Auzolan
Hoja Informativa del Colegio de Doctores/as y Licenciados/as en Ciencias Políticas y Sociología de Navarra
Nafarroako Politologoen eta Soziologoen Elkargoaren Berripapera

Premio Sociedad y Valores Humanos 2010

Gizartea eta Giza Baloreak Saria 2010

cies
Estudios de opinión y de mercado

Colegio de Doctores/as y Licenciados/as en Ciencias Políticas y Sociología de Navarra.
-
Nafarroako Politologoen eta Soziologoen Elkargoa

Apdo. Correos 301 31.080 Pamplona
Tlf.: 692 763 766
info@colsocpona.org
www.colsocpona.org

Junta de Gobierno:
Decano: Mikel Olazarán Rodríguez
Vicedecana: Elba Bienzobas León
Secretario: Javier Erviti Goñi
Vicesecretaria:
Begoña Beorlegui Nicuesa
Tesorera: Maite Lezáun Eslava
Interventora: Begoña Arrieta Nájera
Vocal de Información y Relaciones Públicas: Iñaki Lavilla Quilez
Vocal Sociólogo:
David Sainz Jiménez
Vocal Politólogo:
Manuel Rodríguez Rodríguez

Consejo Profesional:
- Aguilar Hendrickson, Manuel
- Ayerdi Echeverri, Pedro
- Beriain Rázquin, Josetxo
- Castro Alfín, Demetrio
- Corera Oroz, Concepción
- Díaz de Rada Egúzquiza, Vidal
- Fernández Viguera, Blanca
- Gaminde Inda, Idoia
- Gaviria Labarta, Mario
- Hualde Urralburu, Gabriel
- Lacabe Amorena, Fernando
- Laparra Navarro, Miguel
- Oliva Serrano, Jesús
- Sarabia Heydrich, Bernabé
- Sarries Sanz, Luis
- Urdániz Irurita, Gregorio
- Vilches Plaza, Carlos
- Zufía Sanz, Carlos

Colaboradores:
Victoria Aliende, Rubén Auza, Orreaga Azcona, Estefanía Fernández, María Ibarrola, Sonia Méndez, Tomás Muez, Itxaso Ruiz.

Edita:
Junta de Gobierno

Diseño Gráfico y Maquetación:
Javier Erviti Goñi

Editorial

CIES Estudios de Opinión y de Mercado Premio 'Sociedad y Valores Humanos 2010'

Mikel Olazarán Decano

El Colegio de Doctores/as y Licenciados/as en Ciencias Políticas y Sociología/ Nafarroako Politologoen eta Soziologoen Elkargoa concede el premio Sociedad y Valores Humanos a personas, organizaciones sociales y empresariales, o instituciones cuya labor o trayectoria en las Ciencias Sociales sea merecedora de reconocimiento público en los ámbitos de la investigación, la gestión, la formación, la innovación o la convivencia y el desarrollo social.

En ediciones anteriores se han premiado trayectorias profesionales y personales en el campo de la convivencia y el desarrollo social, en concreto en los ámbitos de la solidaridad internacional y la igualdad de género. En esta ocasión, y tras el preceptivo proceso de presentación y selección de candidaturas, el reconocimiento llega a un proyecto empresarial y profesional de 30 años en el campo de la investigación social aplicada.

En la larga y exitosa trayectoria de CIES cabe destacar el Estudio de Medios de Comunicación del País Vasco y Navarra, que se realiza desde 1984 con una periodicidad semestral, así como su contribución, en 1993, a la creación de The Research Alliance, una importante red de empresas de investigación de mercados que hoy está representada en más de 40 países de Europa, Asia, América y Oceanía y que cuenta con grandes clientes multinacionales. También destaca el trabajo de CIES en el campo de los sondeos preelectorales.

En su trayectoria de 30 años de estudios de opinión y de mercado, CIES destaca por la seriedad y rigurosidad en el diseño y realización de sus proyectos, así como por su potente red de trabajo de campo. La gran cantidad de estudios que CIES ha realizado para empresas, organismos públicos e instituciones de todo tipo le han convertido en una referencia del trabajo sociológico y de su profesionalización en nuestro entorno. CIES comenzó su andadura cuando la Sociología apenas existía en Navarra y se ha convertido en un sólido proyecto empresarial regional abierto a la colaboración global.

Como decano del Colegio de Sociólogos/as de Navarra es para mí un gran honor conceder el premio anual del Colegio a la organización CIES Estudios de Opinión y de Mercado, por su larga y exitosa trayectoria profesional. ¡Enhorabuena al equipo de personas que compone CIES: Fernando Lacabe y Carlos Zufia (codirectores), Ana Otegui, Sagrario Goñi, Luisa Albéniz e Itziar Loigorri! Zorionak!

