



Javier Marín, investigador y data scientist, jamarmo@i3b.upv.es

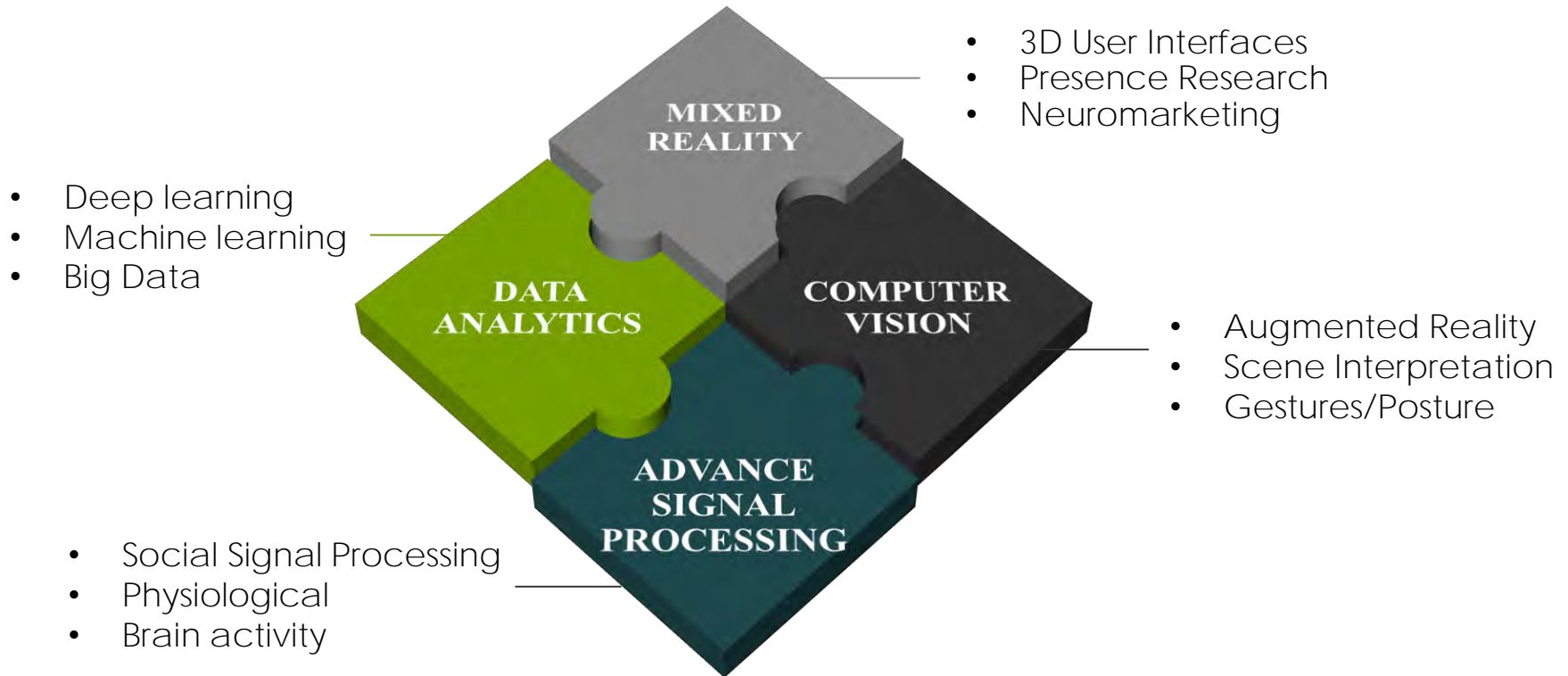


Quienes somos



Nuestros pilares

Cuatro de los pilares más disruptivos en Innovación



Nuestras líneas

Alineados con el futuro



AT3 Technology Assisted Therapy & Training



CBR Consumer Behaviour Research



CVAR Computer Vision & Augmented Reality



NBR NeuroRehab & Brain Research Group

TECHNOLOGY
ASSISTED
THERAPY
& TRAINING

CONSUMER
BEHAVIOUR
RESEARCH

COMPUTER
VISION
& AUGMENTED
REALITY

NEUROREHAB
& BRAIN
RESEARCH



Hacemos rentables los avances científicos.

Hablamos el idioma académico y el de la empresa

Laboratorio
multidisciplinar de
referencia mundial en
Neurociencia,
Inteligencia Artificial,
Realidad Aumentada y
Realidad Virtual.



