



aedemo
asociación española de estudios
de mercado, marketing y opinión





No es fácil hacer tres cosas a la vez

Aún es más difícil coordinarlas con éxito y obtener ventaja de ello.

- **ODEC** es la empresa de servicios líder en integración de captura de información, tratamiento de datos y soluciones informáticas para investigación de mercados, marketing y estadística.
- Porque llevamos más de cuatro décadas siendo líderes y pioneros en el sector. La clave está en nuestra capacidad para integrar tres líneas de actuación tan especializadas y hacerlo con total flexibilidad, para adaptarnos a las necesidades específicas de cada cliente con un único objetivo: ofrecerles servicios para su satisfacción total.



construimos
soluciones

- Captura de información
- Tratamiento de datos
- Soluciones informáticas

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 105 • diciembre 2009

SUMARIO

- | | |
|--|---|
| <p>05 Presentación
Consejo Editorial</p> <p>06 ¿Nos conocimos en un sueño?
Ismael Pascual</p> <p>10 Prospectivas de futuro para un consumidor poscrisis
Íñigo Aguirre</p> <p>14 Internet, caleidoscopio de medición y oferta publicitaria
Cristina Valbuena</p> <p>18 Medir la atención del consumidor en base a los movimientos del ratón
Ricardo Cuéllar</p> <p>22 Influencia de las señales de calidad y de la calidad del sitio web
Carla Di Pierri</p> <p>32 Imagen global de un destino turístico. Propuesta de un modelo
Eduardo Torres, Coro Chasco y Enrique Mariano</p> <p>38 El débil impacto de la oferta cinematográfica española entre los jóvenes
Antonia Baraybar y Rafael Linares</p> | <p>42 In-Game Advertising: aproximación al videojuego como medio publicitario
Alberto Toledo</p> <p>50 El consumidor escéptico
David Murphy</p> <p>54 Más allá del Conjoint Analysis
Hernán Talledo</p> |
|--|---|

OPINIÓN

- 62** **La desafección como factor social**
Francesc Xavier Ruíz
- 63** **La parte negra de la marca blanca**
Tomás Camarero
- 64** **Imposturología**
Andrés G. Llamas
- 65** **Digital: tres pantallas y ¿un dato?**
Jaime Agulló
- 66** **No se admiten rebajas**
José María Cuende

staff

● **Director:** Juanjo Ibáñez jibanez@aedemo.es ● **Presidente del Consejo Editorial:** José Antonio Gómez Yáñez, associated director en Millward Brown ● **Vocal de Publicaciones:** Ricardo Cuéllar, MetrixLab España Managing Consultant ● **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 ● **Publicidad:** Celia Calleja ccalleja@periodicopublicidad.com Tel. 91 515 95 00 ● **Secretariado (Aedemo):** M.ª Isabel Fernández Tel. 93 363 10 50 ● **Diseño, maquetación e Impresión:** Eurocolor Dos / Alfonso Gómez, 7 / 28037 Madrid / Tel. 91 304 97 31 eurocolor@telefonica.net

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.**