



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

Iustre Colegio Oficial de Veterinarios de Madrid

## **APROXIMACIÓN DE LA PROFESIÓN VETERINARIA A LAS REDES SOCIALES**

**Javier Piñán**

**Veterinario**

**+34 619 318213**

**@javierpi**

**[javierpinan@gmail.com](mailto:javierpinan@gmail.com)**



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

<http://argos.portalveterinaria.com/noticia/9389/GESTION-Y-MARKETING/Hacer-sociedad-con-las-redes-sociales.html>



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

## ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN. TEMA 1

### 1. Migración digital y medios de comunicación.

De un ecosistema tradicional en el que convivía la televisión, la radio y la prensa escrita se ha pasado a un nuevo ecosistema actual, en el que aparte de los tres medios anteriores, se han colado nuevos medios de internet, los blogs, las redes sociales, los móviles, etc. La cuestión es encontrar nuevos modelos de negocio en el nuevo ecosistema de medios.

### 2. Situación del sector en España.

Aparte de la crisis global que hay en nuestro país, también hay una crisis específica del sector periodístico. Hay un crecimiento muy grande de la prensa digital. Internet es la mayor plataforma para la creación de medios jamás conocida por la historia de la humanidad. Los TIC, es el conjunto de artefactos técnicos, que mediante sus soportes, herramientas y servicios para el intercambio y transmisión de mensajes digitalizados a través de la red.

Vamos hacia un nuevo entorno digital, un nuevo modelo de la comunicación periodística. En él hay nuevos hábitos de consumo, nuevas estructuras, nuevos soportes y nuevos lenguajes, los profesionales deben adaptarse a estos nuevos hábitos. En cuanto a la publicidad, en el año 2011, hubo más inversión en los medios no convencionales que en los convencionales, pero los datos fueron muy parejos. El medio en el que más se invierte es en la televisión, pero el segundo medio en el que más publicidad se invierte ya es internet.

### 3. Nuevos perfiles profesionales

Como hay nuevas competencias, nuevos perfiles profesionales, también hay, por lo tanto, nuevas oportunidades en el mercado. Los nuevos emprendedores buscan nuevos mercados en los que incrementar sus negocios, y estos son los medios digitales, en los que se presentan nuevas oportunidades de empleo.

Arquitectura de la información en el nuevo ecosistema de medios  
que resuelve la arquitectura de la información es la sobrecarga de la promi



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN. TEMA 1

# ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN. TEMA 1

## 1. Migración digital y medios de comunicación.

De un ecosistema tradicional en el que convivía la televisión, la radio y la prensa escrita se ha pasado a un nuevo ecosistema actual, en el que aparte de los tres medios anteriores, se han colado nuevos medios de Internet, los blogs, las redes sociales, los móviles, etc. La cuestión es encontrar nuevos modelos de negocio en el nuevo ecosistema de medios.

### 3. Nuevos perfiles profesionales

Como hay nuevas competencias, nuevos perfiles y nuevas oportunidades en el mercado. Los nuevos emprendedores los que incrementan sus negocios, y estos son los medios digitales, en nuevas oportunidades de empleo.

Arquitectura de la información en el nuevo ecosistema de medios  
que resuelve la arquitectura de la información es la sobrecarga de la pro...





COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

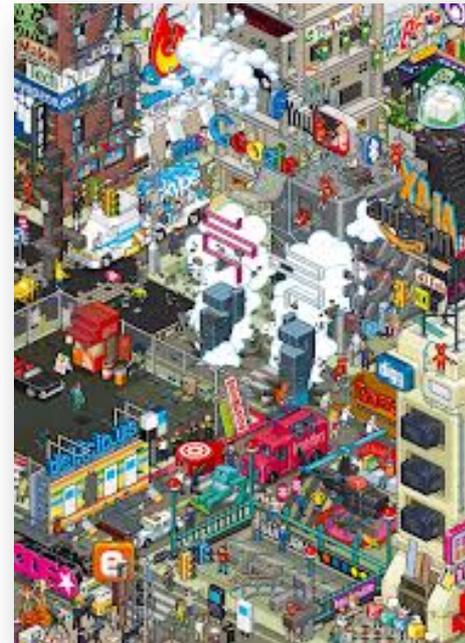
## Concepto de Web 2.0

- *Gütemberg*
- *Web 1.0*
- *Web 2.0*



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

## Concepto de Web 2.0





COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID



## Concepto de Web 2.0

### ¿Qué es una comunidad?

- ✓ *Grupo de gente con objetivos comunes.*
- ✓ *Se comunican e interactúan entre ellos*
- ✓ *Comparten un protocolo similar*
- ✓ *Sentimiento de pertenencia compartido*