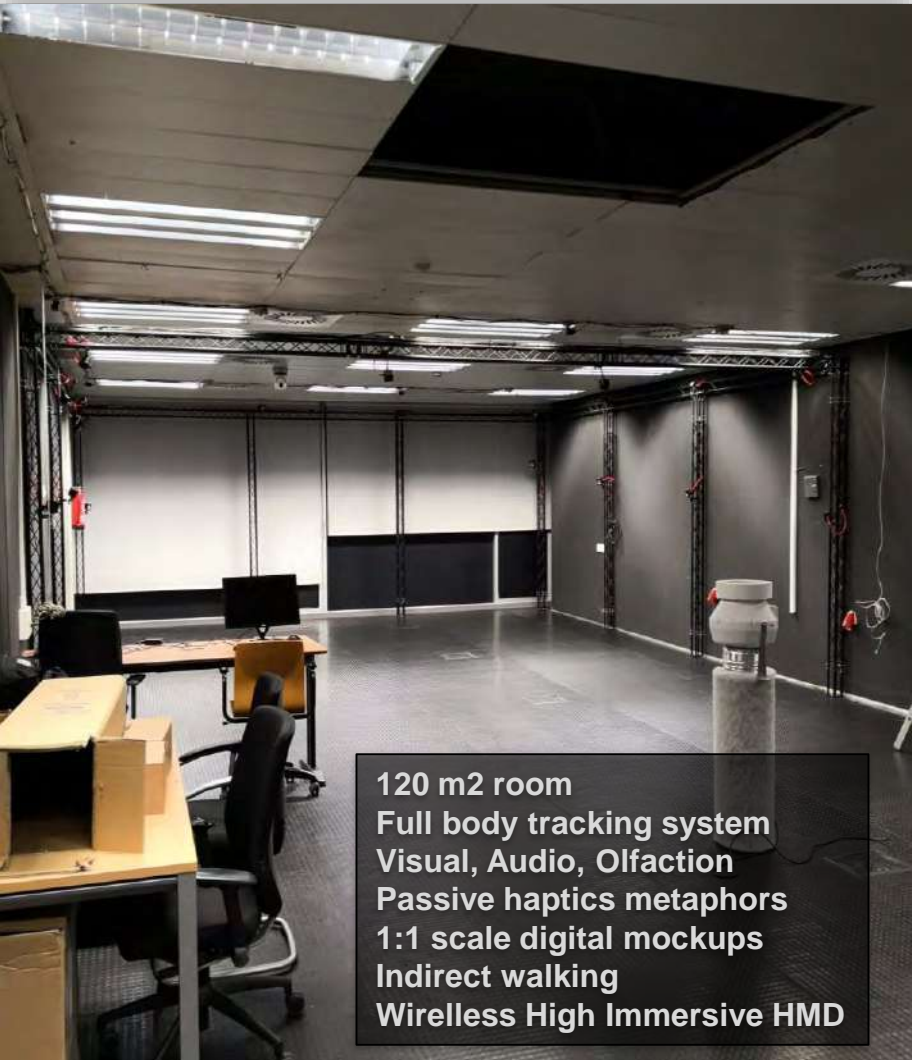
Llevamos la Innovación
del Instituto a soluciones
empresariales con una
claro valor en el
mercado

Esta combinación nos
hace únicos en
Innovación Tecnológica
aplicada al mundo de
los negocios



Nuestras instalaciones

El mejor espacio en Europa de **Neurotecnologías Inmersivas**



120 m2 room
 Full body tracking system
 Visual, Audio, Olfaction
 Passive haptics metaphors
 1:1 scale digital mockups
 Indirect walking
 Wireless High Immersive HMD



