

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN.....	1
1.1.	Email marketing	1
1.2.	Revisión de literatura	2
1.2.1.	Social Labeling.....	2
1.2.2.	Context Effect	3
1.2.3.	Orden en la información de precio	3
2.	OBJETIVOS.....	4
1.1.	Objetivo general	4
2.1.	Objetivo específico.....	4
3.	ALCANCES.....	5
4.	MÉTODO.....	5
4.1.	Métricas conductuales	5
4.2.	Diseño experimental.....	6
4.2.1.	Experimento piloto Social Labeling.....	6
4.2.2.	Experimento 1 Attraction Effect	7
4.2.3.	Experimento 2 Attraction Effect	9
4.2.4.	Experimentos de Precio vs. Sin Precio.....	10
4.2.4.1.	Experimento electrodomésticos.	10
4.2.4.2.	Experimento tecnología audiovisual.	11
4.2.4.3.	Experimento moda mujer 1, kimonos.	11
4.2.4.4.	Experimento moda mujer 2, lino 1.....	12
4.2.4.5.	Experimento moda mujer 3, lino 2.....	13
5.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	14
5.1.	Resultados experimento Social Labeling	15

5.2.	Discusión resultados Social Labeling	18
5.3.	Análisis de resultados Attraction Effect.....	18
5.4.	Discusión resultados Attraction Effect.....	21
5.5.	Análisis de resultados Precio vs. Sin precio.....	22
5.6.	Discusión resultados Precio vs. Sin precio.....	25
6.	CONCLUSIONES	26
7.	CITAS BIBLIOGRÁFICAS	28
7.1.	Bibliografía.....	28
8.	GLOSARIO.....	30
9.	ANEXOS.....	32