

Soluciones de **paquetería** para **PYMES**

INFÓRMATE AHORA

100 envíos promocionales
* hasta el 31 de marzo

Sorteamos un Samsung Galaxy SIII entre los artículos subidos hasta el 1 de marzo

Jueves, 7 de Febrero del 2013

Suscríbete y recibe todas las noticias del marketing | Modifica tus datos

Buscar

con la tecnología de

[Portada](#)
[Tarifas](#)
[Newsletter](#)
[Titulares en RSS](#)
[Contacto](#)

[Actualidad](#)
[Especiales](#)
[Creacion](#)
[Vídeo](#)
[Punto de Vista](#)
[Bolsa de Empleo](#)
[Servicios](#)

LO ÚLTIMO » 17:15 Agencias El emocionante y tormentoso mundo de las agencias de comunicación y RRPP en imágenes

22 enero 2013 · [Bases de Datos y CRM](#)



Juan Merodio: "Internet es como un 'Gran Hermano', pero en lugar de cámaras hay cookies"



Todo queda registrado. Sus búsquedas, los vídeos que comparte a través de **Facebook** o las páginas web que visita. Las cookies nos controlan más de lo que pensamos, saben de nuestros gustos, los viajes que queremos realizar e incluso **nuestras contraseñas**.

Uno de los principales expertos en España en web 2.0, marketing online y redes sociales, **Juan Merodio**, [quién hace poco nos hablaba sobre la influencia del mobile](#)

[en el marketing](#), ha alertado sobre las **consecuencias de compartir demasiada información en la red**. Como experto, afirma que en muchas ocasiones no somos conscientes del rastro personal que terceros tienen de nosotros a través de nuestros hábitos digitales. "En muchas ocasiones **ignoramos que con la información que compartimos nos convertimos en altavoces de nosotros mismos**. Es importante pararnos a pensar si todo lo que compartimos es excesivo o no", afirma.

La información que generamos sobre nosotros mismos queda almacenada y determinará **el tipo de publicidad que aparecerá en nuestras pantallas**. Las marcas ven esto como un "dime por dónde navegas y te diré la publicidad que recibirás", lo cual supone una forma sencilla para las empresas de llegar a quienes realmente pueden necesitarlos. **Los usuarios muchas veces no se dan cuenta de lo fácil que se lo ponen a las marcas**.

"Las redes sociales obtienen información de todo tipo, por ejemplo Facebook permite que los usuarios hablemos de nuestras tendencias políticas o religiosas, de si estamos bien de salud, de cuándo fue nuestro primer beso... Todo ello lo hacen con el fin de **elaborar perfiles de usuarios interesantes de cara a posteriores acciones de marketing en internet para que las empresas puedan segmentar con más grado de detalle a quién dirigen sus campañas**", explica Merodio.

Para el reconocido ponente, deberíamos sentirnos muy observados, aunque no tengamos una cámara delante, ya que para él internet es como 'Gran Hermano', pero donde en lugar de las cámaras, son las **cookies** las que "obtienen información de quienes somos, cómo navegamos, qué nos gusta, dónde pasamos más tiempo. Es el llamado **"behavioural targeting" o publicidad por comportamiento**, que se basa en nuestra forma de navegar por internet y de la información que buscamos para mostrarnos anuncios segmentados. **Este tipo de comportamiento provoca a posteriori acciones de conversión a venta**".

Pero, ¿cómo funcionan las cookies? Es probable que usted lo haya notado. Si ha buscado recientemente una **búsqueda para comprar ropa en internet**, será fácil que en su tablón de Facebook aparezcan marcas del sector textil. Juan Merodio aclara la forma en la que actúan estas espías digitales: "Si por ejemplo has estado toda la tarde buscando información de vuelos, hoteles, excursiones a San Francisco, estas cookies mandan la información y los sistemas de publicidad entienden que si en ese momento y días posteriores te muestran información sobre hoteles, agencias de viajes, excursiones o temáticas relacionadas con San Francisco, te interesará y podrás clicar en los anuncios".



MARKETINGDIRECTO TV

IAB Spain presenta el Primer Estudio de Actividad de las Marcas en Medios Sociales

REPORTAJE A FONDO



GALERÍA



Los eventos de la semana en imágenes

Esta semana hemos asistido a la presentación del primer estudio de la actividad de las marcas en medios sociales de la mano de IAB Spain y a la presentación del Informe Anual de Reporteros sin

Fronteras.