Advance Group

HBT: analyzing gestures



Facial expression analysis



SMI
ET GLASSES



ET TOBII TX 300

NeuroAdvance Group

B.alert x10 EEG



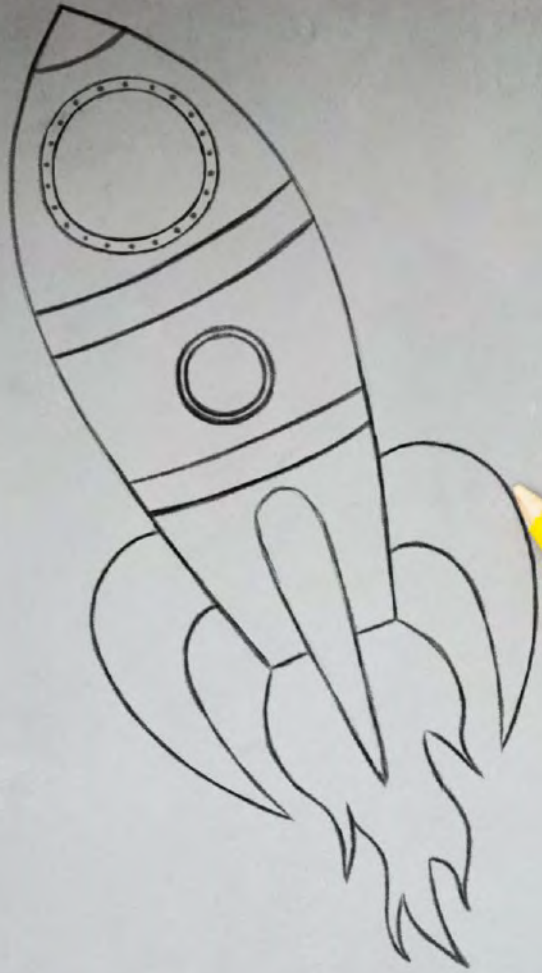
HRV from one
lead ECG



EDA with two
electrodes placed
in fingers



Que hacemos



Perception studies



Evaluamos la percepción del usuario ante el diseño o producto propuesto.

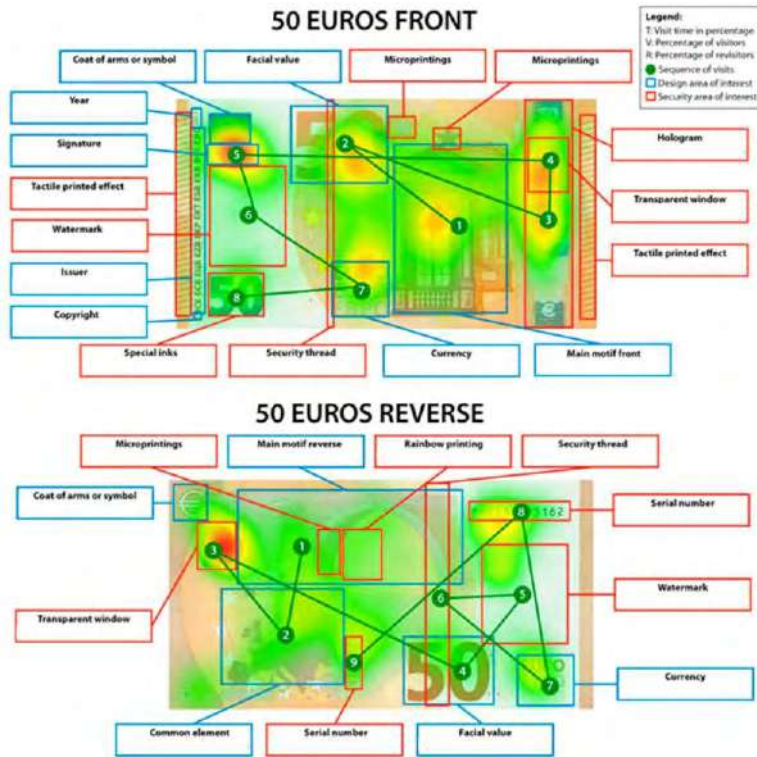


Perception studies

Producto físico

Material audiovisual

Web multispositivo



Perception studies

Producto físico



**Material
audiovisual**

**Web
multispositivo**



**Consumer Neuroscience-Based
Metrics Predict Recall, Liking and
Viewing Rates in Online Advertising**

Jaime Guixeres^{1}, Enrique Bigné², Jose M. Ausin Azofra¹, Mariano Alcañiz Raya¹,
Adrián Colomer Granero¹, Félix Fuentes Hurtado¹ and Valery Naranjo Ornedo¹*



Perception studies

Producto físico

Material audiovisual

Web multispositivo



Eyetracking:

Detecta la atención visual en tiempo real durante la navegación en una página web o en una APP.



(GSR)

Respuesta galvánica:

Mide el nivel de excitación y de estrés durante la navegación de las páginas web.



(EEG)

Electroencefalograma:

Para evaluar las respuestas cognitivas, como los cambios de nivel de motivación y carga cognitiva.



Facial coding:

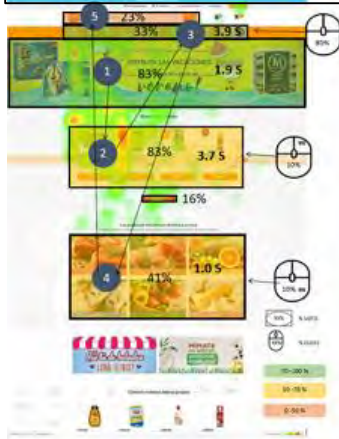
Comprender cómo afecta a las emociones la interfaz y el contenido de la página web a través de la gesticulación facial.



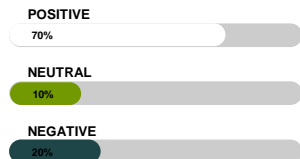
Cuestionario:

Verbalizar la respuesta del usuario frente a lo que percibe.

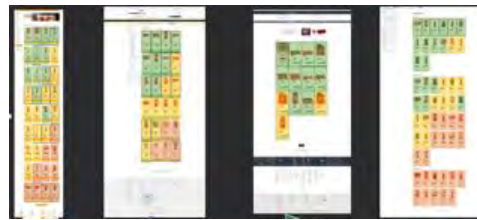
Visual attention, scroll, clicks and sequence



Emotion responses during task execution

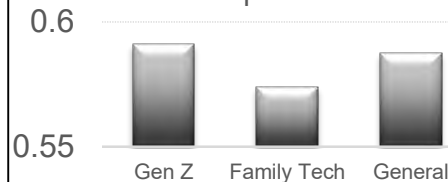


Benchmarking

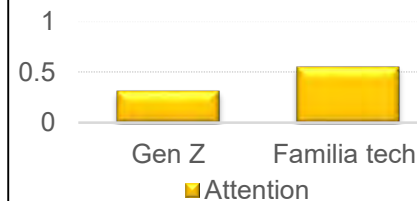


Client Competitor 1 Competitor 2 Competitor 3

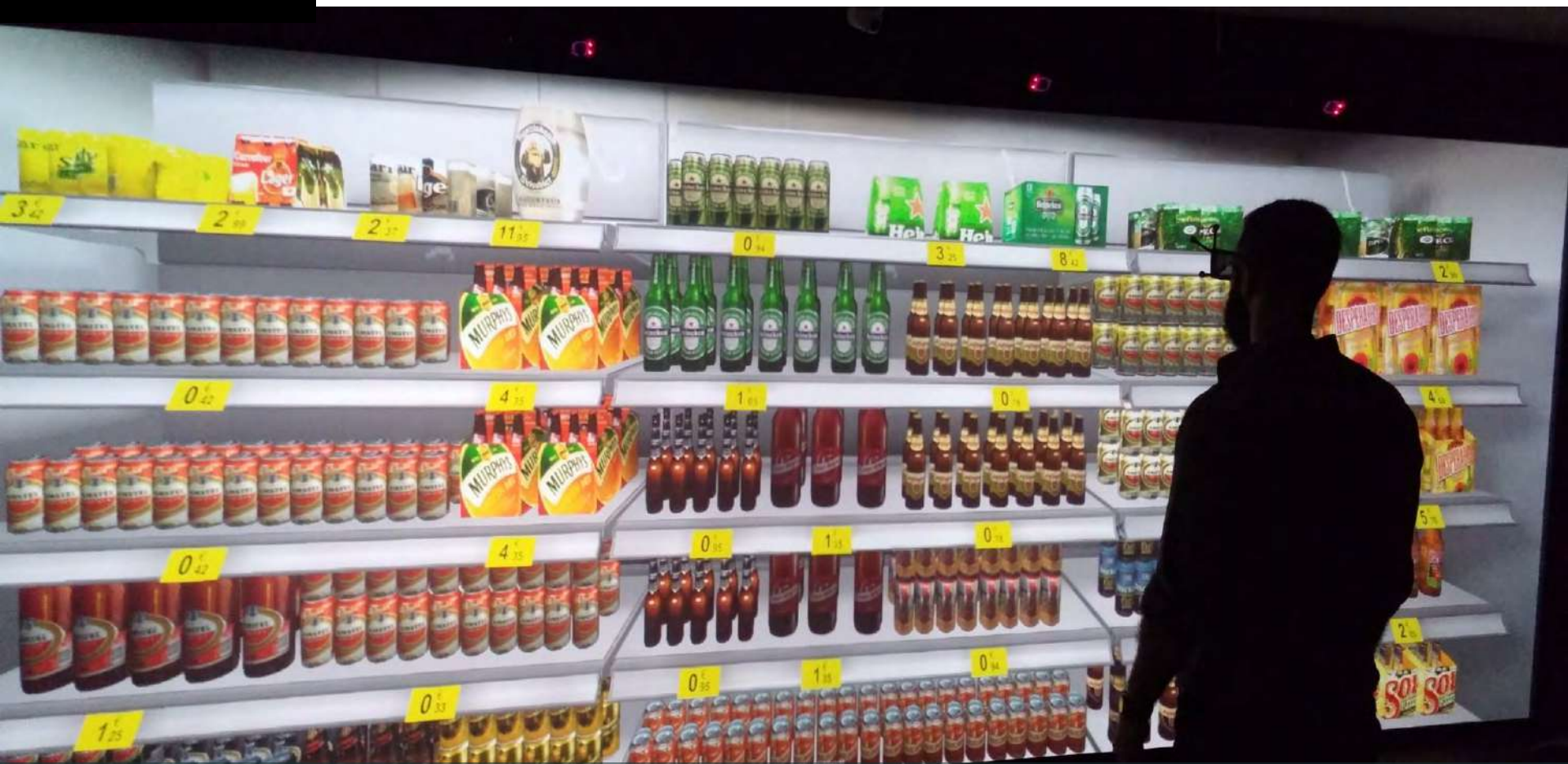
Level of mental saturation of web experience



