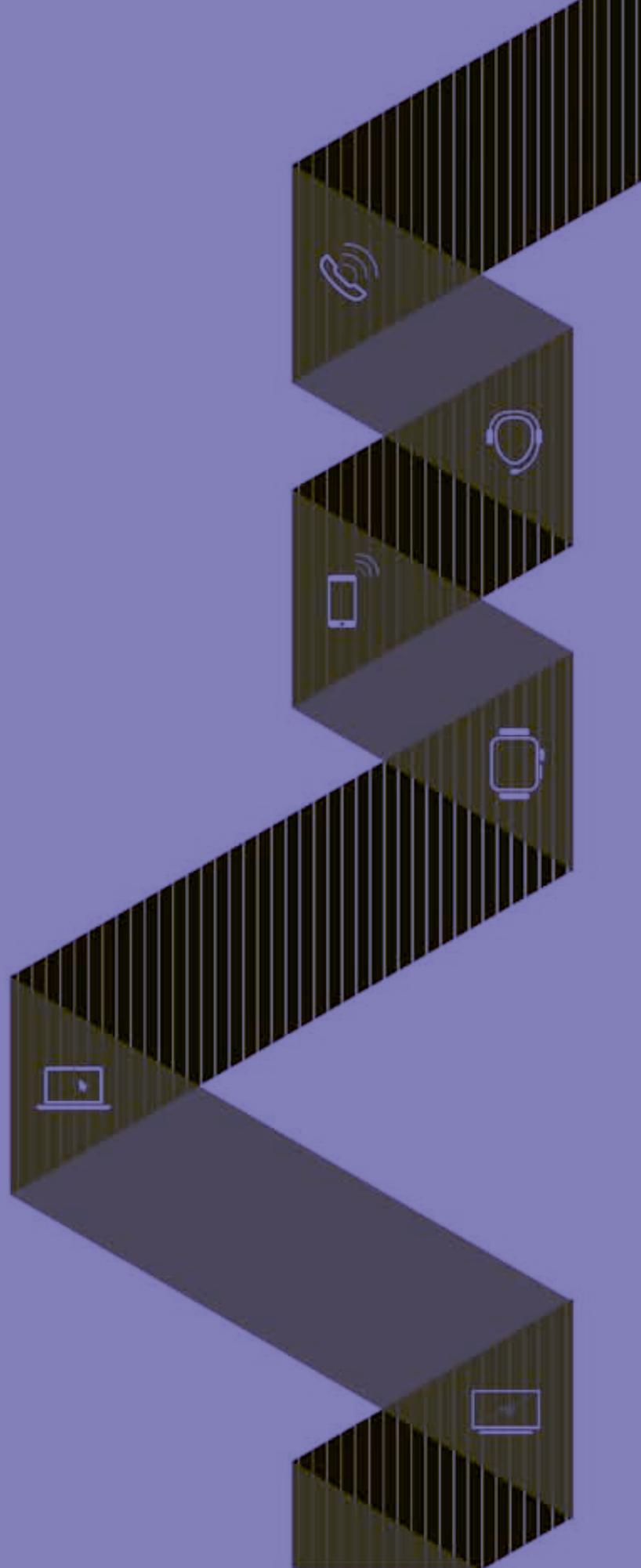
13 de diciembre de 2016, en Madrid

AEDEMO, con la excusa hacer un encuentro de socios, invitó a sus socios a participar en un cóctel-cena, cercano al final de año y fuera de los aspectos del trabajo. Se celebró en el local Luzi Bombón y contó además con una charla del filósofo y crítico del arte Ignacio Castro Rey sobre la *Antropología del mercado: Las marcas y lo no marcado*. Después entre copas y delicias gastronómicas, tuvimos ocasión de charlar de manera distendida.



Área de Formación

El Área de Formación estuvo guiada durante 2016 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 Behavioral Research

10 de marzo de 2016, en Madrid

Organizado por la UPF y Netquest, con el apoyo de AEDEMO, e impartido por **Melanie Revilla, Pol Canela** y **Carlos Bort** quienes dieron a conocer a investigadores, las posibilidades que ofrece la investigación del comportamiento digital de las personas.

Curso Cómo investigar en Social Media

31 de marzo de 2016, en Madrid

20 de septiembre de 2016, en Barcelona

Este curso presencial de ocho horas se celebró el 31 de marzo en Madrid y el 20 de septiembre en Barcelona. Fue impartido por **Xavier Morano**, 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 explicaron la integración de los *social media* en los estudios de mercado, uso de herramientas de monitorización, aplicaciones con casos reales, netnografía, uso de métricas, e integración de la medición en la estrategia de marca.

Curso Aprendiendo a utilizar las Técnicas y Herramientas Cualitativas Online

18 de mayo de 2016, en Madrid

Este curso presencial se celebró el 18 de mayo con la asistencia de 27 alumnos. **Andrés González Llamas**, Insider Manager en Insighers Experience, y **Sol Ayarza**, Research Consultant en GfK, fueron los docentes y mostraron a los asistentes el papel que están teniendo las investigaciones cualitativas *online*, y cómo se utilizan determinadas técnicas.

Curso Neuromarketing: Diseños experimentales

28 de septiembre de 2016, en Madrid

Este curso se desarrolló en Madrid el 28 de septiembre, impartido por **María López**, socia fundadora y CEO de BitBrain Technologies, y **Juan Graña**, CEO de Neurologyca y Uno Corporate. Durante la jornada se enseñó a realizar investigaciones de neuromarketing, a partir de experiencias basadas en casos reales, así como el uso de una serie de aplicaciones como biosensores, eyetracking, realidad virtual... El curso contó con la participación de 26 personas.

Curso de investigación con dispositivos móviles

17 de noviembre de 2016, en Madrid

Desarrollado en Madrid el 17 de noviembre, el curso dio a conocer cuál es el grado de implantación de la investigación móvil, sus principales usos actuales y futuros. Fue impartido por **Carlos Ochoa**, Marketing and Innovation Director en Netquest, y **Ricardo Torres**, New Business and Development Director en Netquest. Los 18 asistentes aprendieron sobre el perfil de los usuarios de móviles, la migración de la investigación del PC al móvil, la calidad de los datos obtenidos en móviles y otras muchas posibilidades que aportan estos dispositivos.



