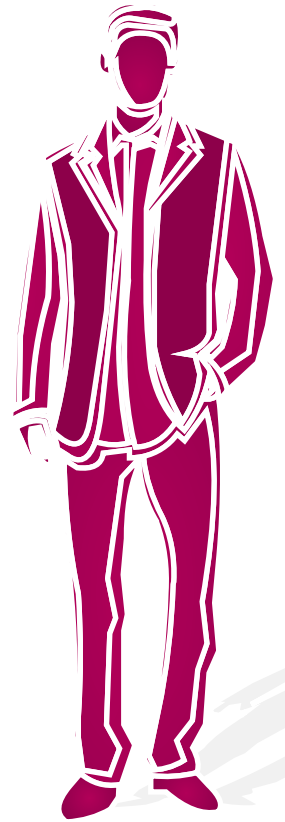
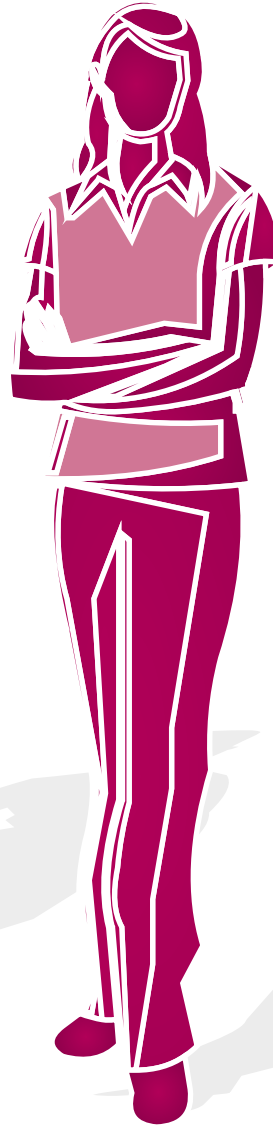
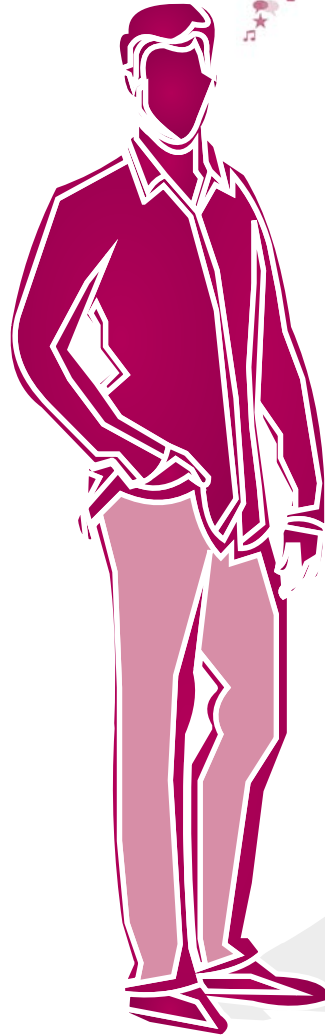
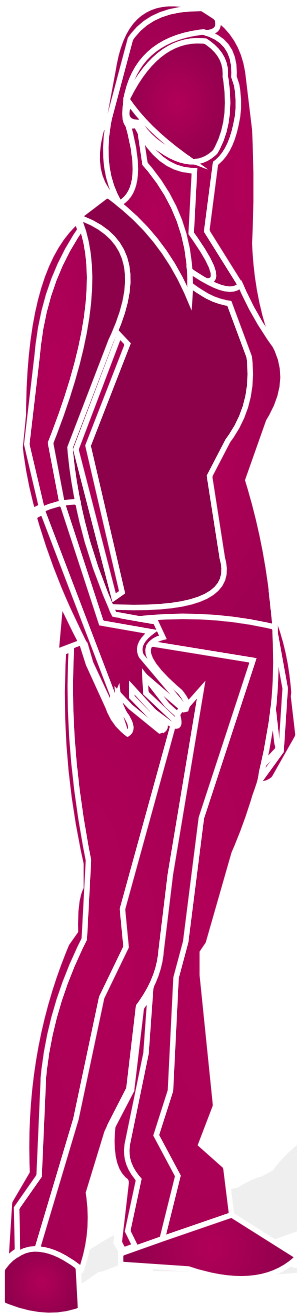




**aedemo**<sup>®</sup>  
asociación española de estudios  
de mercado, marketing y opinión



# Investigación en redes sociales



# ¿Es posible ofrecer una óptima coordinación entre captura, tratamiento de datos y aplicaciones informáticas?

En **ODEC** lo hacemos con el objetivo de crear soluciones para nuestros clientes, sea cual sea su tamaño y su necesidad.

