

# **Apuntes de Comportamiento del Consumidor**

**Presenta:**

Hannia Guadalupe Juárez Olán

**Asignatura Impartida por la o el:**

Dra. Minerva Camacho Javier

Ciclo 02/2025 - 06/2025

## Índice

### Introducción

#### **A. Diarios semanales.....**

- a) Semana 1
- b) Semana 2
- c) Semana 3
- d) Semana 4
- e) Semana 5
- f) Semana 6
- g) Semana 7
- h) Semana 8
- i) Semana 9
- j) Semana 10
- k) Semana 11

#### **B. Investigación Documental.....**

- a) Unidad 1.
- b) Unidad 2.
- c) Unidad 3.
- d) Unidad 4.
- e) Unidad 5.

### Conclusión

### Referencias

## **Introducción**

Este trabajo reúne evidencias, reportes de lectura y diarios semanales con la intención de mostrar todo lo aprendido durante el curso. No solo busca cumplir con lo que se pide académicamente, sino también destacar lo valioso de cada actividad, reflexionando sobre lo que se aprendió, las habilidades que se desarrollaron y el crecimiento que se tuvo como estudiante.

Este documento ayuda a repasar y comprobar el camino recorrido a lo largo del semestre. Permite ver cómo se entendieron los temas, cómo mejoró la capacidad de analizar y cómo se fortaleció el pensamiento crítico, lo cual es muy importante en la universidad.

El contenido está dividido en tres partes. La primera incluye los diarios semanales, que muestran las actividades y trabajos realizados en clase. Estas evidencias ayudan a ver el nivel de avance y el compromiso del estudiante.

La segunda parte contiene los reportes de lectura, hechos a partir del análisis de textos relacionados con el curso. Estos reportes ayudan a mejorar la comprensión, la capacidad de resumir ideas y de dar opiniones con argumentos.

Por último, se presenta una conclusión y la lista de referencias que apoyan todo lo trabajado.

## **A. DIARIOS SEMANALES**

## **Semana 1**

**04/02/2025**

### **Inicio**

En el comienzo del curso, la profesora nos dio la bienvenida con una actitud muy amable. Nos presentó la materia y aprovechamos para presentarnos entre todos, lo cual ayudó a romper el hielo y crear un ambiente amigable, aunque costó un poco por el horario tan temprano, a las 6 de la mañana.

### **Desarrollo**

Durante la semana, la profesora nos explicó cómo íbamos a trabajar a lo largo del semestre. Nos mostró dónde conseguir los documentos que necesitábamos para las clases y nos habló sobre el portafolio de evidencias que íbamos a construir usando la plataforma Wix. Después, empezó a explicarnos cada documento con calma y ejemplos, incluyendo los formatos de investigación, los diarios semanales y cómo debíamos organizar todo en el portafolio digital.

### **Fin**

Al terminar la semana, resolvió dudas que surgieron entre los compañeros y nos dio una retroalimentación sobre cómo se llevaría la materia. Cerramos con una pequeña autoevaluación, donde reflexionamos sobre cómo nos vemos como estudiantes de Mercadotecnia.

## **Semana 2**

**10/02/2025**

### **Inicio**

Durante el inicio de la segunda semana, recibimos el encuadre y la planeación didáctica de la materia *Comportamiento del consumidor*. Esto nos ayudó a conocer mejor cómo se va a desarrollar la clase y a entender claramente lo que se espera de nosotros.

### **Desarrollo**

La profesora dedicó tiempo a explicar paso a paso cada una de las unidades del curso, así como los temas y actividades que incluye la planeación. Aunque los documentos ya venían con instrucciones, ella los explicó en clase con detalle, resolviendo dudas y asegurándose de que todos comprendiéramos.

### **Fin**

Para cerrar la semana, se llevó a cabo una retroalimentación general entre la profesora y el grupo. Esta actividad ayudó a aclarar ideas, reforzar acuerdos y motivarnos a empezar con una actitud positiva el proceso de aprendizaje y desarrollo personal en esta materia.

## **Semana 3**

**17/02/2025**

### **Inicio**

Durante la tercera semana, comenzamos con nuestra primera actividad de la materia. Esta se enfocó en los temas de la Unidad 1, del punto 1.1 al 1.4, y de acuerdo con las instrucciones de la planeación, debíamos presentarla en un mapa mental.