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID



## Concepto de Web 2.0

**Moderación:** las comunidades tienen sus normas y también un rol de usuarios que hacen que se cumplan, ya sea por recompensa o castigo

**Protocolo común:** la comunidad ha de comunicarse de una forma homogénea para, de esa manera, poder entenderse. Si el protocolo fuera diferente la comunidad acabaría dividiéndose y reagrupándose en nuevas comunidades donde el protocolo fuera común

**Interacción:** es esencial en una comunidad. Sin la interacción, una comunidad es un lugar vacío; puede ser libre, si nadie la modera ni está bajo control, o censurada, si los moderadores incluyen ese rol

La **afiliación** a una comunidad no siempre es voluntaria, como podría parecer. Como ejemplo, algunas de las comunidades donde se agrupan enfermos con ciertas enfermedades



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID



## Concepto de Web 2.0

### Activos

✓ **Líderes:** aquellos que tienen la idea, los precursores.

✓ **Moderadores:** ayudan a los líderes a desarrollar la comunidad

✓ **Contribuidores:** el núcleo de la comunidad.

### Pasivos

✓ **Mirones:** en algunas comunidades suponen más del 90% de la comunidad, no colaboran activamente ni aportan contenido, pero su presencia, en algunos casos, justifica los roles activos



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

## Concepto de Web 2.0

### Comunidad Virtual vs Red Social



Las comunidades  
están centradas en un tema  
y unos objetivos

-----

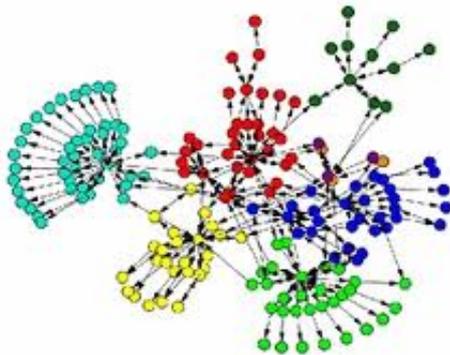
Las redes sociales  
se enfocan más hacia el "Yo"  
y la gestión de  
nuestra red de contactos.



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

## Concepto de Web 2.0

### Comunidad Virtual vs Red Social



**Jerarquización:** en las redes sociales no hay jerarquía. Sin embargo, en las comunidades virtuales siempre hay una jerarquía

**Información:** aunque todas están encaminadas a permitir el flujo de información, las Comunidades basan su existencia en ese hecho. Podríamos tener una red social como mero repositorio de contactos, pero no podríamos tener una Comunidad en la que no hubiera "acción"

**Objetivo:** las redes sociales basan su objetivo en el ocio/networking, mientras que las Comunidades tienen un objetivo más específico

**Marketing:** desde el punto de vista del marketing las redes sociales generan nuevas tendencias y crean eventos. Las comunidades nos ayudan a segmentar nuestros usuarios con mayor precisión



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID



## Concepto de Web 2.0

### Social Media y Social Media Optimization (SMO)

- ✓ Estrategia encaminada a promocionar nuestro producto
  
- ✓ Herramientas:
  - Blogs
  - Podcasts
  - Wikis
  - Apps híbridas (Google Maps, Flickr,...)
  - Microblogging