- Gran capacidad en **captura** de información:
  - Todos los canales de recogida: PAPI, CATI, CAWI, HAPI
  - Hasta 160 puestos de CATI y video-captura
  - Capacidad para proyectos con grandes volúmenes de digitalización documental
  - Depuración, codificación y validación de datos
- Servicios especializados para **tratamiento de datos**:
  - 40 técnicos de estudios y jefes de proyecto
  - Todos los servicios para tratamiento de estudios de mercado: captura, explotación, salidas, presentaciones
  - Software Conformat/Bellview, Quantum, SPSS, Dimension
  - Explotación de estudios de audiencia
- Tecnologías 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](http://www.odec.es)

construimos  
**soluciones**

- Captura de información
- Tratamiento de datos
- Soluciones informáticas

- 05 **Presentación**  
Consejo Editorial
- 06 **Tecnología y análisis.**  
**Cambio en los hábitos sociales**  
Miguel Goyanes
- 12 **Cómo realizar un estudio de mercado con la ayuda de las redes sociales**  
Leyre Cabañas
- 16 **Investigasocialmedia: más allá de las métricas**  
Xavier Morano y Luismi Barral
- 22 **La medición en Internet, ¿mito o realidad?**  
Valentín Hernández
- 26 **Los límites al uso de los datos sociales en la investigación de consumidor**  
Víctor Alejandro Gil
- 30 **La investigación en socialmedia case study: identificación y predicción de tendencias de consumo en FMCG**  
David Sánchez
- 34 **El reto pendiente de los Community Managers: la investigación de la comunidad**  
Toni Castañeda
- 38 **Analizar todo para crear contenidos**  
Jaime Valverde

## OPINIÓN

- 40 **El consumidor informado: un mito de nuestro tiempo**  
Marcel Cirera
- 42 **PODEMOS ganar si usamos bien los medios**  
Francesc Xavier Ruiz
- 44 **Reconciliándome con mis omisiones**  
Andrés G. Llamas
- 46 **Visión 360 x 365**  
José María Cuende



## staff

• **Director:** Juanjo Ibáñez 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 MetrixLab España • **Consejo Editorial:** Ángel Alloza, director general de Corporate Excellence (Centre for Reputation Leadership) / Inmaculada Aragón, gerente de estrategia de mercados para Colombia y Perú en Cemex / Marcel Cirera, director Metaforo Action Research / Miguel Cervantes, profesor de Marketing e ITM de la Universidad de León / Pedro Chasco, director del área de Economía Espacial del Instituto Klein (UAM) / Juan Pedro Galiano, jefe de gabinete de Responsabilidad Social y Marca de Adif / Mónica Gómez, profesora titular de la UAM / Andrés González Llamas, Insighter manager / Germán Loewe, socio director de Netquest / Mariano Maqueda, director de Punto de Fuga / Matilde Fernández-Cid, profesora de la Universidad Complutense de Madrid / Xavier Morano, Head Specialist Quantitative en Target-Empirica / Juana Rubio, departamento de Publicidad y Marketing de la Universidad Nebrija de Madrid / Rafael Urbano, director oficina MPG Madrid / Juan Zarco, profesor contratado Doctor de la UAM • **La sociedad a través del cine:** Ignacio Castro, doctor en Filosofía • **Dirección creativa (Aedemo):** Maite Méndez maite.mendez@gmail.com • **Secretaría Aedemo y publicidad:** Secretaría Aedemo Tel. 91 330 07 19 aedemo@aedemo.es • **Dirección de arte y maquetación:** Javier Perea ideas@nicandwill.com • **Impresión:** Gráficas Iglesias Impresores / San Romualdo, 26 / 28037 Madrid / Tel. 91 754 44 75 / 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.