

## Reporte de Lectura

Tema:	<b>Productos como extensiones de identidad, estatus o valores personales</b>
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No. 1	<a href="https://grupoprom.com/factores-que-influyen-en-la-decision-de-compra/">https://grupoprom.com/factores-que-influyen-en-la-decision-de-compra/</a> Google web
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 seleccionad</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:	<b>Productos como extensiones de identidad, estatus o valores personales</b>
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No. 1	<a href="https://audaces.com/es/blog/perfil-consumidor-moda">https://audaces.com/es/blog/perfil-consumidor-moda</a> 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:	<b>Productos como extensiones de identidad, estatus o valores personales</b>
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No. 1	<a href="https://es.semrush.com/blog/marketing-etico-respuesta-demandas-consumidor/">https://es.semrush.com/blog/marketing-etico-respuesta-demandas-consumidor/</a>
Palabras claves: responsabilidad, confianza del consumidor, transparencia	
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
<i>Parafraseo del texto seleccionad</i> 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.