

aedemo®

memoria 2017

aedemo®

2017 memoria



índice

- 03. Presentación**
- 04. Plan estratégico 'AEDEMO 2020'**
- 06. Conferencia Anual de Socios 2017**
- 13. 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 2017**



Presentación

Presentamos la memoria de actividades de AEDEMO. En 2017, como cada año, la asociación ha funcionado gracias a la colaboración de todos los profesionales involucrados en los distintos ámbitos de actuación. Me gustaría agradecer de forma explícita aquí, en la presentación de la memoria de actividades, el trabajo de todas y cada una de las personas de los distintos comités que, siendo profesionales del sector, dedican un tiempo extra de su agenda a la asociación:

Comité de Programa del Seminario de TV Multipantalla: Luis Pistoni, José M^a Moix, Pablo Alonso, Jordi Hidalgo y José Manuel Eleta.

Comité de Programa del Seminario de La @: Jaime Agulló, Fernando Carrión, Virginia Frías y Eduardo Madinaveitia.

Comité de Ética de AEDEMO: Idoia Portilla, José Vicente del Barco, Juan Pablo Eslava, Jordi Guix, Pilar Pérez y Ramón Prats.

Coordinador del Estudio de la Industria: Vicente Castellanos

Consejo Editorial de la revista I&M: Inmaculada Aragón, Miguel Cervantes, Andrés González Llamas, Carles Manteca, Eduardo, Madinaveitia, Xavier Morano, Margarita Ollero, Felipe Romero y Juana Rubio-Romero.

Y, por supuesto, agradecer a todos los miembros de la **Junta Directiva:** David Atanet, Javier Abella, Miguel Cervantes, César Chacón, Yolanda Marugán, Xavi Morano y Ángel Nuez.

Finalmente, agradecer también al resto de personas que prestan servicios profesionales para AEDEMO: nuestro equipo de secretaría de Viajes El Corte Inglés, el equipo de la revista, agencias de comunicación, servicios informáticos, etc.

A todos ellos, el verdadero motor de la asociación, gracias por vuestra dedicación y por hacer que la rueda de AEDEMO siga girando con fuerza un año más.

Joan Miró
presidente
de AEDEMO



Plan estratégico 'AEDEMO 2020'

La Junta Directiva de AEDEMO acordó, en mayo de 2017, analizar la estrategia de la asociación para los próximos cuatro años (2017-2020). Se pretendía establecer la hoja de ruta de AEDEMO para los próximos años: su misión, su visión, sus valores y las estrategias y objetivos necesarios para situar a la asociación en un nuevo escenario para 2020, sin perder su propia identidad.

Para ello, tomaremos como punto de referencia la siguiente pirámide estratégica:



Misión

La misión de AEDEMO queda bien reflejada en los estatutos de la Asociación:

- a) Contribuir a la difusión y desarrollo de las técnicas relativas a los estudios o investigaciones de mercado, de opinión, sociales y marketing en su concepción global.
- b) Promover el desarrollo de las metodologías necesarias para la correcta obtención y aplicación de los datos e informaciones proporcionados por los estudios e investigaciones.

- c) Facilitar la formación de especialistas en estudios de mercado, de opinión o marketing y divulgar esta tecnología a nivel de institutos, empresas, asociaciones, organismos, etc., y también del público en general.
- d) Fomentar las relaciones de trabajo o interprofesionales de sus miembros.
- e) Promover, divulgar y hacer respetar los códigos de ética profesional y guías de conducta de ESOMAR.

Nuestros Valores

¿Cuáles son los valores que deben tener los socios de AEDEMO? ¿Qué valores soportan las acciones de los miembros de la junta? ¿Qué nos diferencia frente a otras asociaciones sectoriales?

A continuación, se detallan los valores de AEDEMO.



PROFESIONALES

Acompañamos a nuestros socios en los avances de su actividad profesional mediante un apoyo formativo que actualice sus conocimientos a las necesidades del mercado.

La formación de nuestros socios es uno de nuestros principales valores.

TRANSPARENCIA

Velamos por la transparencia en todo lo que hacemos y queremos que nuestros socios dispongan de toda información necesaria sobre la gestión de este. Además, invitamos a nuestros socios a impulsar la transparencia en su profesión y, para cualquier duda al respecto, ponemos a su disposición el Comité de Ética de AEDEMO.

PRESTIGIO

Somos el referente para la investigación de mercados, el marketing y la opinión en nuestro país, con más de 50 años de vida. Su pertenencia aporta valor, conocimiento, experiencia y, en definitiva, prestigio al sector y a sus asociados.

INNOVACIÓN

Creemos que la innovación es uno de los principales motores de la investigación y el marketing, por eso, desde AEDEMO apostamos por formaciones, contenidos y actividades, entre otras acciones, que aporten luz sobre las nuevas tendencias de I+D+I.

INCLUSIVOS

Acogemos a todos los profesionales relacionados con el marketing y la investigación de mercados y opinión, independientemente de sus fuentes, habilidades, profesiones o técnicas aplicadas para obtener conocimiento.

ÚTILES (PRÁCTICOS)

Somos una asociación apegada al día a día de la profesión. Nuestras acciones aportan valor práctico a la profesión de sus socios y seguiremos aportando conocimiento práctico a la profesión.

Visión

¿Hacia dónde queremos llevar la asociación en 2020?

AEDEMO quiere ser el referente de la industria de la investigación, el marketing y la opinión tanto a nivel nacional como regional, aportando valor a sus socios, a los clientes y al mundo académico. Queremos crecer en número de socios y fomentar la participación de estos para que se sientan orgullosos de formar parte de AEDEMO. Queremos fomentar lo digital en nuestra industria.

Conferencia Anual de Socios 2017

La conferencia anual de socios 2017 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 2017

Barcelona, 30 de marzo de 2017

La 49ª Asamblea General Ordinaria de Socios 2017 de AEDEMO se celebró en el hotel modernista **Casa Fuster**, en el Paseo de Gràcia de Barcelona. Atendiendo al orden del día establecido, la asamblea, a la que asistieron 50 asociados, comenzó a las 19:30 h., de la mano de **José María Moix** y **José Manuel Úbeda-Portugués**, con la preceptiva lectura y aprobación del acta de la 48ª Asamblea de Socios y Memoria del año anterior, que previamente había sido facilitada a los socios por Internet, además de ser entregada a los asistentes.

José María Moix, presidente de AEDEMO, inició una **exposición de las actuaciones acometidas en 2016**, comenzando con la estabilidad económica, donde se había propuesto un objetivo de 8.000 euros, y sin embargo, se alcanzó un saldo positivo de 47.000 euros. Esto mejora los recursos de la asociación, pero en contraposición, ese exceso de beneficio supuso no alcanzar los objetivos fijados de realizar nuevas actividades.

En cuanto a la evolución de los asociados, en 2016 se continuó con una **estabilización del número de socios**, con 56 bajas y 49 altas, y lo que es más importante, las nuevas altas supusieron un ligero rejuvenecimiento de la edad de socios, que se establecía en una media de 41 años. Además, se explicó la apreciación de las bajas en torno al cambio de sector de algunos asociados, la desvinculación de algunos socios senior, y la decisión de algunas empresas de no hacerse cargo de las cuotas de sus empleados.

