



**UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO**



**DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO  
ADMINISTRATIVAS**

**ZONA DE LA CULTURA**

**Mercadotecnia , GRUPO CLM**

**Comportamiento Del Consumidor**

**M.A. Minerva Camacho Javier**

**Alumno: Nayeli Rodríguez García**

**Agosto 2025 – Febrero 2026**

## **ENTREVISTA APROFUNDIDA**

**TEMA:** Las necesidades en la compra de productos de belleza

**Objetivo:** Conocer las necesidades, preferencias y comportamiento de los consumidores al momento de adquirir productos de belleza, para comprender los factores en sus necesidades de compra.

**Subjeto de estudio:** Personas 20 a 40 años que tiene experiencia en los productos de Belleza

### **INTRODUCCION:**

Saludo y agradecimiento previo por conceder la entrevista

Explicación breve del objetivo de la entrevista: Conocer las necesidades, preferencias, y motivaciones de las personas al momento de comprar productos de belleza

Preguntar acerca de las compras de productos de belleza

Entrega de carta de consentimiento para su firma

Confirmar consentimiento para grabar

### **INICIO DE LA ENTREVISTA**

1. ¿Qué significa para ti la belleza en tu vida cotidiana?
2. ¿Cuándo empezaste a interesarte por los productos de belleza?
3. ¿Cuál es la importancia cuidado personal en tu rutina diaria?
4. ¿Qué te impulsa más al comprar: el deseo de mejorar tu apariencia o el deseo de sentirte mejor contigo misma?
5. ¿Qué tanto influye la publicidad o redes sociales en tus decisiones de compra?
6. ¿Has sentido alguna vez presión social para verte de cierta manera?
7. ¿Cómo te hace sentir no usar productos de belleza durante varios días?
8. ¿Qué emociones experimentas justo antes o después de comprar un producto de belleza?
9. ¿Crees que la verdadera belleza está en el cuidado externo o interno?

## Conclusión

La entrevista a profundidad se logró comprender que la compra de productos de belleza va más allá de una simple necesidad estética; representa una forma de cuidado personal, autoestima y expresión individual. Esta entrevista nos ayudó a entender las necesidades que tiene al momento de comprar uno producto de belleza y que cuidado está externo y el bienestar interno y sentirse bien consigo misma.

## REFERENCIAS

Design Thinking España. (2024). Entrevista en profundidad: qué es y cómo puede ayudarte a crear mejores productos y servicios.

<https://xn--designthinkingespaa-d4b.com/entrevista-en-profundidad-que-es-y-como-hacerla>