

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

| Ficha de la fuente de información. | |
|--|---|
| No. 1 | https://investigacion.unirioja.es/documentos/5c13b1b5c8914b6ed3777362 Google |
| Palabras claves: Emociones, Motivación, Toma De Decisiones | |
| Referencia APA. Cachero Martínez, S. (2016). Componente afectivo del comportamiento del consumidor. Universidad de Oviedo. Recuperado de | |
| RESUMEN (si la información es tomada de un artículo) | |

| Texto (literal con número de página) |
|---|
| |
| |
| Prontuario |
| <i>Parafraseo del texto seleccionad</i> |
| Las emociones influyen en el comportamiento del consumidor, mostrando que los sentimientos y estados afectivos afectan la manera en que las personas toman decisiones de compra y perciben los productos o servicios. |

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

| Ficha de la fuente de información. | |
|--|---|
| No. 1 | https://www.uv.mx/iiesca/files/2019/10/04CA201901.pdf |
| | Google |
| Palabras claves: Emociones, Motivación, Toma De Decisiones | |
| Referencia APA. Hernández Rodríguez, C., Arano Chávez, R. M., & Cruz Kuri, L. (2019). Diagnóstico sobre la relación de la influencia emocional en el comportamiento de consumidor. Universidad Veracruzana. Recuperado de | |
| RESUMEN (si la información es tomada de un artículo) | |
| Señala que los sentimientos y estados afectivos afectan la percepción de los productos y servicios, así como las decisiones de compra. Además, destaca la importancia de comprender esta relación para diseñar estrategias de marketing más efectivas y personalizadas, que logren conectar mejor con las necesidades y motivaciones del consumidor. | |

| Texto (literal con número de página) |
|---|
| Esto significa que si aumenta el consumo, la demanda de producción aumentará, y en consecuencia la producción será mayor. Si se produce más se necesitarán más empleos, con lo que el paro descenderá, los salarios crecerán y el nivel de vida mejorará. (pag24) |
| Prontuario |
| <i>Parafraseo del texto seleccionad</i> |
| Los consumidores, destacando que los sentimientos influyen en sus decisiones de compra y en la forma en que perciben productos y servicios, lo que es clave para el desarrollo de estrategias de marketing efectivas. |

| | |
|-------|---|
| Tema: | Mapeo De Emociones En La Experiencia De Compra |
|-------|---|

| Ficha de la fuente de información. | |
|---|---|
| No. 1 | https://www.tmcconsultores.com/post/emociones-decision-compra Google |
| Palabras claves: Emociones, Psicología Del Comportamiento, Estrategias De Ventas | |
| Referencia APA. MC Consultores. (2025, mayo 15). Cómo las emociones influyen en la decisión de compra. Recuperado de | |
| RESUMEN (si la información es tomada de un artículo) | |
| | |

| Texto (literal con número de página) |
|---|
| |
| |
| Prontuario |
| <i>Parafraseo del texto seleccionad</i> |
| <p>Las emociones juegan un papel fundamental en las decisiones de compra, ya que los sentimientos influyen en cómo los consumidores perciben los productos y servicios, afectando sus preferencias y elecciones</p> |