

Reporte de Lectura

Tema:	Productos como extensiones de identidad, estatus o valores personales
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No. 1	https://grupoprom.com/factores-que-influyen-en-la-decision-de-compra/
Palabras claves: decisión de compra, factores psicológicos, necesidades del consumidor	
Referencia APA. Rodriguez, D. (2023, 19 de julio). Segmentación del comportamiento en marketing: Guía detallada para maximizar el compromiso del cliente y las conversiones. TecnoSoluciones	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	

Texto (literal con número de página)
Prontuario
<i>Parafraseo del texto seleccionado</i>
Las decisiones de compra no se toman al azar; están influenciadas por varios factores como las emociones, la percepción de la marca, la experiencia previa y lo que opinan otras personas. También menciona que el cliente valora elementos como la calidad, el precio y el nivel de confianza que siente hacia la empresa. En pocas palabras, entender qué motiva al consumidor permite que las marcas ofrezcan productos y experiencias que realmente conectan con sus necesidades.

Reporte de Lectura

Tema:	Productos como extensiones de identidad, estatus o valores personales
-------	--

Ficha de la fuente de información.

No. 1 <https://audaces.com/es/blog/perfil-consumidor-moda>

Google web

Palabras claves: consumidor de moda, estilo personal, motivación de compra

Referencia APA.

Amazon Ads. (s. f.). Marketing inclusivo: Una guía completa sobre la inclusión en la publicidad y el marketing. Amazon Ads.

RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)

Texto (literal con número de página)

Prontuario

Explica que es importante analizar su estilo, sus gustos, sus hábitos y qué cosas influyen en sus decisiones al comprar ropa. También habla de la importancia de observar las tendencias y entender qué busca cada persona, ya sea comodidad, precio, exclusividad o moda actual. Conocer este perfil ayuda a crear productos y estrategias más acertadas dentro del sector moda.

Reporte de Lectura

Tema:

Productos como extensiones de identidad, estatus o valores personales

Ficha de la fuente de información.

No. 1

<https://es.semrush.com/blog/marketing-etico-respuesta-demandas-consumidor/>

Palabras claves: responsabilidad, confianza del consumidor, trasparencia

Referencia APA.

Fuente, O. (2025, 1 de abril). Tendencias de marketing digital más disruptivas para 2025. IEBS Business School.

RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)

Texto (literal con número de página)

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado

El marketing ético es una forma de trabajar donde las marcas se enfocan en ser transparentes, responsables y honestas con lo que ofrecen. Incluye principios como decir la verdad, respetar al consumidor y actuar de manera justa. También menciona que las empresas que aplican el marketing ético generan más confianza y logran relaciones más sólidas con sus clientes, ya que no solo buscan vender, sino también actuar de forma coherente con sus valores.