

Investigador en neurociencia y marketing es profesor distinguido Tec



Martin Reimann, experto en conducta del consumidor y neurociencia, ha inspirado a investigadores desde Magdeburgo hasta la Universidad de Stanford

09/11/2022

Alejandro Salazar

El renombrado **investigador** [Martin Reimann](#), académico líder en los campos de **psicología, ciencia cognitiva y medicina veterinaria**, continúa su viaje como **profesor distinguido** en el [Tec de Monterrey](#).

Reimann se une a la [EGADE Business School](#) como parte de la iniciativa [Faculty of Excellence](#) del Tec, enfocada en atraer a profesores extraordinarios y reconocidos internacionalmente.

*“Me gustaría **ayudar a los estudiantes a tener éxito**, a tomar la visión de la **psicología social experimental** como científicos sociales y tratar de **entender el comportamiento humano** desde esa perspectiva”,* explicó Raimann.

Anteriormente, el **académico ha sido distinguido como invitado y orador especial** en universidades e instituciones de renombre dentro de los **Estados Unidos, Alemania y México**.

El profesor también ha sido **acreedor de diversos premios y distinciones** en el globo, siendo reconocido dentro de la **lista de los 20 mejores psicólogos de 40 años y menos** en 2017.

La pasión que lo ha llevado a través del globo

Originario de **Stuttgart**, ciudad manufacturera al sur de Alemania, **Reimann** comenzó a formar un interés por la **relación entre las industrias y sus consumidores**.

*“Creo que **Stuttgart** es en realidad **muy similar a Monterrey** lo cual considero magnífico; producen **coches, la industria electrónica y muchas otras cosas**”,* recordó el profesor de su **ciudad natal**.

Buscando **alimentar su creciente interés por el comportamiento humano**, Reimann continuó sus estudios superiores en diferentes universidades de Alemania para luego complementar su formación en **Estados Unidos**.

Tras realizar su **maestría en la [Leipzig Graduate School of Management](#)**, con una especialización en Marketing, el investigador líder obtuvo un **doctorado en Marketing en la [Technische Universität Freiberg](#)**.

*“**Después de mis estudios en Alemania**, trabajé en distintas industrias durante varios años, particularmente en la **industria alimentaria y en la química**, algo que me brindó mucha **experiencia de campo**”,* reflexionó Martin.

Gracias a su **constante esfuerzo por entender la mente humana**, el investigador tuvo la oportunidad de realizar un **posdoctorado de Psicología en la Universidad de Stanford**, una de las principales instituciones de investigación y enseñanza del mundo.

*“Siempre me fascinó el comportamiento humano, por eso me metí en la Psicología para poder entender mejor las explicaciones subyacentes de por qué la gente hace lo que hace y las cosas que eligen. **Eso fue lo que me trajo hoy al Tec**”, comparte el académico.*

En búsqueda de mejorar la calidad de vida de las personas

Dentro del **bagaje de proyectos** que han llevado a Reimann a ser uno de los **investigadores líderes en la academia**, el profesor recuerda un **experimento clave** que engloba su camino estudiando el **comportamiento de los consumidores hacia la comida**.

*“Hay un **proyecto que me entusiasma muchísimo hablar** porque aparte de que lo hice con un antiguo estudiante de doctorado que luego se convirtió en profesor en Estados Unidos, **se inspiró en una cafetería**”, compartió sonriendo el investigador.*

Según cuenta Martin, un día que su colega y él **estaban almorzando en una cafetería universitaria**, notó la **forma lineal en la que las personas conseguían su almuerzo** y consecuentemente lo **ingerían en dicho orden**.

*“**Entras, te formas en una línea de personas** y conforme avanzas cada uno hace su elección: primero se escoge entre una sopa o ensalada, luego el plato principal y finalmente tienes el postre, **es un proceso muy, muy sistemático**”, explicó.*

*“Así que ese día nos dijimos, espera un minuto: '**¿Qué pasa si cambiamos el orden?** ¿Qué pasa si eliges primero el postre, luego el principal y luego esta otra cosa? ¿Y si solo se trata de las opciones?'”, continuó.*

De acuerdo con el profesor, su compañero y él encontraron que si **se invertía el orden de la comida presentada**, posicionando el postre primero y finalizando con la entrada, **el consumo final de calorías se reduce**.

*“Creemos que esto sucede porque primero percibes las opciones con un alto contenido calórico y como en tu mente **ya hiciste una elección indulgente**, el resto de las **porciones disminuye al intentar compensarla**”, aclaró.*

Con este tipo de **proyectos investigativos**, Reimann espera poder **ayudar a las personas a mejorar sus hábitos alimenticios** a través de la **toma de decisiones más saludables y conscientes**.

