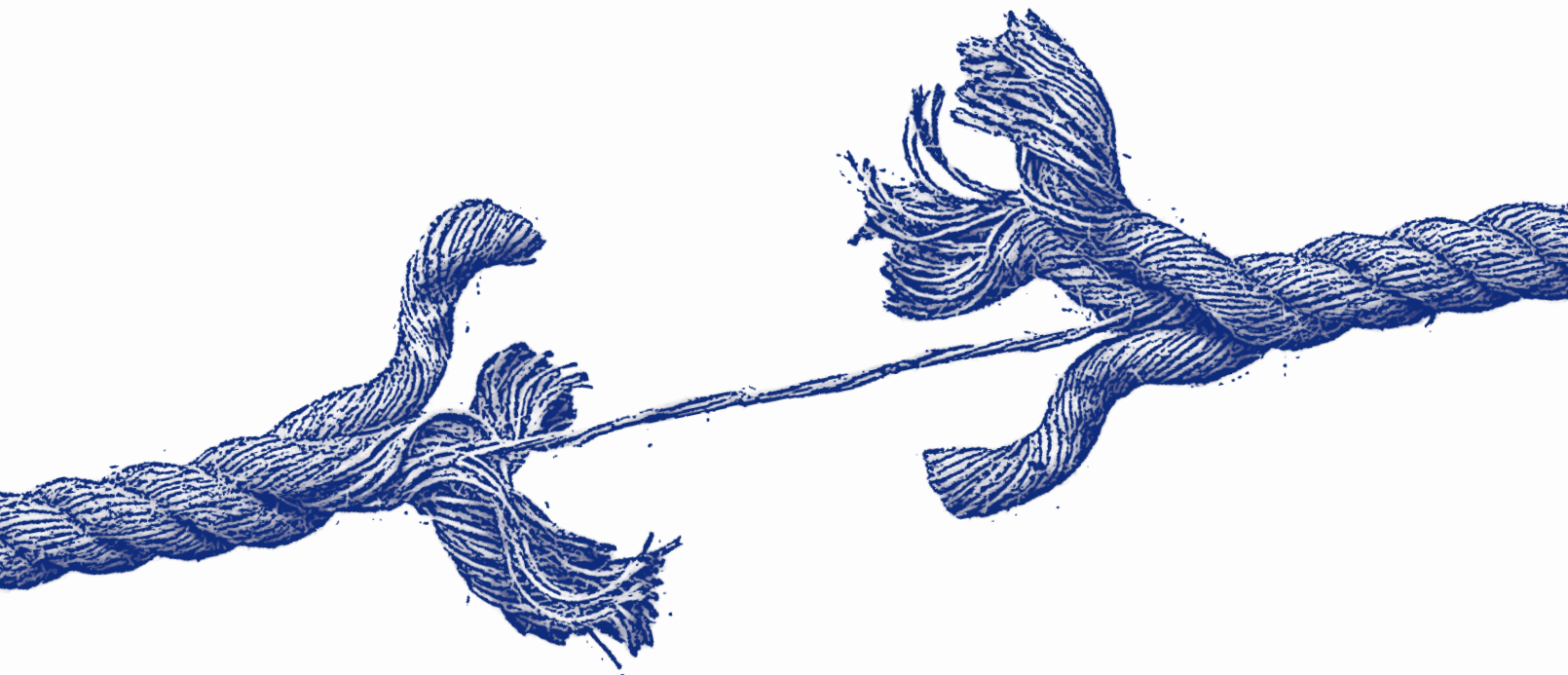




**aedemo**<sup>ae</sup>  
asociación española de estudios  
de mercado, marketing y opinión



**Especial neuromarketing**





# ¿Es posible ofrecer una óptima coordinación entre captura, tratamiento de datos y aplicaciones informáticas?

En **ODEC** lo hacemos con el objetivo de crear soluciones para nuestros clientes, sea cual sea su tamaño y su necesidad.

- Gran capacidad en **captura** de información:
  - Todos los canales de recogida: PAPI, CATI, CAWI, HAPI
  - Hasta 160 puestos de CATI y video-captura
  - Capacidad para proyectos con grandes volúmenes de digitalización documental
  - Depuración, codificación y validación de datos
- Servicios especializados para **tratamiento de datos**:
  - 40 técnicos de estudios y jefes de proyecto
  - Todos los servicios para tratamiento de estudios de mercado: captura, explotación, salidas, presentaciones
  - Software Confirmat/Bellview, Quantum, SPSS, Dimension
  - Explotación de estudios de audiencia
- Tecnologías 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



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 115 • junio 2012

## SUMARIO

- |   |  |
|---|--|
| <p><b>05</b> <b>Presentación</b><br/>Consejo Editorial</p> <p><b>06</b> <b>Nueva pobreza y vulnerabilidad: notas sobre un entorno social problemático</b><br/>Luis Enrique Alonso</p> <p><b>10</b> <b>El trabajo más allá del empleo: a la búsqueda del empleo perdido en un horizonte de incertidumbre</b><br/>Fco. Javier Rubio</p> | <p><b>40</b> <b>El análisis visual, o de cómo explicar lo inefable</b><br/>Juan Zarco</p> <p><b>46</b> <b>El público objetivo de las campañas promocionales de marketing móvil: problemas éticos y legales del cliente-menor en España</b><br/>María de Miguel Molina</p> <p><b>52</b> <b>Marketing social para la prevención de desastres naturales: una teoría fundamentada para campañas de sensibilización ante los terremotos</b><br/>Shintaro Okazaki, Amadeo Benavent y M<sup>a</sup> Ángeles Navarro</p> |
|---|--|

## ESPECIAL NEUROMARKETING

- 22** **Neurociencia y cerebro**  
Carles Escera
- 24** **Neuromarketing. La seducción de "objetividad"**  
María Alicia Vinent
- 27** **Viaje por los caminos del neuromarketing**  
Marcel Cirera
- 30** **¡El cerebro y la mente son fascinantes!**  
Pepe Martínez
- 36** **Neuromarketing**  
Estefanía Yagüez y María Jesús Merino

## LA SOCIEDAD A TRAVÉS DEL CINE

- 60** **Marta Marcy May Marlene**  
Ignacio Castro Rey

## OPINIÓN

- 61** **Intuyo, luego... pienso**  
José María Cuende
- 62** **Las rendijas de la incontinencia**  
Andrés G. Llamas
- 64** **El agujero negro de los test de comunicación**  
Francesc Xavier Ruiz
- 66** **La resistencia de la vieja mentalidad**  
Tomás Camarero

## staff

● **Director:** Juanjo Ibáñez [jibanez@aedemo.es](mailto:jibanez@aedemo.es) ● **Presidente del Consejo Editorial:** José Antonio Gómez Yáñez, profesor de la Universidad Carlos III ● **Vocal de Publicaciones:** Ricardo Cuéllar, Managing Account Consultant MetrixLab España ● **Consejo Editorial:** Ángel Alloza, director general de Corporate Excellence (Centre for Reputation Leadership) / Inmaculada Aragón, gerente de estrategia de mercados para Colombia y Perú en Cemex / Marcel Cirera, director Metaforo Action Research / 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. / Rafael Urbano, director oficina MPG Madrid / Rosana Urosa, directora de Desarrollo Comercial de Telefónica ● **La sociedad a través del cine:** Ignacio Castro, doctor en Filosofía ● **Dirección creativa (Aedemo):** Maite Méndez [maite.mendez@gmail.com](mailto:maite.mendez@gmail.com) ● **Publicidad:** Sonia Jordá [aedemo@aedemo.es](mailto:aedemo@aedemo.es) Tel. 93 363 10 50 ● **Secretaría Aedemo:** M.<sup>a</sup> Isabel Fernández Tel. 93 363 10 50 [aedemo@aedemo.es](mailto:aedemo@aedemo.es) ● **Dirección de arte y maquetación:** Javier Perea [ideas@nicandwill.com](mailto:ideas@nicandwill.com) ● **Impresión:** Gráficas Iglesias Impresores / San Romualdo, 26 / 28037 Madrid / Tel. 91 754 44 75 / [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.**

La revista Investigación & Marketing no se hace responsable de las opiniones vertidas por sus colaboradores.