Nafarroako Politologoen eta Soziologoen Elkargoaren 2010eko saria CIES enpresarentzat
Iritzi eta merkatu-azterketetan aitzindari izan den CIES enpresak jaso du aurtengo Gizartea eta giza baloreak saria. Sari hori ematerakoan, Nafarroako Soziologoen Elkargoak balore hauek nabarmendu arazi nahi ditu: profesionaltasuna, seriotasuna eta zorroztasuna. CIES enpresa osatzen duten pertsonak zoriondu nahi genituzke egin duten ibilbide luze eta emankorrarengatik.

Tú Eliges, Tú Decides

Proyecto: Premio Sociedad y Valores Humanos
Nº de proyecto: 15855

Este proyecto tiene como objetivo, reconocer y divulgar la tarea de nuestros profesionales, que a través de sus investigaciones, análisis, planificación y trabajo social, contribuyen a la mejora de la sociedad Navarra en particular y de la sociedad mundial en general.

Visita nuestra página web e infórmate de cómo puedes apoyarnos: www.colsocpona.org

Entrevista

CIES Estudios de Opinión y de Mercado, Premio Sociedad y Valores Humanos 2010
Fernando Lacabe Amorena y Carlos Zufía Sanz, codirectores de CIES

CIES nace en 1981 como fruto de la reunión de varios recién licenciados en Sociología que veían la creación de una empresa de estudios de opinión y de investigación de mercados no sólo viable sino incluso necesaria en la Navarra de los 80. En 1984 pusieron en marcha el Estudio de Medios de Comunicación de Euskadi y Navarra, que se realiza desde entonces con una periodicidad semestral. Lo que entonces comenzó con una docena de clientes en la actualidad es compartido por más de 70 empresas e instituciones y se ha convertido en un referente para conocer la evolución de las audiencias y los cambios que se producen en el mundo de los medios.

En 1993 CIES creó, junto a otros cuatro institutos The Research Alliance, una importante cadena de empresas de investigación de mercados que hoy está representada en más de 40 países de Europa, Asia, América y Oceanía y que cuenta con grandes clientes multinacionales. Otro apartado en el que CIES ha desarrollado una metodología específica y que le ha reportado prestigio han sido las encuestas pre electorales tanto en Navarra como en el País Vasco. El control de los puntos de muestreo y el tratamiento del recuerdo de voto, así como el conocimiento de la evolución política, les ha llevado a una gran fiabilidad en las predicciones electorales.

-¿Cuándo y cómo nació CIES?
CIES nació en 1981 tras la reunión de varios recién licenciados en Sociología en las Universidades de Deusto y Madrid. Al principio se formó con idea de cooperativa, pero en los primeros años funcionamos como agrupación de profesionales. El local que primero se utilizó era la casa de uno de los miembros y luego se alquiló un despacho por horas. Por otra parte, el grupo inicial fue variando, puesto que algunos fueron encontrando trabajo, por ejemplo, Goio Urdániz, hoy día sociólogo del Ayuntamiento de Pamplona. También hubo nuevas incorporaciones, como Fernando Beltrán que trabajó en CIES hasta 1995.

-¿Fue fácil poner en marcha una empresa de estudios sociológicos en la Navarra de aquellos años?
Bueno, tuvimos que presentar infinidad de proyectos, tanto a la empresa privada como a la pública o semi-pública. Es necesario destacar empresas cuyos gerentes o responsables eran muy sensibles a los estudios de opinión y de mercado. Por ejemplo, la Mancomunidad de Servicios de la Comarca de Pamplona, Audenasa, Caja de Ahorros de Navarra, Diario de Navarra, etc.; también algunas Direcciones del Gobierno de Navarra, como Salud, Medio ambiente, Educación, Industria, etc. Gracias a ellos empezamos a realizar estudios y análisis sociológicos.

Reunión de miembros de *The Research Alliance* en Sitges.

-Uno de vuestros productos estrella es el Estudio de audiencia de medios de comunicación en las comunidades autónomas de Euskadi y Navarra. ¿Cómo surgió esta idea?

En nuestro contacto con algún medio de comunicación como Diario de Navarra, Televisión Española en Navarra y la Cadena Ser nos trasladaron la idea de que el Estudio General de Medios tenía muy poca muestra en Navarra, por lo que sus datos eran muy poco fiables. No obstante, el realizar sólo en Navarra el Estudio de Medios era muy poco viable económicamente, por lo que nos decidimos por tantear el mercado en Euskadi. Para ello, contamos con la ayuda del publicista Juan Ignacio Ursúa, que tenía contactos en el mundo de la publicidad del País Vasco. Una vez que reunimos a una docena de medios y de grandes agencias de publicidad, así como el apoyo de las cajas de ahorros, realizamos el primer estudio. Era el año 1984. Se empezó con una medición al año, ahora es semestral. El estudio se edita, pero queda también como base de datos para hacer optimizaciones y programaciones por parte de las agencias y de las centrales de medios.

-¿Qué metodología empleáis en este estudio? ¿Quiénes son sus clientes?

El estudio es multimedia (mide prensa, radio, televisión, revistas e internet) y se basa en el recuerdo del día de ayer (24 hours recall). El entrevistado establece qué medios ha utilizado en las últimas 24 horas y qué hábitos de uso de los mismos tiene. Además, lleva una serie de variables socioeconómicas y demográficas, así como equipamientos del hogar y cuestiones relacionadas con el

El Colegio ya está presente en facebook

Desde el Colegio queremos añadir una nueva vía de comunicación con nuestros colegiados/as y las personas interesadas en la Sociología y las Ciencias Políticas. Queremos impulsar una mayor interactividad en las comunicaciones y las redes sociales son el mayor exponente de este tipo de comunicación. Si posees una cuenta en Facebook y deseas unirte, búscanos.

http://tinyurl.com/3a2jy4l

consumo. También tiene una parte "ad hoc" por si algún cliente quisiera realizar preguntas específicas.

Los clientes son más de 70 y se dividen en tres grandes grupos: medios de comunicación (más de 35), grandes anunciantes (unos 10) y agencias y centrales de medios (unas 30).

-Lleváis 26 años haciendo el Estudio de audiencia ¿Podríais destacar algunas de las tendencias que habéis podido detectar en las audiencias? Y, por otro lado, a lo largo de este tiempo se han producido también cambios en el mundo de los medios. ¿A este respecto, qué cambios destacaríais?

Los cambios en estos 26 años han sido muchos, pero quizá la irrupción con fuerza de internet, tanto en lo que se refiere a la nueva forma de informarse como a que ya todos los medios pueden llegar on line, haya sido el gran cambio.

También la televisión ha pasado de dos canales públicos a multitud de canales locales, autonómicos, temáticos, generalistas, etc.

Hace unos años la aparición de prensa gratuita supuso también un cambio en los medios diarios escritos.

> Internet ha irrumpido con mucha fuerza en las nuevas generaciones

Internet está introduciéndose con fuerza en las nuevas generaciones de forma que para muchos jóvenes el uso del papel está desapareciendo, es un mercado muy dinámico y en continua evolución.

-En 1993 creasteis, junto con otros cuatro institutos, The Research Alliance. ¿En qué consiste esta red? ¿Cómo surgió la idea?

The Research Alliance nace como idea de un pequeño instituto de Frankfurt de crear una cadena de institutos europeos primero y luego mundial. Institutos de tamaño pequeño y mediano que juntos pudieran acceder a clientes internacionales. En un principio nos reunimos cuatro empresas de Alemania, Francia, Inglaterra y España en París en 1993 y a partir de ahí con diferentes cambios (sólo quedamos dos empresas de las fundadoras) fuimos desarrollando tanto metodologías comunes como ampliando mercados de forma que hoy somos 40 países

Pinceladas

Luis Sarriés. Catedrático de Sociología

A la solvencia de la empresa, garantizada, en primer lugar por su larga historia de treinta años de sociología aplicada, y, en segundo lugar, por la Certificación de la Calidad de AEONOR, así como por ser miembro de AEDEMO y de ESOMAR, destacaría, como experiencia personal en las relaciones que he tenido con la empresa y sus directivos, cuatro aspectos:

1) CIES no sólo presta un soporte técnico a las investigaciones mediante el trabajo de campo, sino que, además, ofrece colaboración, sugerencias para ajustar mejor el proyecto de investigación a la realidad social. Sugiere por qué algunas cuestiones planteadas pueden tener dificultades al llevarlas al campo, ayuda a mejorar los instrumentos que se utilizan, informa sobre las debilidades de la técnica aplicada durante el proceso de "piloto" o de contraste de las pruebas.

2) CIES prepara bien el trabajo de campo, sigue de cerca la aplicación de los cuestionarios, para evitar los múltiples factores contaminantes de las respuestas, asegura el cumplimiento de las cuotas fijadas, así como la distribución territorial predeterminada.

3) CIES no ha sido solamente un soporte técnico de las investigaciones, sino que, además, ha colaborado estrechamente en la formación práctica de numerosos de nuestros alumnos/as de la titulación de Sociología.

4) Finalmente destacaría el aspecto humano, cercano y cordial de sus directivos, siempre abiertos a colaborar, al margen de su actividad empresarial, en organizaciones no lucrativas, en instituciones y fundaciones, aportando sus ideas y sugerencias y dedicando numerosas horas a asesoramientos no retribuidos.

