



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONOMICO ADMINISTRATIVAS

ZONA DE LA CULTURA

MAESTRA:

Dra. MINERVA CAMACHO JAVIER

ALUMNA:

YEMI YAZMIN ALTUNAR LÓPEZ

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

MERCADOTECNIA, GRUPO MLM

19 DE MAYO DEL 2025

INTRODUCCIÓN

El portafolio de evidencias virtual (PEV), es una herramienta digital que sirve para guardar información de diversos tipos, en este caso, fue utilizado en el ámbito académico, para organizar, registrar, resguardar y demostrar los logros alcanzados a lo largo del ciclo escolar.

Se llevo a cabo por medio de la plataforma Wix, esta gran plataforma ayuda a muchos jóvenes como tú y como yo a poder reflexionar y observar nuestros logros alcanzados, conocimiento adquirido, como hemos ido caminando a lo largo de cada semestre, todo el esfuerzo, desempeño, horas de desvelo, estrés, que como alumno vivimos día a día. Esta plataforma es para ti, para mí, para cada docente o persona ahí afuera que desea ofrecer y resguardar información valiosa que mucho esfuerzo le costó.

Wix es una plataforma que ayuda a crear sitios web y nos permite diseñarlo a nuestra manera, utilizando la creatividad de cada uno. Como alumna, yo no tenia el conocimiento de esta plataforma, sin embargo, gracias a mis maestros pude llegar a ella, es una herramienta invaluable, a la que se le puede sacar mucho provecho si así lo deseas.

Esta página cuenta con diversos apartados que expresan una gran parte de mí, de cómo eh ido caminando día a día en mi desempeño académico, la evolución y los conocimientos que como alumna de la UJAT adquiero con el pasar del tiempo. Abarca desde la “portada”. El apartado de “acerca de” que me describe como persona, lo que soy. La “introducción”. Una parte muy importante que son las “actividades integradoras”, es decir, mi trabajo realizado, todo el desvelo y tiempo que le dedico al estudio. La “reflexión” que es la que me ayuda a detenerme, mirar atrás y ver todo el trayecto que llevo recorrido. Las “referencias” y finalmente el “foro” un apartado para interactuar y retroalimentar.

Como estudiante, me satisface mucho poder contar con estas herramientas hoy en día, ya que sin duda me ayudan a resguardar mi información en un buen lugar, poder darla a conocer a otros compañeros, maestros y más. Y sé que, en cualquier momento puedo recurrir a mi sitio para consultar alguna información que necesite, es mi desempeño que tengo resguardado, el cual en un futuro puedo necesitar.

PORTADA DE PEV



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



PORTADA ACERCA DE INTRODUCCIÓN ACTIVIDADES INTEGRADORAS REFLEXIÓN REFERENCIAS FORO

PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS VIRTUAL
PEV

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Yemi Yazmín Altunár López,

Link del sitio:

<https://yemialtunar264.wixsite.com/ciclos>

REFLEXIÓN

Al iniciar este nuevo semestre, creí que no sería nada diferente al anterior, sin embargo, Comportamiento del Consumidor resulto un reto a la hora de presentarme una nueva manera de trabajar que no conocía, el aprendizaje por competencias. Realmente no conocía sobre este método de aprendizaje, pero cuando la maestra lo explico me resulto interesante, que no solo se quedaría en la teoría, si no que se aplicaría ese conocimiento desarrollando diversas habilidades a lo largo del ciclo. Conforme iba transcurriendo el tiempo, se iban aplicando diversos métodos dependiendo de la actividad que se estuviera realizando, una que me gusto mucho fue la de observar a una persona, con esto me pude dar cuenta de pequeñas cosas que tal vez con explicación teórica si lograba comprender, pero no tan bien del todo. Creo que fue muy bueno este método, ya que con recuerdos así, es más fácil entender y recordar en un futuro el contenido de la materia y sobre todo como aplicarlo al consumidor.

Mi aprendizaje en el aula fue evolucionando de una buena manera, al principio los primeros días no sabia nada, pero una vez que se empezó a trabajar con la primera tarea, empezó la parte buena. Desde la elaboración de reportes, ya que estos me ayudaban a comprender la información de una manera que nunca lo había hecho, porque era importante entenderla antes de plasmarla en las actividades y al consultar más de una fuente extraía información que no encontraba en la primera y viceversa. Igual las retroalimentaciones grupales en el aula después de la entrega de cada tarea ayudaron mucho, ver lo que se les había quedado a mis compañeros y comparar su aprendizaje con el mío era una gran forma de aprender más. Por ultimo el trabajo en equipo, aquí fue un gran reto trabajar con compañeros que jamás antes había trabajado y adaptarnos cada uno al otro; pasar una semana a ser líder del equipo y tener la responsabilidad de supervisar que todo se cumpliera de acuerdo con lo planeado. También tuve que aplicar mi aprendizaje y habilidades desarrolladas a lo largo del semestre para realizar la investigación sobre la marca escogida y así poder conseguir la práctica del objetivo de la materia.

Virtualmente me ayude mucho de Google académico, consultando diferentes artículos de información sobre lo que requería para realizar mis actividades. Igual el sitio del docente fue una gran fuente de consulta, ya que contaba con buena información se me facilito un poco la recopilación de ciertos datos. Por último, Google Forms fue una excelente herramienta para poder hacer la investigación de mercado que se trabajo en equipo.

