



¿Hacia un mundo sostenible?



No es fácil combinar captura, tratamiento de datos e informática cuando se trata de crear soluciones

Aún así, en **ODEC** lo logramos sea cual sea el tamaño y la necesidad de nuestros clientes.

■ Potencia en captura de información:

- Todos los canales de recogida: PAPI, CATI, CAWI
- Hasta 160 puestos de CATI y video - captura
- Capacidad para proyectos con grandes volúmenes de digitalización documental
- Depuración, codificación y validación de datos

■ Amplia dimensión para tratamiento de datos:

- 40 técnicos de estudios y jefes de proyecto
- Todos los servicios para tratamiento estudios de mercado: captura, explotación, salidas, presentaciones
- Software Confirmit/Bellview, Quantum, SPSS, Dimension
- Explotación de estudios de audiencia

■ Técnicas avanzadas en soluciones informáticas:

- 60 técnicos informáticos: consultores, analistas y programadores
- Desarrollos a medida en entornos web
- Business Intelligence (Data Warehouse, Data Mining, OLAP)
- Software para investigación de mercados y para planificación de medios (Tom Micro, Galileo)
- Outsourcing informático y de servicios



www.odec.es

construimos
soluciones

- Captura de información
- Tratamiento de datos
- Soluciones informáticas

Edita:
aedemo
asociación española de estudios
de mercado, marketing y opinión

Entença, 332-334, 8º, 5ª / 08029 Barcelona
Tel. 93 363 10 50 / Fax 93 363 10 56
aedemo@aedemo.es / www.aedemo.es

investigación & marketing
nº 109 • diciembre 2010

SUMARIO

05	Presentación Consejo Editorial	42	El gran desafío: “marketinizar” la sostenibilidad Tomás Camarero
07	Presentación “Mercado, medio ambiente y opinión pública” (publicado en la revista Investigación & Marketing en junio de 1996) Juanjo Ibáñez	48	Desarrollos metodológicos para la evaluación de la sostenibilidad Gemma Durán
08	Creando valor para las personas y las marcas en la era del social capital Sara de Dios	54	Alinear el marketing con los valores sostenibles de la empresa, la clave del éxito Raquel Aranguren
14	RSE: la respuesta de las organizaciones al reto de la sostenibilidad Forética	60	El medio ambiente y la lógica de la acción colectiva José A. Gómez Yáñez
18	La contribución de la Responsabilidad Corporativa a la transformación global a través de la integración de los valores y la educación en sostenibilidad Isabel Castillo	64	Cradle to Cradle: diseñando abundancia Ignasi Cubiñá
22	El reto de la sostenibilidad en la empresa: del discurso a la acción Juan Pedro Galiano	69	Y en redes sociales, ¿qué? Jaime Agulló
26	Sostenibilidad en EROSKI, una preocupación real y constante Leire Barañano	70	Investigar en los tiempos del framing Francesc Xavier Ruiz
32	Una reflexión personal sobre la sostenibilidad en la banca Tomás Salazar	71	Marketing sostenible: más allá del “greenwashing” Tomás Camarero
38	Percepción y realidad: una reflexión sobre la sostenibilidad y los cambios sociales José C. M. Lozoya	72	La innovación banalizada o más de lo mismo Marcel Cirera
		73	“NO-QUEO” José María Cuende
		74	Las bandejas temporales se cargan de memoria Andrés G. Llamas

OPINIÓN

staff

● **Director:** Juanjo Ibáñez jibanez@aedemo.es ● **Presidente del Consejo Editorial:** José Antonio Gómez Yáñez, associate director en Millward Brown ● **Vocal de Publicaciones:** Ricardo Cuéllar, MetrixLab España Managing Consultant ● **Consejo Editorial:** Miguel Cervantes, profesor de Marketing e ITM de la Universidad de León / Pedro Chasco, director del área de Economía Espacial del Instituto Klein (UAM) / Juan Pedro Galiano, jefe de gabinete de Responsabilidad Social y Marca de Adif / Mónica Gómez, profesora titular de la UAM / Germán Loewe, socio director de Netquest / Mariano Maqueda, director de Punto de Fuga / Matilde Fernández-Cid, profesora del C.U. Cardenal Cisneros, U.C.M. / Antonio Núñez, socio director estrategia de “SCPF” / Rafael Urbano, director oficina MPG Madrid / Rosana Urosa, directora de Desarrollo Comercial de Telefónica / Ángel Alloza, director de Reputación Corporativa, Imagen y Acción Social de BBVA ● **Sección Libros:** Bernabé Sarabia, catedrático de Sociología de la Universidad Pública de Navarra / Juan J. Mesa de la Peña ● **Dirección creativa (Aedemo):** Maite Méndez maite.mendez@gmail.com ● **Publicidad:** Sonia Jordá aedemo@eademo.es Tel. 93 363 10 50 ● **Secretaría Aedemo:** M.ª Isabel Fernández Tel. 93 363 10 50 aedemo@aedemo.es ● **Dirección de arte y maquetación:** Javier Perea ideas@nicandwill.com **Impresión:** Eurocolor Dos / Marqués de Monteagudo nº 24, 1ª dcha. / 28028 Madrid / Tel. 91 356 58 28 mba@eurocolor.com

Depósito Legal: M-35944-1979 • ISSN: 1131-6144 • Incluida en el índice de revistas de prestigio científico reconocido, OM de 2-12-94, BOE 289 y la Resolución Ministerial de 6-11-96, BOE 280, elaborado por CENAI para el área de Ciencias Económicas y Empresariales. **EJEMPLAR GRATUITO.**