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 2016 se llevaron a cabo:

Curso SEM (Search Engine Marketing) de la investigación

14 y 15 de marzo de 2016

Curso de dos sesiones de 1,5 horas, impartido por **Roberto Gutiérrez Villar**, fundador de marketingSEM y especialista en marketing de buscadores. En él se abordó desde la definiciones y objetivos principales del SEM hasta las herramientas y datos vinculados con esta práctica. Contó con el seguimiento de 11 alumnos.

Curso Analítica Predictiva Aplicaciones en la investigación

21 y 22 de septiembre de 2016

Este curso webinar tuvo lugar en dos jornadas, de 16:00 a 17:30 h. Fue impartido por **Roberto López**, CEO de Artelnics, empresa especializada en el desarrollo y la aplicación de analítica predictiva en marketing, salud e ingeniería. En el curso se mostró una visión sobre los aspectos fundamentales de la analítica predictiva y el análisis en vivo de dos bases de datos reales donde se predecía los clientes que iban a comprar un producto y los individuos que dejarían de ser clientes. Contó con el seguimiento de 36 alumnos.

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.

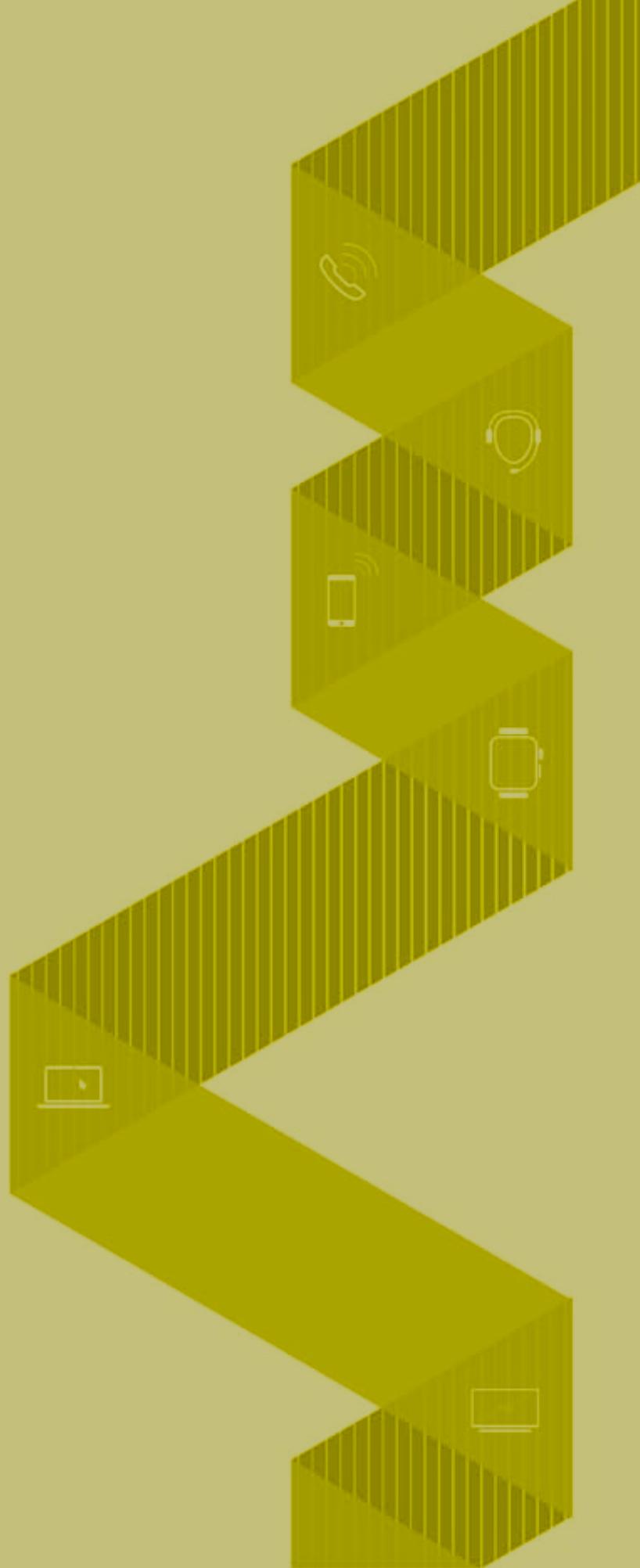
Para poder acceder a una beca es necesario:

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

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

7 de julio de 2016

Tema: ¿Es posible sacar provecho del Information of Everything?

Imparte: **Ángel Barbero.**

Organizada conjuntamente por AEDEMO y EAE Business School, ofreció a los seguidores de la videoconferencia las ventajas de aplicar algoritmos en cualquier tipo de actividad profesional.

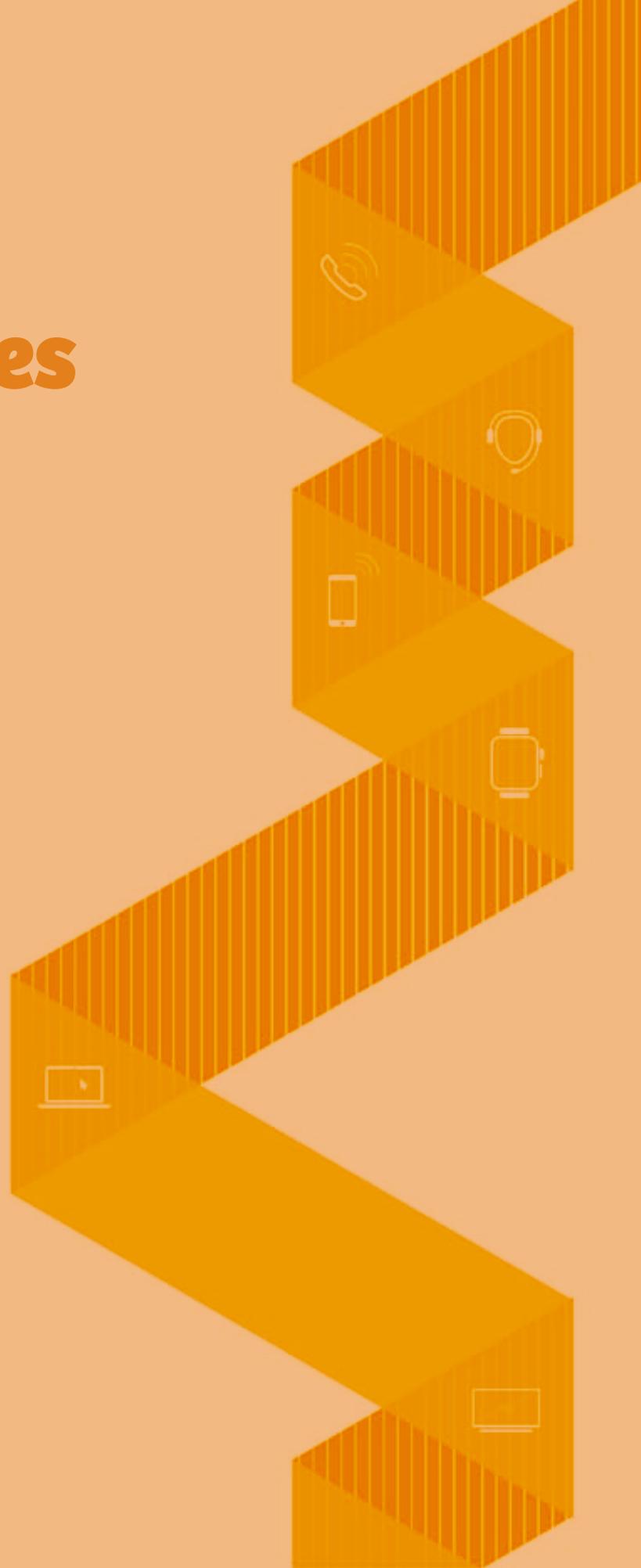
Servicios al Socio

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 están los programas educativos impartidos por ESADE Business School-Executive Education y AEA Business School, 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 2016 se procedió a editar la revista *Investigación y Marketing (I&M)* con un nuevo formato y diseño más actual y ampliando los contenidos. Con esta nueva disposición, se destaca un apartado denominado *Dossier*, donde se trata en profundidad un tema. Al ser de periodicidad trimestral se publicaron cuatro números:

- **Núm. 130, marzo** Medición Integral.
- **Núm. 131, junio** Nuevas Metodologías.
- **Núm. 132, septiembre** Encuestas electorales.
- **Núm. 133, diciembre** Investigación y Creatividad.

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. En esta nueva etapa, **Maite Sáez** coordina la revista, y la contratación de la publicidad se mantiene desde la Secretaría de la asociación.



Boletín mensual *Al Día*

El boletín *Al Día* tiene como objetivo informar a los socios de todas las noticias de actualidad y novedades dentro del sector de la investigación, el marketing, la comunicación y las tendencias sociales. A lo largo de 2016, 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 2015

La Memoria 2015, como ya se viene haciendo en los últimos años, se hizo en versión digital y se envió a todos los socios previamente a la celebración de la 48.ª Asamblea General Ordinaria de Socios, lugar donde se repartieron ejemplares en papel.

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

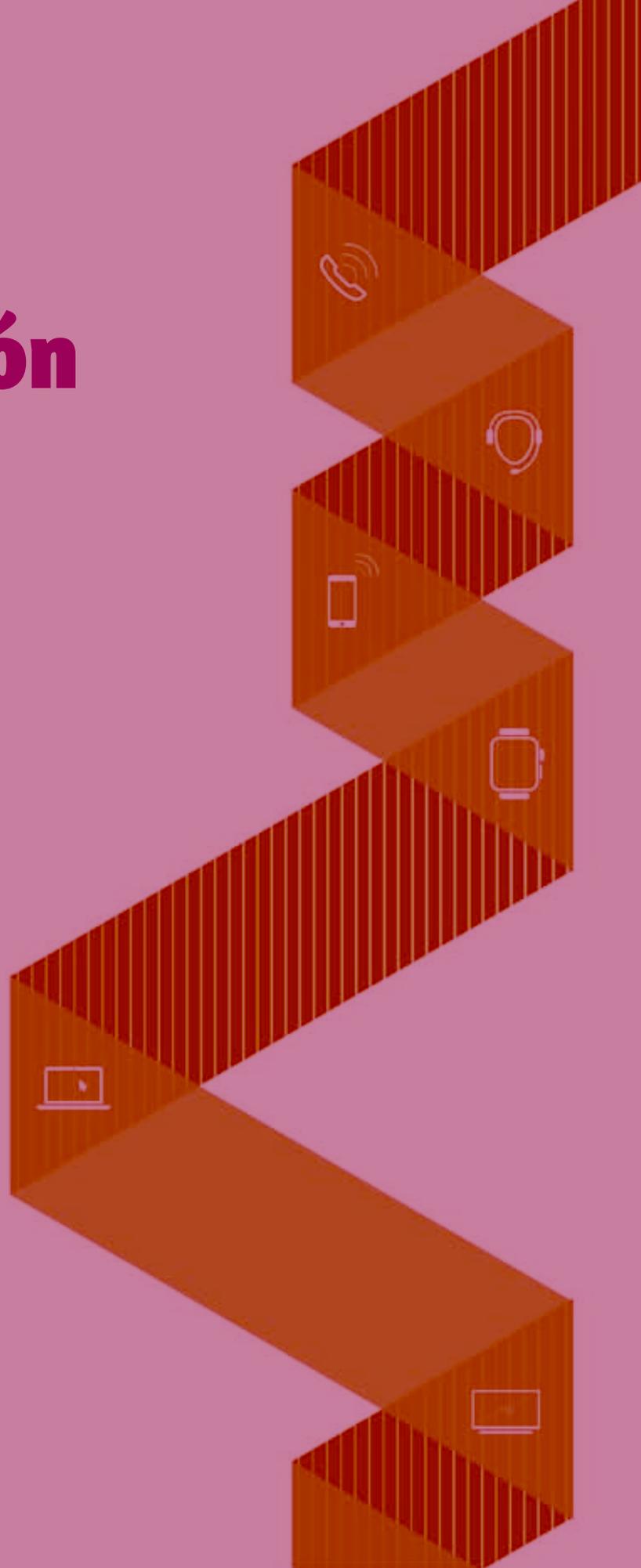
Directorio 2016

En febrero, se editó el *Directorio AEDEMO 2016* con información sobre todos los socios y empresas representadas.