Tras estas exposiciones sobre la estabilidad económica y del número de asociados, se continuó con otro de los objetivos marcados: la **digitalización**. Desde unos años atrás, en AEDEMO se viene trabajando en este proceso que se focaliza en distintos aspectos. En redes sociales, Twitter y LinkedIn han continuado con su presencia al alza, tanto en número de usuarios, como en su participación,



así como en el blog, que mantiene esa tendencia. Siguiendo sobre el aspecto de la digitalización, se informó sobre el trabajo en una nueva web, con sus correspondientes mejoras, indicando que, en ese momento, se había realizado un *briefing* de este nuevo proyecto.

También se informó sobre el nuevo diseño de la **base de datos** de gestión de socios, que requiere importantes mejoras que faciliten el uso, consulta y mantenimiento de los datos de los socios, de un modo más dinámico y con la incorporación de nuevas posibilidades.

Entre los principales objetivos llevados a cabo en 2016, se comentó la nueva edición de la *Revista I&M*, que cuenta con un aspecto más actual y cuyo nuevo equipo organizativo ha mejorado los contenidos, los tiempos y los resultados. La Junta Directiva mostró su satisfacción y en esta exposición aprovechó para felicitar a los responsables.

Respecto a las actividades llevadas a cabo en 2016, una vez más se señaló el éxito que continúa teniendo el Seminario de TV Multipantalla, que tuvo lugar en Girona y contó con un importante crecimiento

respecto a la edición anterior, con más de 350 inscritos. También se aprovechó para felicitar al coordinador, **Luis Pistoni**, por su labor, que tantos éxitos ha cosechado.

El Seminario La @ de AEDEMO desarrolló su segunda edición en 2016. Se indicó que va consolidándose como evento referencia en el ámbito digital, y se mantiene el objetivo de convertirse en un referente como ocurre con el Seminario de TV Multipantalla.

Junto con otras asociaciones, en 2016, AEDEMO continuó con eventos como *State of the Art* y el Encuentro La Investigación a Análisis, que sirven de altavoz del sector y consiguen una mayor visibilidad, por lo que se considera seguir en la misma línea e intentar llegar a nuevos campos de actuación. Además, estos encuentros sirven como lugares de encuentro y *networking*, faceta que se cree conveniente potenciar. En diciembre de 2016, se realizó un *meetup*, y se sugiere continuar con este tipo de encuentros en los próximos años, así como con las actividades con otras asociaciones. En este aspecto, se cita la colaboración con Esomar para el diseño del código de conducta, en el que participó el Comité de Ética de AEDEMO, y la participación en el desarrollo y publicación de la Guía Práctica de Medición con ADECEC.

En cuanto al área formativa se continuó con la realización de cursos y webinars, con formación especializada, según la demanda de los socios y se está consiguiendo una gran satisfacción en este aspecto.

Por último, se hizo un repaso de las actividades llevadas a cabo en el área de valor al socio, con acuerdos con otras entidades, que se van ampliando y renovando.

Una vez repasadas las actuaciones de 2016, de la mano del vicepresidente, José Manuel Úbeda-Portugués, comentó detalladamente los datos económicos. Como ya es sabido,

AEDEMO cuenta con dos partes diferenciadas. Por un lado, los ingresos y gastos ordinarios, que engloban principalmente la aportación de cuotas y gastos de funcionamiento de la asociación, donde se había previsto un ligero déficit, pero la reducción de costes hizo que se terminase el año con un saldo positivo de casi 12.000 euros. La otra parte, la relacionada con las actividades, también reflejó un importante incremento del beneficio, a pesar de obtener menos ingresos de los esperados, gracias a una optimización del gasto, obteniendo un saldo positivo de 35.000 euros. De este modo, económicamente, el resumen de 2016 se cerró con un aumento del patrimonio, basado en una contención del gasto y un retorno de la inversión. Tras este resumen, se explicaron las principales partidas económicas de mayor importancia.



La intervención sobre los aspectos económicos finalizó con el informe de los auditores, que en 2016 fueron **María Lizarraga** y **José Carlos Gutiérrez**, a quienes se agradeció su trabajo. Ambos comentaron las siguientes apreciaciones:

- Como se ha ido comprobando en los últimos ejercicios, en general se aprecia una notable mejora de la gestión económica.

- Los resultados económicos del Seminario de TV Multipantalla destacan sobre el resto de las actividades, y son clave en el resultado global de las actividades realizadas por la asociación.
- Se recomienda que el importante incremento de los fondos propios de los dos últimos ejercicios sea revertido en servicio a los socios, con el objeto de no tener un exceso de recursos financieros ociosos.

Los auditores concluyen con que los balances y cuenta de pérdidas y ganancias reflejan adecuadamente la situación de la asociación. Como viene siendo habitual, se realiza un relevo en las funciones de auditoría, saliendo José Carlos Gutiérrez, quien ya llevaba dos años realizando esta función, y continuando María Lizarraga.

Tras el repaso del año anterior, José María Moix pasó a realizar una exposición de los objetivos previstos para 2017, que se establecieron, principalmente, en los siguientes puntos:

- El desarrollo digital de AEDEMO debe basarse en crear un entorno digital con mayor cantidad de contenidos accesibles vía web y mejor acceso que permita explotar los ya existentes. Este desarrollo debe facilitar

una mayor presencia e interacción de los socios. Dentro de esta actuación se está valorando la digitalización de la *Revista I&M*, de la que se muestran unos ejemplos realizados, y el Directorio, sin intención de sustituir sus actuales versiones en papel, pero permitiendo que se complementen y permitan acceder a mayor contenido.

- También se consideran importantes las labores de fidelización de los socios a través del sentimiento de pertenencia a la asociación, buscando nuevos motivos que creen este deseo de pertenencia.
- Generalización de las actividades realizadas por AEDEMO, dando mayor relevancia a eventos como La @, el cual se ha decidido cambiar de fechas, a junio, para evitar coincidir con otros eventos del sector ya implantados, y en el que, además, se ha replanteado el evento con un nuevo formato y exposición de contenidos.
- En cuanto a la formación se cree conveniente seguir trabajando en la realización de cursos, según las necesidades de los socios con cursos competitivos y de calidad.

En cuanto a las cuotas de socios, se entiende conveniente mantenerlas y se establece que en el caso de los socios de pleno derecho, paguen un 50% aquellos que soliciten su ingreso desde el 1 de julio. También se comenta la cuota de socio residente en el extranjero, que se propuso en la asamblea del año anterior, y tras el seguimiento realizado no se ha apreciado que repercuta de forma negativa en los resultados económicos, ya que han sido muy pocos los que la han solicitado.

Una vez fijadas las cuotas, se presentó la propuesta del presupuesto para 2017, manteniendo las cifras de cierre de 2016 de manera continuista, en lo referente a los eventos y actividades a realizar, e incrementando el gasto en publicaciones, para acometer la digitalización de la revista



y del directorio; así como en el área de valor al socio. La propuesta es aprobada por unanimidad.

Antes de concluir con el debate, se procede a las elecciones en la Junta Directiva, en las que solo existe una candidatura para presidente y vicepresidente. En cuanto a vocales, se han presentado seis candidaturas para los cinco puestos vacantes, por lo que se abre un plazo de votación hasta las 22:00 horas, momento en el que se hará el recuento para informar de la nueva composición de la junta en la Fiesta de la Investigación.

En el turno de debate, ruegos y preguntas, comenzó la intervención **Ramón Prats**, quien indicó que en el resumen económico aparece una partida en la cuenta de pérdidas y ganancias, bajo el concepto de otros servicios, con un importe muy elevado (223.531 euros) que resulta muy genérico y entiende que se debería dar a conocer qué gastos engloba. María Lizarraga, como auditora, informa de que se ha seguido la clasificación de gastos según los criterios contables de la asesoría, y en la cuenta 629 han englobado la práctica totalidad de los gastos ordinarios y de actividades. También propone Ramón Prats que se debe ser prudente con los gastos e intentar que las actividades se autofinancien, ya que ha sido uno de los principios de la asociación. **Miguel Cervantes**, como vocal de formación, comentó que aunque el principio de autofinanciación está presente



en las decisiones sobre las actividades, es necesario realizar acciones sin retorno económico o deficitarias, con el objeto de incrementar el valor al socio, atraer a nuevos socios y mejorar el impacto de AEDEMO. Tras estas intervenciones, presidente y vicepresidente mostraron su agradecimiento a los asistentes y se despidieron, tras sus dos años de mandato, dando paso a la Fiesta de la Investigación.

A continuación, comenzó el cóctel buffet que ofreció AEDEMO, y en el que también se pudo disfrutar de dos *corner* gastronómicos por cortesía de **Kantar TNS** y **Kantar Millwardbrown**, en uno de los salones modernistas del hotel Casa Fuster, amenizado por Carles Manteca, quien hizo de maestro de ceremonias. El evento, organizado por el grupo de trabajo formado por **Joan Miró Borrás, Carles Manteca Auber, Juan Carlos Ortega Ramos, Ramón Viver Puig, Chity del Pozo Fina, Sandra Orsola de los Santos, Eva López Hernández** y **Laura Tió Crespo**, dio lugar a una agradable velada en la que charlar e intercambiar impresiones, mientras el Mag Lini amenizaba con sorprendentes números de magia entre los asistentes. Durante la fiesta, como es habitual, se procedió a la entrega de los Premios AEDEMO 2016 y posteriormente 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, y que en esta edición les correspondió a: **Jaime Agulló Amorós, Jordi Aparici Espot, Jordi Bertrán Curcó, Catherine Booth, Guillem Carreras García, Josep M.ª Cunillera i Girona, Luis Gustavo**



Cuntin Docampo, Andrés de la Dehesa Tejedor, Cristóbal Domingo Reig, Macarena Estévez Muñoz, Jaume Ferrer Carreras, Manuel Gallego Gutiérrez, Álvaro Hernández Calzada, Montserrat Martín Salvador, Jesús N. Ramírez Sobrino, Luis Ramos Escudero, Josep Ribó Santacreu, Maite Rodríguez Esteban, Fernando Rodríguez Lobato y Francisco Javier Rubio Arribas.

Tras estas insignias, el presidente saliente, José María Moix, hizo entrega de la insignia de Oro Especial 2017 a Carles Manteca (director de calidad de emisiones en CCMA), por su implicación y colaboración.

Una vez finalizado el plazo de votaciones y realizado el recuento de votos, se procedió a anunciar la composición de la nueva Junta Directiva, que quedó constituida por:

Presidente: **Joan Miró Borrás**
 Vicepresidente: **David Atanet Gómez**
 Vocales:
Miguel Cervantes Blanco
César Chacón Sánchez
Ángel Javier Nuez Espallargas
Javier Abella Guerrero
Xavier Morañó Ferrer
Yolanda Marugán Calvo

Posteriormente, se procedió al sorteo de regalos entre los asistentes, y continuó la fiesta hasta la madrugada, con barra libre ofrecida por **Odec**.

Gracias a la encuesta realizada por **Netquest**, AEDEMO pudo evaluar posteriormente el alto grado de satisfacción de los socios en el evento.



premios

Premio Gloria Batista al Mejor Artículo de la Revista I&M 2016. Recayó en **Jordi Ferrer Josa** por su artículo titulado *Una adaptación necesaria para seguir teniendo éxito en el nuevo entorno*, publicado en el número 131, de junio de 2016. El jurado fue la Junta Directiva de AEDEMO y está dotado con 600 €.

Premio Junior de AEDEMO 2016. Fue otorgado a **María Ferrando López** (Universidad de Zaragoza) por su trabajo *La experiencia de los sentidos: una herramienta de fidelización*. El jurado estuvo formado por César Chacón, Gustavo Núñez, Inés Kuster y Petra Plaza, y está dotado con 600 €, la publicación de un resumen del trabajo en la *Revista I&M* y la inscripción como socio de pleno derecho en AEDEMO durante 2017.



El **Premio al Mejor Expediente de Grado en Marketing e Investigación de Mercados 2016** se otorgó a **Carmen Bañuelos Linares**, graduada en Marketing y Gestión Comercial por la Universidad CEU San Pablo.

AEDEMO agradece a todos los patrocinadores su participación en la **conferencia anual de socios 2017**



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



Seminario de TV

León, 8, 9 y 10 de febrero de 2017

La 33ª edición del Seminario de Televisión Multipantalla de AEDEMO se celebró en León y registró 342 inscritos, todo un éxito de asistencia. Por su larga trayectoria, por la calidad de los ponentes que acuden y por la alta participación cada año, este seminario de AEDEMO se ha consagrado como el mayor encuentro europeo sobre televisión.

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** (consultor de comunicación), **José María Moix** (director de Antena y Marketing de Atresmedia Radio) y **Fernando Conde** (director de Cimop).



En total, fueron tres intensos días de *business intelligence*, *YouTVbers*, *branded content* y numerosos temas relacionados con el entorno multipantalla que comenzaron, el miércoles 8 de febrero, con *YouTVbers*, ¿hasta dónde llega la TV? Esta mesa coloquio, que se celebró con la colaboración de **Ooyala**, estuvo moderada por **Álvaro Elúa Samaniego**, delegado de RTVCyL en Madrid, y contó con la participación de **Rubén Vara Miguel**, director de Marketing y Audiencias Digitales de Atresmedia, **Gonzalo Madrid Gómez**, Chief Strategy Officer de Wink, y **Alfonso Pérez Teijeiro**, director de Marketing Digital de Publiespaña.

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



Al día siguiente, antes del comienzo de la jornada, se celebró un espectáculo de bienvenida, con la colaboración de **Kantar Media**, y tuvo lugar la Presentación Jóvenes Talentos, en la que colaboró **SSI**.



El Seminario de Televisión de AEDEMO se dividió en cuatro sesiones y 14 ponencias que se distribuyeron de la siguiente forma:

Sesión 1:

Moderador: **José María Moix**.

