

Maestría en

NEUROMARKETING

Trabajo de investigación previo a la obtención del título de Magíster en
Neuromarketing

AUTORES:

María José Guijarro Basantes

Dana Fiorella Lamota Jordan Luisa

Bresilda González Álvarez

Enrique Javier Franco

TUTORES:

Docente titulación

Msc. Paúl Garcés Ruales Mgtr.

José Manuel Navarro

**“EFECTIVIDAD DE ESTIMULOS VISUALES BASADOS EN
NEUROMARKETING PARA EL AUMENTO DE ENGAGEMENT EN LA
CUENTA DE INSTAGRAM DE LILI PINK ECUADOR:**

**MEDICIÓN DE LA ATENCIÓN Y RESPUESTA EMOCIONAL MEDIANTE
EEG Y SEGUIMIENTO DE MÉTRICA DE INTERACCIÓN.**

Quito, junio 2025

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

RESUMEN

Esta investigación desarrolla un modelo teórico-aplicado de neuromarketing digital fundamentado en principios neurocientíficos para optimizar el engagement en plataformas sociales. A través de la aplicación de tecnologías emergentes y análisis de datos avanzados, se proponen cinco estrategias clave para potenciar el engagement, la conversión y la fidelización de la audiencia femenina que es el objetivo de la marca. El plan incluye metodologías de implementación, métricas de evaluación y un sistema de optimización continua basado en neurociencia aplicada al marketing digital.

Palabras Claves:

- Neuromarketing
- Comunicación digital
- Lili Pink
- Instagram
- Engagement
- Conversión
- Fidelización
- Audiencia femenina
- Neurociencia aplicada
- Marketing digital
- Estrategias claves
- Análisis de datos
- Tecnologías emergentes
- Plan estratégico
- Optimización continua

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

ABSTRACT

This document presents a comprehensive neuromarketing and digital communications strategic plan designed specifically for the Lili Pink brand on Instagram. Through the application of neuroscientific principles, emerging technologies, and advanced data analytics, five key strategies are proposed to boost engagement, conversion, and loyalty among the brand's target female audience. The plan includes implementation methodologies, evaluation metrics, and a continuous optimization system based on neuroscience applied to digital marketing.

Keywords:

- Neuromarketing
- Digital communication
- Lili Pink
- Instagram
- Engagement
- Conversion
- Customer loyalty
- Female audience
- Applied neuroscience
- Digital marketing
- Key strategies
- Data analysis
- Emerging technologies
- Strategic plan
- Continuous optimization

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.