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



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

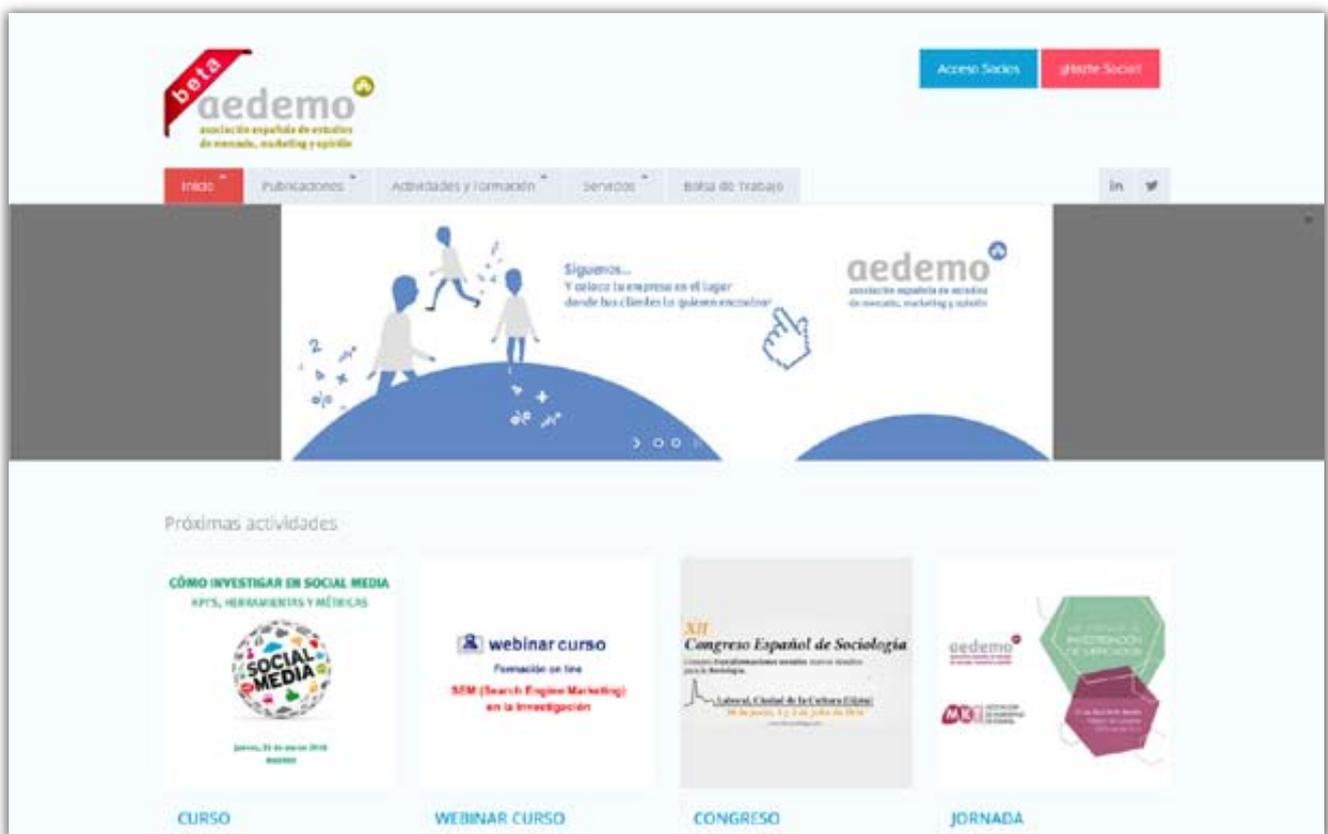
Página web

Durante 2016, 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 2016

Durante el año 2016, 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

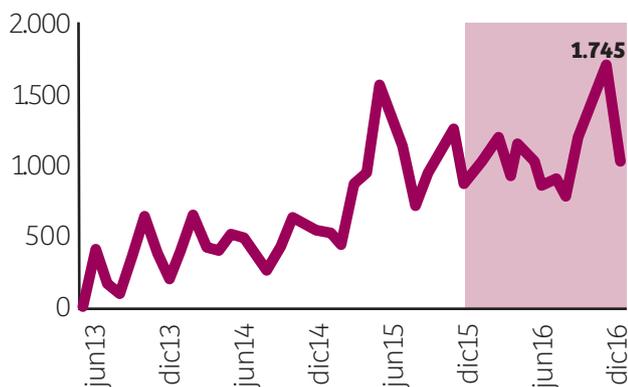
AEDEMO es consciente de la importancia que tienen las redes sociales como forma de comunicación y de interacción con los socios. A finales de 2012, desarrolló dentro del Área de Comunicación su presencia en redes digitales. En la actualidad, cuenta con un grupo en LinkedIn, un blog abierto a la profesión 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 máximos históricos del blog coincidieron con la celebración de La @ de Aedemo. Los temas más demandados han sido los referentes a *software* y formación estadística, junto con los estudios electorales.

Entradas al blog desde su creación



Páginas vistas en 2016: 20.091

Duración media de las visitas: 1 minuto y 7 seg.

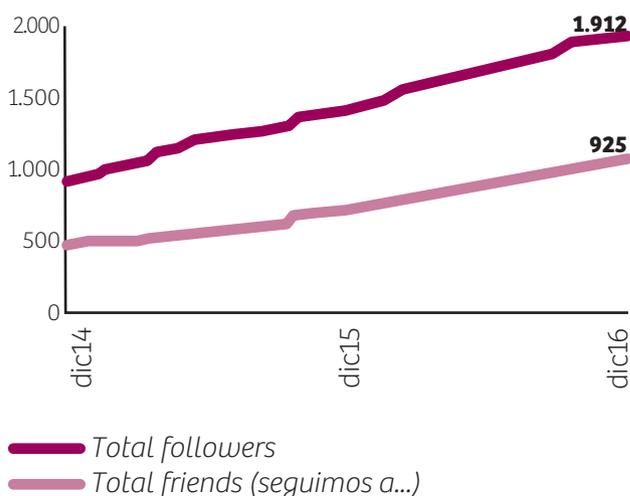
Evolución de Twitter y LinkedIn

@aedemo_oficial

www.linkedin.com/company/aedemo

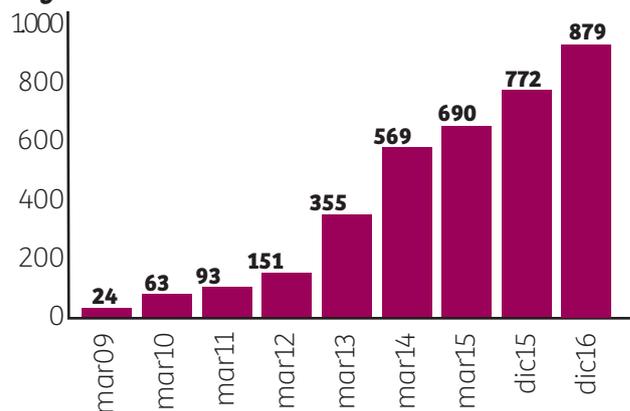
En 2016, AEDEMO llegó en Twitter los 1.912 seguidores, con un ratio *followers/friends* de 2,15. Los tuits más pinchados han sido los referentes al avance de programa del Seminario Aedemo TV y un informe de tendencias para 2017.

