

Reporte de Lectura

Tema:	El comportamiento del consumidor y la mercadotecnia
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No. 1	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos). ESIC Business & Marketing School.</i>
Palabras claves. Conducta consumidor, decisiones compra, factores influencia.	
Referencia APA. ESIC. (2025). ¿Qué es el comportamiento del consumidor? Recuperado de https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/comporamiento-del-consumidor-que-es-c	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
La conducta del consumidor abarca el estudio de cómo individuos, grupos u organizaciones eligen, compran, usan y desechan bienes o servicios para satisfacer necesidades.	

Texto (literal con número de página)
1. "El comportamiento del consumidor es el estudio de cómo los individuos, grupos y organizaciones eligen, compran, usan y desechan bienes, servicios, ideas o experiencias para satisfacer sus necesidades y deseos."
Prontuario
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i> 1. Es el proceso completo de selección y uso de productos influido por factores psicológicos, sociales y culturales.

Reporte de Lectura

Tema:	El comportamiento del consumidor y la mercadotecnia
-------	---

Ficha de la fuente de información.	
No. 2	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos). SciELO</i>
Palabras claves. Historia comportamiento, fases empiricista, homo economicus.	
Referencia APA. Páramo, D. (2009). Apuntes sobre la historia de la investigación de comportamiento del consumidor. SciELO. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762022000100001	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
Desde 1930, evolucionó de fase empiricista (homo economicus racional) a motivacional, formativa, utópica, procesamiento de información e interpretativista post-1980	

Texto (literal con número de página)
1. "Fase empiricista: Esta fase tuvo sus inicios entre 1930 y 1940 cuando la visión del comportamiento del consumidor se basaba en los principios de la economía clásica. El consumidor era visto como un 'homo economicus'.
Prontuario
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i> 1. Inicialmente racional y maximizador de utilidad; luego incorporó motivaciones y procesamiento interpretativo

Reporte de Lectura

Tema:	El comportamiento del consumidor y la mercadotecnia
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No. 3	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos). UNIR Revista.</i>
Palabras claves. Comportamiento consumidor, acciones compra, necesidades.	
Referencia APA. UNIR. (2025). El comportamiento del consumidor, un factor clave en marketing. Recuperado de https://www.unir.net/revista/marketing-comunicacion/comportamiento-consumidor/	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
Conjunto de acciones y elecciones al adquirir, usar y desechar productos, influido por factores internos y externos	

Texto (literal con número de página)
1. "El comportamiento del consumidor comprende todas las acciones y elecciones que toma un individuo al adquirir, utilizar y desechar productos o servicios."
Prontuario
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i> 1. Actividades desde la necesidad hasta la satisfacción, según Maslow.

Reporte de Lectura

Tema:	El comportamiento del consumidor y la mercadotecnia
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No. 4	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos). ESIC Business & Marketing School.</i>
Palabras claves. Importancia consumidor, estrategias marketing, retención clientes.	
Referencia APA. QuestionPro. (2021). Modelo de comportamiento del consumidor. Recuperado de https://www.questionpro.com/blog/es/modelos-de-comportamiento-del-consumidor/	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
Permite contextualizar decisiones de compra, retener clientes, identificar metas de marketing y optimizar análisis predictivo.	

Texto (literal con número de página)
1. "Los modelos de comportamiento del consumidor ayudan a entender y retener a la base de clientes. También son útiles para los responsables de marketing."
Prontuario
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>
1. Esencial para influir en expectativas y construir relaciones duraderas en entornos dinámicos.