Para mí hablar de CIES es hablar de solvencia, calidad y, sobre todo, de personas. El año 2011 celebra su 30º aniversario de su creación. Bien merecido el premio que le otorga el Colegio Oficial de Sociólogos y Politólogos de Navarra ¡Enhorabuena!.

representados, tanto de América como de Asia, Oceanía y Europa. Por ejemplo, a Europa pertenecen 14 institutos, lo que nos da un acceso prácticamente a todo el mercado europeo.

-¿Qué tipo de estudios realizáis para estos clientes? ¿Qué técnicas empleáis?
La metodología más utilizada es la entrevista personal con contacto previo (hall test), bien sea contacto telefónico o captación en la calle o con base de datos en internet. Las muestras no son muy amplias (de 100 a 400 personas), pero tienen unas determinadas características (usuarios, consumidores, clientes, etc.). La entrevista suele ser incentivada y, al ser en un local, permite al cliente observar la entrevista. Con esta metodología hacemos test de envases, precios, organolépticos, intención de compra, etc.

También hacemos análisis cualitativos (focus group), encuestas telefónicas y cara a cara, encuestas on line, entrevistas en profundidad, etc.

La gran mayoría son para empresas multinacionales que hacen a la vez el estudio en varios países.

-CIES cuenta también con una larga trayectoria en la realización de encuestas pre-electorales, tanto en Navarra como en la Comunidad Autónoma del País Vasco. ¿En qué se basa el prestigio que habéis conseguido en este campo?
Las encuestas pre-electorales tienen una metodología particular y específica, puesto que se mide una intención. Por ello, con la simple opinión del entrevistado no sirve. Ello hace que apliquemos una serie de técnicas estadísticas. Cuando hicimos la primera encuesta pre-electoral en Navarra se presentaban más de 15 partidos o coaliciones y 8 de ellos llegaron a tener parlamentarios. A pesar de la dificultad, nuestra encuesta fue un acierto. Básicamente controlando los puntos de muestreo, el recuerdo de voto y los espacios electorales y realizando luego las correcciones estadísticas antes apuntadas, nuestros análisis se acercan mucho al resultado electoral.

Nuestro éxito en este campo nos ha llevado a tener muchos clientes en medios de comunicación y partidos políticos.

-Además de los estudios de medios, la investigación de mercados que realizáis bajo el paraguas de la red The Research Alliance y las encuestas pre-electorales, ¿qué otras actividades realizáis habitualmente?
Tenemos clientes empresas privadas y públicas desde hace años. Normalmente los estudios

Goyo Urdaniz. Sociólogo del Ayuntamiento de Pamplona

Mi relación con CIES, aunque pueda parecer una petulancia por mi parte, está en el origen mismo de la idea empresarial o profesional. Fuimos Fernando, Carlos y yo los que iniciamos la formación de aquella empresa, gabinete, instituto o lo que fuere, con la idea de trabajar, investigar y/o buscarnos la vida en trabajos relacionados con la sociología. Y, ¡mira que era difícil abrirse paso en aquella sociedad navarra y pamplonesa con estos temas! No era de extrañar oír aquello de ¿qué es eso de la sociología?, ¿para qué sirve? y ¿qué sabéis hacer vosotros? etc.

Fernando venía de la Universidad de Córdoba, de haber trabajado en temas relacionados con la sociología agraria. Carlos, de Paris, de haber colaborado en algún estudio sobre juventud con el Profesor Chombart de Lauwe. Yo de la empresa SIADECO de San Sebastián, que se dedicaba a trabajar en los temas en que nosotros pretendíamos iniciarnos. También hay que mencionar a otros dos coetáneos de aquel CIES: Chicho Alforja y Santiago Pérez de Mendiola, tristemente fallecido en un accidente de tráfico. Y a un sexto personaje, cuyo nombre no voy a citar, de origen sudamericano, que a buen seguro hará sonreír a Fernando y Carlos.

Diversas razones personales hicieron que, finalmente, solo Fernando y Carlos dieran cara a este proyecto empresarial, tan reconocido, y al que ahora se rinde homenaje.

Para terminar esta breve crónica anecdotaria, quiero dejar constancia de que colaboré con ellos en algunos trabajos (todavía recuerdo las discusiones que teníamos analizando los datos del primer sondeo de opinión encargado a CIES, o el primer estudio sociológico que el Ayto de Pamplona les encargó, siendo yo sociólogo municipal, bajo el título “Estudio sociológico de la Población Gitana en Pamplona”).

Qué tiempos aquellos y qué rápido han pasado.

Un abrazo muy cariñoso, Fernando y Carlos, de vuestro amigo Goyo.

Sala de entrevistas CATI.