Las competencias que pude visualizar a lo largo desarrolladas en mi fueron: las genéricas, aquí las puse en práctica a la hora del trabajo en equipo, al adaptarme a nuevos compañeros y cuando se presentaba alguna dificultad poniéndome en acción para tratar de solucionarla ya fuera individualmente o junto con mis

compañeros de trabajo. Igual pude observar las competencias transversales, tal vez no siempre de la mejor manera, a la hora de realizar mis tareas tanto individuales como en equipo, se podría decir que al inicio fueron pésimas porque no administraba bien mi tiempo, pero conforme iba avanzando pude ver un desarrollo en ese aspecto, ya me organizaba mejor, tenía una mejor distribución de mi tiempo dedicado tanto en el aula como en casa y me volvía mas eficiente con mis trabajos. Tal vez no pude lograr mi meta de aprender a desarrollar las competencias del todo, pero puedo sentirme orgullosa de mis logros, ya que empezar en cero y poco a poco ir aprendiendo cosas nuevas, una nueva forma de trabajo, evaluándome con las autoevaluaciones y viendo que tenía y que me hacía falta, aceptando las coevaluaciones por parte de mis compañeros de mi desempeño en equipo y ya al final con cada lista de cotejo ver que si logre hacer y en que quede corta, donde pude haberme esforzado más, todo esto iba sumando más y más a mis ganas de querer mejorar y entregar lo mejor de mí.

Al final, me llevo un gran aprendizaje y habilidades desarrolladas de la materia, buenos conocimientos sobre el CC de los cuales no tenia idea que existían, no solo teoría, sino que también práctica que se que me puede servir tanto individualmente como colaborativamente, formas de ver el mercado exteriormente y como los clientes reciben toda la información y lo que causa en ellos, saber que ahora yo estoy del lado donde soy fácil de persuadir, en una clasificación de consumidor donde tal vez no quiero estar, pero que me motiva a hacer algo para estar donde quiero. Puedo decir sinceramente que pude aprender más, esforzarme más en mis tareas individuales y en mi participación con mi equipo, apoyarlo en cosas donde tal vez no me involucre tanto, siguiendo las instrucciones del docente a como se me solicitaban y ser responsable con la materia y con mi objetivo como estudiante; ya que todo esto pudo haberme dejado más de lo que obtuve.

Pero sin duda fue un gran semestre del cual me llevaré muchos recuerdos, estoy contenta con lo que pude lograr y espero con ansias poner en práctica lo que aprendí aquí, las competencias que logre desarrollar y así también puedo seguir mejorándolas, deseo encontrarme con maestros que se preocupen por el aprendizaje de sus alumnos y que no sea un aprendizaje teórico solamente, si no que sea un aprendizaje por competencias, ya que con estas tuve un mejor impacto en mi persona.

REFERENCIAS

- Atención al cliente, consumidor y usuario. (s.f). *Motivaciones de compra y tipología de clientes*. <https://www.minervaci2000.com/comportamiento-del-consumidor>
- Ciribeli, P. y Miquelito, S. (2015). *La segmentación del mercado por el criterio psicográfico: un ensayo teórico sobre los principales enfoques psicográficos y su relación con los criterios de comportamiento*. *Visión de futuro*, 19(1), 33–50. <https://www.scielo.org.ar/pdf/vf/v19n1/v19n1a02.pdf>
- Contreras, M.A. y Vargas, J.A. (2021). *Comportamiento del consumidor, generaciones, generación silent, generación Z*. *ACADEMO*, 8(1):15-28. <http://dx.doi.org/10.30545/academo.2021.ene-jun.2>
- Fernández, C. y Aqueveque, C. (2001). *Segmentación de mercados: buscando la correlación entre variables psicológicas y demográficas*. *Revista colombiana de Marketing*, 2(2), 1-14. <https://www.redalyc.org/pdf/109/10900204.pdf>
- Gallegos, C. y Taddei, I. C. (2022). *Controversia sobre la racionalidad en el comportamiento del consumidor*. *Inter disciplina*, 10(27), 203-224. <https://doi.org/10.22201/ceiich.24485705e.2022.27.82152>
- Henao, O. y Córdoba, J.F. (2007). *Comportamiento del consumidor, una mirada sociológica*. *Unilibre Cali*, 3(2), 18-29. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3992004>

Oquendo, S. (2016). Auditoria de marketing como instrumento de evaluación de las estrategias comerciales de las empresas. Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas y Financieras, Universidad La Salle, Bolivia. (11), 181 – 199. <http://148.202.167.116:8080/jspui/handle/123456789/3666>

Parra, A. (6 de febrero de 2023). *¿Qué es un pantry check?* QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-un-pantry-check/#:~:text=El%20proceso%20de%20pantry%20check,las%20principales%20marcas%20que%20consumen>

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2006). *Comportamiento del Consumidor y estrategia del Marketing*. Mc Graw Hill. <https://dspace.itsjapon.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/3899/1/Comportamiento%20del%20consumidor%20y%20estrategia%20de%20marketing%20Peter%207A%20Ed.pdf>

Rivas, J. A. y Grande, I. (2010). *Comportamiento del consumidor. Decisiones y estrategias de marketing*. ESIC. <https://dspace.itsjapon.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/3899/1/Comportamiento%20del%20consumidor%20y%20estrategia%20de%20marketing%20Peter%207A%20Ed.pdf>

Schiffman, L. & Kanuk, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. Pearson educación. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Wqj9h1xqW-IC&oi=fnd&pg=PR18&dq=el+consumidor+como+individuo&ots=C42rBbrayE&sig=Bt9t404h4ZWGclXifknM8n7Q8UE#v=onepage&q&f=false>

Solomon, M. (2008). *Comportamiento del Consumidor*. (Séptima edición). Perason Educación.

<https://uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2019/10/Comportamiento-del-consumidor-7ed-Michael-R.-Solomon.pdf>

Unidad 2. Los consumidores, clientes y usuarios. (s.f). PDF.

https://www.minervacj2000.com/files/ugd/5b6fb8_5503239d15194ce096cdda16a27de4cc.pdf