

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de artículo académico
previo a la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y
Gestión de Negocios**

**TEMA: “Naturaleza y alcance del seguimiento ocular
como herramienta del neuromarketing”**

AUTORA: Johanna Mishell Bautista Garzón

TUTORA: Psic. María Cristina Abril Freire, Mg.

COTUTOR: Ing. Juan Carlos Castro Analuiza, PhD.

AMBATO – ECUADOR

Agosto 2023



APROBACIÓN DEL TUTOR

Psic. María Cristina Abril Freire, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Naturaleza y alcance del seguimiento ocular como herramienta del neuromarketing**” presentado por la señora **Johanna Mishell Bautista Garzón** para optar por el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 28 de agosto del 2023



Psic. María Cristina Abril Freire, Mg.

C.I. 1803324175

APROBACIÓN DEL COTUTOR

Ing. Juan Carlos Castro Analuiza, PhD.

CERTIFICA:

En mi calidad de Cotutor del trabajo de titulación “**Naturaleza y alcance del seguimiento ocular como herramienta del neuromarketing**” presentado por la señora **Johanna Mishell Bautista Garzón** para optar por el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 28 de agosto del 2023



Ing. Juan Carlos Castro Analuiza, PhD.

C.I. 020180176

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Johanna Mishell Bautista Garzón**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Johanna Mishell Bautista Garzón

C.I.0503997231


APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Lic. Ruth Armenia Zamora Sánchez, Mg.

C.I. 1205775461



Econ. Luis Fabricio Lascano Pérez, Mg.

C.I. 1803521945

Ambato, 28 de agosto del 2023

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi artículo académico con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

A handwritten signature in blue ink, reading "Johanna Mishell Bautista G.", enclosed within a circular scribble.

Johanna Mishell Bautista Garzón

C.I. 0503997231

DEDICATORIA

A mi eterna fuente de inspiración, mi amada hija Camila y mi esposo, les dedico el último tramo de este camino. Sus risas, paciencia y amor incondicional han sido mi combustible en cada paso que di. Cada logro mío es un testimonio de su apoyo constante, y con este logro, espero honrar el amor que me han brindado.

Con gratitud infinita, elevo mi corazón hacia Dios, quien ha sido mi guía constante a lo largo de este apasionante viaje académico. A mis amados padres, les debo más de lo que las palabras pueden expresar: su inquebrantable apoyo, amor y sacrificio han sido el cimiento de mis logros. Sin su confianza en mí y su constante aliento, este logro no habría sido posible.

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi sincera gratitud a la Universidad Técnica de Ambato, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas. La educación que he recibido aquí ha sido un regalo invaluable que me ha permitido crecer académica y personalmente. La excelencia de esta institución y sus recursos han sido fundamentales para mi desarrollo como estudiante y futuro profesional.

No puedo dejar de mencionar a mis respetados tutores y profesores. Sus conocimientos expertos, dedicación y orientación han sido el faro que me ha guiado a través de los desafíos académicos. Cada interacción con ustedes ha sido un privilegio y una fuente constante de inspiración. Sus enseñanzas perdurarán en mi vida mucho más allá de este momento y les estoy profundamente agradecida por su contribución a mi formación.

Mis agradecimientos se extienden a Dios, fuente de fortaleza y guía en cada paso de mi camino. También deseo expresar mi gratitud a mis amados padres, hermanos y seres queridos. Sus ánimos y apoyo incondicional han sido mi ancla en las aguas turbulentas de la vida. Cada logro que alcanzo es un reflejo del amor y aliento que ustedes han derramado sobre mí.

Por último, pero ciertamente no menos importante, dedico un profundo agradecimiento a mi esposo y mi querida hija. Ustedes dos son el motor que impulsa mis aspiraciones y mis esfuerzos. Su paciencia, amor inquebrantable y apoyo constante son mi mayor inspiración. Cada paso en este camino ha sido posible gracias a su presencia en mi vida, y por ello, les estoy eternamente agradecida.

RESUMEN EJECUTIVO

El Neuromarketing, es una nueva disciplina orientada a estudiar los procesos cerebrales que explica el comportamiento y reacción de los consumidores para la toma de decisiones en el mercado, su alcance promueve investigaciones de mercados, productos y servicios, marca, publicidad, posicionamiento y experiencia de compra.

Bajo esta perspectiva el propósito que se plateo fue explorar el potencial del seguimiento ocular (eye tracker) mediante el análisis de datos cualitativos poniendo especial énfasis en su alcance teórico, medición, áreas de investigación, usos, resultados y naturaleza cognitiva, como herramienta del neuromarketing.

En este artículo de naturaleza exploratoria, nos enfocamos en realizar una revisión sistemática de la creciente literatura de artículos científicos con un enfoque en el alcance teórico, uso y aplicación del seguimiento ocular, por medio del software de análisis de datos cualitativos Atlas.ti, utilizando la categorización para etiquetar la información y obtener resultados analíticos sobre el contenido.

Los resultados de este estudio demuestran que el seguimiento ocular es una herramienta valiosa para todo tipo de investigación sobre el comportamiento humano, que logra la detección de datos más precisos de los procesos subyacentes de búsqueda y elección de los consumidores, convirtiéndose en una herramienta estratégica para la obtención de información sobre cómo los consumidores toman decisiones y en consecuencia desarrollar estrategias de marketing más efectivas.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, NEUROMARKETING, SEGUIMIENTO OCULAR, FIJACIONES, ATENCIÓN

ABSTRACT

Neuromarketing is a new discipline oriented to study the brain processes that explain the behaviour and reaction of consumers for decision making in the market, its scope promotes market research, products and services, branding, advertising, positioning and shopping experience.

Under this perspective, the purpose was to explore the potential of eye tracking (eye tracker) through the analysis of qualitative data with special emphasis on its theoretical scope, measurement, research areas, uses, results and cognitive nature, as a neuromarketing tool.

In this article of an exploratory nature, we focused on conducting a systematic review of the growing literature of scientific articles with a focus on the theoretical scope, use and application of eye tracking, by means of the qualitative data analysis software Atlas.ti, using categorization to label the information and obtain analytical results on the content.

The results of this study demonstrate that eye tracking is a valuable tool for all types of research on human behaviour, which achieves the detection of more accurate data on the underlying processes of consumer search and choice, becoming a strategic tool for obtaining information on how consumers make decisions and consequently develop more effective marketing strategies.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, NEUROMARKETING, EYE-TRACKING, FIXATIONS, ATTENTION

**ENLACE DE PUBLICACIÓN O CARTA DE ACEPTACIÓN DEL ARTÍCULO
ACADÉMICO**

<https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia>