Neuromarketing

& Neurociencia aplicada a los Negocios

Jorge Luis Linares Weilg

jlinares@neurozoom.com

LABNEURO
LABORATORIO DE NEUROCIENCIA Y COMPORTAMIENTO
UNIVERSIDAD PERUANA CAYETANO HEREDIA

26 de febrero de 2014
Lima, Perú

NeuroZoom
Neurociencia & Negocios

¿Qué es Neuromarketing?

Neurociencia + Marketing = Neuromarketing

¿Qué es Neurociencia?

Neurociencia es Ciencia

Método Científico

Hipótesis

Objetivo y Observable

Replicable y Falseable

Neurociencia

Especialidad multidisciplinaria que estudia desde lo Molecular hasta el Comportamiento. Aborda temas como el aprendizaje, memoria, comportamiento, entre otras.
Algunas áreas que intervienen en el estudio:

- Biología
- Medicina
- Psicología
- Antropología
- Sociología
- Tecnología médica
- Química
- Genética
- Matemática
- Neurología
- Psiquiatría
- Neuropsicología
- Neurobiología
- Neurofisiología
- Bioquímica
- Psicobiología
- Biología molecular
- …

Neurociencia, Neuroeconomía y Neuromarketing

NeuroCiencia

Economía

Neuroeconomía

"Homo Economicus"

TRANSACCIONES ECONÓMICAS

Análisis de:

Pérdidas,

Ganancias,

Recompensas

Marketing

Neuromarketing

Qué es NeuroMarketing?

NeuroMarketing es una nueva área de investigación que proviene de la unión de 2 disciplinas:

- La **Neurociencia** (cognitiva) que se encarga del estudio el sistema nervioso (cerebro) con la finalidad de conocer el proceso de toma de decisiones y el comportamiento humano.

- El **Marketing**, que estudia el mercado para ofrecer productos o servicios que logren satisfacer los deseos del consumidor generando utilidades para la empresa.

Neurociencia: Aprendizaje y Memoria

“Todos nosotros somos lo que hemos aprendido a lo largo de nuestra vida”

Neurociencia y Neuromarketing: Aprendizaje y Memoria

"La preferencia por una marca, empresa, producto, servicio, individuo o idea es haber pasado por un proceso de aprendizaje y memoria"

Memoria

La memoria humana no es como una memoria de computadora.

- Es frágil
- Requiere repetición
- Intervienen factores emocionales

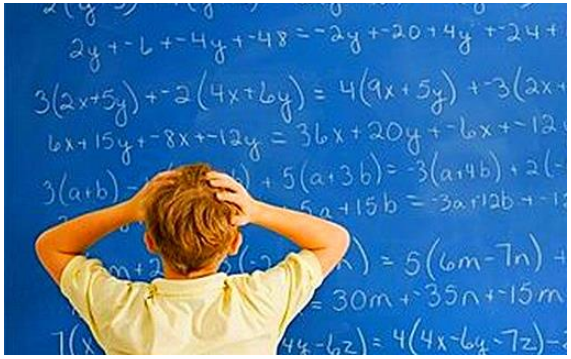
Si olvidas algo, entonces el cerebro…

Aprendizaje

Adquirir o modificar el comportamiento a través de conocimiento, práctica o experiencias.

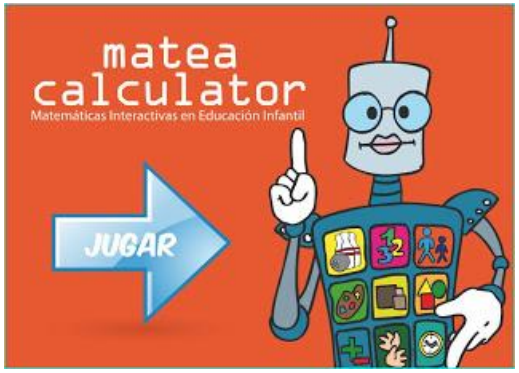
EXPLÍCITO

- Consciente
- Voluntario
- Atención Voluntaria
- Difícil de recordar
- Fácil de olvidar



IMPLÍCITO

- Inconsciente
- Automático
- Atención Espontánea
- Fácil de recordar
- Difícil de olvidar



¿Cómo tomamos decisiones?