Maite Lezáun. Socióloga de la Mancomunidad de la Comarca de Pamplona

Mi relación con CIES se remonta a principios de los noventa, al inicio de mi actividad profesional. Cuando entré a trabajar en la Mancomunidad de la Comarca de Pamplona ya había un trabajo previo hecho por CIES, en 1983 y en 1991, sobre la imagen y opinión del usuario con los servicios de la Mancomunidad. Recuerdo que estos trabajos fueron un buen punto de partida como herramienta metodológica para mi primer cometido en esta Entidad, la implantación de un sistema de medición continua de la satisfacción de los usuarios con los servicios que presta la Mancomunidad.

El primer estudio que realicé con CIES fue en 1992 para analizar la campaña y la actitud de los hogares ante la implantación de la recogida selectiva de los residuos en Pamplona y Comarca. Repetiríamos este trabajo en 1994 para seguir la evolución de los resultados. Desde entonces, ha sido una colaboración continua y muy fructífera en distintos estudios de opinión en los que han resultado adjudicatarios.

En el trabajo de estos años, destacaría de CIES, principalmente, su solvencia técnica y su rigor en todo el proceso y etapas de una investigación, poniendo especial celo en la realización del trabajo de campo, selección de encuestadores, formación y su actualización permanente en nuevas tecnologías y herramientas para la realización de las encuestas (CATI, PDAs, etc.).

Creo que en este momento compiten con los mejores y, en nuestro caso, nos aportan una gran confianza cuando los trabajos de campo son de especial complejidad, con diseños muestrales complicados y tamaños de muestra elevados (estudios del Transporte Urbano), al abordar grupos de estudio de difícil acceso (empresas, ayuntamientos…) como en objetivos de análisis más amplios, imagen, actitudes, tipologías de usuarios, etc.

Les felicito por el Premio y por su trayectoria.

son cuantitativos, a veces sólo campo, otras con análisis. La mayoría de los clientes son del País Vasco o de Navarra. El análisis cualitativo (grupos de discusión, entrevistas en profundidad, video screening, etc.) representa aproximadamente el 15% de nuestro trabajo.

-En suma, ¿en qué se basa el éxito de CIES? La visión, el equipo humano, el desarrollo de técnicas e instrumentos de investigación, la red de campo…

Es exagerado hablar de éxito. Estábamos en el momento apropiado, en el sitio justo y tuvimos perseverancia al no tirar la toalla.

Luego ha sido la continua búsqueda de nuevos mercados y adaptarnos a nuevas formas de investigación y nuevas técnicas. Pero lo principal es que te guste lo que haces.

-Pasando a otras preguntas más generales, ¿cómo conecta vuestra actividad con los objetivos, instrumentos y conceptos principales de la Sociología?

En nuestra actividad hay gente proveniente de muchas profesiones, entre los más antiguos hay más porcentaje de sociólogos. Sin embargo, entre los más jóvenes los que llegan de carreras cercanas a la economía son mayoría. Ello hace que cada vez nuestra actividad tome términos y conceptos cada vez más del mundo de la economía y menos de la sociología. Debido a eso, pensamos que se va perdiendo la importancia que el conocimiento sociológico tiene en captar y plasmar lo que nos indican los datos y, además, explicarlos de forma que nuestros clientes encuentren un valor añadido a su lectura. Esa comprensión y explicación del dato es un aporte del sociólogo que se está perdiendo, pero que también es culpa del propio sociólogo que utiliza muchas veces un lenguaje pedante, académico y tan políticamente correcto que resulta insufrible.

-Han pasado casi 30 años desde la fundación de CIES en 1981. ¿Podríais destacar, en base a vuestros estudios y datos, algunos de los cambios sociales que se han producido en este período? Y, por otro lado, hace 30 años la Sociología como profesión apenas existía en Navarra. ¿Cómo veis los distintos sectores de la profesión en este momento en nuestro entorno cercano?

En estos 30 años ha habido en Navarra un extraordinario desarrollo económico, además de hechos sociales importantes como la incorporación de la mujer al mercado laboral y a puestos de decisión. También la llegada de la inmigración en una sociedad que había sido enteramente fuente de emigración, la importante secularización en una Navarra fuertemente religiosa, etc.

