Un estudio de la UPV y la UV revela que el recorrido y la mirada del cliente predicen la compra en tienda - Levante - 18/05/2016

Un estudio de la UPV y la UV revela que el recorrido y la mirada del cliente predicen la compra en tienda

▶ La investigación emplea realidad virtual y neurociencia para analizar el patrón que siguen los consumidores

E. P./LEVANTE-EMV VALENCIA

■ Un estudio de investigadores de la Universitat Politècnica de València y la Universitat de València, que integra neurociencia y realidad virtual para analizar el proceso de compra, ha concluido que el recorrido que trazamos en las tiendas y el patrón visual de la mirada predicen el comportamiento a la hora de comprar.

Este estudio pionero, publicado en el *Journal of Business Research*, ha evaluado el comportamiento de más 100 personas en un entorno virtual que recrea un supermercado.

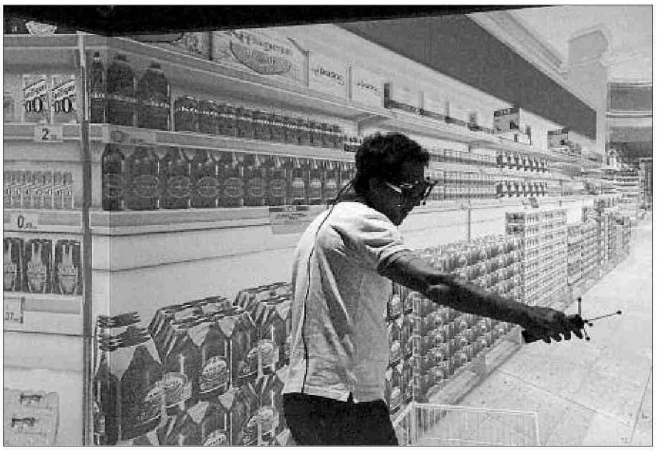

Imagen de la simulación durante el estudio. LEVANTE-EMV

El equipo de la UPV y la UV realizó las mediciones con tecnología HBT (Human Behaviour Tracking), que permite conocer por dónde está andando el sujeto y a qué marca está mirando, midiendo su comportamiento; y de Eye Tracking (ET) o seguimiento ocular, para medir dónde y cómo mira el cliente. Este tipo de estudios permite constatar el potencial de la realidad virtual como herramienta de simulación en un entorno de «alto realismo».