



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





# No es fácil combinar captura, tratamiento de datos e informática cuando se trata de crear soluciones

Aún así, en **ODEC** lo logramos sea cual sea el tamaño y la necesidad de nuestros clientes.

## ■ Potencia en captura de información:

- Todos los canales de recogida: PAPI, CATI, CAWI
- Hasta 160 puestos de CATI y video - captura
- Capacidad para proyectos con grandes volúmenes de digitalización documental
- Depuración, codificación y validación de datos

## ■ Amplia dimensión para tratamiento de datos:

- 40 técnicos de estudios y jefes de proyecto
- Todos los servicios para tratamiento estudios de mercado: captura, explotación, salidas, presentaciones
- Software Conformat/Bellview, Quantum, SPSS, Dimension
- Explotación de estudios de audiencia

## ■ Técnicas avanzadas en soluciones informáticas:

- 60 técnicos informáticos: consultores, analistas y programadores
- Desarrollos a medida en entornos web
- Business Intelligence (Data Warehouse, Data Mining, OLAP)
- Software para investigación de mercados y para planificación de medios (Tom Micro, Galileo)
- Outsourcing informático y de servicios



www.odec.es

construimos  
soluciones

- Captura de información
- Tratamiento de datos
- Soluciones informáticas

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

investigación & marketing  
nº 108 • septiembre 2010

## SUMARIO

- |  |   |
|--|---|
| <p><b>05</b> <b>Presentación</b><br/>Consejo Editorial</p> <p><b>06</b> <b>El proceso de transición a la TDT en España: balance final</b><br/>José Antonio Quintela</p> <p><b>10</b> <b>La transición a la TDT en España: anatomía de un proceso</b><br/>Fernando Santiago Ceballos</p> <p><b>20</b> <b>La crisis de la atención. Una segmentación experiencial para resolverlo</b><br/>Maite Rodríguez</p> <p><b>24</b> <b>La emoción rentable</b><br/>Rubén Mairena</p> <p><b>32</b> <b>Las tendencias y las decisiones de compra en un escenario de hipercrisis</b><br/>Luis Tamayo</p> <p><b>38</b> <b>Las marcas de distribuidor, ¿son la clave de la lealtad al establecimiento?</b><br/>Juan Antonio García Martín</p> <p><b>48</b> <b>Conocimiento local: cercanía e información</b><br/>José Gabriel Estrada</p> <p><b>52</b> <b>Encuadre y distancia focal: propuestas desde la "sociología clínica"</b><br/>Maite Fernández-Cid</p> | <p><b>56</b> <b>ISO 9001:2008 y la investigación de la satisfacción del cliente</b><br/>Dr. Fernando Elizagarate, Dr. Jesús M. Larrañaga y Dra. Rosa M. Rio</p> <p><b>58</b> <b>Investigación de mercados: una conversación</b><br/>Juan Carlos Rodríguez y José Vicente del Barco</p> <p><b>66</b> <b>Nuevos datos sobre el sector de la investigación de mercados en 2009</b><br/>Aneimo</p> <p><b>68</b> <b>Cambio de control</b><br/>Chris Forbes</p> |
|--|---|

## OPINIÓN

- 70** **Aprender del fútbol**  
Francesc Xavier Ruiz
- 71** **Evoluciones de la publicidad: la publicidad implictiva**  
Tomás Camarero
- 72** **La mente, como una sinfonía**  
Marcel Cirera
- 73** **Tonto emergente**  
José María Cuende
- 74** **Nos olvidamos del lenguaje**  
Andrés G. Llamas

## staff

● **Director:** Juanjo Ibáñez jibanez@aedemo.es ● **Presidente del Consejo Editorial:** José Antonio Gómez Yáñez, associate 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 J. Mesa de la Peña ● **Dirección creativa (Aedemo):** Maite Méndez maite.mendez@gmail.com ● **Publicidad:** Sonia Jordá aedemo@eademo.es Tel. 93 363 10 50 ● **Secretaría Aedemo:** M.ª Isabel Fernández Tel. 93 363 10 50 aedemo@eademo.es ● **Dirección de arte y maquetación:** Javier Perea ideas@nicandwill.com **Impresión:** Eurocolor Dos / Marqués de Monteagudo nº 24, 1º dcha. / 28028 Madrid / Tel. 91 356 58 28 mba@eurocolor.com

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.**