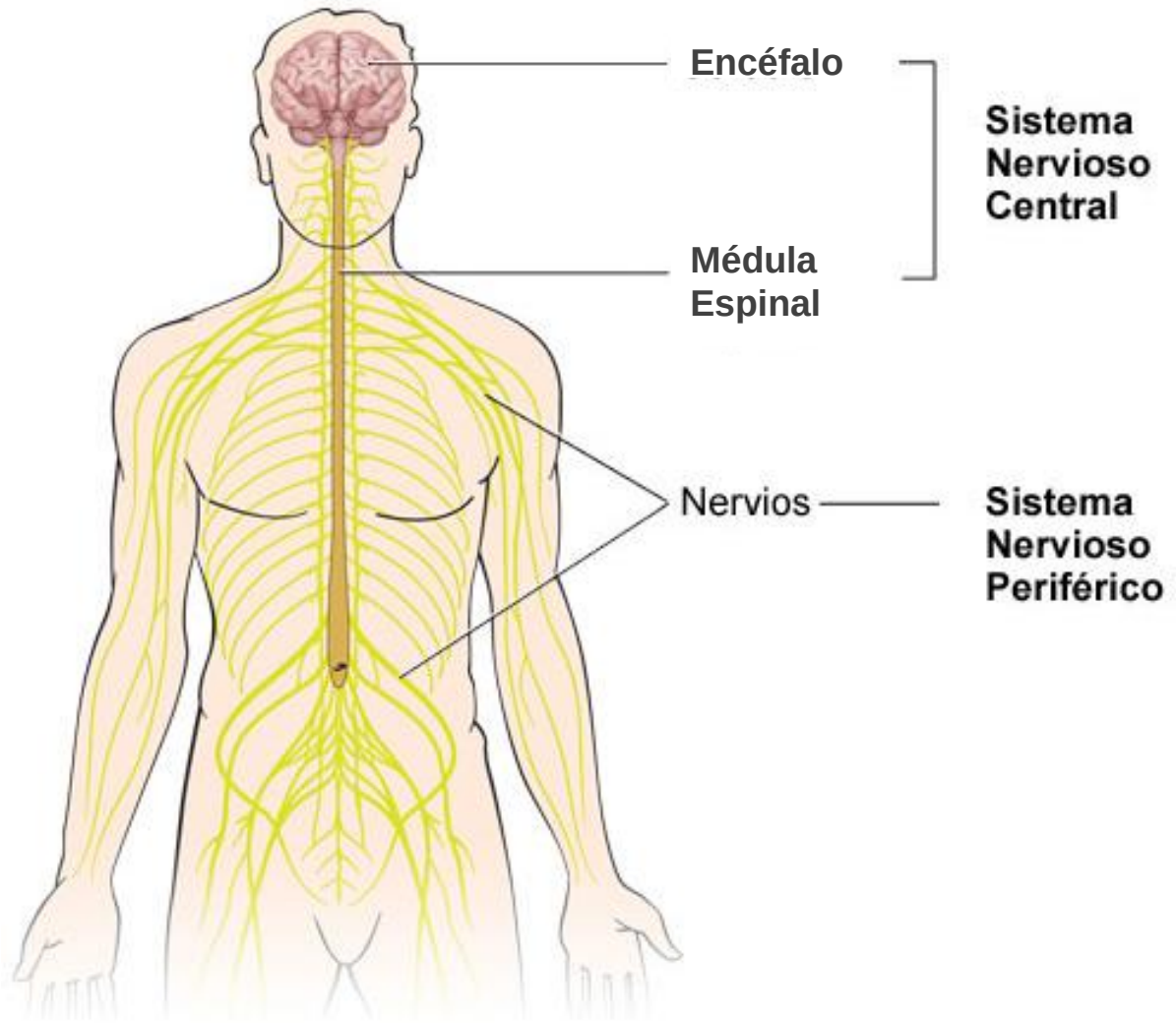
¿Somos racionales o irracionales al decidir por una compra, una venta, al ir a pasear, al ir al cine, al casarse, etc.?