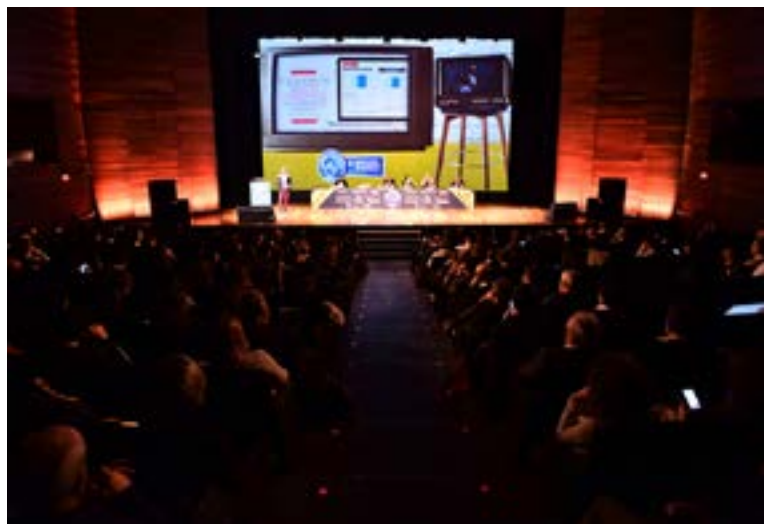
Participantes: **Laurent Battais**, director ejecutivo de Médiamétrie y director de Eurodata TV Worldwide; **David Escribano Luque**, Area Director de Data & Insights de Havas Media Group Iberia; **Roberto Sánchez López**, subdirector de Marketing de RTVE; **Concepción Gabriel Esteban**, directora técnica de IMOP; y **Santiago Gómez Amigo**, director de Marketing de Atresmedia. Posteriormente, se produjo un coloquio y hubo con *coffee break*, con la colaboración de **Group IMD**.

Sesión 2:

Moderador: **Jordi Hidalgo**.

Participantes: **Rafael Llopis Martínez**, director de Estrategia de Movistar+; **Sofía López Arias**, directora de Medios de Puig; **Cristina Martínez Martínez**, Marketing and Data Science Manager de GFK; **Luis Miguel Beneitez García**, Research Consultant de GFK; **Eduard Nafria Mitjans**, director general técnico y director comercial de Kantar Media; y **Javier Baena Martínez**, adjunto al director de Área Audiovisual de La Liga. Al finalizar, se produjo un coloquio.

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



Sesión 3:

Moderador: **Pablo Alonso**.

Participantes: **Ricardo Vaca Berdayes**, presidente ejecutivo de Barlovento Comunicación; **Fernando Santiago Ceballos**, director técnico de AIMC; **Salvador Figueras Hernández**, director de Marketing de Publiespaña; **Carlos Prieto Fernández**, director comercial para España y Portugal de Ooyala; y **Antonio Serna Carrillo**, Senior Sales Engineer de Ooyala. Después de esta sesión hubo un coloquio.

Posteriormente, se celebró una cena, que contó con la colaboración de **Cytlv**. Además, **Adstream** ofreció a una consumición.

Sesión 4:

Moderador: **Fernando Conde**.

Participantes: **Raúl Gordo Piedrabuena**, director de Investigación Estratégica de PHD; **Jesús Olivar Martínez**, Head of A&I de MEC; **Mar Badosa Viralta**, A&I Director de MEC; **Antonio Capdevila Gallego**, Head of Business Strategy & Intelligence de Maxus; y **María López Martínez**, Head of effectiveness de Maxus. Al terminar, hubo un coloquio y un *coffee break*.





Como colofón, el viernes 10 de febrero, después de la Sesión 4, se celebró la **mesa redonda *Televisión: un consumo cambiante, ¿nuevo modelo o nuevo medio?***, moderada por **Jalis de la Serna Moscol**, reportero. En ella, participaron **Eduardo Álvarez Rodríguez**, director general de RTVCyL; **Sergio de León Cosmen**, director de Medios, Digital y eCommerce de LG España; **Carlos Fernández Alonso**, director de Contenidos de AtresmediaTV; **Jordi Guix Llopis**, Global Insight & Research Director de Havas Media Group; **Fernando Jerez Huete**, director de #0 y Producción Propia de Movistar+; **Leonardo Baltanás Ramírez**, director de la División de Producción de Contenidos de Mediaset España; y **Tatxo Benet Ferran**, partner de Mediapro.

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

Premios

En esta edición, el **Premio AEDEMO a la Mejor Ponencia** del seminario fue para *El seguimiento de series: Nuevos espectadores y comunidades dentro y fuera de la televisión*, de **Roberto Sánchez López** (subdirector de Marketing de RTVE) y **Concepción Gabriel Esteban** (directora técnica de IMOP)

El **Premio Aneimo a la Ponencia más Innovadora** fue para *Fútbol, copas y bares*, de **Eduard Nafria Mitjans** (director general técnico y director comercial de Kantar Media) y **Javier Baena Martínez** (adjunto al director de Área Audiovisual de La Liga).

Patrocinadores

Los patrocinadores de esta edición del Seminario de Televisión de AEDEMO fueron **Ooyala, Publiespaña, Viacom, Kantar Media, SSI, Group IMD, comScore, Cyltv y Adstream**, además de distintos organismos del **Ayuntamiento de León**.



La @ de AEDEMO

Madrid, 15 y 16 de junio de 2017

En 2017, La @ de AEDEMO decidió cambiar su fecha de celebración a junio, para no coincidir con otros eventos como ocurrió en ediciones anteriores. Esta tercera edición, que se celebró en la Sala Truss de Madrid, contó con un mayor número de asistentes que en ocasiones anteriores y un programa más completo.

Estas jornadas, organizadas por AEDEMO y patrocinadas por **ComScore** y **Nielsen**, fueron coordinadas por **Jaime Agulló** y el comité organizador contó también con **Fernando Carrión**, **Virginia Frías** y **Eduardo Madinaveitia**.

Este seminario está destinado a acercar la investigación de mercados al mundo digital. A través de cinco bloques y de una veintena de intervenciones, trataron los temas en la vanguardia de la investigación, como son el *big data*, neuromarketing, reconocimiento de voz...

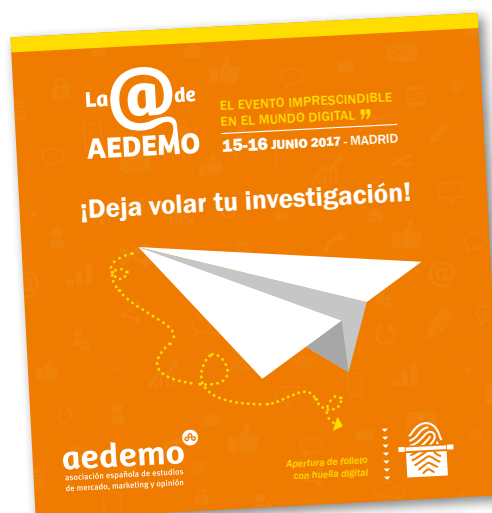


Medir, tal vez optimizar...

Contó con las ponencias: *Avanzar en Análítica Digital según el impacto en el negocio*, de **Gemma Muñoz**, CEO de El arte de Medir; *¿Cuánto está vendiendo mi competencia online?*, de **Carles Iglesias**, responsable de Data Analytics, Iberia & Latam de Netquest; y *Del Big Data al Deep Data. Uso competitivo de la información + tecnología*, de **Juan Mora**, Chief Business Officer de Datacentric.

¿Qué queremos saber?

Expusieron las siguientes ponencias: *Tecnología 020 aplicada: NBA Store*, de **Jaume Portell**, CEO de Beabloo; *¿Cómo nos planteamos la investigación en el futuro? ¿Qué define al encuestado?*, de **Beatriz Tejedor**, Senior Project Manager de SSI; *Neuromarketing y la revolución de los wearables*, de **María López**, CEO de BitBrain; y *Hawkers Generation*, de **Francisco Pérez**, socio y director de Hawkercs.





El nuevo entorno I

En esta primera parte de este bloque, se expusieron: *Tendencias digitales*, de **Marga Castro**, Senior Manager de Mindshare, y **Cristina Viúdez**, Partner Business Planning de Mindshare; y *Estudio sobre la eficacia publicitaria digital*, de **Raquel García**, ejecutiva senior de análisis comercial de producto de Publispaña.