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

## Concepto de Web 2.0



La Web Semántica

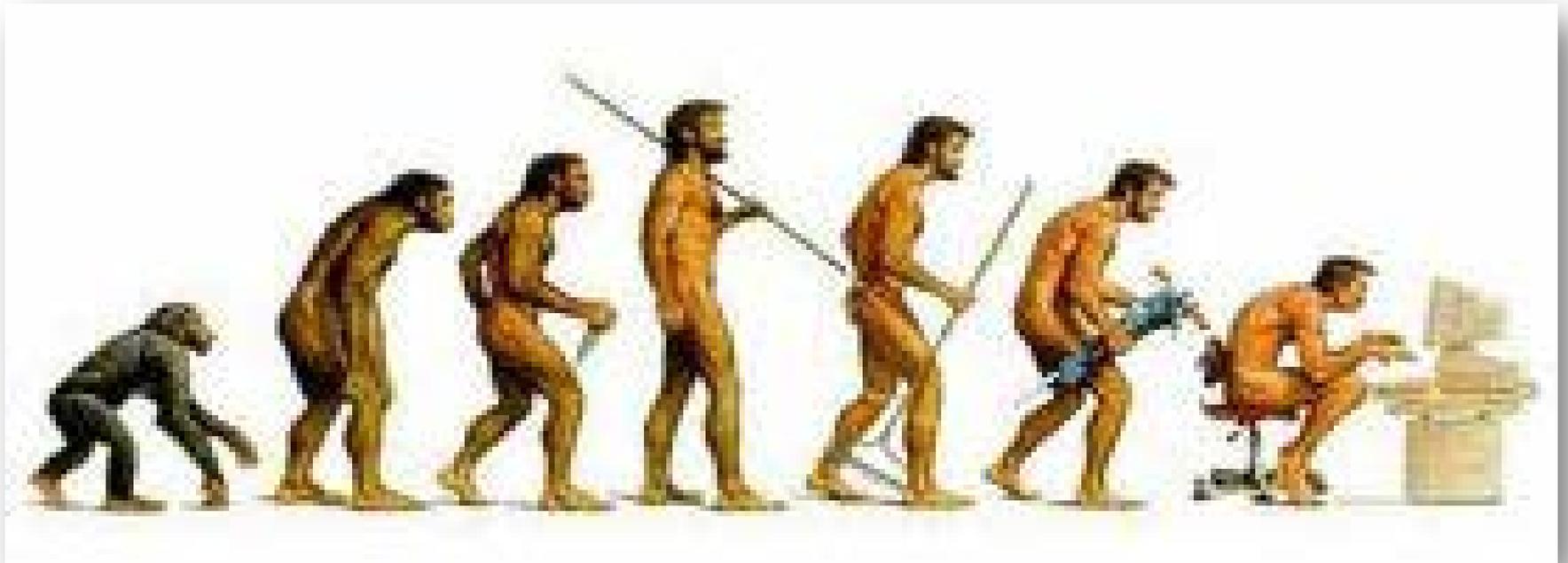
La Web 3.0



Taxonomía  
Y  
Folcsonomía  
(tags - etiquetas)

