



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

División Académica De Ciencias

Económico-Administrativas



DACEA

División Académica
de Ciencias Económico
Administrativas

Asignatura:

Comportamiento del consumidor

“Resumen”

Presenta:

María del Carmen Segovia Zapata

Docente:

Minerva Camacho Javier

Carrera:

Licenciatura en Mercadotecnia

Villahermosa, Tabasco, México.

Octubre, 2025

Introducción

Una empresa debería tener en claro como sobresalir en el mercado competitivo en el que se encuentra y una forma efectiva es optar por recurrir a los avances tecnológicos más efectivos como lo es la IA.

Para elaborar el resumen se recurrió a información confiable en el blog del docente y páginas web de Google (artículos), además de la información previa que ya conocía.

En este documento se pretende sintetizar información precisa, clasificando y resumiendo las ideas más importantes en cuanto al tema proporcionado.

¿Tu como consumidor, crees que la IA viola nuestra privacidad? ¿o la consideras como una buena aliada cibernetica?

¿Cómo las plataformas digitales moldean preferencias mediante inteligencia artificial?

La inteligencia artificial hoy en día es un compañero eficaz para nosotros los seres humanos, pues se ha ido haciendo parte de la vida cotidiana de nosotros, que, sin darnos cuenta, siempre terminamos bajo sus efectos de manipulación, una evidencia clave es que a estas alturas todos, absolutamente todos hemos utilizado alguna vez la IA.

En la publicidad digital, la IA se ayuda de los algoritmos, pues analiza los datos de navegación del consumidor a través de sus gustos y preferencias de contenidos digitales en las diferentes redes sociales y apps, pues analiza el tiempo que una persona le dedica a un contenido específico, cual es la app en la que destina el mayor tiempo y en base a ello obtiene el método para presentar los diferentes anuncios envolventes.

En la educación, la IA adapta sistemas de aprendizaje digitales mediante sistemas educativos, en estos sistemas a IA evalúa el método de aprendizaje más eficaz de cada usuario, es decir analiza sus preferencias de contenido, ya sea lecturas, videos, audios o métodos interactivos como ejemplos y/o actividades. Mejorando así su aprendizaje además de provocar interés por el estudio autónomo.

En el servicio al cliente que ofrecen las empresas, las IA es una herramienta potencial en cuanto a la personalización de la experiencia de cada cliente, ya que ofrece al cliente los beneficios adecuados según sus preferencias, esto en base a los algoritmos que la IA previamente analizo a fondo y las clasificó según lo que la empresa ofrece y en lo que el cliente está interesado. En conjunto, permite a las empresas posicionarse en un mercado específico en cuanto a la competitividad de experiencias únicas del usuario. Por lo consiguiente, ayuda a crear fidelización y atracción de nuevos clientes ya que a los consumidores les encanta sentirse únicos y que mejor estrategia que hacerlos sentir especiales.

La personalización que ofrece la IA puede ser una potencia en gran medida ya que en algunos casos puede ser de gran ayuda en la toma de decisiones, mediante sugerencias sustentadas por las preferencias del cliente, lo cual ayuda a aumentar positivamente la experiencia del cliente y que este se lleve una idea demandante de la empresa.

El avance de la IA, mediante su gran capacidad de análisis ha logrado ser una herramienta potencial ya que puede clasificar información mediante comportamientos, necesidades, gustos y preferencias. La IA es una aliada no solo para las empresas sino también para cada uno de nosotros, pues nos ayuda a determinar un resultado inmediato, claro conciso y preciso, pero por supuesto que no podemos darle el control total, pues al final nosotros debemos tomar la decisión final.

Conclusión

En conclusión, considero que la IA es una buena herramienta en el momento de querer encontrar, resumir, sistematizar, clasificar y determinar información precisa, sobre cualquier concepto, pero debemos tener en cuenta que no podemos dejar que tome en control total, porque de ser así ya no seria una herramienta sino el dominante supremo y estaríamos quedando como una simple idea de liderazgo.

Me parece una locura pensar en como hemos avanzado con la tecnología que ya hasta tenemos un prototipo digital que tiene las cualidades para ser mejor que un ser humano, es aterrador creer que algo puede llegar incluso a ser mejor que el cerebro del ser humano.

Referencias

Salgado Reyes, N. (2023). Uso de la inteligencia artificial en la personalización de la experiencia del usuario en plataformas digitales. Dialnet.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9152506>