El nuevo entorno II

La segunda parte del bloque contó con: *Marketing Science: una forma eficaz de conocer al consumidor*, de **Elena Martín**, Cofundadora y directora de Sociograph; *Más que 1000 palabras. Reconocimiento y análisis de imágenes en Social Media*, de **Víctor Alejandro Gil**, director de Innovación de Nethodology, y **Jairo Murciano**, director General de Nethodology; y *Second screening: estudiando nuevos hábitos en televisión y Twitter*, de **Sara Picazo**, Research Manager de Twitter UK.

Startups

En este bloque, varios impulsores presentaron algunos proyectos ya hechos realidad: *La web conversacional y el futuro de la comunicación con empresas*, de **Jiaqi Pan**, director general de Helloumi; *Identifica oportunidades de negocio, conociendo mejor a tu cliente*, de **Josu Rodrigo**, director comercial de We are testers; *Sistema de analítica avanzada de datos para el sector del marketing digital*, de **Javier Parra**, director de Inteligencia Digital de Sumate marketing online, y **Roberto López**, CEO de Artelnics; *Addconversion, la forma más precisa de segmentar audiencias para publicidad digital*, de **Agustín Busto**, CEO de Ecmware; y *Adventurees, explota el futuro e invierte en las mejores startups*, de **Yael Hernández**, directora de Adventurees.



Jornadas

Meetup: ¿Qué pasó en el Esomar Big Data World 2016?

22 de febrero de 2017, en Madrid



En el ambiente distendido de la cervecería La Fábrica 21, **Margarita Ollero**, directora general de Arena Media, ofreció su punto de vista sobre las principales conclusiones del Esomar Big Data World 2016, celebrado en Berlín, y al que asistió gracias al programa de becas que ofrece AEDEMO.

Mujeres en la Investigación

19 de octubre de 2017, en Madrid

Organizado por AEDEMO, en colaboración con **Telling Insights**, **Anuncios** y **The Wire**, y moderado por **Yolanda Marugán**, de Ideonomía y vocal de Comunicación de AEDEMO. **Gemma Zaragoza**, de Telefónica España, **Marisa Carrión**, de Pernod Ricard España, **Catalina Bautista Álvarez**, de Unidad Editorial, **Ana García Blanco**, de Ikea Ibérica, y **Almudena de Linos**, de Telling Insights, presentaron, por primera vez en España, los resultados de un estudio internacional que analiza la situación de la mujer en el sector de la investigación de mercados. Posteriormente, en mesa redonda, abrieron un espacio de debate y de reflexión sobre dicha situación.



Área de Formación

*El Área de Formación estuvo guiada durante 2017 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 de R para el análisis de encuestas

21 de marzo de 2017, en Madrid

José Ignacio Casas, socio-fundador de Jomial Research & Consultants, SL, enseñó a utilizar, durante tres días, el programa estadístico R para gestionar los datos de encuestas. El curso de R, eminentemente práctico, tenía como objetivo dar a conocer las habilidades necesarias para la utilización del *software* cada vez más empleado.

Análisis de Social Media

28 de marzo de 2017, en Madrid

Destinado a profesionales, estudiantes y docentes de investigación de mercados, marketing y metodologías de investigación, **Xavier Morano**, director de Empirica Influentials & Research, y **Fco. Javier Melero Cano**, Social Media & Digital Intelligence Consultant, mostraron cómo utilizar aplicaciones de observación y análisis de datos y contenidos de redes sociales para monitorizar marcas y sacarle partido a las principales métricas que se pueden obtener.

Curso e-Cualitativo

23 y 24 de mayo de 2017, en Madrid

Durante dos jornadas, se celebró este curso para familiarizarse con las nuevas técnicas del cualitativo digital: Aplicaciones que rentabilizan el marketing y la investigación, El cualitativo digital desde la perspectiva internacional, y Big data cualitativo: el enfoque del análisis de resultados. Fue impartido por **Andrés González Llamas**, Insighter Manager en Insighter Experience, **Silvia Irazo**

Ferrandis, directora y consultora en In Market Research, y **Mykola Sochynskyi Bliznets**, EMEA Sales en Inside Bitext.

Curso de Geolocalización

30 de mayo de 2017, en Madrid

Con un enfoque práctico, **Daniel Ruiz Nodar**, Commercial Product Manager en Equifax, y **Jonathan Suárez**, Desarrollo de Negocio y Marketing Digital, acercaron a los asistentes al mundo de la geolocalización, con un énfasis especial al *open data*, datos geolocalizados a los que puede acceder el gran público y que abren las puertas al desarrollo de proyectos colaborativos. Además, se dieron nociones básicas sobre lenguajes de programación abiertos como R y *software* específico para el tratamiento de datos geolocalizados.

Curso de etiquetado web

20 de junio de 2017, en Madrid

Javier Rubio Hidalgo, Data Engineer en Divisadero, impartió, durante cinco horas, un curso para conocer qué es, y en qué consiste el etiquetado web, así como las aplicaciones y tecnologías disponibles y los beneficios que se obtienen con su uso, conocer cómo se lanzan las campañas de marketing *online*, y cómo medir los resultados de estas acciones.

Uso de herramientas en la investigación de redes sociales y otros medios digitales

15 de noviembre de 2017, en Barcelona

Este curso, eminentemente práctico, e impartido por **Xavier Moraño**, director de Empirica Influentials & Research, al que asistieron 36 personas, sirvió para dar a conocer las herramientas, tanto analíticas como metodológicas y técnicas, necesarias para enfrentarse a la información de las redes sociales con fines científicos.

Profundizando en nuevos retos digitales

22 de noviembre de 2017, en Madrid

En colaboración con **AIMC**, este curso, coordinado por **Ana Gallardo** y **Fernando Santiago**, fue impartido por **César Candal**,

consultor digital, **Milagros Gálvez**, Insights Manager en Blue449, **Nuria Giménez**, Digital Senior Manager en Coca-Cola, **Gonzalo Iruzubieta**, Senior Enterprise Sales Manager en comScore, **Ángel Nebot**, Managing Director en Smartclip Spain y vicepresidente de IAB, **Lidia Sanz**, directora general en AEA, e **Ildefonso Tebar**, Integrated Marketing Communications Manager en Samsung. Contó con la asistencia de 35 inscritos y se facilitaron algunas claves para orientar de la mejor manera posible las campañas de marketing digital.

Curso Desk Research 2.0: su valor actual

13 de diciembre de 2017, en Madrid

Con el objeto de aprender estrategias para localizar, capturar y organizar información digital, el curso sobre Desk Research impartido por **José Ignacio Casas**, Founder Partner en Jomial Research & Consultants, S.L., mostró las claves para que el investigador recopile, ordene y sintetice información localizada en fuentes secundarias (libros, periódicos, revistas...) con la intención de comprender una determinada área de estudio. El curso contó con 32 inscritos.



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 2017 se llevaron a cabo:

Geolocalización

17 de enero de 2017

Mediante la plataforma de webinar, **Abel Vázquez Montoro**, Senior Solutions Engineer en CARTO, explicó en esta sesión las ventajas que aporta la geolocalización a los investigadores y al mundo del marketing en general.

