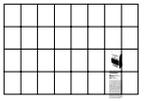
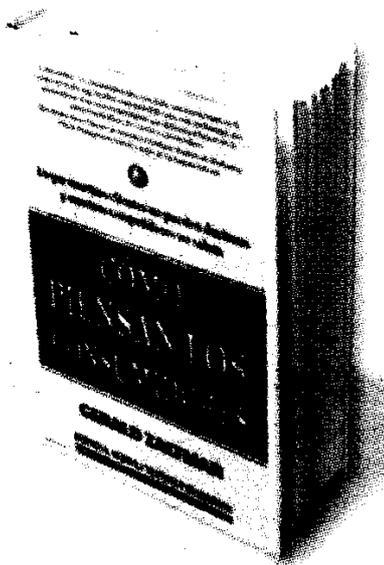


 <b>ABC</b> SEVILLA	Tirada: <b>86.651</b> Difusión: <b>66.943</b> (O.J.D) Audiencia: <b>234.300</b>	Sección: - Espacio (Cm_2): <b>77</b> Ocupación (%): <b>11%</b> Valor (Ptas.): <b>195.375</b> Valor (Euros): <b>1.174,23</b> Página: <b>147</b>	
	Andalucía <b>General</b> Diaria	<b>05/09/2004</b>	



## 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 «explotar» lo que el autor denomina «la mina del inconsciente».