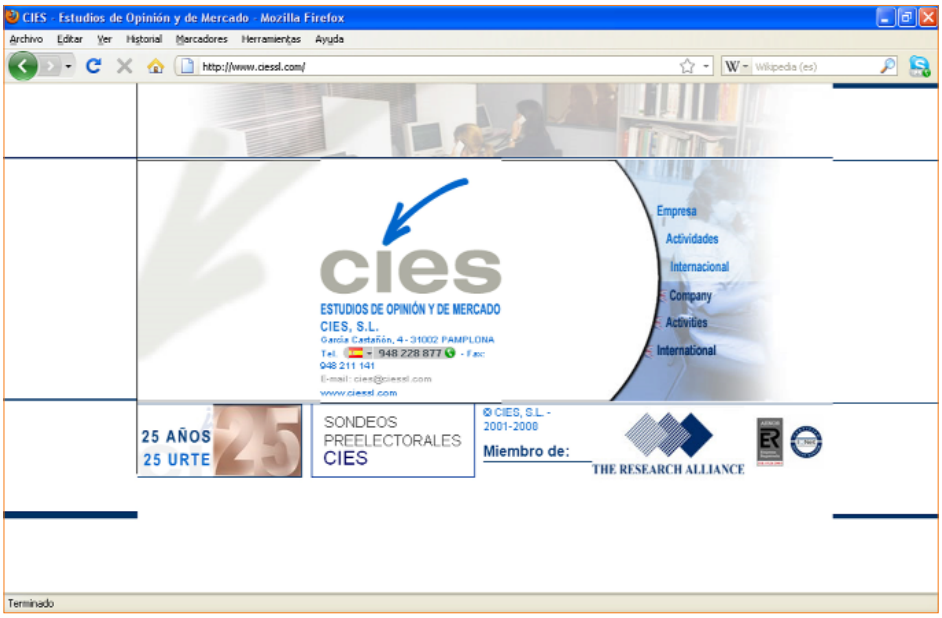
Sin embargo, sigue habiendo una estructura social poco cambiante como lo demuestra la estabilidad de los espacios electorales que apenas han variado en más de 30 años, el conservadurismo de nuestras costumbres, la creciente intolerancia hacia personas o ideas diferentes por parte de grupos de todas las ideologías. Ahí vemos desgraciadamente un retroceso en la libertad que se vivió en los finales del siglo XX.

-¿Qué consejos daríais a los/las jóvenes estudiantes de Sociología en cuanto a especialización o a cualquier otro aspecto?

Pensamos, aunque parezca duro, que la carrera de Sociología sola aporta poco al mercado laboral. Por eso, una especialización o máster es indispensable, es decir, hay que ser sociólogo y algo más, de forma que la sociología sirva

como valor añadido de una especialización. Además, es muy necesario llegar al mundo laboral con una actitud proactiva, ganas de aprender y mente abierta. Todo eso y luego un poco de suerte para encontrar un trabajo que les satisfaga.

-Finalmente, ¿qué supone para vosotros el premio "Sociedad y Valores Humanos" del Colegio de Sociólogos/as de Navarra?
La verdad es que nos ha cogido de sorpresa. Es muy importante que tus compañeros de profesión te valoren. Sin duda es un acicate para seguir trabajando. Queremos hacer extensivo el premio al equipo directivo de CIES: Ana Otegui en Administración, Sagrario Goñi en el Estudio de Medios, Luisa Albéniz en Estudios Internacionales e Itziar Loigorri como Jefa de Campo.



Portada de la página web de CIES: http://www.ciessl.com/

Contacto:
Oficinas de Campo: Madrid, Barcelona, Bilbao y Sevilla

Central: García Castañon, 4
31002 Pamplona

Tel.: 948 22 88 77
Fax: 948 21 11 41

THE RESEARCH ALLIANCE
SPANISH MEMBER

ARGENTINA BRAZIL DENMARK FINLAND FRANCE GERMANY GREECE HONG KONG/CHINA INDIA ITALY JAPAN KOREA MALAYSIA NETHERLANDS NORWAY SINGAPORE SWEDEN TAIWAN UNITED KINGDOM UNITED STATES

www.research-alliance.com

Visita la página web del Colegio

En la página web del Colegio podrás encontrar las últimas entrevistas y artículos de opinión relacionados con la sociología que han sido publicadas en la prensa escrita. Además contamos con un archivo de los artículos más interesantes de los últimos tres años, así como los resultados de los últimos proyectos realizados por el Colegio.

Si deseas publicar y colaborar en nuestra web o en nuestro Boletín informativo Auzolan puedes dirigirte a la siguiente dirección: info@colsocpona.org

INVESTIGACIÓN DE OPINIÓN Y DE MERCADO

Cartera de Clientes

Industria Agroalimentaria y Distribución
Bacardí Ron - Ballantines - Bodega Inurrieta - Budweisser - Cafés Baqué - Caprabo - Caramelos - Campino - Carte d'Or Chupa Chups - D.O. Ternera de Navarra - D.O. Espárrago de Navarra - D.O. Vino de Navarra - Cooperativa de Hostelería Covara - E. Leclerc - El Pamplonica - Eroski - Gin Larios - Jack Daníel's - Knorr Lácteos - Goshua - Lays Leerdammer Licores Baines - Martini - Müller - Natreen - Panasa - Pastas Gloria - Pryca - Salmón Noruego - Super Mabo - Té Lipton Trident - Uvesa - Vega Mayor - White Label - Yoplait - Zumos Sur de Europa