Aplicaciones de la Economía del Comportamiento en la investigación de mercados

30 de octubre de 2017

Con el objeto de familiarizar a los participantes con las nociones básicas de la Economía del Comportamiento (Behavioral Economics), disciplina que ha revolucionado la teoría de las decisiones económicas, mostró con ejemplos prácticos, cómo se pueden optimizar el diseño, la ejecución y la interpretación en investigación de mercados. Fue impartido por **Dimitri Schmitow**, director y socio fundador de Sumar Research, y **Quique Belenguer**, CEO de Inmerco y de Mints&Brains y consultor de marketing especializado en procesos de decisión.

Situación de la investigación de audiencias en Europa

27 de noviembre de 2017

En una jornada de 1,5 horas, el director técnico de AIMC, **Fernando Santiago**, ofreció una visión global sobre las principales vías de investigación que se están abriendo, en distintos países europeos, para representar adecuadamente en la investigación los nuevos consumos de medios, y su extensión a otros dispositivos. Contó con el seguimiento de 40 personas.

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.

21 de febrero de 2017

Tema: ¿Qué pasó en el Esomar Global Qualitative 2016?

Imparte: Silvia Iranzo, investigadora de mercados independiente.

Durante hora y media, Silvia Iranzo explicó en esta conferencia web sus conclusiones sobre el Esomar Global Qualitative 2016 al que asistió al durante tres días, dentro del programa de becas que ofrece AEDEMO.

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), servicios de Legálitas, Mapfre. y Seguros Médicos de Adeslas.

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

Área de Publicaciones

*Esta área, dirigida por **Joan Miró**, hasta marzo, y después por **Xavier Moraño**, 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 2017, la revista *Investigación y Marketing (I&M)* continuó con el diseño estrenado el año anterior y que supuso una importante actualización, mas acorde a los tiempos, y con un diseño más actual y atractivo. En cada número se cuenta con el apartado Dossier, que trata de profundizar en un tema específico, los cuatro números editados en 2017 fueron:

- ▶ **Núm. 134, marzo**
Otras dimensiones en la investigación.
- ▶ **Núm. 135, junio**
Cómo hemos cambiado.
- ▶ **Núm. 136, septiembre**
Innovación constante.
- ▶ **Núm. 137, diciembre**
Investigación en medios.

En la página web de AEDEMO se mantienen los números editados, de forma que pueden consultarse todos sus artículos. Periódicamente, se publican extractos en el blog de AEDEMO, que permite comentar a los socios los artículos y análisis publicados. **Maite Sanz** 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 2017, 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 2016

La Memoria 2016, como ya se viene haciendo en los últimos años, se realizó en versión digital y se envió a todos los socios previamente a la celebración de la 49.^a Asamblea General Ordinaria de Socios, lugar donde se repartieron ejemplares en papel.

La redacción y la edición fueron elaboradas por **Grupo AGD**.

Directorio 2017

En febrero, se editó el *Directorio AEDEMO 2017* 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 hasta marzo por **Luis Fernando Ruiz**, y posteriormente por **Yolanda Marugán Calvo**, se ocupa de la definición de los planes de comunicación de la asociación y su activación a través de los diferentes elementos que promueven la interacción de AEDEMO con sus asociados.*



Comunicación

El plan de comunicación de la asociación se centra en tres ejes.

- ▶ **Comunicación directa con el socio:** Mejoramos la comunicación global vía email con formatos más actuales y visuales, lo que facilita captar la atención del socio y fomentar su interés por el contenido.
- ▶ **Página Web:** Se avanza con la ampliación de contenidos y se comienza a trabajar en el diseño de una nueva web, más intuitiva, adaptada a las necesidades actuales de la asociación. Está previsto que se presente en 2018
- ▶ **Redes Sociales:** Con presencia activa en el Blog, Twitter y LinkedIn, activamos las redes sociales con contenidos de interés para los asociados, lo que les ayuda a estar permanentemente actualizados. La cifra de seguidores en los tres soportes no para de crecer.

Página Web

A finales de 2016, se presentó una nueva versión más intuitiva y accesible, y durante 2017 se ha continuado con la ampliación de contenidos de la web. Accesible al público está gran parte de la actividad de AEDEMO y puede obtenerse diversa información sobre la asociación, consultarse las distintas publicaciones (revista, boletín AIDía, guías, estudios...); ver el histórico de seminarios, cursos y webinar, información sobre el Comité de Ética, premios, becas...

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



Publicaciones editadas por AEDEMO durante 2017

Durante el año 2017, 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

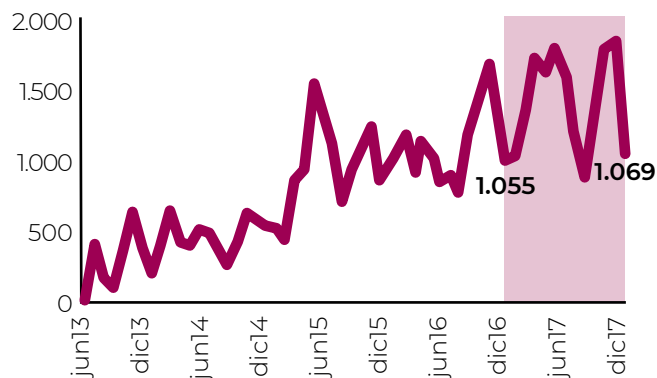
AEDEMO es consciente de la importancia que tienen las redes sociales como forma de comunicación y de interacción con los socios. A finales de 2012, desarrolló dentro del Área de Comunicación su presencia en redes digitales. En la actualidad, cuenta con un grupo en LinkedIn, un blog abierto a la profesión 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 2017: 78.792

Duración media de las visitas: 2 minutos y 37 segundos.

Estos datos reflejan no solo un importante crecimiento en las visitas al blog, sino también del tiempo que se emplea en las consultas.

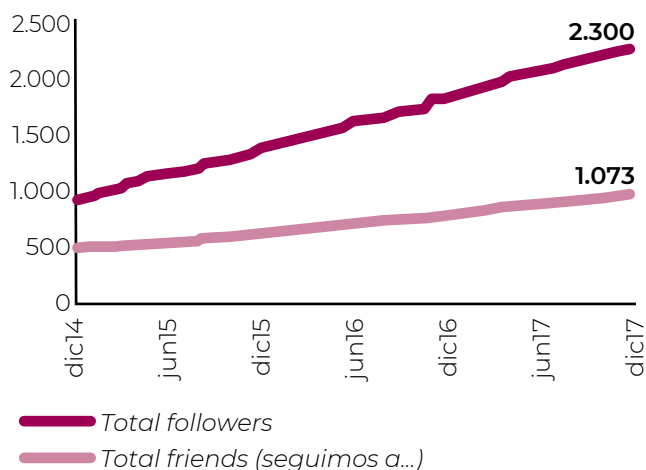
Evolución de Twitter y LinkedIn

@aedemo_oficial

www.linkedin.com/company/aedemo

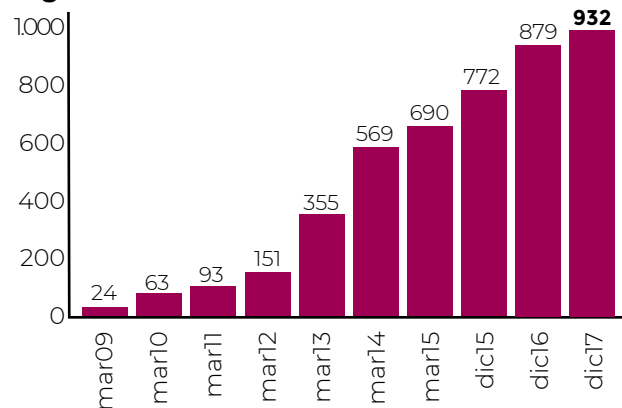
En 2017, AEDEMO llegó en Twitter a los 2.300 seguidores, con un ratio *followers/friends* de 2,14.