Crecimiento en 2016: +31%

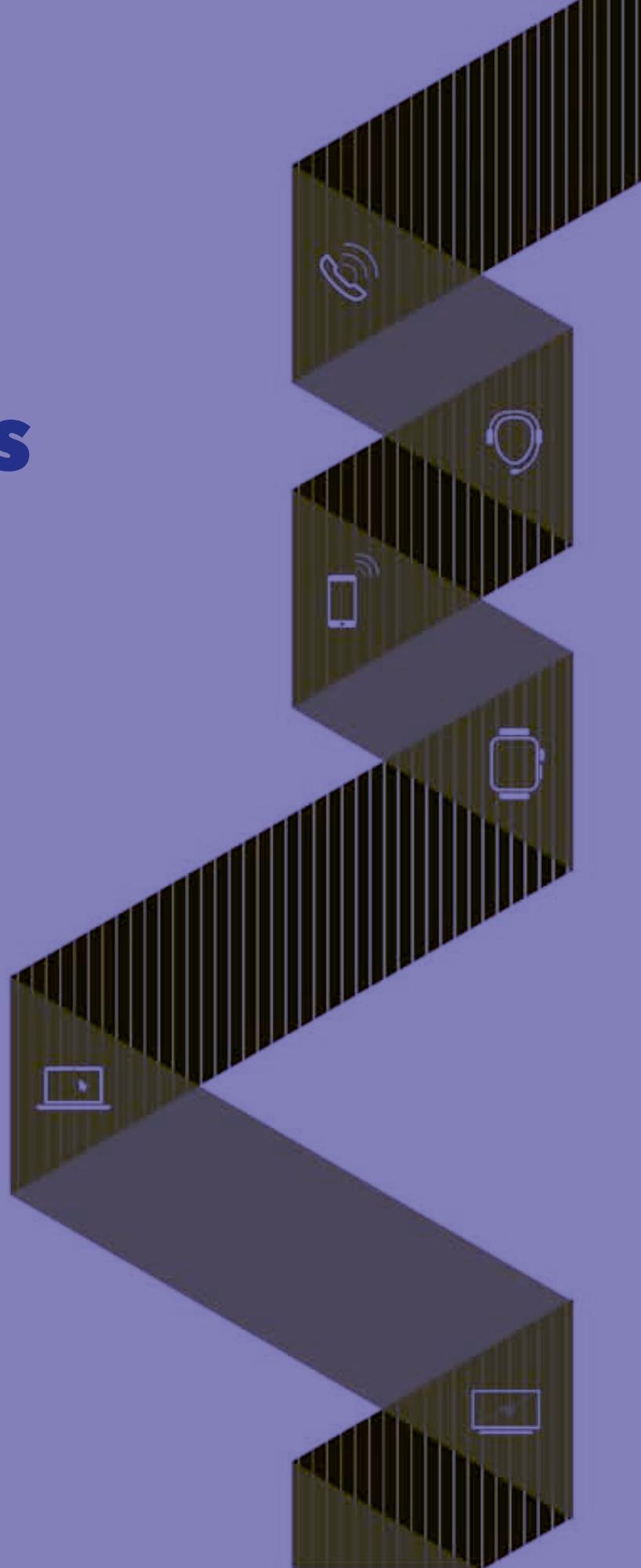


El incremento de participantes en LinkedIn durante 2016 alcanzó los 107 nuevos miembros, que supone un crecimiento del 14%.

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 2016, 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), 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.

Premios de Marketing de Asturias

30 de junio de 2016, en Gijón

El 30 de junio de 2016, en Gijón, se entregaron los IX Premios del Club de Marketing de Asturias. En la categoría de investigación comercial, **Miguel Cervantes**, en representación de AEDEMO, entregó el galardón al Sistema de Información Turística de Asturias (Sita), organismo que realiza estadísticas turísticas haciendo un importante uso de esos datos, publicándolos en boletines cuatrimestrales y en estudios.



XII Congreso Español de Sociología



1 y 2 de julio de 2016, en Gijón

En La Laboral, Ciudad de la Cultura de Gijón, tuvo lugar el XII Congreso Español de Sociología, organizado por la Asociación Asturiana de Sociología, el Departamento de Sociología de la Universidad de Oviedo y la Federación Española de Sociología, y en cuyo comité participa AEDEMO. En esta ocasión discursó sobre el lema *Grandes Transformaciones sociales, nuevos desafíos para la sociología*.

XXVIII Congreso de Marketing AEMARK 2016

7 al 9 de septiembre de 2016, en León

AEDEMO colaboró en la edición del XXVIII Congreso de Marketing AEMARK 2016 que organiza la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional. Con el apoyo de la Universidad de León, se debatió sobre la práctica de la docencia en las materias relacionadas con la práctica de la docencia del Marketing y la actividad profesional. El evento congregó a más de 200 personas, y en él se hizo entrega, entre otros, del Premio AEMARK al mejor artículo de investigación en marketing.

VIII Encuentro La Investigación a Análisis

7 de octubre de 2016, en Madrid

AEDEMO, Aneimo y Esomar celebraron el VIII Encuentro La Investigación a Análisis, esta vez en el Espacio Bertelsmann 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, mantuvieron una entrevista-coloquio con el periodista Toni Garrido.

El segundo bloque consistió en una mesa redonda con el título *Cientes us proveedores: ¿Qué se pide de verdad a la investigación de mercados?*, moderada por **Jordi Guix**, Global Insight & Research Director de Havas Media Group. En ella participaron **José Luis Melero**, director de Servicios al Cliente de TNS Kantar; **Francisco Arribas**, director general de Inside Brain; **Luis Hidalgo**, Big Data Science Manager de Unidad Editorial; **Víctor Prim**, General Manager de BeMyEye; **Benet Pujol**, responsable de Investigación de Mercados de SEAT; y **José Manuel Úbeda**, responsable de Audiencias e Investigación de Mercado de Movistar+.



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 4%, muy buen dato aunque más moderado que la cifra del año anterior, que fue excepcional.

