

NEUROMARKETING : nuevas fronteras de la investigación de mercados.

Dra. LUCÍA SUTIL



Difusión
Formación
Investigación
Sensibilización



Ayuntamiento
de Logroño



Cámara
La Rioja



UNIVERSIDAD
DE LA RIOJA

Tecnologías de las neurociencias al servicio del marketing.



ELECTROENCEFALOGRAFIA (EEG)

RESONANCIA MAGNETICA FUNCIONAL (fMRI)

MAGNETOENCEFALOGRAMA (MEG)

TOMOGRAFIA DE EMISIÓN DE POSITRONES (PET)

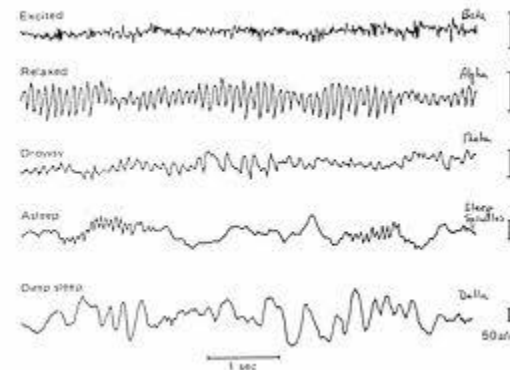
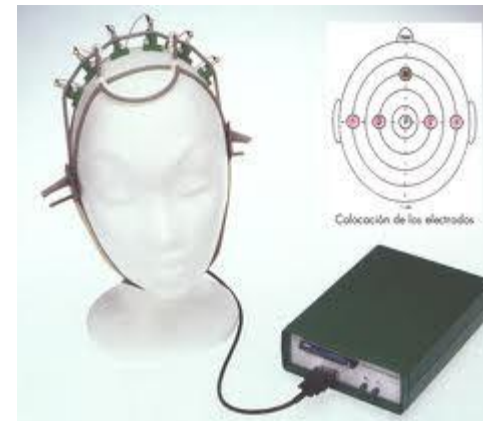
ELECTROMIOGRAFIA (EMG)

EYE-TRACKING O SEGUIMIENTO OCULAR

RESPUESTA PSICOGALVÁNICA (RPG)

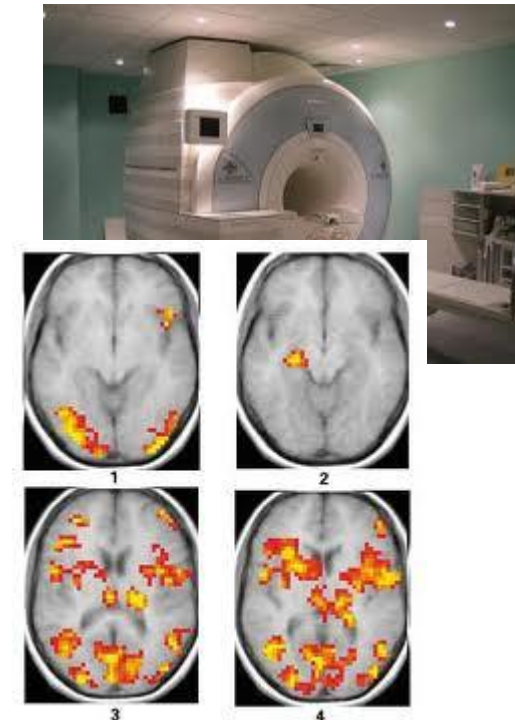
ELECTROENCEFALOGRAFIA

- La más frecuente debido a su bajo coste.
- Permite libertad de movimiento a los sujetos.
- Resolución espacial limitada.



RESONANCIA MAGNÉTICA FUNCIONAL

- Obtiene imágenes del cerebro mientras realiza una tarea.
- Excelente resolución espacial.
- Requiere más tiempo para obtener las imágenes

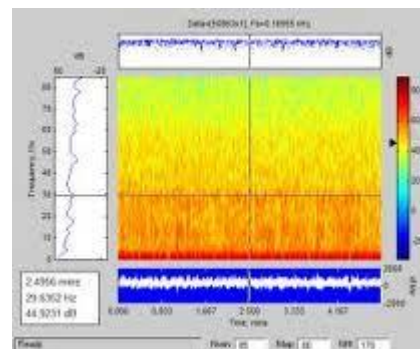


MAGNETOENCEFALOGRAMA

Campos magnéticos.