Crecimiento en 2017: +20%



En 2017, el grupo de LinkedIn creció en 53 personas, que supone un crecimiento del 6%, alcanzando los 932 miembros, más que socios tiene AEDEMO.

Seguidores LinkedIn



Relaciones con otras asociaciones

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



Relaciones con otras asociaciones

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

A lo largo de 2017, la Vocalía de Relaciones con otras Asociaciones y Entidades mantuvo contactos y llegó a acuerdos con: Esomar mediante el cual no sólo se comparten nuestros códigos de conducta sino que además se refuerza entre ambas asociaciones junto con acciones de comunicación del Rally Research que tendrá lugar en Barcelona en 2018; renovación de acuerdos con universidades y escuelas de negocios como ESADE, EAE Business School y Universidad de Barcelona; y acuerdos con empresas de Headhunting para incluir sus ofertas de empleo en Investigación de mercados y Marketing en la nueva web.

Las marcas en la era de la Post-Verdad

26 de abril de 2017, en Madrid

La APG (Account Planning Group), AEDEMO y la revista *Anuncios* celebraron un encuentro donde **Javier Gómez**, director de *Papel*

(El Mundo), **Mariana Hernández**, Head of Strategy de Google España, **Félix Muñoz**, consultor de marketing y comunicación, y **Adrián Mediavilla**, Head of Planning de Sra. Rushmore, debatieron sobre la post-verdad, el nuevo paradigma en el que la emoción es más importante que la verdad, y sus implicaciones en el desarrollo de la actividad de las marcas.

La nueva regulación de protección de datos. ¿Estamos preparados?

22 de junio de 2017, en Madrid

AEDEMO, conjuntamente con Aneimo y el CIS, ofrecieron una ponencia sobre la normativa de protección de datos GDPR (General Data Protection Regulation), un nuevo paquete legislativo con el que la Unión Europea pretende establecer el marco regulatorio para la gestión de datos personales. Fue impartido por **Michelle Goddard**, Director of Policy & Standards del MRS, **Pepe Aldudo**, Consultor especializado en calidad y protección de datos, y **José Luis San Martín**, Director del Departamento de Bases de Datos del CIS.

Premios de Marketing de Asturias

27 de junio de 2017, en Gijón

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



Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2017

6 al 8 de septiembre de 2017, en Sevilla

AEDEMO colaboró en la XXIX edición del Congreso Internacional de Marketing, que se celebró en esta ocasión en Sevilla, en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y en el Rectorado, en la Antigua Real Fábrica de Tabacos (s. XVIII), monumento declarado Bien de Interés Cultural. En nombre de AEDEMO participó **Francisco José Cossio Silva**, profesor de la Universidad de Sevilla. Este congreso, de carácter académico y profesional incorporó el término internacional en su título. Entre otras ponencias y artículos presentados, incluye el premio a mejor artículo de investigación en marketing.

IX Encuentro La Investigación a Análisis

29 de septiembre de 2017, en Madrid

AEDEMO, junto con Esomar y Aneimo, celebró el IX Encuentro La Investigación a Análisis. De nuevo en el Espacio Bertelsmann de Madrid, se reunieron los profesionales del sector para discutir sobre el estado de la investigación en España. Bajo el lema *El cliente, núcleo de la investigación*, se dieron cita 160 profesionales para conocer los datos del sector en 2016 y conocer las nuevas tendencias extraídas de este estudio. La presentación comenzó con una entrevista-coloquio con los representantes de los organizadores: **Pepe Martínez**, presidente de Aneimo, **Luis Pistoni**, representante de Esomar en España, y **Joan Miró**, presidente de AEDEMO. Posteriormente, se celebró la mesa redonda *El cliente toma la palabra*, en la que **Eloy Llamas**, gerente de Investigación y Análisis Corporativo de Telefónica; **Nacho Roset**, Marketing Research Supervisor de Mahou San Miguel;



Marta Rodríguez, Consumer Insight Manager de Orangina Schweppes; y **Lucila Rico**, Market Research and Customer Services Manager de Grupo Cortefiel, ofrecieron sus puntos de vista sobre aquello que esperan de los profesionales de la investigación de mercados.

Premio Madisonmk

18 de diciembre de 2017, en Valladolid

AEDEMO participó, con la presencia de **Javier Abella**, en la entrega del II Premio Madison de Investigación de Mercados, que se entregó en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Valladolid. El objetivo de este galardón es el de promover el talento de los jóvenes investigadores esta capital castellana.

Estudio de Satisfacción al Socio

AEDEMO realizó en 2017 un estudio sobre las demandas y satisfacción de socios, entre socios de AEDEMO, Esomar, Aneimo y la Asociación de Marketing de España. Entre las conclusiones obtenidas destaca que, a pesar de que Esomar es la asociación con más prestigio, AEDEMO crece en este aspecto, y es la que más notoriedad obtiene. Además AEDEMO es la que más útil se considera y más del 60% han asistido a alguno de sus eventos.

Servicios

A lo largo de 2017, 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), a lo largo, de 2017 se reunió físicamente en tres ocasiones en Barcelona y atendió 20 consultas, de las que 13 fueron formuladas por socios de AEDEMO. Como es habitual, los asuntos tratados fueron diversos, aunque los más relevantes suelen versar sobre aspectos de la profesión: cuestiones metodológicas, de procedimiento y condiciones profesionales.

Dentro de su labor divulgativa, el CEA, en 2017, ha trabajado en la divulgación del nuevo *Código Internacional ICC/Esomar para la práctica de la Investigación de Mercados, Opinión y Social y de Análisis de Datos*, publicado en 2016, y que ha sido publicado en español a inicios de 2017. También ha colaborado en la elaboración del nuevo Código Tipo de Protección de Datos.

El trabajo realizado por el CEA puede seguirse en la sección mensual del boletín *Al Día*, donde comentan casos y recomendaciones. 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 396
8 de febrero	Acta nº 397
30 de marzo	Acta nº 398
30 de marzo (asamblea)	Acta nº 399
19 de abril	Acta nº 400
20 de junio	Acta nº 401
25 de julio	Acta nº 402
28 de septiembre	Acta nº 403
25 de octubre	Acta nº 404
29 de noviembre	Acta nº 405
20 de diciembre	Acta nº 406

Auditoría

Los auditores correspondientes al año 2017 fueron **María Lizarraga** y **Daniel Obeso**, quienes realizaron el correspondiente informe con sus valoraciones y sugerencias.