Analicemos…

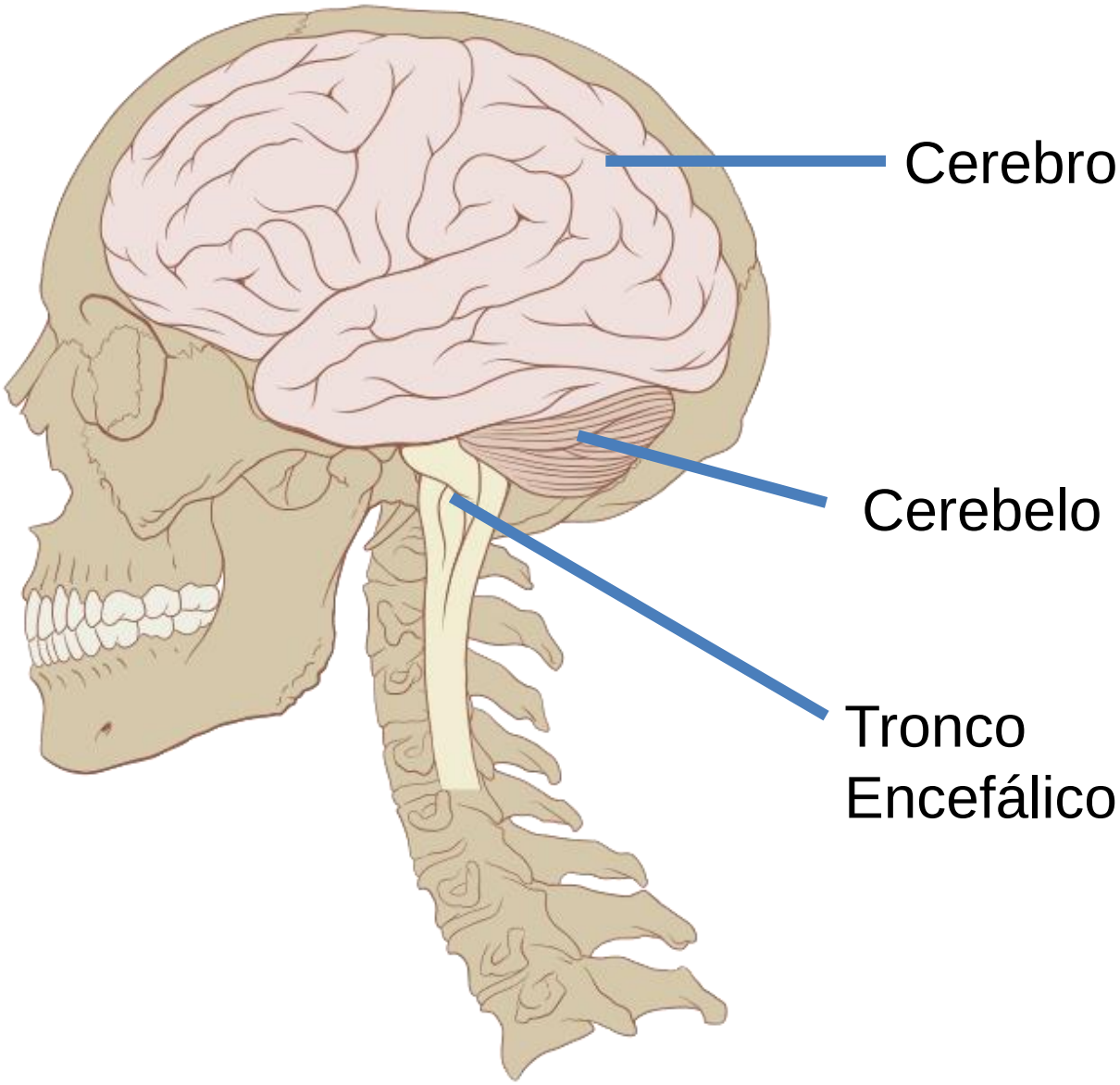
Enfoque de la Neurociencia y su aplicación en el ámbito del Marketing y los Negocios