Brain Engagement



Shopperlab

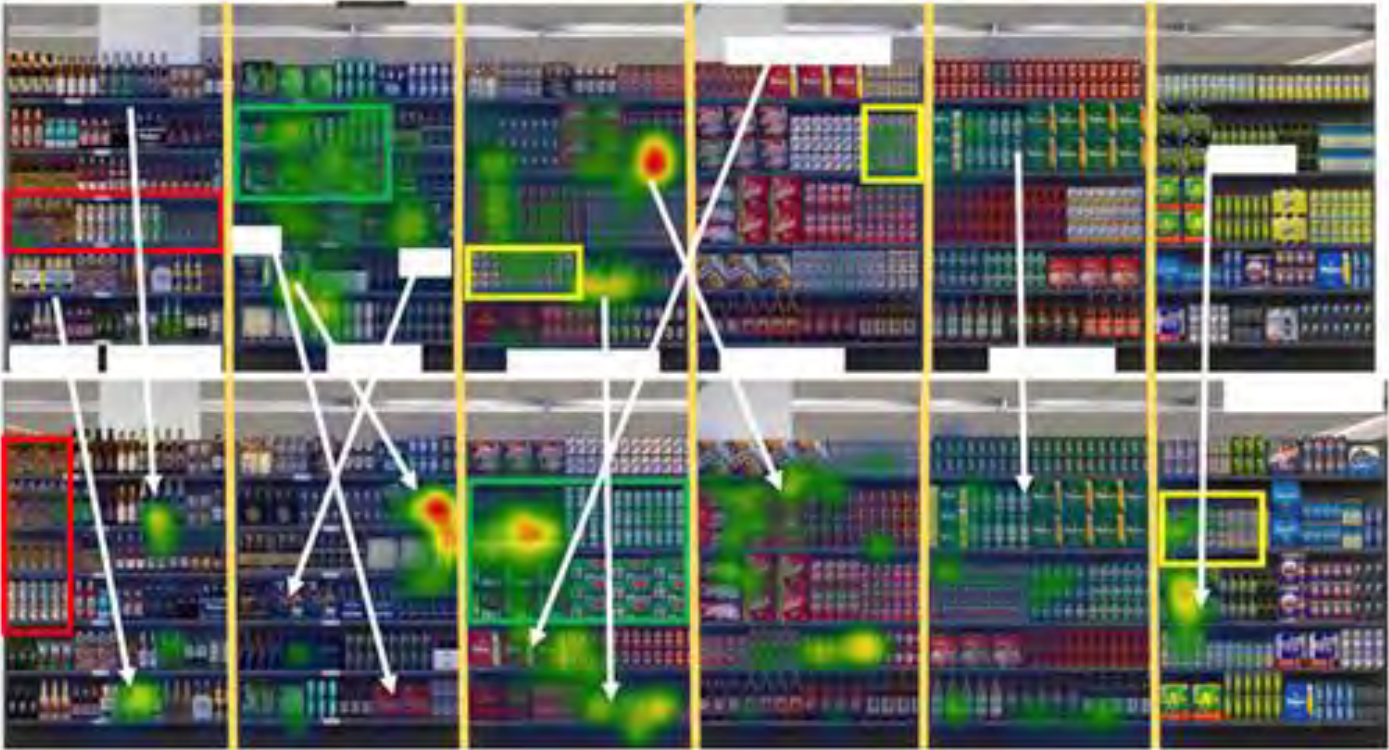


Evaluar el impacto del diseño y producto en el comprador a nivel comportamental y emocional.



Shopperlab

Power-wall



Shopperlab



Head Mounted Display





PHYGITAL