### **Desarrollo**

La profesora nos explicó cómo debía estar organizado el mapa mental y nos mostró ejemplos. El resto de la semana lo dedicamos a investigar la información necesaria. Llevamos material a clase para trabajar y, con el apoyo de la profesora, fuimos armando el mapa mental. Los temas tratados fueron una introducción a la conducta del consumidor, que es la base de todo lo que veremos en la asignatura.

### **Fin**

Para terminar la semana, entregamos nuestro primer trabajo. La clase cerró con una breve retroalimentación grupal sobre el avance logrado.

## **Semana 4**

**24/02/2025**

### **Inicio**

En la cuarta semana de clases continuamos trabajando con la Unidad 1, enfocándonos en el tema 1.5 según la planeación de la materia.

### **Desarrollo**

Gracias a que terminamos la actividad antes del tiempo previsto, realizamos una dinámica diferente: una pequeña actividad de observación en campo. Salimos a observar el comportamiento de un estudiante dentro de la universidad y anotamos cada una de sus acciones. Después reflexionamos sobre la experiencia y comprendimos que muchas veces solemos emitir juicios rápidos sobre las personas, lo cual no es adecuado en especial dentro del campo de la mercadotecnia.

### **Fin**

En la retroalimentación final, aprendí lo importante, observar sin prejuicios. Esta actividad me ayudó a entender que, como futuros mercadólogos, debemos analizar el comportamiento del consumidor de manera objetiva sin juicios previos.



## **Semana 5**

**03/03/2025**

### **Inicio**

La profesora nos habló sobre diferentes enfoques para estudiar el comportamiento del consumidor, como el económico, psicoanalítico, conductista y sociocultural.

También discutimos cuándo y cómo es útil cada uno según el contexto.

### **Desarrollo**

Cada uno eligió un enfoque para hacer un mapa conceptual que explicara sus bases teóricas y cómo se puede aplicar en estrategias de marketing. Después, algunos compañeros hicieron presentaciones cortas para explicar por qué su modelo es importante. Por último, nos enseñaron cómo organizar y presentar el mapa conceptual para que la información sea clara y fácil de entender.

### **Fin**

Al final, el mapa conceptual nos ayudó a comprender la importancia de estudiar el comportamiento del consumidor y cómo esto nos prepara para ver el futuro en los ojos de la mercadotecnia.

## **Semana 6**

**10/03/2025**

### **Inicio**

Realizamos una actividad especial para despertar y ejercitar nuestros sentidos.

### **Desarrollo**

La profesora nos pidió traer un paliacate o un trapo para cubrirnos los ojos.

Primero, caminamos por el pasillo de la escuela con los ojos abiertos, prestando atención a los sonidos, olores, objetos y sensaciones que percibíamos normalmente, después ya con los ojos vendados, recorrimos la misma distancia otra vez. Al regresar al salón, compartimos nuestras experiencias y lo aprendido de esta actividad.

### **Fin**

Esta actividad nos ayudó a darnos cuenta de lo importante que es estar atentos a nuestro entorno. Como futuros mercadólogos, aprender a observar y escuchar con todos los sentidos nos ayuda a entender mejor el mundo que nos rodea como personas y/o estudiantes.

## **Semana 7**

**17/03/2025**

### **Inicio**

Esta semana comenzamos la Unidad 2, que trata sobre la segmentación y los tipos de consumidores. La profesora nos dio instrucciones para presentar este tema en una infografía.

### **Desarrollo**

Durante la semana, analizamos varios tipos de preguntas que nos ayudarán a guiar nuestra investigación documental. Con estas indicaciones, avanzamos en nuestra tarea de hacer una infografía donde respondimos esas preguntas y entendimos su significado. Cada uno elaboró una infografía para mostrar visualmente las formas en que se puede segmentar un mercado.

### **Fin**

En la retroalimentación final, comprendimos que la segmentación de mercados es fundamental para identificar y clasificar a los consumidores. Esto nos permitirá trabajar de manera más efectiva y profesional como mercadólogos.

## **Semana 8**

**24/03/2025**

### **Inicio**

Esta semana seguimos con la Unidad 2, comenzamos explorando en grupo los diferentes tipos de clientes que interactúan con productos y servicios, y cómo sus decisiones influyen en las estrategias de marketing que se usan.

### **Desarrollo**

Trabajamos en una presentación interactiva usando Canva para mostrar el proceso de auditoría de mercadeo conocido como Pantry Check (revisión de despensa).