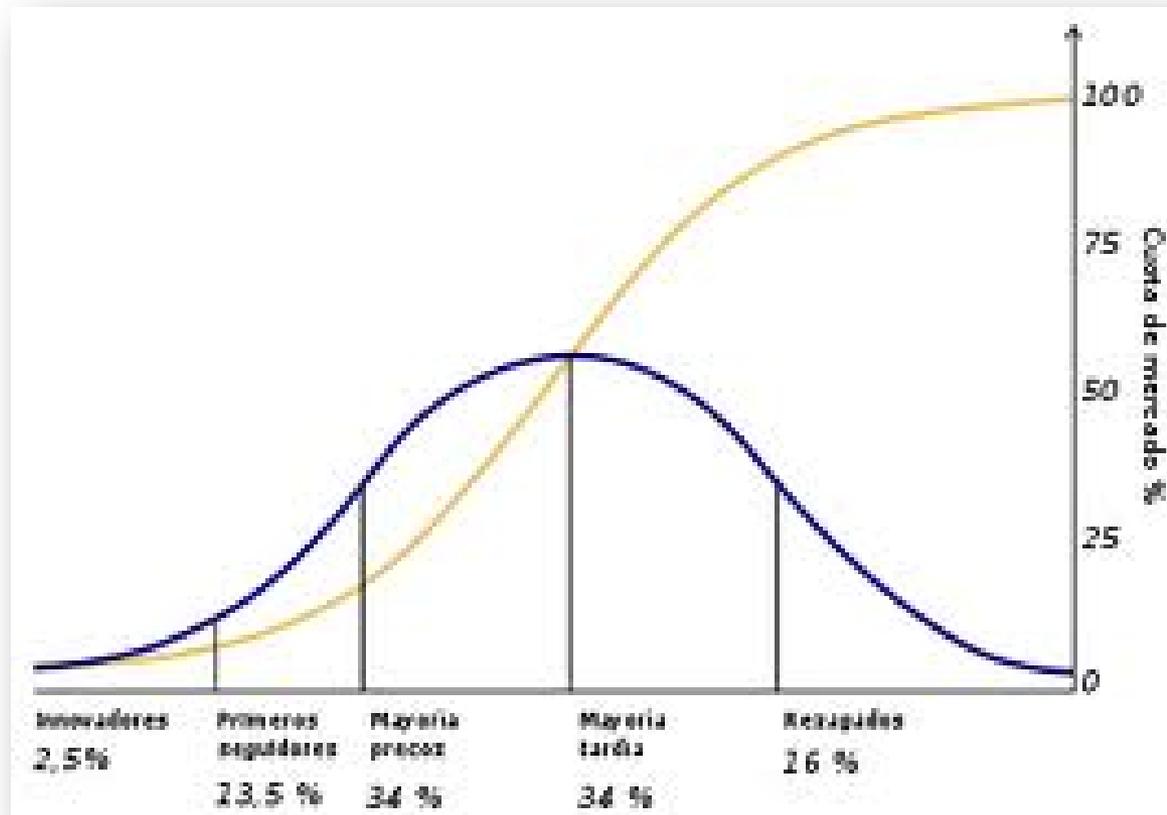


COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID





COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID





COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID





COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

**1. Búsqueda eficaz de información.  
Sindicación de contenidos y  
marcadores sociales**

**5. Navegación segura,  
Certificado digital y DNle**

**4. Herramientas de gestión del  
tiempo y proyectos**

**2. Almacenamiento y  
organización de  
fuentes de  
información:  
Ofimática en línea**

**3. Creación de  
recursos**



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

**1. Búsqueda eficaz de información.  
Sindicación de contenidos y marcadores  
sociales**

**5. Navegación segura,  
Certificado digital y DNle**

**4. Herramientas de gestión del  
tiempo y proyectos**

**2. Almacenamiento y  
organización de  
fuentes de  
información:  
Ofimática en línea**

**3. Creación de  
recursos**

# 1. Búsqueda eficaz de información. Sindicación de contenidos y marcadores sociales



**Recursos  
de información  
en Veterinaria**

---

Mar Sanz Luengo  
León, 15 de Mayo de 2010





COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

**1. Búsqueda eficaz de información.  
Sindicación de contenidos y  
marcadores sociales**

**5. Navegación segura,  
Certificado digital y DNle**

**4. Herramientas de gestión del  
tiempo y proyectos**

**2. Almacenamiento y  
organización de fuentes  
de información:  
Ofimática en línea**

**3. Creación de  
recursos**



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

## Ofimática en línea

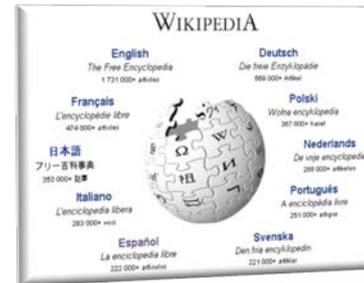
### 2. Almacenamiento y organización de fuentes de información: Ofimática en línea



2 GB de almacenamiento.  
250 MB extra, si lo instalamos en el PC y en el móvil para guardar archivos, compartir carpetas, etc.  
250 MB más (hasta un máximo de 8 GB), si enviamos una invitación a un amigo y éste lo instala (nos darán a nosotros y a él )  
La app para móvil sólo está disponible para Android, Blackberry, iPad y iPhone



5 GB de almacenamiento  
250 MB extra si lo instalamos en el PC, si cargamos un archivo por email, etc.  
500 MB más, si enviamos una invitación a un amigo y éste lo instala (nos darán a nosotros y a él)  
La app para móvil está disponible para Android, Blackberry, iPad, iPhone, Symbian y Windows Mobile.





COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

**1. Búsqueda eficaz de información.  
Sindicación de contenidos y  
marcadores sociales**

**5. Navegación segura,  
Certificado digital y DNle**

**4. Herramientas de gestión del  
tiempo y proyectos**

**2. Almacenamiento y  
organización de  
fuentes de  
información:  
Ofimática en línea**

**3. Creación de recursos**



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

## Creación de recursos multimedia

### 3. Creación de recursos



You Tube  
Broadcast Yourself

slideshare

vimeo

issuu  
You Publish!