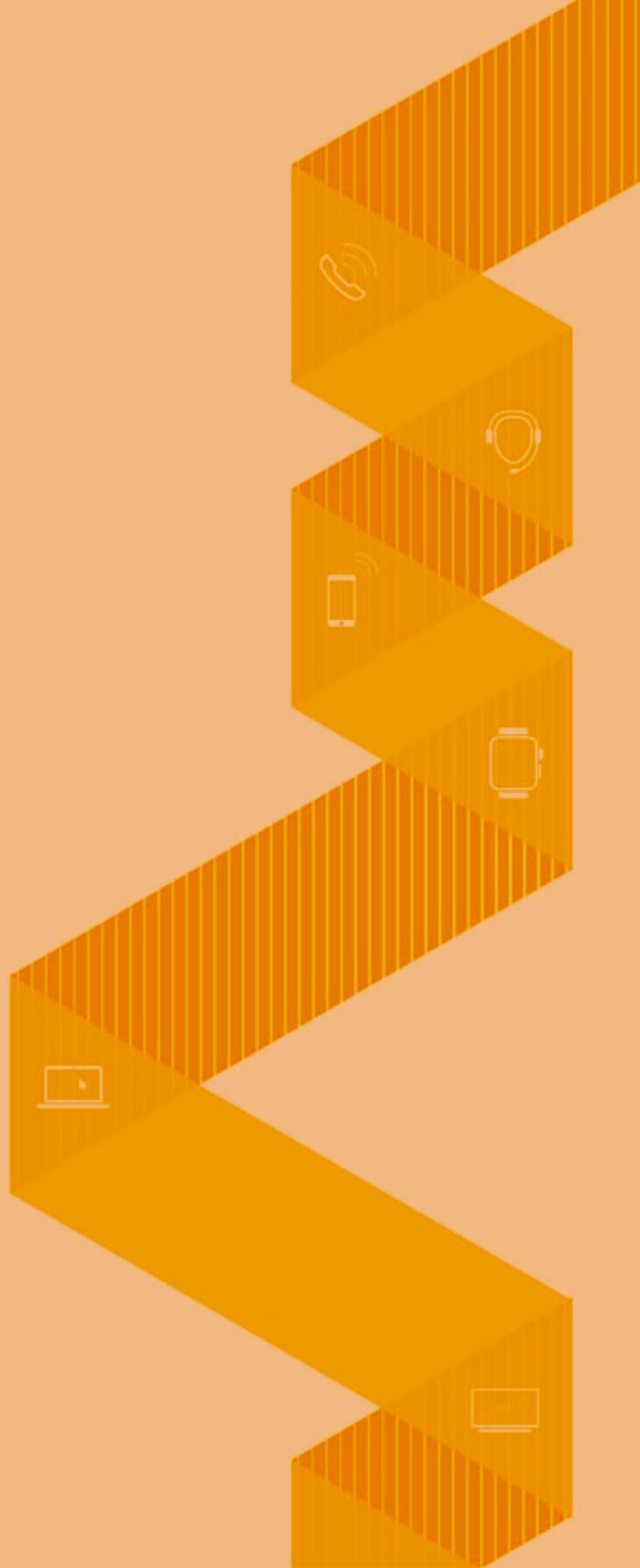
Presentación de la Guía Práctica de Medición

11 de noviembre de 2016, en Madrid

ADECEC (Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación) y AEDEMO presentaron la guía de referencia sobre la práctica de medición. El objetivo de la guía es demostrar la importancia de seguir unas buenas prácticas a la hora de medir los resultados de las acciones comunicativas de las empresas e instituciones. Supone, además, la cristalización del primer consenso sectorial sobre la medición en España.



Servicios



A lo largo de 2016, 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 2016, recibió 20 consultas, de las que 14 fueron formuladas por socios de AEDEMO. Como es habitual, los asuntos tratados fueron diversos, aunque los más relevantes trataron sobre la protección de datos en la investigación, técnicas de *mystery shopping* e investigación con menores y materias sensibles.

Dentro de su labor divulgativa, el CEA trabaja en advertir de nuevas publicaciones y revisiones que ESOMAR realiza de sus normas y guías, elaborando en 2016, además, un resumen de la guía *Online Research* de ESOMAR/GRNB; publica recomendaciones sobre técnicas y procedimientos en formato pregunta-respuesta de diversos temas; también ha creado un dossier sobre encuestas electorales en torno a la relación del instituto con clientes, entrevistados y público; y un informe sobre los tipos y propiedad de los estudios mancomunados. Toda esta información está disponible en la sección del Comité de Ética de la web de AEDEMO.

Idoia Portilla continuó 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

26 de enero	Acta nº 384
17 de febrero	Acta nº 385
17 de marzo	Acta nº 386
7 de abril	Acta nº 387
7 de abril (asamblea)	Acta nº 388
12 de mayo	Acta nº 389
14 de junio	Acta nº 390
5 de julio	Acta nº 391
15 de septiembre	Acta nº 392
19 de octubre	Acta nº 393
16 de noviembre	Acta nº 394
13 de diciembre	Acta nº 395

Auditoría

Los auditores correspondientes al año 2016 fueron **José Carlos Gutierrez** y **María Lizarraga**, quienes realizaron el correspondiente informe con sus valoraciones y sugerencias.

Organización funcional de AEDEMO

Conforme al esquema organizativo puesto en marcha en junio de 2015, durante 2016 continuó la Secretaría de AEDEMO con la empresa Viajes El Corte Inglés Congresos, que cuenta con una amplia experiencia en este sector asociativo y que viene prestando algunos servicios de apoyo organizativo

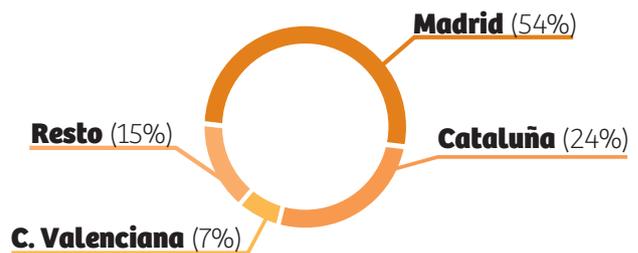


a AEDEMO, entre ellos el Seminario TV Multipantalla. En la Secretaría han atendido las tareas de AEDEMO **María Matías, Beatriz Rodríguez y Cristina Carpintero**. Esta última causó baja en mayo de 2016, incorporándose en su lugar **Alexia Costal**.