Organización funcional de AEDEMO

Conforme al esquema organizativo puesto en marcha en junio de 2015, durante 2017 continuó la Secretaría de AEDEMO con la empresa Viajes El Corte Inglés Congresos, que cuenta con una amplia experiencia en

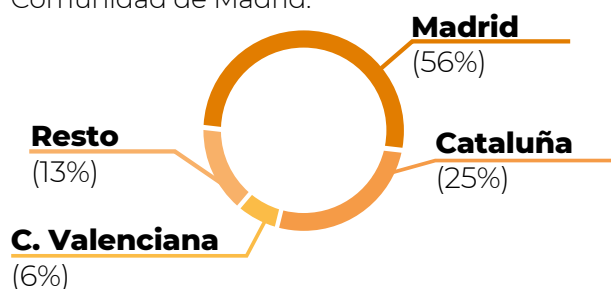


este sector asociativo y que viene prestando algunos servicios de apoyo organizativo a AEDEMO, entre ellos el Seminario TV Multipantalla. Durante el año 2017, en la Secretaría han continuado con las tareas de AEDEMO **Alexia Costal, María Matías y Beatriz Rodríguez.**

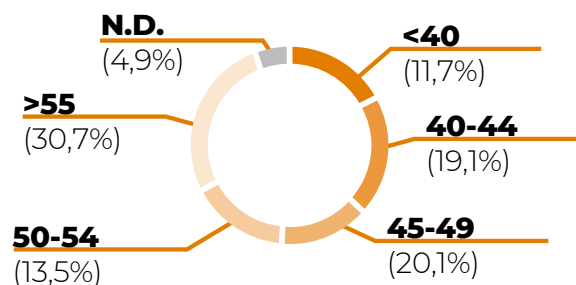
Información sobre los Socios

En 2017, se admitieron 69 nuevos socios de pleno derecho y se produjeron 69 bajas, por lo que la cifra efectiva de socios a final de año se mantiene en los 743 socios con que comenzó el año.

Geográficamente, un 98,3% de los socios están en España, destacando más de la mitad en la Comunidad de Madrid.



En cuanto a edad, AEDEMO cuenta con socios entre los 24 y los 92 años (socios senior), siendo la media de edad de 51 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.

demo

Resultados económicos 2017



Resultados económicos 2017

RESUMEN DE RESULTADOS ECONÓMICOS 2010-2017 REALIZADO A 31 DE DICIEMBRE DE 2017		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
EVOLUCIÓN DE INGRESOS Y GASTOS									Pto.	Cierre
TOTAL	Ingresos	455	500	372	294	285	276	277	267	248
	Gastos	531	471	439	303	250	243	230	267	229
	Resultado	-76	29	-67	-9	35	33	47	0	19
Ingresos y gastos ordinarios	Ingresos	125	134	112	93	87	92	86	86	88
	Gastos	293	206	200	150	111	96	75	79	76
	Resultado	-168	-72	-88	-56	-24	-4	12	7	12
Actividades	Ingresos	330	366	260	200	198	184	191	181	160
	Gastos	238	265	239	153	139	148	156	189	153
	Resultado	92	101	21	47	59	37	35	-7	7
Tesorería		191	199	121	102	173	248	283	280	288

Importes indicados en miles de euros

RESULTADOS ECONÓMICOS 2017 REALIZADO A 31 DE DICIEMBRE DE 2017	INGRESOS		GASTOS		RESULTADO	
	Presupuesto	Cierre 2017	Presupuesto	Cierre 2017	Presupuesto	Cierre 2017
TOTAL GASTOS ORDINARIOS	86.011	88.102	78.636	76.293	7.375	11.808
Área de Actividades	89.300	77.574	30.300	25.283	59.000	52.291
Área de Formación	31.700	27.713	14.600	19.029	17.100	8.683
Área de Publicaciones	30.600	25.770	45.100	42.307	-14.500	-16.537
Área de Gestión de valor al socio	29.800	29.100	65.400	42.016	-35.600	-12.916
Área de Comunicación	0	0	31.350	22.414	-31.350	-22.414
Relaciones Externas	0	0	2.000	2.037	-2.000	-2.037
TOTAL ACTIVIDADES	267.411	160.156	267.386	153.086	25	7.070

Total Gastos Ordinarios	86.011	88.102	78.636	76.293	7.375	11.808
Total Actividades	181.400	160.156	188.750	153.086	-7.350	7.070
TOTAL	267.411	248.258	267.386	229.379	25	18.879

Importes indicados en euros



ACTIVO	
A) ACTIVO NO CORRIENTE	61.253,18
I. Inmovilizado intangible	550,56
203. Propiedad industrial	3.695,04
206. Aplicaciones informáticas	1.482,00
280. Amort. acum. inmov. intangible	-4.626,48
II. Inmovilizado material	702,62
215. Otras Instalaciones	3.433,65
216. Mobiliario	139,78
217. Equipos para procesos de información	1.495,10
281. Amort. acum. inmov. material	-4.365,91
V. Inversiones financieras a largo plazo	60.000,00
258. Imposiciones a largo plazo	60.000,00
B) ACTIVO CORRIENTE	250.426,74
I. Existencias	
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cob.	22.685,92
1. Clientes ventas y prestación de servicios	16.539,94
430. Clientes	16.539,94
436. Clientes de dudoso cobro	9.533,38
490. Deter. valor credit. op. comer.	-9.533,38
2. Deudores varios	6.145,98
470. Hacienda pública deudora	5.488,69
472. IVA soportado común	631,72
473. HP, Retenciones y pagos a cuenta	25,57
V. Inversiones financieras a corto plazo	70.000,00
548. Imposiciones a corto plazo	70.000,00
VI. Efectivo y otros activos líquidos equival.	157.740,82
570. Caja, euros	737,57
572. Bancos e ins. cred. c/c vis., euro	157.003,25
TOTAL ACTIVO (A + B)	311.679,92

PASIVO	
A) PATRIMONIO NETO	282.246,13
A-1) Fondos propios	282.246,13
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	-54.590,75
120. Remanente	114.891,65
121. Resultados negativos ej. anteriores	-169.482,40
VII. Excedente del ejercicio	18.878,93
C) PASIVO CORRIENTE	29.433,79
II. Deudas a corto plazo	0,00
3. Otras deudas a corto plazo	0,00
V. Acreedores comerc. y otras cuentas a pagar	29.433,79
1. Proveedores	17.748,20
400. Proveedores	17.748,20
2. Otros acreedores	11.685,59
410. Acreedores por prestaciones de serv.	10.444,47
475. HP, acreed. conceptos fiscales	1.241,12
TOTAL PASIVO (A + B + C)	311.679,92

AEDEMO
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS 2017

3. Ventas y otros ingresos ordinarios de act. mercantil	248.093,48
705. Prestaciones de servicios	248.093,48
9. Otros gastos de explotación	-228.939,94
623. Servicios profesionales independientes	-4.081,92
626. Servicios bancarios y similares	-1.999,66
629. Gastos ordinarios y de actividades	-221.784,42
631. Otros tributos	-147,73
634. Ajustes negativos de IVA	-926,21
10. Amortización del inmovilizado	-395,64
680. Amortización del inmovilizado	-120,96
681. Amortización del inmovilizado	-274,68
14. Resultados excepcionales	0,47
678. Recargo de apremio	-29,55
778. Ingresos excepcionales	30,02
A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10)	18.758,37
15. Ingresos financieros	134,85
761. Intereses IPF	134,85
16. Gastos financieros	-14,29
669. Recargo demora	-14,29
B) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	120,56
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)	18.878,93
D) RESULTADO DEL EJERCICIO (C+19)	18.878,93

aedemo^{ae}
asociación española de estudios
de mercado, marketing y opinión

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

Esta memoria ha sido realizada por **grupo agd** / marzo de 2018 / depósito legal: M-12.952-2007