Cara a cara con los retos de la neurociencia en marketing

Como uno de los **expertos encabezando su área**, Reimann ha tenido la oportunidad de reflexionar sobre el estado en el que los **estudios sobre el comportamiento de los consumidores se encuentran y sus retos**.

Para el profesor invitado, uno de los **temas con mayor relevancia hoy en día** dentro de este campo de investigación se relaciona a la **forma en la que los investigadores estudian a los consumidores**.

*“Creo que **como investigadores tenemos que entender mejor la diversidad** que hay en el **comportamiento de los consumidores**, ya que a menudo los segmentamos en grupos demasiado grandes”, comparte.*

“Tenemos que ampliar nuestra comprensión y abrazar las diferencias. Creo que hay muchas oportunidades ahí”, añadió.

Trabajar con distintas variables demográficas, como el género desde una perspectiva no binaria, es uno de los retos que Reimann reconoce y se encuentra **entusiasmado por estudiar dentro de su trayectoria como investigador**.

Asimismo, el profesor reconoce que **factores como la edad ha causado que segmentos como los consumidores mayores sean descuidados** tanto por los académicos como por los fabricantes de productos.

*“Cada vez **más consumidores se quedan fuera** debido a que no hay nada para ellos y **eso es una gran pérdida**. Tenemos que **invertir más empatía y tomar la perspectiva de otros** fuera de nuestra mentalidad binaria”, reflexionó Reimann.*

*“**Es necesario vivir en los zapatos del consumidor** por un tiempo para entender cuáles son sus desafíos. A partir de ahí, creo que surge una gran cantidad de nuevas ideas para productos, servicios y oportunidades”, agregó.*

Los **efectos que la pandemia tuvo sobre el comportamiento de las personas**, particularmente sobre sus hábitos y formas de relacionarse, también es destacado por el maestro como un **punto relevante para estudios actuales y futuros**.

Buscando inspirar en el Tec como profesor-investigador “top” en su campo

Tras años de investigación y enseñanza, **Martin Reimann llega a la EGADE Business School del Tec** como parte de **Faculty of Excellence**, iniciativa que busca traer a profesores “top” con reconocimiento global a la facultad de la institución.

A pocos días de haber llegado, el **profesor reconoce la emoción que tiene** no solo de formar parte de esta iniciativa sino de las **oportunidades de colaboración y mentoreo que esta significa**.

*“Es maravilloso. **Estaba extremadamente honrado cuando me dijeron y reunirme con otros profesores del programa me llena de inspiración** porque me doy cuenta que muchos de ellos están fuera de mi área principal”, cuenta Martin.*

*“**Me gusta inspirarme en otros campos**, como las artes visuales, la música, las matemáticas e incluso la inteligencia artificial. Ya tenemos planes y diferentes ideas para ver si esto puede **convertirse en proyectos de investigación conjuntos**”, señaló.*

Por otro lado, el educador indica la **importancia que sus actuales estudiantes** tienen dentro de su visión como **parte de la facultad de excelencia del EGADE Business School**.

Del mismo modo en el que **Reimann busca colaborar con sus colegas**, el profesor abre la **oportunidad de trabajar de manera intrínseca con sus estudiantes** para desarrollar **nuevos proyectos de investigación**.

*“Me encantaría poder ayudar a los estudiantes e inspirarlos a permanecer en el mundo académico, en convertirse en **expertos en sus campos** a partir de sus preguntas de investigación particulares”, expresó.*

Finalmente, el **nuevo miembro de la Faculty of Excellence** compartió su visión en la que los **estudiantes sean capaces de ampliar la discusión académica** y de **hacer contribuciones sustantivas y prácticas** que puedan ser implementadas para **mejorar la calidad de vida de las personas**.

¿Qué es *Faculty of Excellence*?

El **Tec de Monterrey** ha comenzado a reunir **líderes destacados mundialmente** dentro de su iniciativa **Faculty of Excellence**, para que formen parte de la labor docente de la institución.

Esta iniciativa busca reunir a **100 profesores internacionales** para ampliar la experiencia de aprendizaje de estudiantes, promover la cooperación internacional, la innovación, diversidad e investigación multidisciplinaria.

Conoce a otros profesores pertenecientes a esta **iniciativa** aquí:



Faculty of Excellence: atracción de líderes globales a la docencia Tec

Faculty of Excellence es una iniciativa que busca atraer a profesores extraordinarios al Tec



conecta.tec.mx • Asael Villanueva • Nov 9

TAMBIÉN TE PUEDE INTERESAR:

<https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/educacion/referente-mundial-de-urbanismo-se-une-al-tec-como-profesor-distinguido>



