



# **UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO**



## **DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS**

### **ZONA DE LA CULTURA**

**Mercadotecnia, GRUPO: CLM**

**Materia:  
Comportamiento del consumidor**

**Tema:  
Resumen**

**Docente: Minerva Camacho Javier**

**Alumno: Shaila Paola Concepción Jiménez**

**Febrero – agosto 2025**

## **Introducción:**

La inteligencia artificial (IA) se ha convertido en una herramienta fundamental para las plataformas digitales, las cuales utilizan algoritmos avanzados para analizar los datos y comportamientos de los usuarios con el fin de personalizar la experiencia y recomendar contenidos, productos o servicios. Este proceso no solo mejora la interacción y satisfacción del usuario, sino que también influye directamente en la conformación de sus preferencias y hábitos de consumo. Entender cómo funciona esta personalización asistida por IA es esencial para comprender el impacto que las plataformas digitales tienen en nuestra vida cotidiana y en el mercado digital contemporáneo.

## **Desarrollo:**

Las plataformas digitales moldean las preferencias de los usuarios principalmente a través de la inteligencia artificial (IA), que utiliza algoritmos para analizar patrones de comportamiento y seleccionar contenidos personalizados. Estas plataformas, como redes sociales, servicios de streaming y tiendas en línea, adaptan las recomendaciones y ofertas en función de los intereses y hábitos de consumo individuales, aumentando la relevancia y la satisfacción del usuario. Sin embargo, esta personalización también puede generar “burbujas de contenido” y efectos de homogeneización cultural al limitar la diversidad de información y experiencias. El sistema algorítmico actúa como un filtro que no solo anticipa las necesidades del consumidor, sino que también influye en sus decisiones y gustos, muchas veces de forma invisible. La IA en este contexto, además de facilitar la interacción y la accesibilidad, redefine las estrategias de marketing digital y el consumo cultural, ajustando continuamente las experiencias a través del análisis de datos masivos y el aprendizaje automático. Comprender cómo estas plataformas moldean preferencias es fundamental, y la elaboración de un resumen facilita capturar estas ideas clave sin perder la visión global. Además, sintetizar la información mejora el

estudio, desarrolla habilidades analíticas y contribuye a una expresión escrita clara y coherente, aspectos indispensables para entender la complejidad de la inteligencia artificial aplicada en el entorno digital contemporáneo.

## **Conclusión:**

En conclusión, las plataformas digitales, mediante la inteligencia artificial, moldean las preferencias de los usuarios al ofrecer experiencias altamente personalizadas que anticipan y satisfacen sus necesidades individuales. Este fenómeno transforma el marketing digital, optimiza la fidelización y la conversión, y redefine la interacción entre consumidores y marcas. No obstante, es necesario considerar también los retos que implica la privacidad y la transparencia en el uso de datos. Así, comprender este proceso a través de un análisis crítico y síntesis clara permite aprovechar sus beneficios mientras se minimizan sus posibles riesgos.

## **Referencias:**

- Riera Quistial, E. M., Coyago Loayza, X. S., & Aguilar Galvez, W. S. (2025). Influencia de las redes sociales en el proceso de decisión de compra del consumidor digital en el sector de la moda. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(1), 7279-7292. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/16399>,
- G. F. (2025). Impacto de la psicología del consumidor en las decisiones de compra en plataformas digitales *Facultad de Tecnología, Construcción y Medio Ambiente* 5(2), 41-55. <https://revistas.umecit.edu.pa/index.php/sc/article/view/1771>