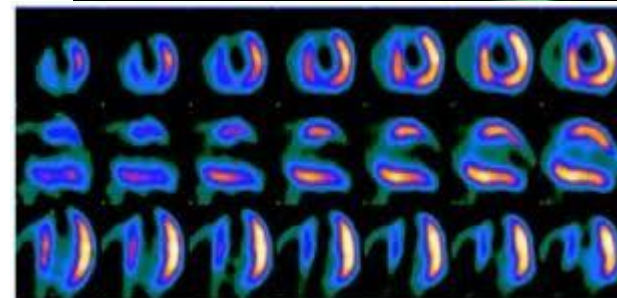
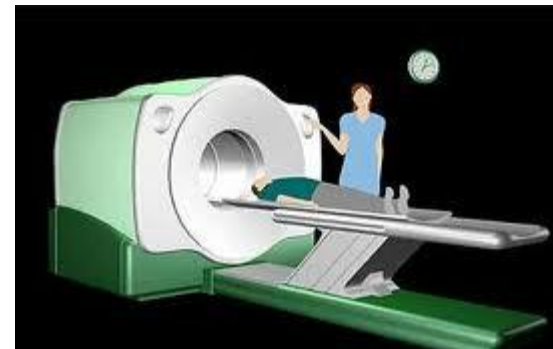


- Excelente resolución temporal de la señal.
- Alto coste



TOMOGRAFIA DE EMISIÓN DE POSITRONES (PET)

Cambios en el metabolismo del cerebro.



Tomografía por Emisión de positrones con FDG

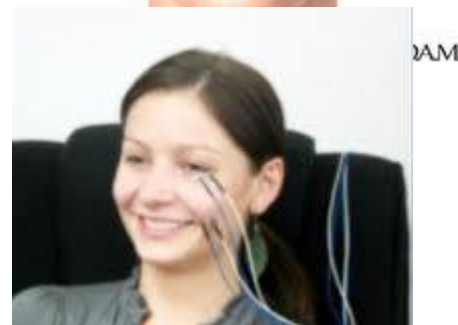
- Técnica muy invasiva. Se utiliza poco.

ELECTROMIOGRAFIA (EMG)

Respuesta de conectividad entre los diferentes electrodos.

Registra microexpresiones faciales conectadas con los estados emocionales.

La electromiografía (EMG) puede ser un poderoso indicador de valencia positiva o negativa de la reacción a los estímulos (es decir, gusto o disgusto), especialmente para estímulos visuales, auditivos, olfativos y gustativos.



EYE-TRACKING O SEGUIMIENTO OCULAR

Movimiento de los globos oculares.

Conocer los recorridos visuales y crear mapas con puntos calientes de la imagen.

Se utiliza en análisis de folletos y otros originales impresos, de páginas escaparate.



6% Look at product



84% Look at product

RESPUESTA PSICOGALVANICA (RPG)

Conductancia de la piel.

Se utiliza para conocer los sentimientos.

Detector de mentiras



COMPARATIVA DE TÉCNICAS NEUROCIENTÍFICAS

TÉCNICA	EEG	fMRI	MEG	PET
Qué se mide	Fluctuaciones eléctricas	Cambios en el metabolismo	Fluctuaciones magnéticas	Cambios en el metabolismo
Riesgo para el participante	No invasiva	No invasiva	No invasiva	Invasiva
Resolución temporal	Muy buena	Ansiedad claustrofóbica	Muy buena	Ansiedad claustrofóbica
Resolución espacial	Limitada	Limitada	Limitada	Limitada
Coste	Bueno Calidad/precio	Cara	Cara	Cara

Tecnologías de las neurociencias al servicio del marketing. Ejemplo.



NEUROMARKETING : nuevas fronteras de la investigación de mercados.

Dra. LUCÍA SUTIL



Difusión
Formación
Investigación
Sensibilización



Ayuntamiento
de Logroño



Cámara
La Rioja



UNIVERSIDAD
DE LA RIOJA