Cuidado con los Neuromitos

Sistema Nervioso



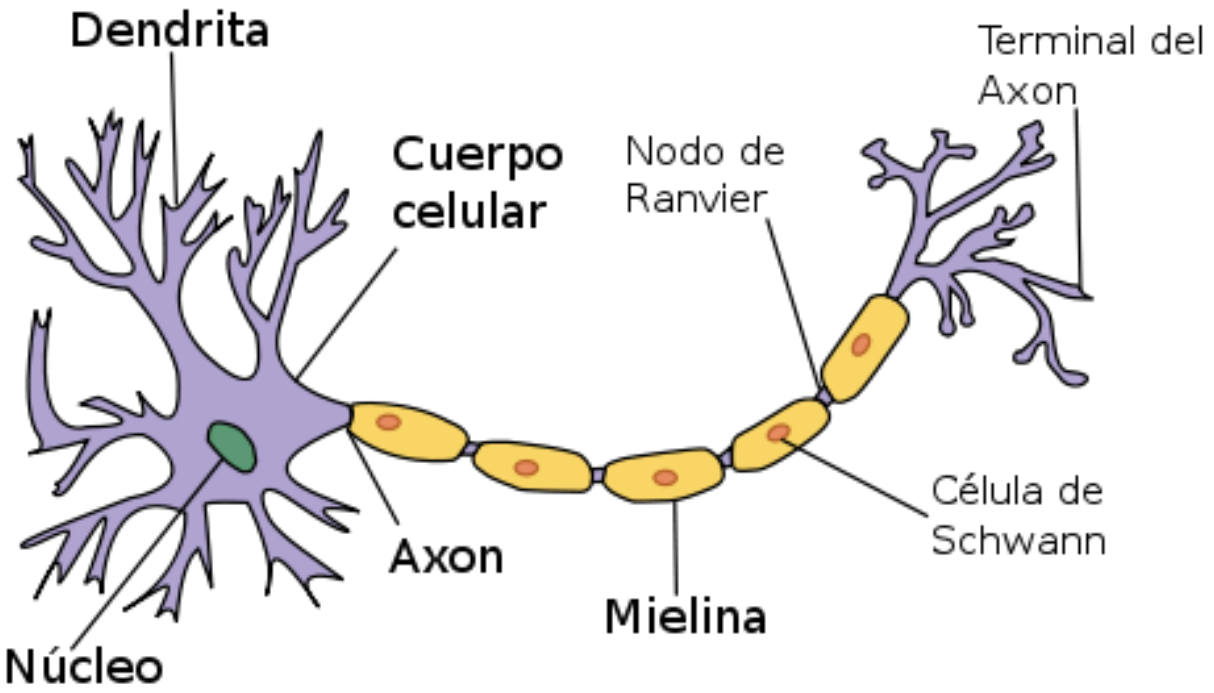
El Encéfalo



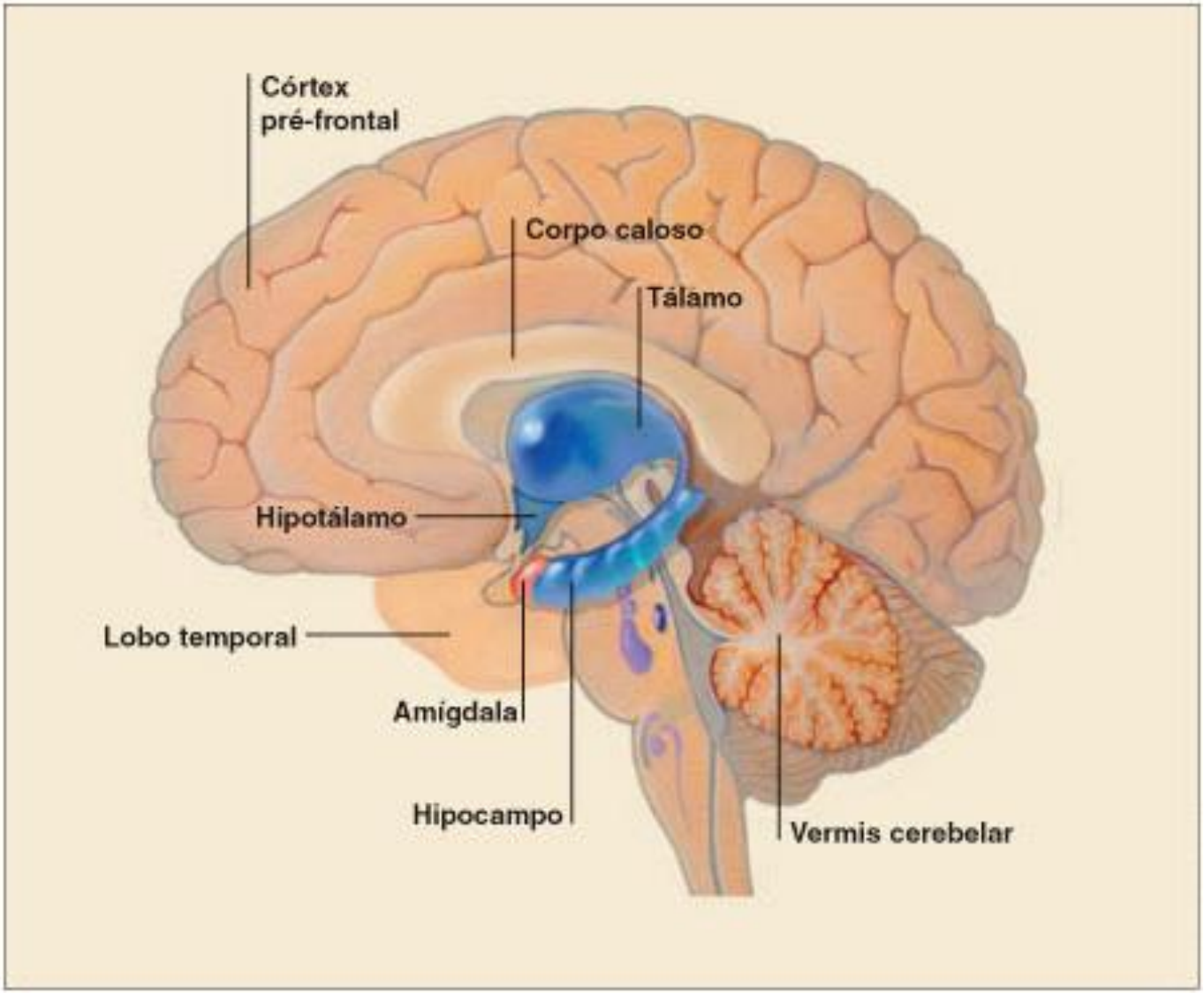
Células del Sistema Nervioso

Neurona: Célula capaz de recibir y transmitir información

Células Gliales (Glía): Organización de la red neuronal, soporte y nutrición.

