



# servicios y tecnologías para tu proyecto de Investigación y Marketing

ODEC pone a tu disposición las herramientas más eficaces para distinguir nítidamente la información trascendental en tu proyecto de investigación y marketing

 Captura y tratamiento de datos

 Servicios y tecnologías para investigación

 Consultoría y desarrollo de aplicaciones

 Servicios para Publicidad y Medios

 Procesos electorales y voto electrónico

 Outsourcing informático y de gestión

**ODEC**  
construimos soluciones  
[www.odec.es](http://www.odec.es)

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

**i & m**

investigación y marketing

nº 100 • septiembre 2008

## SUMARIO

<b>05</b>	<b>Presentación</b> Consejo Editorial		
<b>07</b>	<b>La leucemia del capitalismo</b> Juanjo Ibáñez y José Antonio Gómez Yáñez		
<b>10</b>	<b>Una crisis larga y dolorosa</b> Fernando Fernández Méndez de Andrés		
<b>18</b>	<b>La crisis financiera global: su impacto en el sector financiero</b> Mayte Ledó		
<b>22</b>	<b>La crisis económica: incidencia del sector inmobiliario</b> Pedro Chasco Lafuente y Pedro Morón Bécquer		
<b>32</b>	<b>Instalados en la crisis ¿Incubando una crisis a la japonesa?</b> Antonio Imedio y Miguel Ángel Martín		
<b>36</b>	<b>Indicadores económicos e investigación de mercados</b> Cristina Martínez y Fernando Gómez		
<b>40</b>	<b>La publicidad en tiempos de turbulencia</b> William Cabrera		
<b>42</b>	<b>La caída de la inversión publicitaria: el preludio de la crisis general</b> Jesús R. Pascual		
<b>46</b>	<b>Los españoles después de la crisis</b> Ignacio Lavallen		
<b>48</b>	<b>Precios, promociones, publicidad y amor</b> Macarena Estévez y Pilar Granados		
<b>54</b>	<b>¿Crisis en la investigación?</b> Félix Muñoz		
<b>56</b>	<b>Global: la marca de las marcas</b> Jacob Benbunan		
<b>58</b>	<b>Cómo saltarse el efecto dominó</b> José Miguel Alonso		
		<b>64</b>	<b>El consumidor en tiempos de crisis</b> David Cortadellas y Gerardo Fuksman
		<b>66</b>	<b>Capeando el temporal</b> Marcelo Ballvé
<b>ENTREVISTA</b>			
		<b>68</b>	<b>La situación económica en el sector publicitario y del marketing</b> por M.S.
<b>OPINIÓN</b>			
		<b>76</b>	<b>En medio de la tormenta económica</b> Gonzalo Garland
		<b>78</b>	<b>Arlequines de Picasso / Presunto futuro</b> José María Cuende
		<b>80</b>	<b>Crónicas de la metamorfosis No pienses en una crisis</b> Francesc Xavier Ruiz
		<b>82</b>	<b>Out of the box La calidad: un concepto "Mcdonalizado"</b> Tomás Camarero
		<b>84</b>	<b>Erizos y zorras Entre Dioniso e Higía anda el juego</b> Marcel Cirera
		<b>86</b>	<b>La otra mirada / Curiosidad y ansiedad</b> Joan Alòs
		<b>88</b>	<b>Animal social Qué falsa es la falsa memoria del consumidor</b> Andrés González Llamas
<b>LIBROS</b>			
		<b>90</b>	<b>Cualitativa-mente, Crossuser, Análisis crítico de textos visuales y Los americanos</b> Coordinada por Bernabé Sarabía y J. J. Mesa de la Peña

## staff

● **Director:** Juanjo Ibáñez [jibanez@aedemo.es](mailto:jibanez@aedemo.es) ● **Presidente del Consejo Editorial:** José Antonio Gómez Yáñez, associated director en Millward Brown ● **Vocal de Publicaciones:** José Carlos Gutiérrez ● **Consejo Editorial:** 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 UAM / Germán Loewe, socio director de Netquest / Mariano Maqueda, director de Punto de Fuga / Antonio Núñez, socio director estrategia de \*SCPF / Rafael Urbano, director oficina MPG Madrid / Rosana Urosa, directora de Desarrollo Comercial de Telefónica ● **Sección Libros:** Bernabé Sarabía, catedrático de Sociología de la Universidad Pública de Navarra / Juan José Mesa de la Peña ● **Dirección creativa (Aedemo):** Maite Méndez [maite.mendez@gmail.com](mailto:maite.mendez@gmail.com) ● **Diseño y maquetación:** Javier Perea [ideas@nicandwill.com](mailto:ideas@nicandwill.com) ● **Ilustraciones:** Gloria Garrastazul (Capacero) ● **Director comercial:** Alberto Martínez [amartinez@periodicopublicidad.com](mailto:amartinez@periodicopublicidad.com) ● **Publicidad:** Patricia Picó [ppico@periodicopublicidad.com](mailto:ppico@periodicopublicidad.com) Tel. 91 515 95 00 ● **Secretariado (Aedemo):** M.ª Isabel Fernández Tel. 93 363 10 50 ● **Imprime:** Gráficas Iglesias / San Romualdo, 26 / 28037 Madrid / Tel. 91 754 44 75 / Fax 91 327 13 86 [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.**