

**Reporte de Lectura**  
**Caja de los deseos (equipo)**

Tema:	<b>Creación de arquetipos del consumidor mexicano contemporáneo</b>
-------	---

<b>Ficha de la fuente de información.</b>	
No. 1	<a href="https://books.google.com.pen/books?d=w6_GJN0PcjUC&amp;printsec=frontcover">https://books.google.com.pen/books?d=w6_GJN0PcjUC&amp;printsec=frontcover</a>
Google web	
Palabras claves: decisión de compra, necesidades del consumidor	
Referencia APA.	
Alonso Rivas, J., & Grande Esteban, I. (2013). Comportamiento del consumidor: Decisiones y estrategia de marketing (7. <sup>a</sup> ed., revisada y actualizada). ESIC Editorial. Recuperado de	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	

Texto (literal con número de página)
La empresa desean impulsar los intercambios, pues gracias a ellos desarrollan su actividad y ganan dinero. Pag 30
Prontuario
<i>Parafraseo del texto seleccionado</i>
Que la empresa desean impulsar estrategias para que el cliente este satisfecho

## Reporte de Lectura

Tema:	<b>Creación de arquetipos del consumidor mexicano contemporáneo</b>
-------	---

<b>Ficha de la fuente de información.</b>	
No. 1	<a href="https://doi.org/10.1086/378613">https://doi.org/10.1086/378613</a> Google web
Palabras claves: comportamiento del consumidor, estrategias, , estilo, motivación de compra	
Referencia Abrir	
Guardar como... Belk, R. W., Ger, G., & Askegaard, S. (2003). The fire of desire: A multisited inquiry into consumer passion. <i>Journal of Consumer Research</i> , 30(3), 326–351.	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	

<b>Texto (literal con número de página)</b>
<b>Prontuario</b>
Con base en diarios, entrevistas, datos proyectivos e indagaciones sobre discursos cotidianos en tres culturas (Estados Unidos, Turquía y Dinamarca), desarrollamos una explicación fenomenológica del deseo. Descubrimos que el deseo se considera una poderosa emoción cíclica que es a la vez incómoda y placentera.