TWITTER LIVE CHAT

TWITTER LIVE CHAT
MarketingDirecto



CcE_UDB La revolución publicitaria que nos trae el anunciante Coca-Cola : Marketing Directo marketingdirecto.com/punto-

Por otra parte, **Merodio aconseja llevar un comportamiento responsable en la red**, si queremos al menos salvaguardar nuestra intimidad. "No digas nunca en redes sociales aquello que no dirías nunca en alto en cualquier sitio público donde hay gente que no conoces". Una buena analogía para hacer referencia a la facilidad con la que muchos hablan de temas políticos y religiosos en las redes sociales, lo cual, a juicio de Merodio, puede llegar a ser contraproducente.

Comparte

189

 21

 2



Noticias relacionadas

- Las Olimpiadas de #London2012, a ritmo de tweet
- Dick Costolo, CEO de Twitter, habla sobre la adquisición de Vine: "No vamos a repetir lo que ya hicieron otros"
- Starbucks es el rey de las marcas de comida rápida en las redes sociales
- Twitter adquiere Bluefin Labs para afianzar su relación con la televisión social

¡Comenta esta noticia!

Escribe tu Comentario debajo o haz un [trackback](#) desde tu web.

Nombre (*)
Mail (no se muestra) (*)
Web (opcional)
Comentario

x siete = 7

de-vista... via @MkDirecto


David__Montero "Bang with Professionals", la nueva app para buscar "ligues" a través de LinkedIn : Marketing Directo marketingdirecto.com/especiales/app... via @MkDirecto
 36 minutes ago · reply · retweet · favorite


diplomadostec RT @MkDirecto: 10 tendencias de diseño de logotipos que despegarán en 2013: bit.ly/WRcQzA
 34 minutes ago · reply · retweet · favorite


RedMeter Un enorme cartel de Coca-Cola causa indignación entre los vecinos y la marca no tarda en "sentir... bit.ly/121XYh6

[Join the conversation](#)

Síguenos en Twitter, ¡ya somos 123270 seguidores!

NOTICIAS

LO ÚLTIMO + VISTO + COMENTADO

- 17:29 Apps: 14 marcas que están echando ya toda la carne en el asador en Vine
- 17:15 Agencias: El emocionante y tormentoso mundo de las agencias de comunicación y RRPP en imágenes
- 17:10 Medios: Ymedia actualiza el mapa interactivo que recoge información de 372 compañías y 272 medios de comunicación
- 17:00 Publicidad Exterior: Un enorme cartel de Coca-Cola causa indignación entre los vecinos y la marca no tarda en "sentirlo"
- 16:30 E-Mail Marketing: La nueva y agresiva campaña de Microsoft anima a los usuarios a abandonar Gmail

• Todas las noticias

ENCUESTAS

¿Cree que fusiones como la de Tapsa-Y&R serán frecuentes este 2013?

- Sí, es bueno para el sector
- No, esto no beneficia al sector
- No lo sé, es difícil predecirlo

[Ver resultados](#)

CREACIÓN

CAMPAÑAS SPOTS



Campañas de Marketing: Ibercaja quiere "hablar con hechos"

La agencia Contrapunto BBDO ha creado la nueva campaña de imagen de Ibercaja, que ya puede verse en el exterior de las oficinas de la entidad. Se trata de una campaña ... [Leer más](#)



md MarketingDirecto.com en Facebook

46.998

A 46,998 personas les gusta **MarketingDirecto.com**.

 Fran	 Patricia	 Ivan	 Elvira	 Gelines
 Alba	 AngExitosa	 Beatriz	 Angel	 Giulana

LA REDOUTI

PRECIOS REDONDOS

menos de: **5€**

menos de: **10€**

menos de: **15€**

menos de: **20€**



> ¡APROVÉCHALOS!

LA REDOUTI

Gestión anuncios ▶

[Prueba Google AdWords](#)

google.es/adwords

Llega a tus clientes online
Convierte tus 25 € en 100 €



[Portada](#) [Newsletter](#) [Tarifas](#) [RSS](#) [Contacto](#)

[Actualidad](#) [Especiales](#) [Creacion](#) [Punto de Vista](#) [MarketingDirecto TV](#) [Bolsa de Empleo](#)

1999-2013 © Marketing Directo - El portal para el marketing, la publicidad y los medios

[Hosting en arsys](#) [Política de privacidad](#)

