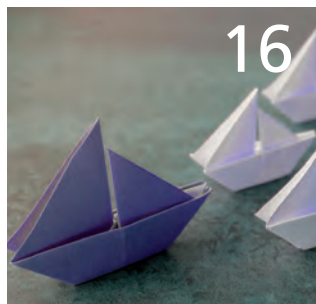


## INVESTIGACIÓN Y TECNOLOGÍA

Aproximaciones desde la teoría y la práctica  
a una relación en continuo crecimiento





**Tecnología e investigación**

**06** GRIT: desenmascarando el nivel tecnológico de la investigación en España  
Eva Teresa Robledo y Monica Ybargüengoitia

**Entrevista**

**10** “Los datos de texto no estructurado hacen mejor trabajo en la predicción del comportamiento humano real que cualquier número de clasificaciones de escala Likert”  
Tom H.C. Anderson

**Influencers**

**16** Los límites del marketing de influencia en las decisiones de compra  
Francisco José Molina y María Molina Trujillo

**Neuromarketing**

**20** Lo que la neurociencia aporta al conocimiento del consumidor  
Pepe Martínez

**Recogida de datos**

**26** ¿Cómo ayuda la tecnología a la recogida de datos?  
Ana Tejero

**Comunidades online**

**30** Comunidades *online*: una ventana a la vida cotidiana  
Yago López

**Encuestas en línea**

**36** *Mobile people first*  
Luis Miguel Barral

**Análisis automático de textos**

**40** Cómo aproximarnos al individuo en la era del nuevo RGPD  
David Espero

**Chatbots**

**43** Reinterpretando los *chatbots*  
Luis Hoyos

**Grandes retos**

**46** Esto no va de ti  
Javier Recuenco

**Visualización de datos**

**49** ¿Cómo puede la visualización de datos ayudar a la investigación de mercados?  
Beatriz Martínez

**La opinión del consejo editorial**

**54** La tecnología debe estar al servicio de la información  
Margarita Ollero

**Formación AEDEMO**

**56** ¡Cuéntame un cuento! O para qué sirve la herramienta semiológica  
Juvenal García

