

Nuevas tecnologías en la investigación de mercados

“Los conocía por el TOM Micro y Galileo, pero me han sorprendido con sus servicios de campo”

Lo dicen nuestros clientes y así es.

Nuestro software para análisis y planificación de medios TOM Micro y Galileo es líder absoluto en el sector de medios, con más de 6.000 licencias entre España y Latinoamérica.

Pero también, cada vez más agencias y empresas de medios utilizan otros servicios de ODEC: plataforma para encuestas telefónicas, servicio completo de encuestas online, tratamiento y presentación de estudios, etc.

Con nuestra experiencia en otras áreas somos el partner que ofrece un servicio global a nuestros clientes.

Con ODEC estás en buenas manos

- ⇒ Captura de datos
- ⇒ Tratamiento de información
- ⇒ Presentación de resultados
- ⇒ Desarrollo de software
- ⇒ Outsourcing de servicios



your data partner

GANDIA · MADRID · BARCELONA · VALENCIA · SÃO PAULO

902 519 090 odec@odec.es www.odec.es

aedemo

asociación española de estudios de mercado, marketing y opinión

C/ Alberto Bosch, 13 - 4ª planta / 28014 - Madrid
Tel. 91 330 07 19 - 93 363 10 50 / Fax 91 420 39 52
aedemo@aedemo.es / www.aedemo.es

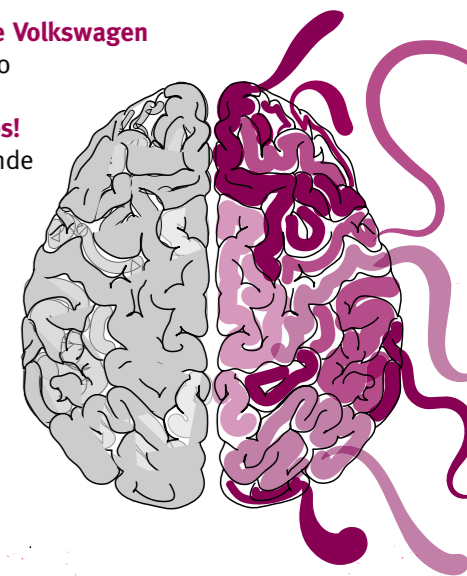
investigación & marketing
nº1 128 • septiembre 2015

Índice

- 04** **Presentación**
Consejo Editorial
- 06** **Neuromarketing**
Lorenzo Brusattin
- 12** **Reflexión sobre la evolución de las neurociencias: una mirada desde dentro**
Cristina de Balanzo
- 20** **Big data. El nuevo mantra**
Pilar Merchante
- 24** **Introducción de las nuevas metodologías en investigación**
M. Paz Aguilar
- 30** **Aplicación de la netnografía: el caso del masivo integrado de occidente en Cali**
Ana Rosa Pertejo
- 38** **La tecnología digital como palanca de cambio de la investigación**
David Atanet
- 42** **Investigación móvil: ¿al servicio del investigador o del investigado?**
Carlos Ochoa y Vanessa Castro
- 48** **Comunidades online de éxito**
Julie Paul y Carlos Hidalgo
- 54** **Multiespecialización de nuestro sector**
Yanna Stefanu
- 60** **Posibles imaginarios de un conflicto**
Marcel Cirera

OPINIÓN

- 66** **La adicción en tu bolsillo**
Fco. Javier Rubio
- 69** **La estupidez de Volkswagen**
Tomás Camarero
- 70** **¡Cuidado Aquiles!**
José María Cuende



staff

Presidente Honorífico del Consejo Editorial: Juan José Ibáñez • **Director:** José Antonio Gómez Yáñez, profesor de la Universidad Carlos III • **Vocal de Publicaciones:** Joan Miró, Director Netquest Iberia • **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 / Andrés González Llamas, Insigner manager / Germán Loewe, socio director de Netquest / Mariano Maqueda, director de Punto de Fuga / Matilde Fernández-Cid, profesora de la Universidad Complutense de Madrid / Xavier Morano, Head Specialist Quantitative en Target-Empirica / Juana Rubio, departamento de Publicidad y Marketing de la Universidad Nebrija de Madrid / Rafael Urbano, director general de YMEDIA / Juan Zarco, profesor contratado Doctor de la UAM • **La sociedad a través del cine:** Ignacio Castro, doctor en Filosofía • **Coordinación Revista I&M:** revistaaedemo@aedemo.es • **Secretaría AEDEMO y publicidad:** Secretaría Aedemo Tel. 91 330 07 19 aedemo@aedemo.es • **Dirección de arte y maquetación:** Javier Perea, ideas@nicandwill.com • **Impresión:** Gráficas Iglesias Impresores / San Romualdo, 26 / 28037 Madrid / Tel. 91 754 44 75 / 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.