



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO



DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

ZONA DE LA CULTURA

Mercadotecnia, GRUPO: CLM

**Materia:
Comportamiento del consumidor**

Tema: Entrevista.

Docente: Minerva Camacho Javier

Alumno: Isaac Uriel Cruz López

Febrero – agosto 2025

Entrevista sobre la percepción y experiencia de violencia de género y acoso en el espacio público.

Introducción:

Las entrevistas a profundidad son una herramienta fundamental en la investigación cualitativa, ya que permiten explorar detalladamente las percepciones, emociones, motivaciones y experiencias de los participantes. Su importancia radica en que no solo buscan respuestas superficiales, sino que indagan en los aspectos subyacentes que impulsan comportamientos y decisiones, lo que proporciona una comprensión rica y contextualizada de los temas.

Objetivo: Comprender cómo las personas impulsivas hacen sus elecciones de compras y las emociones que sienten después de realizarlas.

I. Datos generales del entrevistado

Edad

Sexo

Ocupación

II. Preguntas abiertas para identificar consumidores impulsivos

1. ¿Puedes describir la última vez que hiciste una compra impulsiva? ¿Qué fue lo que te llevó a tomar esa decisión en ese momento?
2. ¿Qué tipo de productos o servicios sueles comprar impulsivamente y por qué crees que estos te llaman más la atención?
3. ¿Qué emociones sientes justo antes y después de realizar una compra impulsiva?
4. ¿Cómo describirías el entorno o las circunstancias que facilitan que hagas una compra impulsiva?
5. ¿En qué medida consideras que las promociones, descuentos o la presentación del producto influyen en tus compras impulsivas?
6. ¿Alguna vez has sentido arrepentimiento después de una compra impulsiva? ¿Qué haces en esos casos?
7. ¿Qué factores internos (como el estado de ánimo o el estrés) y externos (como la publicidad o la compañía de otras personas) crees que disparan tu comportamiento impulsivo?
8. ¿Cómo planeas (o no planeas) tus compras? ¿Qué diferencia haces entre compras planificadas e impulsivas?
9. ¿Qué importancia le das al precio cuando haces una compra impulsiva? ¿Sueles gastar más o menos en estas compras comparado con tus compras rutinarias?
10. ¿Crees que el consumo impulsivo refleja alguna necesidad o deseo profundo que a

veces no expresas de otra manera?

- III. Observaciones del entrevistador: (Anotaciones sobre las reacciones del entrevistado, su vestimenta, algunas observaciones etc.)

Referencias:

Berumen, M. (2024). Entrevistas a profundidad: ¿Qué son y cómo realizarlas? <https://berumen.com.mx/entrevistas-a-profundidad/>

Caballero, F. S. (2023). La entrevista en profundidad: función, sentido y técnica. Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/server/api/core/bitstreams/d09cf176-db48-46b1-b80c-b4b81ea8c1fe/content>

Zendesk México. (2020). ¿Cómo es el comportamiento del consumidor? Factores y KPI's. <https://www.zendesk.com.mx/blog/como-es-comportamiento-consumidor/>