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

**1. Búsqueda eficaz de información.  
Sindicación de contenidos y  
marcadores sociales**

**5. Navegación segura,  
Certificado digital y DNle**

**4. Herramientas de gestión del  
tiempo y proyectos**

**2. Almacenamiento y  
organización de  
fuentes de  
información:  
Ofimática en línea**

**3. Creación de  
recursos**

## 4. Herramientas de gestión del tiempo y proyectos

1ª.- Ordenar la mesa de trabajo:

2º.- Usar Agendas:

3º.- Hacer Listas de Tareas:

4º.- Establecer prioridades:

5º.- Ajustarse a los ritmos de trabajo

6º.- Saber asignar tiempos

7º.- Dividir las tareas:

8º.- Interrupciones:

9º.- Descansar:

Se recomiendan 5 minutos de descanso cada 25 a 35 minutos y entre 15 y 30 minutos cada 2 horas.

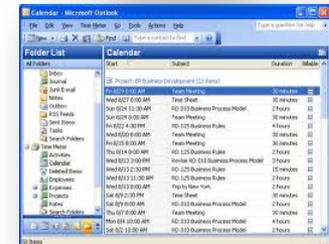
10º.- Respeto a los demás:

Respetar las necesidades de los demás

Buena comunicación interna

**Otras:**

- Saber delegar
- Cómo actuar en las reuniones
- Organizar el flujo de documento
- Tratar las llamadas
- La programación del tiempo libre





COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

**1. Búsqueda eficaz de información.  
Sindicación de contenidos y  
marcadores sociales**

**5. Navegación segura, Certificado  
digital y DNIe**

**4. Herramientas de gestión del  
tiempo y proyectos**

**3. Creación de  
recursos**

**2. Almacenamiento y  
organización de  
fuentes de  
información:  
Ofimática en línea**



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

## 5. Navegación segura, Certificado digital y DNle





COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

**1. Búsqueda eficaz de información.  
Sindicación de contenidos y marcadores  
sociales**



**2. Almacenamiento y  
organización de fuentes  
de información:  
Ofimática en línea**

**3. Creación de recursos**

**4. Herramientas de  
gestión del tiempo y  
proyectos**

**5. Navegación segura,  
Certificado digital y  
DNIe**



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

## Facebook

facebook Buscar personas, lugares y cosas Colegio Oficial de Veterinario... Inicio

Crear página

Ahora  
octubre  
2012  
2011  
Fundación

 **Colegio Oficial de Veterinarios de León**  
A 213 personas les gusta esta página · 21 personas están hablando sobre esto · 16 estuvieron aquí

Agrega las categorías de tu lugar  
Se pretende que éste lugar sea un foro en el que se pueda hablar, proponer, discutir, intercambiar,... en definitiva: CONVERSAR, sobre cuestiones de interés de la Profesión

Información Fotos Eventos Me gusta Mapa

Lo más destacado

¿Qué estás pensando?

Publicaciones recientes de otras personas Ver todos

**BIC Formalnova Bio**  
Espero que resulte del interés de todos. Saludos cordiales  
El 21 de octubre a las 11:02

Haz publicidad de tu página

Ve tu anuncio aquí  
Colegio Oficial de Veterinarios de León  
Se pretende que éste lugar sea un foro en el que se pueda hablar, proponer, discutir, intercambiar,.....  
Me gusta · A Colegio Oficial de Veterinarios de León le gusta esto.



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

# LinkedIn

LinkedIn Tipo de cuenta: Business Javier Piñán Añadir contactos

Inicio Perfil Contactos Grupos Empleos Buzón Empresas Más Gente  Avanzada

The Future is MCommerce - The future of commerce is Mcommerce. Find out how!

¿En qué otra universidad estudiaste?

