



# Redes sociales



# 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 114 • marzo 2012

## SUMARIO

- |  |   |
|--|---|
| <p><b>05</b> <b>Presentación</b><br/>Consejo Editorial</p> <p><b>06</b> <b>Y después de las lentejas, ¿qué?</b><br/>Santiago de la Asunción</p> <p><b>08</b> <b>Consumiendo redes sociales</b><br/>Igor Sádaba</p> <p><b>14</b> <b>Entendiendo <i>social media</i>: de la analítica a la <i>performance total</i></b><br/>Jordi Guix</p> <p><b>20</b> <b>La fuerza de una red social</b><br/>Lucas Hulsebos</p> <p><b>24</b> <b>Redes sociales: nuevas reglas de compromiso</b><br/>Isabel Martín</p> <p><b>32</b> <b>Las redes sociales y la RSE: en un poco más de 140 caracteres</b><br/>Tomás Sercovich</p> <p><b>36</b> <b>Comunidades <i>online</i>: punto de encuentro entre los medios sociales y los paneles <i>online</i></b><br/>Rachel Adams</p> <p><b>40</b> <b>Privacidad y seguridad en las redes sociales</b><br/>Pablo P. San-José</p> <p><b>46</b> <b>Cuestiones éticas en la investigación de mercados en medios sociales: recomendaciones de ESOMAR</b><br/>Idoia Portilla</p> | <p><b>54</b> <b>Tuenti, reinventando la comunicación social y móvil</b><br/>Cristóbal Fernández</p> <p><b>58</b> <b>Revisión del universo de empresas para la estimación de los datos del mercado español de Investigación de Mercados y Opinión</b><br/>Enrique Matesanz y Vicente Castellanos</p> |
|--|---|

## LA SOCIEDAD A TRAVÉS DEL CINE

- 62** **Los descendientes**  
Ignacio Castro Rey

## OPINIÓN

- 64** **Atención con la presencia de la "atención"**  
José María Cuende
- 65** **La cultura *free***  
Tomás Camarero
- 67** **Los *traders* del Neuromarketing**  
Marcel Cirera
- 68** **La principal arma contra la vulnerabilidad es conocer nuestro valor de utilidad**  
Andrés G. Llamas
- 70** **Las redes sociales, escenarios para las representaciones del "yo"**  
Francesc Xavier Ruiz

## staff

● **Director:** Juanjo Ibáñez [jibanez@aedemo.es](mailto:jibanez@aedemo.es) ● **Presidente del Consejo Editorial:** José Antonio Gómez Yáñez, profesor de la Universidad Carlos III ● **Vocal de Publicaciones:** Ricardo Cuéllar, Managing Account Consultant MatrixLab España ● **Consejo Editorial:** Ángel Alloza, director general de Corporate Excellence (Centre for Reputation Leadership) 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. / Rafael Urbano, director oficina MPG Madrid / Rosana Urosa, directora de Desarrollo Comercial de Telefónica ● **La sociedad a través del cine:** Ignacio Castro, Doctor en Filosofía ● **Dirección creativa (Aedemo):** Maite Méndez [maite.mendez@gmail.com](mailto:maite.mendez@gmail.com) ● **Publicidad:** Sonia Jordá [aedemo@aedemo.es](mailto:aedemo@aedemo.es) Tel. 93 363 10 50 ● **Secretaría Aedemo:** M.ª Isabel Fernández Tel. 93 363 10 50 [aedemo@aedemo.es](mailto:aedemo@aedemo.es) ● **Dirección de arte y maquetación:** Javier Perea [ideas@nicandwill.com](mailto:ideas@nicandwill.com) ● **Impresión:** Gráficas Iglesias Impresores / San Romualdo, 26 / 28037 Madrid / Tel. 91 754 44 75 / [iglesias@agd.es](mailto:iglesias@agd.es)

**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.**

La revista Investigación & Marketing no se hace responsable de las opiniones vertidas por sus colaboradores.