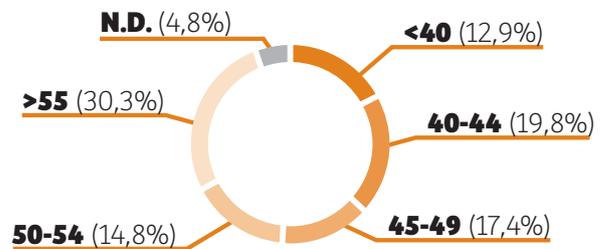
Información sobre Los Socios

En 2016 se admitieron 49 nuevos socios de pleno derecho y se produjeron 58 bajas, por lo que la cifra efectiva de socios a final de año asciende a 743.

Los socios se distribuyen geográficamente en un 98,5% en España, destacando más de la mitad en la Comunidad de Madrid.

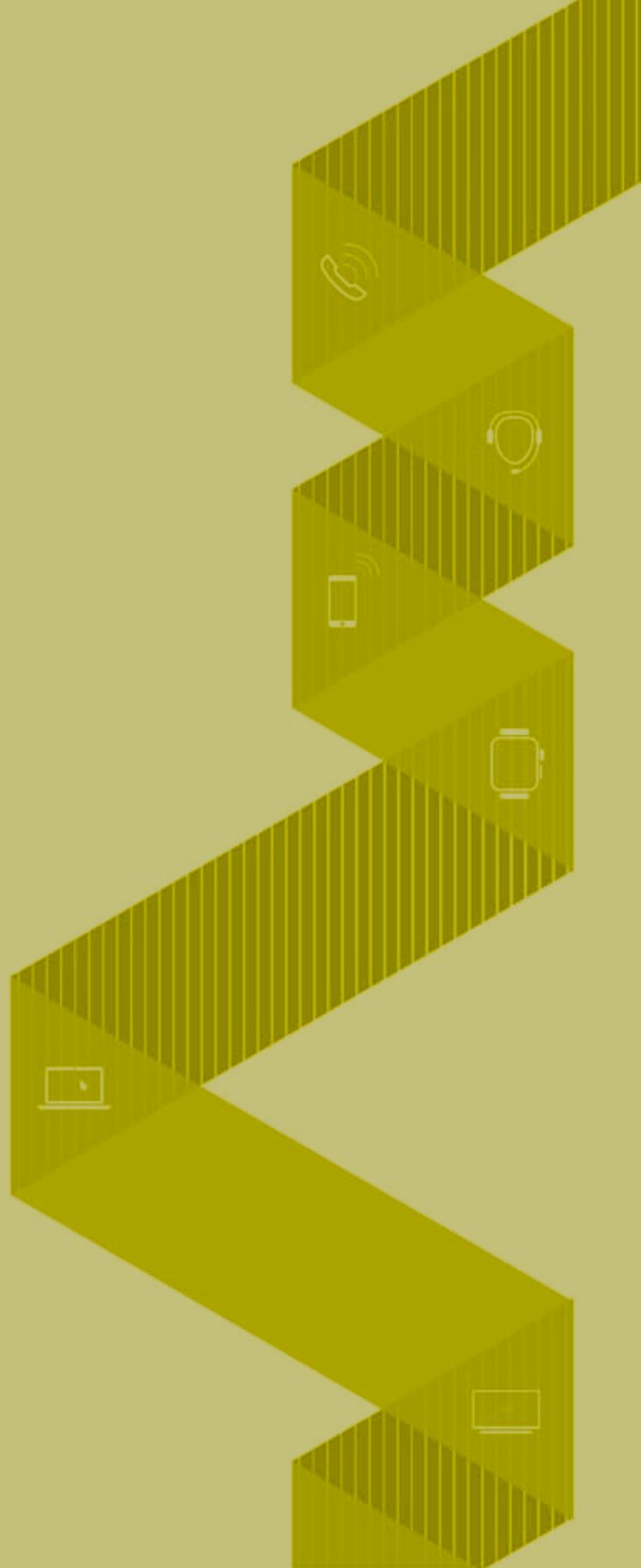


En cuanto a edad, AEDEMO cuenta con socios entre los 23 y los 90 años (socios senior), siendo la media de edad de 50,8 años. Las franjas se distribuyen de la siguiente forma:



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 2016

RESUMEN DE RESULTADOS ECONÓMICOS 2009-2016 REALIZADO A 31 DE DICIEMBRE DE 2016		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
									Pto.	Cierre
EVOLUCIÓN DE INGRESOS Y GASTOS										
TOTAL	Ingresos	475	455	500	372	294	285	276	301	277
	Gastos	502	531	471	439	303	250	243	293	230
	Resultado	-27	-76	29	-67	-9	35	33	8	47
Ingresos y gastos ordinarios	Ingresos	130	125	134	112	93	87	92	89	86
	Gastos	261	293	206	200	150	111	96	93	75
	Resultado	-131	-168	-72	-88	-56	-24	-4	-4	12
Actividades	Ingresos	345	330	366	260	200	198	184	212	191
	Gastos	241	238	265	239	153	139	148	200	156
	Resultado	104	92	101	21	47	59	37	12	35
Balance Reservas - Caja		255	191	199	121	102	173	248	250	283

Importes indicados en miles de euros

AEDEMO RESULTADOS ECONÓMICOS 2016 REALIZADO A 31 DE DICIEMBRE DE 2016	INGRESOS		GASTOS		RESULTADO	
	Presupuesto	Cierre 2016	Presupuesto	Cierre 2016	Presupuesto	Cierre 2016
TOTAL GASTOS ORDINARIOS	89.463	86.198	93.012	74.678	-3.549	11.521
Área de Actividades	102.800	96.022	30.700	23.499	72.100	72.523
Área de Formación	37.856	30.608	28.609	14.223	9.247	16.385
Área de Publicaciones	29.186	30.100	44.108	39.442	-14.922	-9.342
Área de Gestión de valor al socio	41.931	34.141	60.486	58.615	-18.556	-24.474
Área de Comunicación	0	0	31.325	19.644	-31.325	-19.644
Relaciones Externas	0	0	5.000	283	-5.000	-283
TOTAL ACTIVIDADES	211.772	190.871	200.228	155.706	11.545	35.165

Total Gastos Ordinarios	89.463	86.198	93.012	74.678	-3.549	11.521
Total Actividades	211.772	190.871	200.228	155.706	11.545	35.165
TOTAL	301.235	277.069	293.240	230.383	7.995	46.686