  
Guardar Saltar He incluido todas mis universidades

**Javier Piñán** Editar

Social Media Management, Marketing & Sales, Strategic Planning

León y alrededores, España | Producción alimentaria

Actual **LKS S. COOP.**, Junta de Castilla y León  
Anterior **CSB-System AG, INGECON** (Ingeniería del Conocimiento), CRAPE, SOC. COOP.  
Educación **Licenciado en Veterinaria, Producción Animal y Economía Agraria**, en **Universidad Complutense de Madrid**

Mejora tu perfil Ver 482 contactos

Español es.linkedin.com/in/innovamos Editar Editar información de contacto

**NUEVO** Añade secciones para reflejar tus logros y experiencias en tu perfil. Añadir secciones

**Extracto** Editar

En estos momentos, trabajo en un proyecto que se plantea dos objetivos fundamentales:

1. Valorización de la Profesión Veterinaria frente al usuario/consumidor.
2. Detección de posibilidades de desarrollo laboral de la Profesión Veterinaria.

Espero la colaboración de todos aquellos que estén interesados, que mi experiencia pueda ser útil para alcanzarlos y, por tanto, útil a quienes puedan aprovechar la información obtenida.

Gran parte de mi carrera profesional la he desarrollado en multinacionales, con presencia en España, ocupando posiciones en ventas, servicio técnico, marketing y áreas de dirección (Cónagra, Purina, Nutreco)

He coordinado diferentes áreas de negocio y equipos en la actividad de industrias cárnicas de transformación, con la experiencia previa en gestión de compras y ventas en la cadena de suministro de carne de vacuno (Campo de Salamanca y Nutreco)

He obtenido el necesario conocimiento técnico y económico del funcionamiento de cada uno de los eslabones de la cadena de valor de la producción de alimentos de origen animal, así como la combinación de Planificación Estratégica y discurso técnico, con el cumplimiento de acciones de marketing orientadas a la valorización del producto.

Poseo amplia experiencia en el establecimiento de relaciones Institucionales, acumulada como consecuencia de mi trabajo en "Organizaciones Interprofesionales Alimentarias"

**Especialidades**  
Marketing, Social Media, Planificación Estratégica, Ventas, Compras, Producción Animal, Nutrición, Transformación, Mecanización, Automatización

**Experiencia** + Añadir un puesto de trabajo

**Colaborador** Editar

Editar perfil | LinkedIn... Microsoft PowerPoi... JORNADAS COLVET...

100% del perfil completo

**Anuncios de miembros de LinkedIn**

- Listados de Marketing**  
Datos de 3 millones de Empresas para su Base de Datos de Marketing Más información >
- Custom Labels On-Demand**  
Print your own animal care product labels in-house. Save time & money! Más información >
- Número Virtual**  
Numeros en más de 100 países. Muestra gratuita Más información >

**¿Quién ha visto tu perfil?**

- 15 Tu perfil fue visto por 15 personas en los últimos 7 días.
- 10 Has aparecido en los resultados de búsqueda 10 veces en el último día.

**Actividad de Javier** editar

**Javier Piñán Miguel** ha comentado sobre esta actualización:

- Gustavo Sousa Brasa**  
Las Administraciones acumulan otros 10.000 millones en facturas... [cincoodias.com](#)  
Las facturas impagadas siguen acumulándose en los cajones de las Administraciones. Entre enero y septiembre ya se elevan a 10.000 millones, por lo que las patronales están presionando al Ejecutivo para que endurezca la ley de Morosidad y fije un...  
Recomendar (2) · Compartir · hace 2 días
- Jesús López Colmenarejo** a través de **LinkedIn Mobile**  
El cerdo ibérico despierta interés en Canadá. Interesante historia de @luc5. Es duro ser profeta en tu tierra... @aeceiber <http://t.co/Cr5Jd93> -- jlopezool (@jlopezool)  
  
Imagine cutting into a medium-rare steak. As you taste the first bite, you realize the cut is not beef, but pork. Pork that has been undercooked and, to make matters worse, has been injected with red dye to help it pass as beef.  
Recomendar · Compartir · hace 2 días

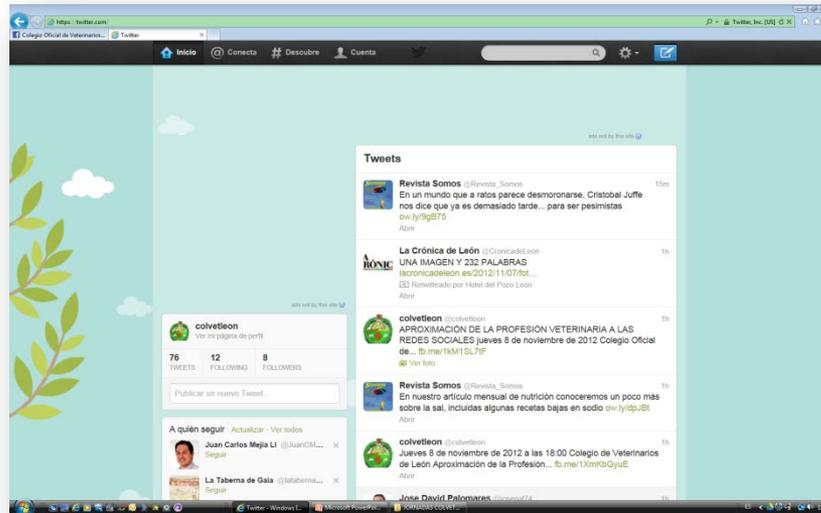
**Dale la enhorabuena por su nuevo trabajo**

- Javier Piñán Miguel**  
Veterinario Titular Sustituto Sanidad en ZBS de Valdeiras, León y Astorga. Ganadería en Rielo



