



ARTÍCULOS
Y NOTAS

Asociación Educar

PARA EL DESARROLLO HUMANO

NEUROCIENCIAS, NEUROSIDOEDUCACIÓN Y AFINES

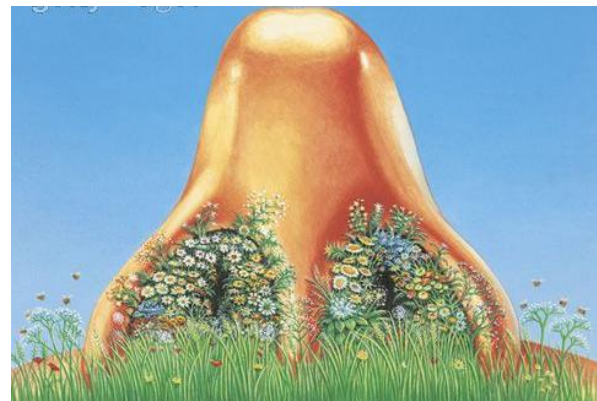


Neuromarketing

El sentido del olfato influye en nuestro cerebro más de lo que imaginamos.

Nse. Marita Castro

El olfato siempre se considero un sentido menor en nosotros, sin embargo diversas investigaciones nos muestran cuan sensibles somos a los factores que lo estimulan, y la gente de marketing esta entre los más intersados en descubrir más sobre el tema.



Actualmente muchas marcas ponen en sus locales aromas exclusivos, buscando que los cerebros de los consumidores puedan recordar más sus espacios y productos.

Otros en cambio, apuestan a olores que son conocidos y dan sensación de bienestar, como la vainilla, café, chocolate, galletas, tostadas, etc., ya que estos producen en las personas placer y atracción, lo que hace que se volteen y detengan por más tiempo a mirar lo que ofrece ese lugar.

Una de las estudiosas y concedora de este tema es Morrin Maureen de la Universidad de Rutgers, quien conjuntamente con Aradhna Krishna de la Universidad de Michigan, realizaron una nueva investigación para demostrar como la memoria puede verse afectada por el olor de un objeto.

Del estudio participaron 151 voluntarios, a quienes se les presentaron tres modelos de lápices, uno con olor a pino que es una fragancia conocida, otro con olor a té, un aroma menos conocido y otro sin olor.

Al realizarse pruebas de memoria dos semanas después, los participantes recordaron mejor a los lápices con aroma, y mucho más en detalle al que tenía la esencia de té.



ARTÍCULOS
Y NOTAS

Asociación Educar

PARA EL DESARROLLO HUMANO

NEUROCIENCIAS, NEUROSIDOEDUCACIÓN Y AFINES



El estudio permitió concluir a las investigadoras, que cuando se incorpora un olor específico a un producto, este causa en el cerebro un carácter distintivo que ayuda a que las personas lo recuerden mejor.

Sumar aromas a marcas o productos permite otorgar bienestar y mayor impacto en la memoria de los consumidores y es algo que ya está en marcha.

Conocer lo que producen en nuestros cerebros por “todos” es una propuesta novedosa e importante, pues nos permite disfrutarlos, sin dejar de darnos cuenta al detectarlos, que vamos a ser influenciados por ellos y que nuestra toma de decisión puede verse comprometida.

www.asociacioneducar.com