

## Reporte de Lectura

Tema:	Mapeo de emociones en la experiencia de compra
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No. 1	<a href="https://divulgaciondinamica.es/proceso-decision-compra-etapas/">https://divulgaciondinamica.es/proceso-decision-compra-etapas/</a> Google
Palabras claves. Niveles, Reconocimiento, Búsqueda de información, Evaluación, Alternativas y Decisión	
Referencia APA. Divulgación Dinámica. (1 de abril de 2022). El proceso de decisión de compra en 5 etapas	
<b>RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)</b>	
En esta fase, el consumidor se da cuenta de que necesita o le preocupa alguna cosa. Esta primera toma de conciencia sobre la necesidad de algo.	
El consumidor, ante su problema o necesidad, busca soluciones y tiene que informarse sobre qué opciones tiene.	
Esta fase no es más que la continuidad de la evaluación de alternativas que supone la selección de aquella que mejor encaja.	

Texto (literal con número de página)
Prontuario
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>

## Reporte de Lectura

Tema:	Creación de arquetipos del consumidor mexicano contemporáneo
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No. 1	<a href="https://tecnologicoargos.edu.ec/consumidores-emocionales/">https://tecnologicoargos.edu.ec/consumidores-emocionales/</a> Google
Palabras claves. Consumidor emocional, psicología del consumidor, marketing emocional, emociones en la compra y compromiso con la marca	
Formato APA. Argos. (2023, 27 de julio). Consumidores emocionales. Tecnológico Universitario Argos	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
El consumidor emocional es aquel que no solo busca satisfacer una necesidad con un producto o servicio, sino que, además, quiere experimentar un sentimiento agradable y una sensación de satisfacción y plenitud al realizar la compra.	

Texto (literal con número de página)

Prontuario

*Parafraseo del texto seleccionado.*

## Reporte de Lectura

Tema:	Creación de arquetipos del consumidor mexicano contemporáneo
-------	--

### Ficha de la fuente de información.

No. 1	<a href="https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/cliente-activo">https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/cliente-activo</a> Google
-------	--

Palabras claves. Cliente activo, fidelización de clientes, seguimiento post venta, lealtad a la marca y cliente habitual

Formato APA. Marketing Directo. (s. f.). Cliente activo.

### RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)

Tipo de cliente que ha realizado una compra en un tiempo muy reciente y es objeto de acciones y promociones especiales de postventa y seguimiento con el fin de fidelizarlo y que se convierta en cliente habitual o cliente cautivo, en el mejor de los casos.

### Texto (literal con número de página)

### Prontuario

*Parafraseo del texto seleccionado.*

## Reporte de Lectura

Tema:

Creación de arquetipos del consumidor mexicano contemporáneo

### Ficha de la fuente de información.

No. 1 <https://www.zendesk.com.mx/blog/minorista-hibrido-que-es-y-como-impulsar-a-tope-las-ventas-de-este-negocio> Google

Palabras claves. Comercio minorista, Consumidor híbrido, Experiencia del cliente y Tienda física y online

Referencia APA. Zendesk. (2023, 13 de marzo). Minorista híbrido: ¿Qué es y cómo impulsar a tope las ventas de este negocio? Zendesk.

### RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)

Un cliente híbrido es aquel que realiza sus compras tanto en tiendas físicas como en negocios e-commerce. Con la aceleración de la madurez digital producto de la reciente pandemia, la mayoría de las personas adoptó esta conducta de compra.

Por un lado, proporciona una tienda física tradicional en donde comprar y, por el otro, optimiza el servicio con tecnología digital para llevar a un nuevo nivel los procesos.

