



AGRUPACIÓN  
DE INVESTIGACIÓN Y  
MARKETING FARMACÉUTICO

Área de socios

Qué es AIMFA

Laboratorios asociados

Noticias

[Noticias AIMFA](#)

[Noticias Sector](#)

Eventos

Calendario de Estudios

Enlaces de Interés

Bolsa de Trabajo

Contactar



### 30/09/2008 - Millward Brown presenta el libro **Cualitativa-mente**

Los ciudadanos están bastante familiarizados con los estudios cuantitativos (encuestas). Pero la población en general tiene un escaso conocimiento sobre cómo conocer la realidad psicosocial: la investigación cualitativa.



*Cualitativa-mente* (Los secretos de la investigación cualitativa) es una obra clara, sencilla y completa que consta de un libro y un DVD. Se centra en la investigación cualitativa dentro del contexto del Marketing, la Publicidad, la Comunicación y

Este libro nos muestra 14 investigaciones realizadas para compañías de primera línea, tales como Coca-Cola, Google, Vodafone, Lilly, Grupo Delaviuda, etc.

Estos estudios nos abren las puertas del mundo de los jóvenes, de las familias, de la tercera edad y nos introducen en los secretos del consumo de productos del hogar. Nos descubren la fórmula de la felicidad y explican las reacciones de los consumidores de las 'vacas locas'. Y nos muestran muchos de múltiples fenómenos psicológicos y sociológicos relacionados con el consumo de marcas, productos y servicios.

Contiene además 5 extractos audiovisuales de una Reunión de Grupo, una Entrevista en Profundidad a un consumidor, de una Entrevista en Profundidad a una doctora, una Entrevista Etnográfica en el hogar y de una Reunión Creativa ('Brainstorming'). De esta forma se muestra a los lectores cómo se trabaja dentro del campo cualitativo.

El autor-director de la obra, Pepe Martínez, ofrece el hilo conductor de un trabajo que abarca a gran parte de los miembros del equipo cualitativo de Millward Brown. Hasta 18 autores diferentes exponen sus trabajos sobre investigaciones reales.

Pepe Martínez trabajó en Synapse, Ideas, para..., Ergo y es en la actualidad Director del Service de Millward Brown Spain; tiene responsabilidad tanto para el área de

para el área cualitativa, pero ha estado 25 años haciendo estudios 'cualis', ¿ internacional (durante 4 años fue responsable de la red cualitativa de Millwa Europa). En este libro, el autor comunica toda su experiencia con una visión una mirada abierta y con un enfoque profundo.

*"Cuando terminé de leer este libro tuve una sensación diferente. No tenía e cómo encajar cierto saber teórico en mis necesidades de información; sino contrario: enseguida me di cuenta que los contenidos respondían a mis cue profesionales del día a día. Que la aplicación de estas técnicas me serviría determinados problemas, que este enfoque o este estudio se parecía much hacer o tener o a lo que necesito para mi mercado. Quizá sea el mejor elog hacer a un libro técnico. Te recomiendo que lo leas y que le echas un vistaz cuando, especialmente cuando necesites buscar respuesta a los principale: que te surgen sobre el comportamiento de los consumidores", afirma Martí*

[Volver](#)

---

aimfa - agrupación de investigación y marketing farmacéutico - Todos los derech