

ASINM[®]



ASINM N° 002-006

**PhD. Henry Castillo.
Presidente ASINM**

EL CÓDIGO DEL DESEO: DIFERENCIAS CEREBRALES

Tomado y adaptado del libro de la autoría del PhD. Henry Castillo.
NEUROMARKETING: DESCIFRANDO LOS SECRETOS DE LA MENTE DEL CONSUMIDOR
Disponible en Amazon en: <https://www.amazon.com/dp/B0CYPRPF8W>

AUTOR DE ILUSTRACIONES, DIAGRAMACIÓN, EDICIÓN GRÁFICA: Msc. Rebeca Zapata

LA BASE NEUROLÓGICA

Hombres y mujeres procesan los estímulos de forma distinta debido a su arquitectura cerebral.



Esta activación diferenciada en áreas específicas explica por qué el placer y el deseo se experimentan y se traducen en compras de manera diversa.

EL ENFOQUE MASCULINO

Hipotálamo:

Mayor activación ante estímulos visuales y regulación hormonal.

Amígdala:

Mayor respuesta emocional y fisiológica a los estímulos sexuales en hombres

Estrategia de Neuromarketing:

Campañas con imágenes de alto impacto, acción y gratificación inmediata. El enfoque es directo y visual para captar la atención del sistema hormonal masculino.





EL ENFOQUE FEMENINO

Corteza Cingulada:

Un enfoque más emocional y de toma de decisiones.

Corteza Insular:

Mayor conciencia corporal e integración sensorial, lo que genera una experiencia más introspectiva del placer.

Estrategia de Neuromarketing:

Priorizar la narrativa (storytelling), la conexión emocional profunda y el contexto de la experiencia por encima del estímulo visual aislado.

LA RUTA HACIA LA COMPRA

Regulación del Comportamiento:

La Corteza Orbitofrontal regula la toma de decisiones y los impulsos de forma distinta entre sexos.



El neuromarketing usa este dato para identificar en qué momento un hombre o una mujer es más propenso a finalizar una compra o a detenerse a evaluar consecuencias.



El mercado no vende productos; vende estímulos que resuenan con la arquitectura cerebral de cada sexo.

Referencia:

Georgiadis, J. R., & Kringelbach, M. L. (2012). The human sexual response cycle: brain imaging evidence linking sex to other pleasures. *Progress in neurobiology*, 98(1), 49-81.

NUESTROS PROMOTORES



@asinnneuromarketing



ASINM
SE HACE!



"La información NO es de quien la tiene, SINO de quien sabe UTILIZAR"

El futuro exige Neuro-Líderes, y tú ya eres uno de ellos.

ASINM[®]

ASOCIACIÓN IBEROAMERICANA
Neuromarketing & Negocios



PhD. Neurocientífico. Experto en neuromarketing, neuropsicólogo, neuroeducación y ergonomía cognitiva aplicada a SST. Docente en 40 universidades de 20 países de Europa, Estados Unidos, Latinoamérica.



Autor del libro:
NEUROMARKETING: DESCIFRANDO LOS
SECRETOS DE LA MENTE DEL
CONSUMIDOR Disponible en Amazon en:
<https://www.amazon.com/dp/B0CYPRPF8W>

PhD. Henry Castillo
Presidente ASINM



+593 99 966 7722



www.asinm.org



**ÚNETE A NUESTRA RED GLOBAL
Y ASEGURA TU LUGAR EN LA
VANGUARDIA.**