### Texto (literal con número de página)

### Prontuario

*Parafraseo del texto seleccionado.*

## Reporte de Lectura

Tema:	Creación de arquetipos del consumidor mexicano contemporáneo
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No. 1	<a href="https://www.salesforce.com/mx/blog/tipos-de-clientes/">https://www.salesforce.com/mx/blog/tipos-de-clientes/</a> Google
Palabras claves. Consumidor, Consumidor impulsivo, estímulos, elecciones y elecciones	
Referencia APA. Salesforce. (2024, enero 12). Tipos de clientes: ¿cuáles son los principales? Salesforce LATAM.	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
Respuestas a estímulos	
Los clientes Impulsivos están dispuestos a responder a estímulos inmediatos, muchas veces influidos por promociones relámpago, displays atractivos u ofertas irresistibles.	
Variación en las elecciones	
Su propensión a variar en las elecciones es significativa: sus preferencias pueden cambiar rápidamente, lo que hace que representen un desafío para las empresas que buscan fidelización.	

Texto (literal con número de página)
Prontuario
Parafraseo del texto seleccionado.

## Reporte de Lectura

Tema:	La caja de los deseos: ¿qué impulsa realmente nuestras elecciones?
-------	--

### Ficha de la fuente de información.

No. 1	Google
-------	--------

Palabras claves.

Formato APA. Ariely, D. (2008). Las trampas del deseo: Cómo controlar los impulsos irracionales que nos llevan al error. Ariel.

### RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)

Explora a través de experimentos científicos cómo nuestras decisiones son influenciadas por impulsos irracionales y sesgos psicológicos, a pesar de que nos consideremos racionales

### Texto (literal con número de página)

### Prontuario

*Parafraseo del texto seleccionado.*

## Reporte de Lectura

Tema:	La caja de los deseos: ¿qué impulsa realmente nuestras elecciones?
-------	--

### Ficha de la fuente de información.

No.	<a href="https://www.organojudicial.gob.pa/uploads/wp_repo/blogs.dir/18/files/2017/06/KAHNEMAN-1_Daniel.-Pensar-Rápido-Pensar-Despacio.-LIBRO.pdf">https://www.organojudicial.gob.pa/uploads/wp_repo/blogs.dir/18/files/2017/06/KAHNEMAN-1_Daniel.-Pensar-Rápido-Pensar-Despacio.-LIBRO.pdf</a> Google
-----	--

Palabras claves. Sistema 1 y sistema 2, heurísticos, sesgos cognitivos y disponibilidad

Formato APA. Kahneman, D. (2011). Pensar rápido, pensar despacio. Debate.

### RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)

Sistema 1, rápido, automático e intuitivo, y el Sistema 2, lento, deliberado y exigente de esfuerzo. Muchos juicios cotidianos se producen por el Sistema 1 mediante atajos mentales.

### Texto (literal con número de página)

### Prontuario

*Parafraseo del texto seleccionado.*

## Reporte de Lectura

Tema:	La caja de los deseos: ¿qué impulsa realmente nuestras elecciones?
-------	--

### Ficha de la fuente de información.

No. 1	<a href="https://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf">https://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf</a> Google
-------	--

Palabras claves. marketing estratégico, segmentación de mercado, posicionamiento y propuesta de valor

Formato APA. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Dirección de marketing (15.<sup>a</sup> ed.). Pearson Educación

### RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)

un enfoque integral para comprender cómo las empresas pueden crear, entregar y comunicar valor a sus clientes con el fin de construir relaciones duraderas.

### Texto (literal con número de página)

### Prontuario

*Parafraseo del texto seleccionado.*

## Reporte de Lectura

Tema:	Creación de arquetipos del consumidor mexicano contemporáneo
-------	--

### Ficha de la fuente de información.

No. 1 <https://support.spotify.com/es/article/spotify-wrapped/> Google

Palabras claves. Spotify wrapped, resumen anual de Spotify, tus estadísticas de escucha y música más escuchada del año

Formato APA. Spotify. (s. f.). Spotify Wrapped. Spotify Support. Recuperado el 15 de noviembre de 2025

### RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)

Spotify Wrapped es nuestra forma de dar las gracias año tras año a nuestros usuarios, artistas, creadores y autores de todo el mundo. Cada año, Wrapped celebra la música, los podcasts y los audiolibros que se han convertido en la banda sonora del mundo que nos rodea.

Texto (literal con número de página)

### Prontuario

*Parafraseo del texto seleccionado.*