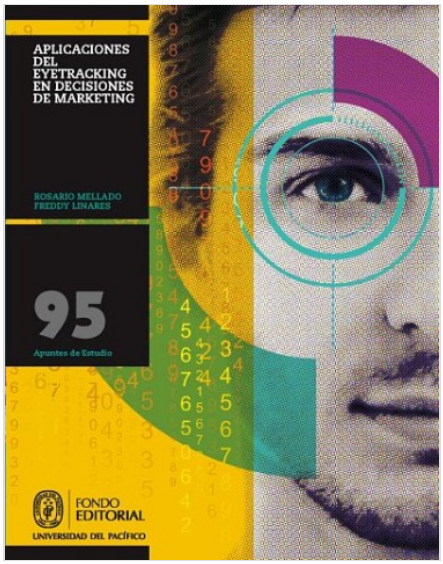
Aplicaciones del eyetracking en decisiones de marketing

Autores

Rosario Mellado, Freddy Linares

Sinopsis

La tecnología de seguimiento ocular (eyetracking) registra los movimientos del ojo humano para interpretar comportamientos poco perceptibles y comprender las preferencias de los consumidores. El texto presenta los usos más frecuentes del eyetracking en la toma de decisiones de marketing, como la evaluación de logotipos y etiquetas, el análisis de las emociones generadas por elementos publicitarios, la influencia de la exhibición en anaqueles y góndolas, y las pruebas de usabilidad de páginas web.



RM

Sobre el autor

Rosario Mellado

Directora senior en Ipsos Perú, antes Apoyo Opinión y Mercado.

Impreso

Año de publicación: 2018

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 22 x 17 x 1.2 cm

Número de páginas del contenido principal: 163 Páginas

ISBN13: 9789972574009

Palabras clave

Administración; Márketing

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

Ha sido vicedecana de Marketing de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad del Pacífico. Magíster en Administración de Empresas y licenciada en Administración por la UP. Se especializó en investigación de mercados en el Terry College of Business de la Universidad de Georgia, en el Burke Institute y la American Marketing Association. Ha sido presidenta del Comité Académico de ANDA y miembro del comité consultivo de los Premios Effie.



Freddy Linares

Director de Neurometrics y fundador del primer laboratorio de eyetracking en el Perú. Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad del Pacífico. Magíster en Ingeniería de Sistemas por la UNMSM y egresado de la Maestría en Psicología con mención en Neuropsicología por la UPCH. Tiene un certificado en Diseño de Interacción e Investigación en Experiencia del Usuario del Nielsen Norman Group. Ha sido miembro directivo de AmCham Perú y de la Sociedad Peruana de Marketing.

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen