



Tres sólidos soportes  
sobre los que construimos  
las más eficaces soluciones  
a la medida de tus  
necesidades.



Edita:  
**aedemo**  
asociación española de estudios  
de mercado, marketing y opinión

Entença, 332-334, 8ª, 5ª / 08029 Barcelona  
Tel. 93 363 10 50 / Fax 93 363 10 56  
aedemo@aedemo.es / www.aedemo.es

investigación & marketing  
nº 102 • marzo 2009

## SUMARIO

- 05 **Presentación** Consejo Editorial
- 06 **Diferentes reacciones ante la crisis: tipologías de consumidores**  
Rafa Garrido
- 12 **Reformas laborales y transformaciones productivas: el futuro embargado de una generación**  
Pablo L. Calle
- 20 **La regulación contra y con el mercado**  
Jorge García y Alberto Riesco
- 26 **Obama, de las palabras a los hechos**  
Antoni Gutiérrez-Rubí
- 30 **Aplicación de los mapas conceptuales de marca para estudiar la imagen de los partidos políticos**  
Laura M. Caro y J. Antonio M. García
- 36 **Análisis conjunto... y algo más**  
Miguel Muñoz
- 40 **Sentir TV-3. Audiencias cualitativas**  
Óscar-Xavier Nogueira y Ángeles Bacete
- 48 **El caso Miravete de la Sierra**  
Redacción i&m
- 52 **ESOMAR Qualitative 2008. Crónica de una conferencia mundial**  
Carlos Ballesteros
- 56 **Aceptando el fracaso para triunfar**  
Jo Bowman

## OPINIÓN

- 58 **"El ojo de payes"**  
Marcel Cirera
- 60 **La marca: un viaje en busca del sentido**  
Francesc Xavier Ruiz
- 62 **Menos, peor, difícil y complicado**  
Tomás Camarero
- 63 **Las polémicas marcas blancas**  
Eduardo Madinaveitia
- 64 **Motor y al aire**  
Jaime Agulló
- 65 **Rurales, ¿proscritos de la investigación?**  
Andrés G. Llamas
- 66 **Culos de avestruz**  
José María Cuende

## LIBROS

- 68 **"La imagen de las Personas Mayores en los Medios de Comunicación de Masas y la Opinión Pública" y "Estudio de las incidencias en la investigación con encuesta: el caso de los barómetros del CIS"**  
Coordinada por Bernabé Sarabia y J. J. Mesa de la Peña

Clásicos contemporáneos

- 72 **La segunda gran transformación**  
José Antonio G. Yáñez

## staff

● **Director:** Juanjo Ibáñez 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 de la UAM / Germán Loewe, socio director de Netquest / Mariano Maqueda, director de Punto de Fuga / Matilde Fernández-Cid, profesora del C.U. Cardenal Cisneros, U.C.M. / Antonio Núñez, socio director estrategia de \*SCPF / Rafael Urbano, director oficina MPG Madrid / Rosana Urosa, directora de Desarrollo Comercial de Telefónica / Ángel Alloza, director de Reputación Corporativa, Imagen y Acción Social de BBVA ● **Sección Libros:** Bernabé Sarabia, catedrático de Sociología de la Universidad Pública de Navarra / Juan José Mesa de la Peña ● **Dirección creativa (Aedemo):** Maite Méndez maite.mendez@gmail.com ● **Diseño y maquetación:** Javier Perea ideas@nicandwill.com ● **Ilustraciones:** Gloria Garrastazul (Capacero) ● **Director comercial:** Alberto Martínez amartinez@periodicopublicidad.com ● **Publicidad:** Patricia Picó 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

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.**