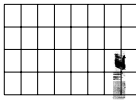


<p>ABC NT</p>	<p>Tirada: 426.322 Difusión: 319.272 (O.J.D) Audiencia: 1.117.452</p>	<p>Sección: Economía Espacio (Cm_2): 76 Ocupación (%): 11% Valor (Ptas.): 191.080 Valor (Euros): 1.148,41</p>	
<p>Nacional Suplem. Semanal Semanal</p>	<p>05/09/2004</p>	<p>Página: 19</p>	<p>Imagen: Si</p>



Cómo piensan los consumidores

Autor: Gerald Zaltman
Editorial: Ediciones Urano /
Empresa activa
ISBN: 84-95787-45-8

Por si el título de la obra no fuera suficientemente explicativo, el subtítulo lo es aún más: «Lo que nuestros clientes no pueden decirnos y nuestros competidores no saben». Para el autor, el 95% de lo que pensamos se sitúa en el inconsciente y de ahí los fracasos en la investigación de mercados. Propone la aplicación de aportaciones de otras disciplinas científicas tan alejadas de la economía como la neurología o la psicología desde las que «explorar» lo que el autor denomina «la mina del inconsciente».