Medios de Comunicación
ADN - Arrasate Irratia - Berria - Bierrik Elkartea - Cadena COPE - Cadena Dial - Cadena SER - Campusa Canal 6 Navarra - Creative Dream (Gidatu) - Dato Económico - Deia - Diario de Navarra - Diario de Noticias Diario La Rioja - El Correo - El Diario Vasco - El Mundo - El Mundo Deportivo - Euskalerria Irratia - Expansión - Gara Goiena Komunikazioa - Grupo EITB - Grupo Vocento - Herri Irratia - Radio Popular - La Vanguardia - Localia TV Marca - Negocios de Navarra - Onda Cero Radio - Plaza Nueva - Popular TV - Radio Nervión/Gorbea Radio Universidad de Navarra - RTVE - Soria 7 Días - SRB - Ttipi Ttapa Fundazioa - TV locales

Agencias de Publicidad
Akom - Alfaro y Berango - Aurman - Avisa - Bermejo Comunicación - BSB Publicidad - CDC Comunicación Difusión Publicidad - Dos & M - Elso Publicidad - Fideliza - García Mina y Montero - Gestión de Medios - Grupo Diéresis Imaginarte Estudio Creativo - In & Out - Jaso Publicidad - Mediasal 2000 - Media Planning Group ML Instante Comunicación - Moriwase - Nemónica - Nexus Publicidad - Pool CME - Publicidad Hedatu Publicidad Pelcons - Publicidad Pregón - Publicidad Tecna - Publiclub Publipyme - Publiruña - Red de Medios Síntesis - Suministros de Imagen - Tago Media Publicidad - Trupp Publicidad - WMZ Group

Entidades
Alcer - ANAIN - Ayuntamientos - Cámara de Comptos - Cámara de Comercio - CEIN - Cetenasa Colegio de Médicos - Colegio de Odontólogos - Consumidores Irache - Diputación Foral de Alava - Fundación Argibide Gobierno de Navarra - Gobierno Vasco - INE - Institución Futuro - Instituto de Estadística IEN Koldo Mitxelena Kulturenea - Mancomunidad de Servicios - N. Ikastolen Elkartea - Orquesta Pablo Sarasate Parlamento de Navarra - Partidos Políticos - Sindicatos Universidad de Navarra - Universidad del País Vasco Universidad Pública de Navarra

Servicios
Asesoría Industrial Zabala - Audenasa - Cederna-Garalur - Club de Tenis - Club Natación - Comiruña - Disneyland Resort Ernst & Young - Eurogap - Gesport - Hotel Maisonnave - Hydra Gestión - Lepufar AIE - Mutua Navarra - Price Waterhouse Pyrámide Asesores - Sarkis - Senda Viva - Señorio de Zuasti - Tasaciones y consultoría - Tiendas Disney

Bancos y Seguros
Barclays Bank - BBk - Banco de Vitoria - Caja Laboral Popular - Caja Navarra - Kutxa Gipuzkoa - Lagun Aro - Vital Kutxa

Automoción y Electrodomésticos
Aceite B.P. - Adaico - Bosch Siemmens - Carterpillar - Citroën - Hyundai - Sanyo - Tefal - Volvo - Whirpool

Industria Cosmética Farmacéutica y Droguería
Elida Glbbs - Garnier - Huggies - Kimberly Clarck - Kneipp - Krammer Hispania - L'Oreal - Laboratorios Lilly Laboratorios Pfizer - Mimosín - Raíces y puntas - Rexona - Scottex - Skip - Timotei - Veep - Villeda

Otras Industrias
Action Man - Bobinados Osés - Cytsa - Diseñal - Editorial Aranzadi - Egatex - EHN - Euskal Piel - Gafas Indo - Gorvi Gráficas Castuera - Grobe Grifería - Lantec 2000 - Lorpen - Movinord - Sakana Coop. - Sommer

Telefonía Móvil, Informática
Kodak - Motorola - Navalur.com - Neoris - Nokia - Osram - Philips - Retecal - Retena - Telecable - TV Cable - Vodafone

De interés

can Tú eliges, Tú decides

Apoya al colegio con tu voto
Proyecto: Premio Sociedad y Valores Humanos
Nº del Proyecto: 15855

El Colegio de Sociólogos y Politologos de Navarra-Nafarroako Politologoen eta Soziologoen Elkargoa, concede anualmente el premio "Sociedad y Valores Humanos" como reconocimiento público a la labor de personas, organizaciones o instituciones destacadas en algún campo de investigación o del desarrollo social, relacionadas con Navarra, o de la sociedad en general.

En este sentido, el proyecto tiene como objetivo, reconocer y divulgar la tarea de nuestros profesionales, que a través de sus investigaciones, análisis, planificación y trabajo social, contribuyen a la mejora de la sociedad Navarra en particular y de la sociedad mundial en general.