### **Fin**

Para cerrar, cada estudiante presentó su trabajo en diapositivas, explicando cómo usar Pantry Check para entender mejor los hábitos de compra. (aunque la verdad es lo que me comentaron ya que no pude llegar a clase)

## **Semana 9**

**31/03/2025**

### **Inicio**

Durante esta semana comenzamos con una reflexión general sobre cómo hemos ido avanzando en la materia. La idea fue que cada uno del grupo analizara su propio progreso y entendiera mejor lo aprendido sobre el comportamiento del consumidor.

### **Desarrollo**

La profesora formó equipos de trabajo, asignándonos de forma equilibrada entre todos los compañeros. Cada equipo recibió una serie de preguntas y herramientas específicas para comenzar a preparar el proyecto final. Al reunirnos, pudimos coordinarnos bien, repartir tareas y empezar a investigar sobre el tema que nos tocó, con el objetivo de trabajar de forma organizada y de manera eficiente ya que debíamos mostrar avances para que la profesora nos ayudara con la corrección de algún error en el proyecto.

### **Fin**

La actividad principal de la semana fue la creación y organización de los equipos para arrancar con el proyecto final. Esta etapa nos permitió establecer acuerdos de trabajo al igual que establecer un líder para el equipo y empezar a construir una base sólida para los siguientes pasos.

## **Semana 10**

**07/04/2025**

### **Inicio**

Durante la décima semana del curso, los equipos conformados previamente comenzaron a trabajar de manera activa en el desarrollo de sus respectivas preguntas de investigación. La alumna Isabella fue designada como líder del equipo 5.

### **Desarrollo**

A nuestro equipo le fue asignado el análisis del indicador NPS (Net Promoter Score), centrado en la interrogante: *“¿Qué tan probable es que los consumidores recomienden algún producto o servicio?”*, Para ello, se eligió como objeto de estudio un producto específico: las hamburguesas que se comercializan dentro de las instalaciones de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. A partir de esta elección, comenzamos con la recolección de información y el planteamiento de estrategias para desarrollar una investigación tanto cualitativa como cuantitativa.

### **Fin**

Este proceso representa un paso fundamental en el desarrollo del proyecto final de la materia, y refuerza habilidades como el trabajo en equipo, la planificación y el análisis crítico.

## **Semana 11**

**28/04/2025**

### **Inicio**

Durante esta semana se inició la elaboración del cuestionario para el análisis cualitativo y cuantitativo, bajo la coordinación de la compañera Dallany.

### **Desarrollo**

Cada integrante del equipo investigó sobre los distintos puestos dentro de la universidad y colaboró en la creación del cuestionario NPS. Tras ser revisado por la docente, se sugirió cambiar el producto de estudio, enfocándolo en las plazas comerciales de Villahermosa, Tabasco. Se rediseñó el instrumento conforme a esta nueva temática.

### **Fin**

El cuestionario fue aplicado en la universidad con el consentimiento de los participantes. Los datos obtenidos fueron analizados y presentados en una exposición como parte del proyecto final del equipo cinco.

## **B.INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL**

(Formatos de reporte de lectura y video)



***Fecha: 15/05/2025***

## **Título de la unidad y temas desarrollados**

- Mapa Mental (Unidad 1: temas del 1.1 al 1.4).
- Cuadro de análisis (Unidad 1: tema 1.5).
- Mapa Conceptual (Unidad 1: tema 1.6).
- Infografía (Unidad 2: tema 2.1) .
- Presentación interactiva (Unidad 2: tema 2.2).

## Conclusión

Este trabajo reúne evidencias, reportes de lectura y diarios semanales que muestran lo que aprendí durante el curso. Me ayudó no solo a cumplir con lo que se pedía, sino también a darme cuenta de cómo fui mejorando, tanto en lo académico como en lo personal, desarrollando habilidades como la organización, la disciplina y la reflexión.

Durante el curso, aprendí muchos temas importantes gracias a una participación activa. Cada actividad me ayudó a mejorar en cosas como ordenar ideas, entender mejor la información y pensar de forma crítica.

El trabajo está organizado en orden, lo que facilita ver cómo fui avanzando poco a poco. Los diarios semanales fueron especialmente útiles, porque me permitieron reflexionar sobre lo que logré, lo que me costó trabajo y cómo lo enfrenté.

Tuve algunos retos, como manejar bien mi tiempo y ser constante, pero esos desafíos me enseñaron a ser más fuerte, a organizarme mejor y a no rendirme.

En resumen, este trabajo no solo cumple con lo que pide el curso, sino que también demuestra mi esfuerzo y todo lo que aprendí a lo largo del semestre.