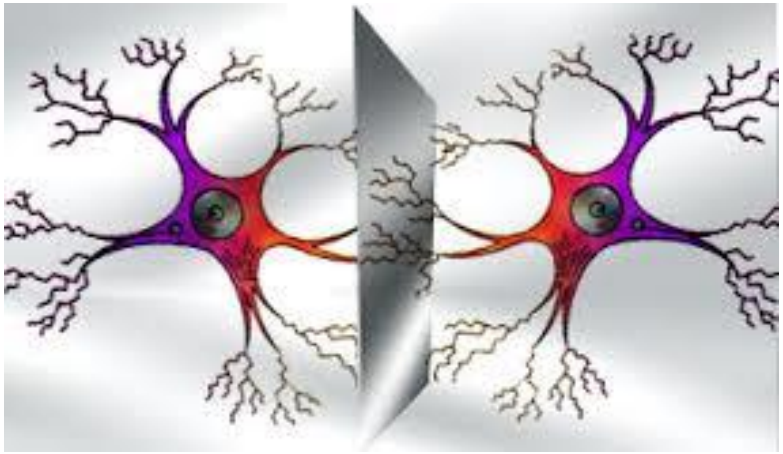


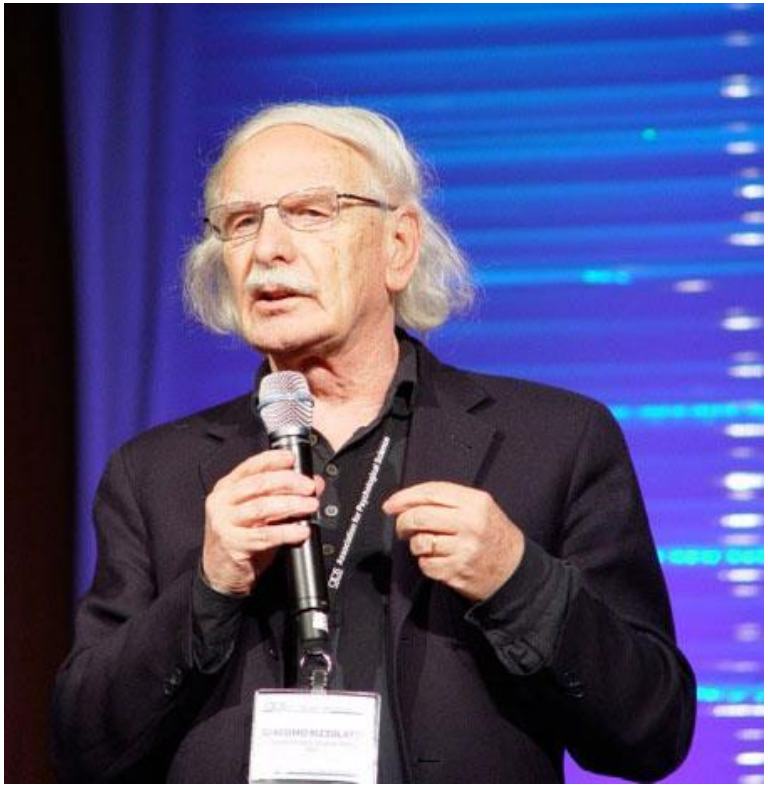
Estructura y Funcionamiento Cerebral



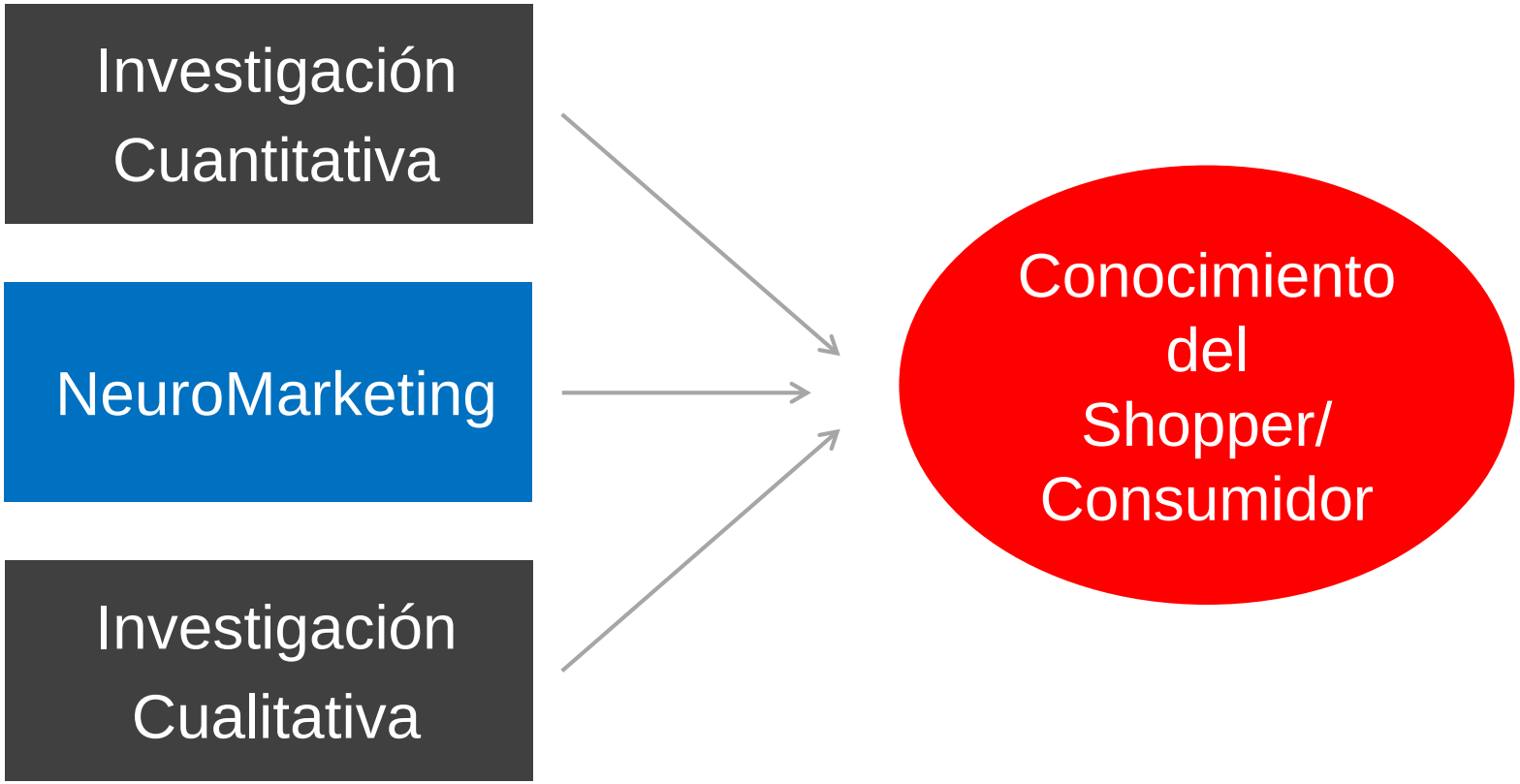
Neuronas Espejo

- Descubiertas y estudiadas por Giacomo Rizzolatti (1992)
- Imitadores por naturaleza
- “Efecto Manada” (supervivencia)
- Adaptación al entorno
- Pertenencia a un grupo





Investigación y Neuromarketing



Uso de las Tecnologías

- FMRi (Resonancia Magnética Funcional)
- EEG (ElectroEncefalograma)
- EYE TRACKING (Seguimiento Ocular)
- GSR (Respuesta Galvánica de la Piel)
- PET (Tomografía por emisión de Positrones)

Neurociencia y Comportamiento Humano

Neurociencia en la empresa

Procrastinación

Es la acción de postergar actividades por otras más “irrelevantes” y “agradables”.

- Gasto en tiempo
- Gasto en dinero
- Gasto en recursos
- Gasto en relaciones

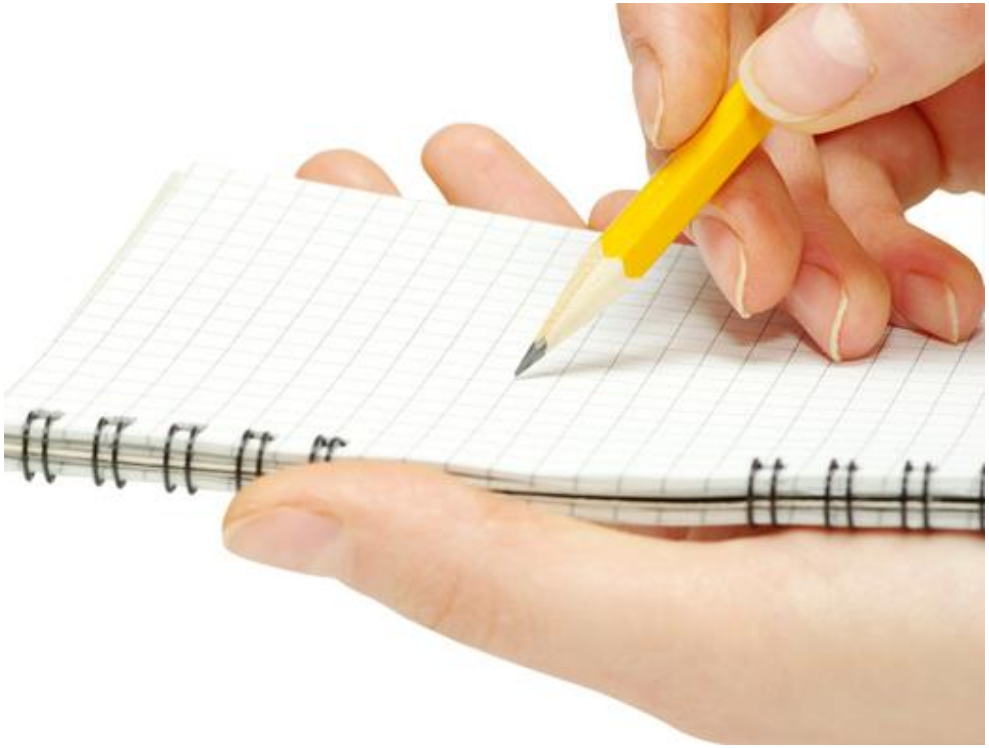
Procrastinación

Caso Pacman de Google:

Celebración de los 30 años del famoso juego generó 120 millones de dólares en pérdidas a las empresas.

Memoria

La memoria es frágil y no somos conscientes de ello.



- Eventos
- Reuniones
- Contratos
- Trabajos
- Fechas
- Personas
- Datos

La Realidad

Cada individuo construye y posee su propia realidad.

Entorno

Hablemos de empatía y “neuronas espejo”.