Tecnología con inteligencia artificial para mejorar nuestra experiencia en el punto de venta



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

Universitat Politècnica de València
www.upv.es



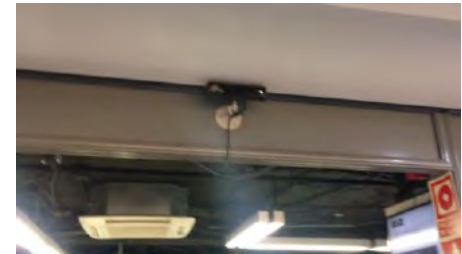
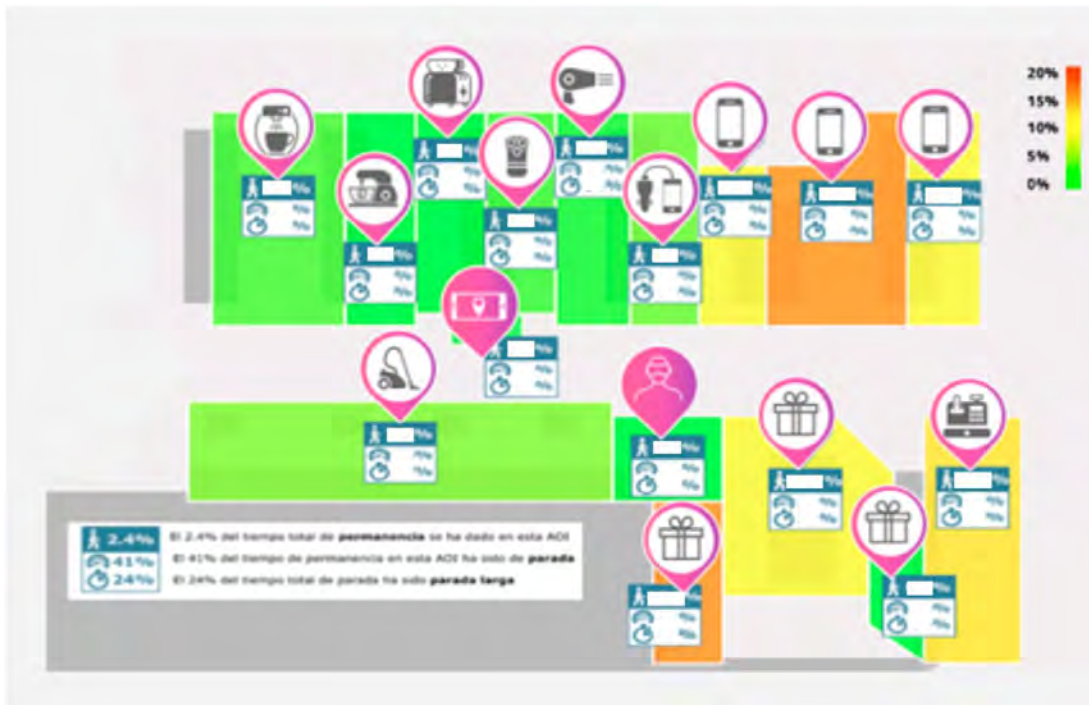
Phygital

