

11/10/2025

Base de datos depurada

Este reporte se llevó redactó de manera grupal, esto con el fin de que todos colaboraran en la búsqueda de información y todos pudieran leer dicha información para que tuvieran conocimiento de cada parte de los avances realizados.

Tema:	Motivación
Metodología de la investigación: rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.	Comprender los enfoques fundamentales de investigación y cómo se aplican en el diseño, desarrollo y análisis de proyectos académicos y científicos.

Ficha de la fuente de información.	
No. 8	<i>Fuente original (libro). McGraw-Hill Education</i>
Palabras claves. Metodología, investigación científica, enfoque cuantitativo, enfoque cualitativo, método mixto, diseño de investigación.	
Referencia APA.	
Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill.	
RESUMEN	
El libro de Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) muestra los procesos involucrados en la investigación científica. Los autores explican las características esenciales de los enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto, destacando cómo cada uno responde a distintos objetivos, tipos de datos y metodologías.	
El enfoque cuantitativo se basa en la medición y la comprobación de hipótesis por medio de procedimientos estructurados. El enfoque cualitativo va dirigido a la comprensión profunda de	

fenómenos desde la perspectiva de los participantes, utilizando técnicas abiertas y flexibles. El enfoque mixto combina elementos de ambos para obtener una visión más completa de lo estudiado.

Texto

“En el enfoque cualitativo, el investigador desarrolla preguntas e hipótesis antes, durante y después de la recolección y el análisis de los datos” (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018, p. 24).

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), dentro del enfoque cualitativo las interrogantes no se establecen desde un inicio, sino que se van ajustando conforme se avanza en la obtención y el estudio de la información. Es un proceso más flexible donde las preguntas van mejorando a medida que el investigador profundiza en el tema, permitiendo adaptar el estudio a los hallazgos que van surgiendo y a la interpretación continua de los datos. Esto es lo que distingue al enfoque cualitativo de otros métodos más estructurados y lo convierte en una herramienta útil para comprender fenómenos complejos.

<p>Tema:</p> <p>Consumo alimenticio y elección de establecimientos en estudiantes universitarios.</p>	<p>Motivación</p> <p>Explorar cómo los estudiantes universitarios deciden dónde comprar su comida y cuáles son los patrones de consumo alimenticio en su entorno, para comprender los factores que influyen en sus elecciones alimentarias.</p>
--	--

Ficha de la fuente de información.

No. 9	<i>Fuente original (artículo). Revista Mexicana de Investigación en Educación Superior.</i>
-------	---

Palabras claves. Consumo alimenticio, elección de establecimientos, estudiantes universitarios, hábitos alimentarios, entorno universitario.

Referencia APA.

Martínez, L., & Gómez, R. (2020). Consumo alimenticio y elección de establecimientos en estudiantes universitarios. *Revista Mexicana de Investigación en Educación Superior*, 14(28), 55–68.

RESUMEN

El artículo de Martínez y Gómez (2020) analiza los patrones de consumo alimenticio de estudiantes universitarios y las razones que determinan su elección de establecimientos para realizar sus comidas. Los autores exploran las motivaciones detrás de preferencias como la cercanía, el costo, la rapidez, el sabor o la conveniencia. También examinan qué tipos de establecimientos (cafeterías universitarias, puestos de comida rápida, tiendas de alimentos cerca del campus, etc.) son más frecuentados por los estudiantes y con qué frecuencia. Los resultados muestran que muchos estudiantes priorizan la accesibilidad y el precio sobre la salud o la calidad nutricional, lo que puede derivar en un consumo frecuente de alimentos poco saludables. Finalmente, los autores discuten cómo influyen estos hábitos en la salud de los estudiantes y proponen estrategias para que las instituciones educativas promuevan opciones alimenticias más saludables en su entorno.

Texto

“Los estudiantes reportaron que la elección del establecimiento para comer se debe en gran parte a su ubicación en relación al campus, así como al precio de los productos, lo que limita sus posibilidades de optar por opciones más saludables.” (Martínez & Gómez, 2020, p. 62)

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

Martínez y Gómez (2020) señalan que entre los estudiantes universitarios, uno de los factores más decisivos para elegir dónde comer durante su el día es la cercanía al campus. También toman en cuenta el costo de los alimentos, que muchas veces obliga a los alumnos a elegir lugares con precios más bajos, aunque no ofrezcan opciones nutricionalmente balanceadas, lo que limita su capacidad para priorizar alimentos saludables.

<p>Tema: Preferencias alimentarias en estudiantes universitarios del programa de nutrición.</p>	<p>Motivación Conocer cuáles son los platillos y tipos de alimentos preferidos por alumnos, para identificar factores que influencian sus elecciones y poder entenderlos desde una visión más general.</p>
Ficha de la fuente de información.	
No. 10	<i>Fuente original (artículo). RESPYN — Revista Salud Pública y Nutrición.</i>
Palabras claves. Preferencias alimentarias, estudiantes universitarios, nutrición, comportamiento alimentario, factores de consumo.	
Referencia APA. Nava-González, et al. (2023). Preferencias alimentarias en alumnos universitarios del área de nutrición: estudio transversal. <i>RESPYN Revista Salud Pública y Nutrición</i> , 22(2), 42–46.	
RESUMEN	
Este estudio realizado por Nava-González et al. (2023) involucra a 343 estudiantes de la carrera de nutrición en una universidad pública de Nuevo León, México. Usaron una encuesta en línea adaptada de un cuestionario de comportamiento alimentario para conocer sus preferencias alimentarias. Los resultados muestran que la mayoría de los participantes son mujeres (91 %) con una edad promedio de 21,03 años.	
En cuanto a los platillos preferidos dentro de la facultad, destacan los chilaquiles y los panini. Fuera de la facultad, los estudiantes prefieren chilaquiles, sándwich y tacos. En tiendas de conveniencia, su elección se inclina hacia botanas. Los factores más importantes que influyen en su elección de alimentos son el sabor y el precio, aunque muchos estudiantes mencionan que les falta tiempo para mejorar sus hábitos alimenticios.	
Texto	
“Platillos que prefieren en la facultad son chilaquiles y panini, fuera de la facultad seleccionan chilaquiles, sándwich y tacos, en tiendas de conveniencia eligen botanas.” (Nava-González et al., 2023, p. 43)	

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

Los autores señalan que los estudiantes muestran una fuerte preferencia por preparaciones típicas mexicanas como los chilaquiles, tanto cuando están en su facultad como fuera de ella. Sin embargo, también consumen sándwiches, tacos y botanas de tiendas de conveniencia. Esta elección alimentaria no solo se basa en el gusto, sino que está muy influenciada por el precio; además, el poco tiempo disponible es una barrera para elegir otras opciones más saludables, según informan los propios estudiantes.

18/10/2025

Reporte descriptivo con insights

Este reporte se redactó de manera grupal, esto con el fin de que todos colaboraran en la búsqueda de información y todos pudieran leer dicha información para que tuvieran conocimiento de cada parte de los avances realizados.

Tema:	Motivación
Fundamentos y aplicaciones de la investigación de mercados.	Comprender cómo se diseña, ejecuta y analiza un estudio de investigación de mercados para poder estructurar de manera correcta nuestra investigación.

Ficha de la fuente de información.

No. 11 *Fuente original (libro). Pearson Educación.*

Palabras claves. Investigación de mercados, métodos cuantitativos, métodos cualitativos, diseño de investigación, recolección de datos, análisis estadístico.

Referencia APA.

Malhotra, N. K. (2019). Investigación de mercados: Un enfoque aplicado (7.^a ed.). Pearson Educación.

RESUMEN

El libro de Malhotra (2019) es uno de los textos más importantes sobre investigación de mercados. Expone de manera práctica cómo se lleva a cabo un proceso de investigación, desde la definición del problema hasta la presentación del informe final. El autor explica los distintos tipos de diseño de investigación: exploratorio, descriptivo y causal, así como los métodos cualitativos y cuantitativos empleados en cada caso.

También desarrolla conceptos clave como muestreo, cuestionarios, escalas de medición, fiabilidad, validez y análisis estadístico. El enfoque del libro está orientado a la aplicación real, incorporando

ejemplos de empresas y estudios de caso. Malhotra destaca la importancia de transformar los datos en información útil para la toma de decisiones estratégicas.

Texto

“La investigación de mercados es la función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el comercializador mediante información relevante.” (Malhotra, 2019, p. 7)

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

Malhotra explica que la investigación de mercados actúa como un puente entre las empresas y sus consumidores. A través de la recopilación y análisis de información, las organizaciones pueden comprender mejor las necesidades del mercado y diseñar estrategias más efectivas.

<p>Tema: Comportamiento del consumidor y proceso de decisión de compra.</p>	<p>Motivación Comprender cómo los consumidores perciben, evalúan y seleccionan productos o servicios, para entender como piensan y así tener una idea de lo que pueden opinar en nuestra investigación.</p>
Ficha de la fuente de información.	
No. 12	<i>Fuente original (libro). Pearson Educación.</i>
Palabras claves. Comportamiento del consumidor, decisiones de compra, motivación, percepción, cultura, actitudes.	
Referencia APA. Solomon, M. R. (2018). Comportamiento del consumidor: Comprendiendo al consumidor y sus decisiones de compra (12. ^a ed.). Pearson.	
RESUMEN	
<p>El libro de Solomon (2018) analiza a profundidad los factores que influyen en el comportamiento del consumidor, integrando elementos psicológicos, sociales, culturales y situacionales. Explica cómo los consumidores forman percepciones, actitudes y motivaciones que determinan su proceso de compra. También muestra la importancia de comprender los estilos de vida, valores, influencias del grupo, roles de género y la cultura para interpretar los comportamientos de consumo.</p> <p>Solomon estructura el proceso de compra en etapas: reconocimiento de la necesidad, búsqueda de información, evaluación de alternativas, decisión y comportamiento posterior a la compra. Además, abarca temas actuales como el consumo digital, comunidades virtuales, identidad del consumidor y comportamiento simbólico. El autor destaca que comprender al consumidor permite a las empresas crear estrategias centradas en las personas, ofreciendo experiencias de valor y fomentando la lealtad.</p>	
Texto	

“El comportamiento del consumidor es el estudio de los procesos involucrados cuando los individuos o grupos seleccionan, compran, usan o disponen de productos, servicios, ideas o experiencias para satisfacer necesidades y deseos.”

(Solomon, 2018, p. 4)

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

Solomon explica que el comportamiento del consumidor analiza todo el recorrido que una persona realiza desde que identifica una necesidad hasta que utiliza o desecha un producto. Este estudio incluye las motivaciones internas, las influencias externas y las decisiones que se toman a lo largo del proceso.

Comprender estas fases permite a las empresas diseñar ofertas que respondan verdaderamente a los deseos y expectativas de los consumidores.