- Motivación
- Ejemplo
- Acción
- Integración
- Respeto

"El marketing es demasiado importante para dejarla en manos del departamento de marketing".

(David Packard, fundador de Hewlett Packard)

UNIVERSIDAD PERUANA
CAYETANO HEREDIA
POSTGRADO FACULTAD DE CIENCIAS Y FILOSOFÍA

LABNEURO
LABORATORIO DE NEUROCIENCIA
Y COMPORTAMIENTO

DIPLOMADO INTERNACIONAL

NeuroMarketing

& neurociencia aplicada a los negocios

Inicio: 4 de Marzo, 2014

UNIVERSIDAD PERUANA
CAYETANO HEREDIA
POSTGRADO FACULTAD DE CIENCIAS Y FILOSOFÍA

LABNEURO
LABORATORIO DE NEUROCIENCIA
Y COMPORTAMIENTO

PROGRAMA

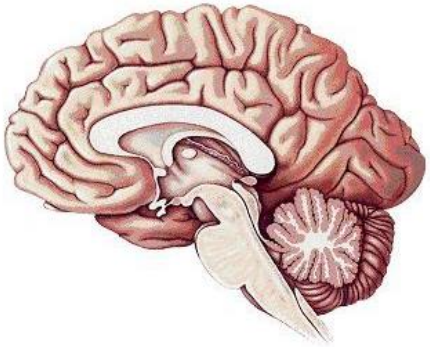
Duración : 6 meses
Inicio : 4 de Marzo, 2014
Horario : Martes y Jueves, 7 a 10 pm.
Lugar : Av. Armendáriz 445, Miraflores
(Campus Miraflores UPCH)

ADMISIÓN

Profesionales con grado de bachiller y/o profesionales de educación superior técnica.
También podrán llevar el Diplomado: estudiantes, empresarios y público en general.

El Diplomado Internacional en Neuromarketing y Neurociencia aplicada a los Negocios está compuesto por **6 módulos** con contenidos especializados asociados a dos áreas específicas:
Neurociencia y **Marketing**

- Base científica de la neurociencia aplicada al marketing
- Estructura y funcionamiento del sistema nervioso.
- Neuropsicología.
- Bioquímica del comportamiento.
- Aprendizaje y memoria.
- Neuronas espejo.
- Uso de la tecnología.
- Enfoque científico del Branding.
- Metodología de investigación en neuromarketing.
- Neuromanagement, servicio al cliente, Aspecto ético.



NEUROTALLERES

Cada módulo cuenta con un taller práctico denominado “NeuroTaller” el cual tiene como función principal la evaluación del alumno en grupos de trabajo, donde se revisarán y aplicarán los conocimientos adquiridos a lo largo del módulo. La metodología será 100% práctica y aplicativa.

Staff Docente

- Luis Ángel Aguilar Mendoza, PhD.
  (Neurociencia, Comportamiento)
- Inmaculada Cubero, PhD.
  (Neuromanagement, España)
- Atilio Falconi, PhD.
  (Neurofisiología, Uruguay)
- Graciela Falco, MD.
  (Neurología clínica, EEG, Uruguay)
- Jorge Luis Linares Weilg, Lic.
  (Publicidad, Marketing, Internet y Negocios)
- Darío Flores Marín, MBA
  (Marketing y Negocios)
- Richard Alexander Cisneros Fernández, Ing.
  (Biología, Neurociencia)
- Doris Anthuanet Caballero Torres, Lic.
  (Comunicación, Habilidades directivas)
- Daniel Jesús Carrión Durand, Ps.
  (Neuropsicología, Neurociencia)
- Rodolfo Condorena, Lic.
  (Marketing, Branding)
- Nelly Huamán, Mag.
  (Investigación de Mercados)
- Rey León Flores, Lic.
  (Bioquímica, Neurociencia)
- Luis Flores Cebrián, Ing.
  (Economía y Estadística)
- Christian Roberto Pitot Álvarez, MVZ.
  (Neuroanatomía, Neurociencia)

¡Gracias!

LABNEURO
LABORATORIO DE NEUROCIENCIA Y COMPORTAMIENTO
UNIVERSIDAD PERUANA CAYETANO HEREDIA

Jorge Luis Linares Weilg

jlinares@neurozoom.com

NeuroZoom
Neurociencia & Negocios

www.labneuro.com

www.neurozoom.com