Importes indicados en euros



AEDEMO
BALANCE DE SITUACIÓN A 31/12/2016

ACTIVO	
A) ACTIVO NO CORRIENTE	61.648,82
I. Inmovilizado intangible	671,52
203. Propiedad industrial	3.695,04
206. Aplicaciones informáticas	1.482,00
280. Amort. acum. inmov. intangible	-4.505,52
II. Inmovilizado material	977,30
215. Otras Instalaciones	3.433,65
216. Mobiliario	139,78
217. Equipos para procesos de información	1.495,10
281. Amort. acum. inmov. material	-4.091,23
V. Inversiones financieras a largo plazo	60.000,00
258. Imposiciones a largo plazo	60.000,00
B) ACTIVO CORRIENTE	234.948,66
I. Existencias	
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cob.	12.343,00
1. Clientes ventas y prestación de servicios	8.965,82
430. Clientes	8.965,82
436. Clientes de dudoso cobro	9.533,38
490. Deter. ualor credt. op. comer.	-9.533,38
2. Deudores varios	3.377,18
470. Hacienda pública deudora	2.510,84
473. HP, Retenciones y pagos a cuenta	866,34
V. Inversiones financieras a corto plazo	70.000,00
548. Imposiciones a corto plazo	70.000,00
VI. Efectivo y otros activos líquidos equival.	152.605,66
570. Caja, euros	770,96
572. Bancos e ins. cred. c/c vis., euro	151.834,70
TOTAL ACTIVO (A + B)	296.597,48

PASIVO	
A) PATRIMONIO NETO	263.367,20
A-1) Fondos propios	263.367,20
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	-101.277,03
120. Remanente	68.205,37
121. Resultados negativos ejss. anteriores	-169.482,40
VII. Excedente del ejercicio	46.686,28
C) PASIVO CORRIENTE	33.230,28
II. Deudas a corto plazo	0,00
3. Otras deudas a corto plazo	0,00
V. Acreedores comerc. y otras cuentas a pagar	33.230,28
1. Proveedores	31.529,86
400. Proveedores	31.529,86
2. Otros acreedores	1.700,42
410. Acreedores por prestaciones de serv.	376,76
475. HP, acreed. conceptos fiscales	1.323,66
TOTAL PASIVO (A + B + C)	296.597,48

3. Ventas y otros ingresos ordinarios de act. mercantil	276.695,14
705. Prestaciones de servicios	276.695,14
9. Otros gastos de explotación	-229.955,50
621. Arrendamientos y cánones	-989,90
623. Servicios profesionales independientes	-3.917,52
624. Transportes	-1.765,80
625. Seguros	-17,95
626. Servicios bancarios y similares	-1.025,16
629. Otros servicios	-223.531,96
631. Otros tributos	-147,73
639. Ajustes positivos en la imposición indirecta	2.240,52
694. Pérdidas por deterioro de créditos comerciales	-800,00
10. Amortización del inmovilizado	-395,64
680. Amortización del inmovilizado	-120,96
681. Amortización del inmovilizado	-274,68
A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10)	46.344,00
15. Ingresos financieros	374,25
761. Ingr. valores representa. deuda	374,25
16. Gastos financieros	-31,97
669. Otros gastos financieros	-31,97
B) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	342,28
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)	46.686,28
D) RESULTADO DEL EJERCICIO (C+19)	46.686,28

aedemo[®]

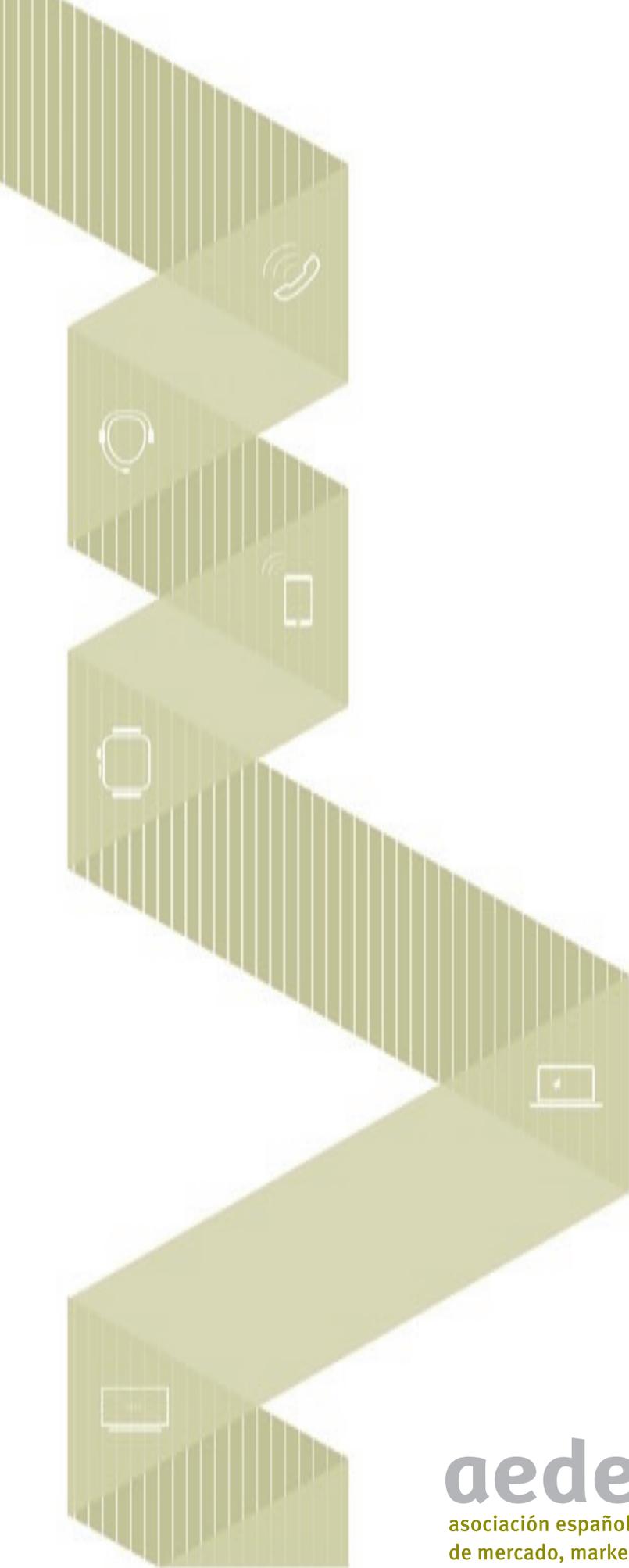
asociación española de estudios
de mercado, marketing y opinión

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 / www.aedemo.es/blog

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

marzo de 2017

depósito legal: M-12.952-2007



aedemo 
asociación española de estudios
de mercado, marketing y opinión