Totem VR



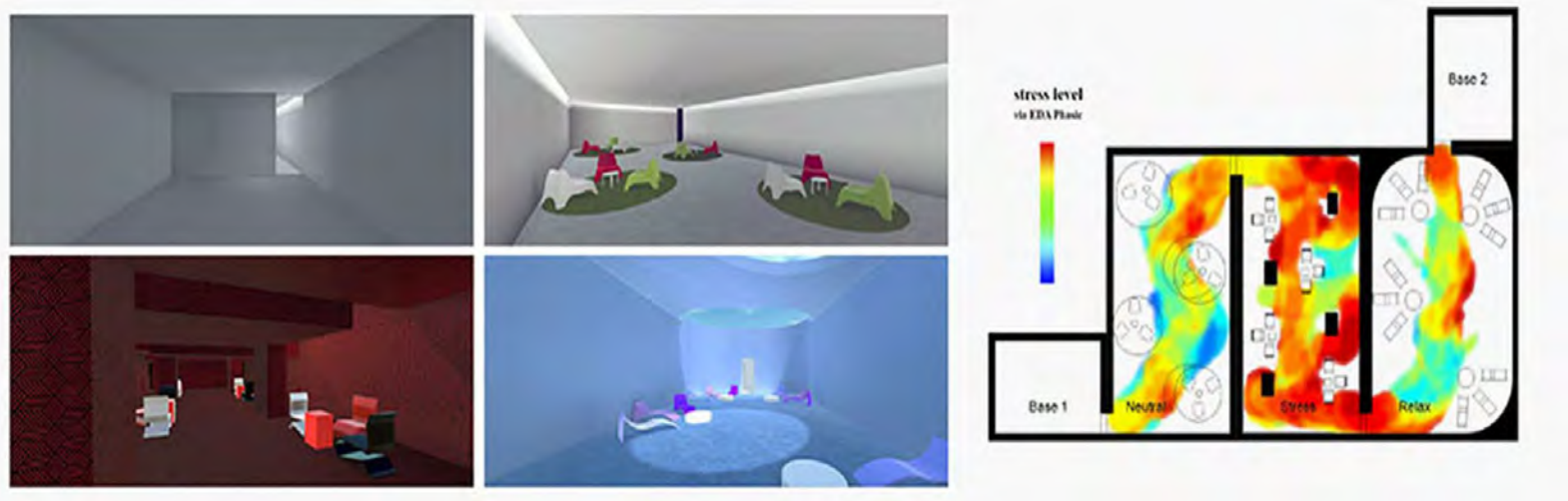
Phygital

Data Analytics

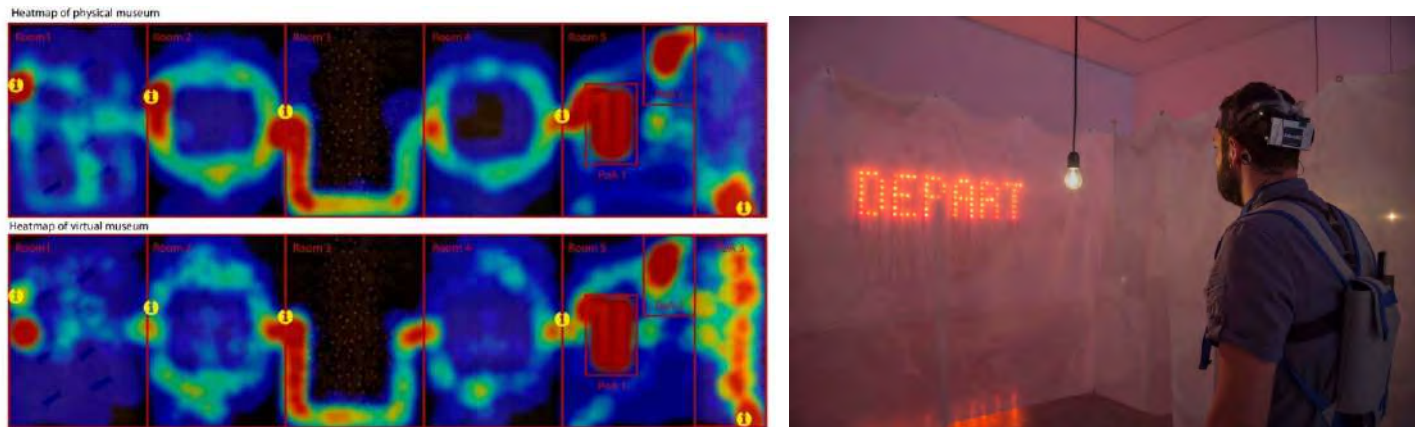


Phygital

Análisis de espacios usando Realidad Virtual



Análisis de espacios reales





UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA