

## **Diseño de producto literario afín a la voz de los niños poblanos. Una aplicación del método QFD al estudio del comportamiento del consumidor infantil**

### **Diseño de la estrategia de servicios y procesos de servicio para Clínica UMANAE**

**1. Rosa Selene Tlapanco Hernández**

**Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, [rosaselene.tlapanco@upaep.edu.mx](mailto:rosaselene.tlapanco@upaep.edu.mx)**

**2. Dr. Jesús Igor Heberto Barahona Torres**

**Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, [igor0674@gmail.com](mailto:igor0674@gmail.com)**

El comportamiento del consumo del niño es incluido dentro de la conducta del consumidor señalada en Estados Unidos a principios de los años sesenta, el cual refiere Teixeira (2011) debe ser considerado por quienes crean, producen y venden, es decir dentro del proceso de marketing, pero enfocado en el sector infantil. Los niños, no solo tienen voz sino también un gran poder de decisión de compra, y resulta imperativo en el análisis de mercados en diversas industrias como en la literaria, misma que funge como base del presente proyecto, el cual tiene como objetivo, analizar las preferencias de niños poblanos de entre 8 y 14 años con respecto a los productos literarios, así como su comportamiento como consumidores en el proceso de decisión de compra.

En el desarrollo de la investigación, además de hacer una revisión de la literatura con respecto a las variables que conforman el comportamiento del consumidor infantil, se lleva a la aplicación el modelo QFD a partir de una investigación mixta que comienza con el desarrollo de grupos focales de donde se obtienen los *Qués* de la casa de la calidad y más tarde se cruzan con los *Cómos* tras la etapa cuantitativa. Posteriormente se revisarán diversas estrategias de mercadotecnia que han utilizado marcas líderes dirigidas al segmento infantil a partir de entrevistas de profundidad con expertos en las áreas correspondientes con la finalidad de apoyar la propuesta derivada del análisis estadístico obtenido tras la aplicación del instrumento.

Palabras clave: *Comportamiento del consumidor, QFD, Marketing infantil*