De ahí nuestro interés de presentar este proyecto de "Sociedad y Valores Humanos" para poder darle continuidad en el tiempo, y que contribuya, como estímulo y reconocimiento a aquellos sociólogos/as ó politólogos/as que por su trayectoria profesional, consideremos merecedores del mismo

Vótanos rellenando y entregando este folleto en tu oficina CAN más cercana, o si eres cliente de Clavenet, a través de la página web: www.cajanavarra.es/es/tus-derechos/

Más información en nuestra web: www.colsocpona.org

---

can PIONEROS EN BANCA CÍVICA

Con un pequeño gesto, haces realidad un gran proyecto.

Lo que más quiero

LÍNEA, ACTIVIDAD O PROYECTO Premio: Sociedad y Valores Humanos

CÓDIGO 15855

Mi favorita ☐

Qué porcentaje de los beneficios que genera tu dinero en Caja Navarra quieres destinar a esta opción:

☐ 100% ☐ 50% ☐ Otro _____ %
(multiplo de 10)

Tus datos

Nombre y apellidos

Dirección

Teléfono | DNI nº y letra

Correo electrónico

Tu oficina CAN | Tu gestor/a personal

Fecha | ENTREGA ESTA HOJA EN CUALQUIER OFICINA DE CAJA NAVARRA

Tu firma:

De acuerdo con lo establecido en la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal 15/1999, el cliente autoriza la incorporación de los datos personales facilitados en este cuestionario a un fichero automatizado existente en la Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Navarra, responsable del fichero, con domicilio en Avda. Carlos III, 8, E-31002 Pamplona (Navarra), creado con la finalidad de analizar las decisiones de los clientes en materia de obra social. El cliente autoriza expresamente la cesión de los datos personales facilitados en el presente formulario a la Fundación Caja Navarra, con domicilio en Avda. Carlos III, 8, E-31002 Pamplona (Navarra), con la finalidad de trasladar a esta entidad la información facilitada relativa a las iniciativas sociales elegidas.
De acuerdo con la **Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico**, el cliente autoriza expresamente recibir comunicaciones de Caja Navarra, incluso a la dirección de correo electrónico facilitada, en relación con las sugerencias o comentarios realizados en este cuestionario o de otros productos y servicios de Caja Navarra.
El cliente queda informado de la posibilidad de ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, en base a lo establecido en la Legislación vigente en este sentido, poniéndose en contacto con el Servicio de Atención al Cliente en el teléfono 948 208 308, a través de la dirección sac@can.es o escribiendo al Departamento de Atención al Cliente a Avda. Carlos III, 8, E-31002 Pamplona/Nafarroa.

De interés

Información para colegiarse.

Colegiación tarifas 2010

- Cuota anual normal **90 euros**
- Cuota anual parados y estudiantes **50 euros** presentando la cartilla de desempleo
- **Cuota para último año de la Licenciatura 10 euros**

Para más información:

Tlf. 636 772 730
colegiacion@colsocpona.org
http://www.colsocpona.org

Ficha para solicitar la colegiación

Remitir esta ficha cumplimentada a:

COLEGIO DE SOCIÓLOGOS Y POLITÓLOGOS DE NAVARRA
Apartado Correos 301 - 31.080 Pamplona

DATOS PERSONALES

Nombre..... 1er Apellido..... 2º Apellido.....

Teléfono:..... Teléfono móvil:.....

E-mail:.....@.....

Domicilio..... Nº..... Piso..... Puerta..... Escalera.....

Localidad..... C.P.:.....

TARIFA COLEGIACIÓN

Cuota normal: 90 euros ☐ Cuota parados: 50 euros ☐ Cuota último año licenciatura: 10 euros ☐

FORMAS DE PAGO

☐ **1 DOMICILIACIÓN BANCARIA:**

CÓDIGO CUENTA CLIENTE
(Por favor rellene todos los datos)

Entidad	Oficina	DC	Nº de cuenta

Firma

☐ **2 TRANSFERENCIA BANCARIA/INGRESO A:**

COLEGIO DE SOCIÓLOGOS Y
POLITÓLOGOS DE NAVARRA

CAJA NAVARRA

Nº Cuenta: 2054 0147 90 9125041952
Indicando nombre y apellidos del ordenante

Si desea agregar algún comentario o sugerencia puede indicarlo a continuación:

AUZ

De acuerdo con lo establecido en la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal, le informamos que sus datos personales quedarán incorporados a un fichero automatizado cuyo titular es el Ilustre Colegio de Doctores y Licenciados en Ciencias Políticas y Sociología de Navarra, con la finalidad de gestionar las actividades colegiales, y, en general, el mantenimiento de relaciones colegiales con el titular de los datos. Para ejercer sus derechos de acceso, rectificación y cancelación de los datos facilitados deberá dirigirse por escrito al titular del fichero en el Apartado de correos 301 31.080 Pamplona.