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

## Twitter

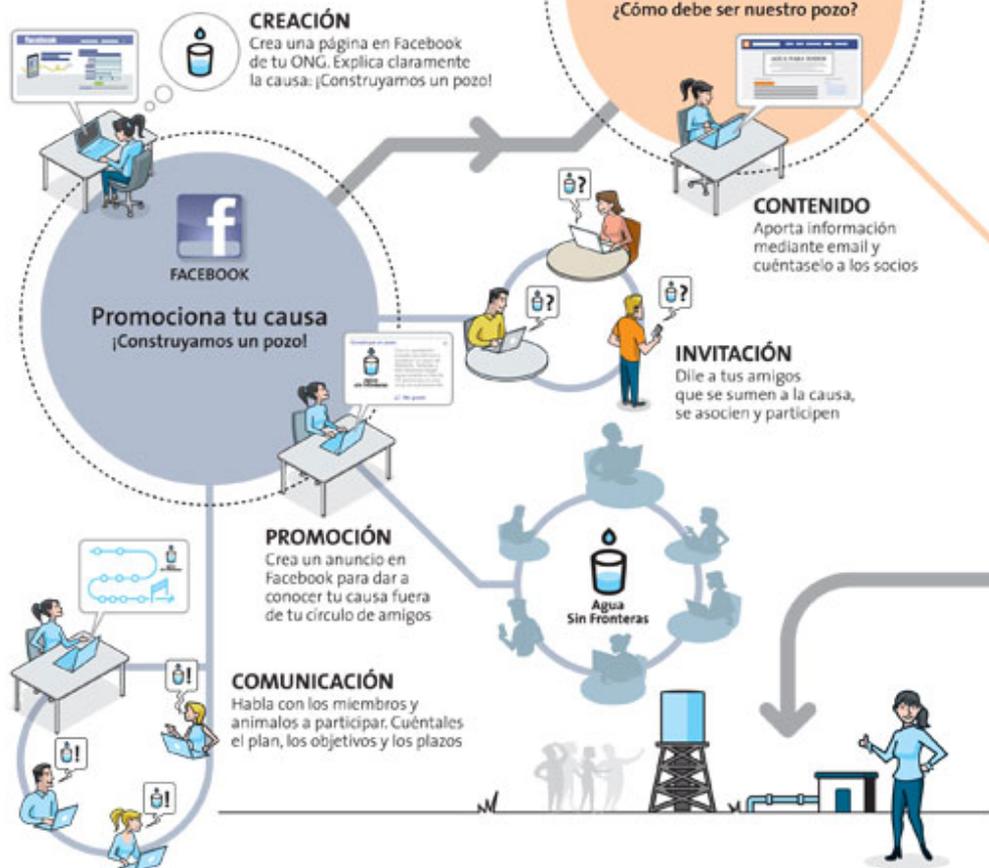




COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

# Cómo ayudan LAS REDES SOCIALES

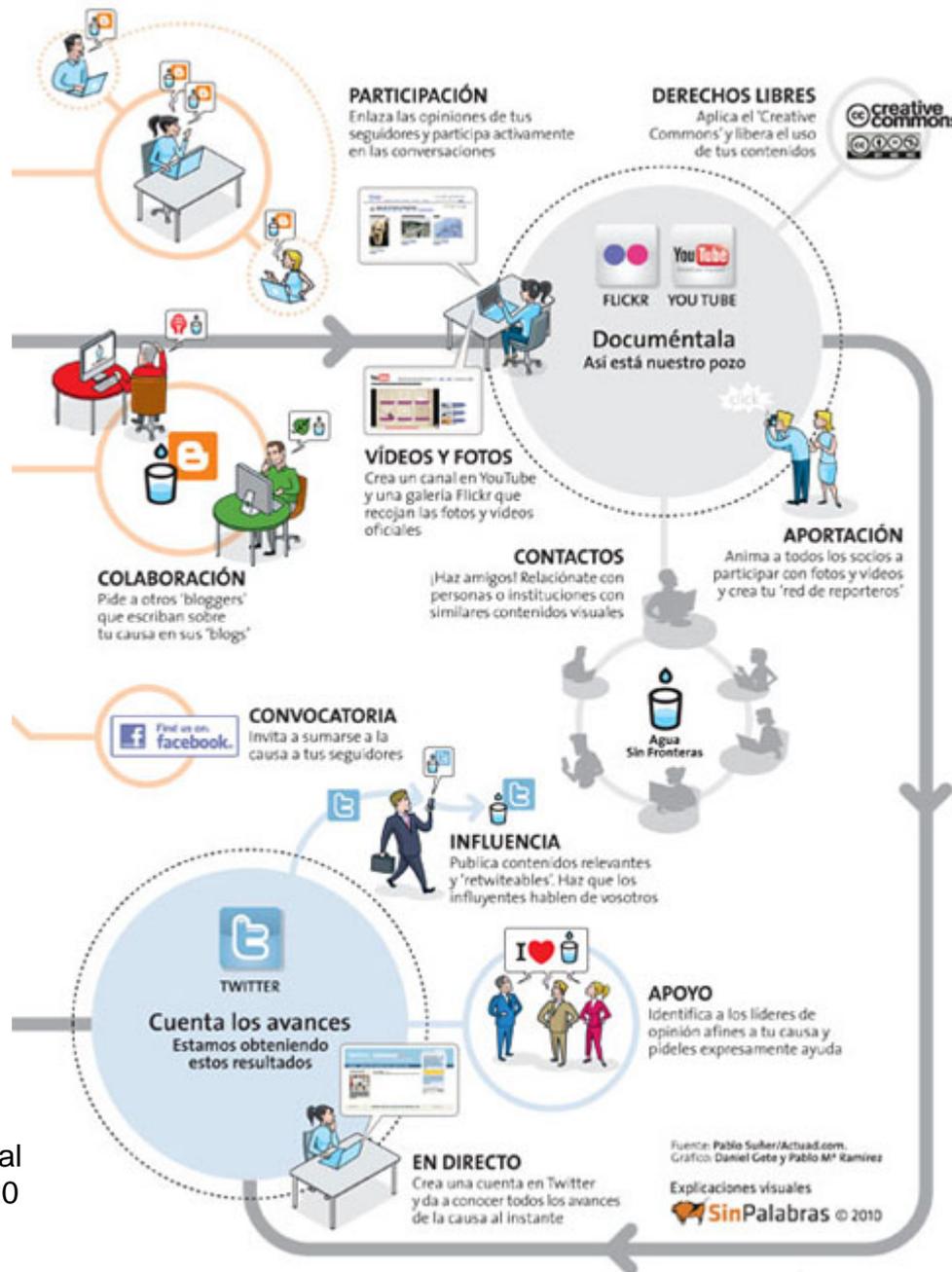
Facebook, Blogger, Flickr, YouTube y Twitter forman parte de nuestro entorno. Descubre qué beneficios le pueden aportar en su estrategia de comunicación



Blog Jorge Barón y  
Revista Compromiso Empresarial  
<http://www.blogsocialmedia.es/2010/09/comunicacion-en-dlas-redes-sociales/>



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID



Blog Jorge Barón y  
Revista Compromiso Empresarial  
<http://www.blogsocialmedia.es/2010/09/comunicacion-en-dlas-redes-sociales/>



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID

<http://internality.com/web20/files/mapa-web-20.pdf>



COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID





COLEGIO OFICIAL  
DE VETERINARIOS  
DE MADRID



Muchas Gracias Muchas Gracias Muchas Gracias

