

Portafolio de Evidencias Virtual

Presenta:

Ana Silvia González Gil

Asignatura Impartida por la:

Dra. Minerva Camacho Javier

Ciclo 02-2025

Introducción

El siguiente archivo proporciona una visualización de la elaboración del Portafolio de evidencias virtual de la materia de Comportamiento del consumidor, en el cual de manera sistemática se presentan todas las actividades y evidencias que se llegaron a realizar a lo largo del semestre, se elaboraron tanto tareas individuales como por equipo en donde se pudieron desarrollar técnicas de compañerismo y aportación dentro del aula de clases.

Este portafolio además está integrado por secciones, en dónde se podrá apreciar lo que es la respectiva portada con todos los datos de presentación, una breve historia e imágenes de la presente alumna para que se pueda conocer un poco más sobre ella, una introducción de este portafolio, las evidencias integradoras divididas por 3 etapas, una reflexión y conclusión de como nos sentimos durante el curso y las respectivas referencias empleadas en la materia.

Con esta actividad pude descubrir que la organización es la clave de todo, presentar un documento digital como este permite la exploración de la creatividad y brinda un panorama diferente de como se puede trabajar de manera híbrida en una aula de clase, la funcionalidad de esta es aceptar que hay nuevas formas de trabajo y debemos innovarnos ya aceptarlas para integrarnos a la ere meta, con el objetivo de que en un futuro podamos ser autodidactas por completo y que el aprendizaje siga a lo largo de nuestra carrera tanto como alumnos como profesionistas.

IMAGEN PEV



**Universidad Juárez
Autónoma de Tabasco**
División Académica Económico Administrativa

Portada Acerca de Introducción Evidencias integradoras Reflexión Referencias Foro

*Portafolio de evidencias virtual
(PEV)*

Licenciatura Mercadotecnia

Alumna: Ana Silvia González Gil

Ciclo o2-2025

Enlace: <https://anasilviagg10.wixsite.com/ciclos>

Conclusión reflexiva

La vida nos impulsa a seguir esforzándonos en todo lo que nos propongamos, aunque al principio no comprendamos el por qué de las cosas, es importante saber adaptarnos a las nuevas situaciones que se nos presente y los retos que tengamos durante el camino.

Aunque un portafolio de evidencias pueda parecer un reto menor puede traer consigo varios obstáculos e interrogantes, lo que no entiendo hoy al día siguiente ya lo sabré, y es por eso que tener estas actividades nos ayuda a no solo optar por lo tradicional, lo que ya conocemos y nos sentimos cómodos con ello, es importante como mercadólogos conocer y adaptarnos a nuevas modalidades, no quedarnos obsoletos y establecer que siempre podemos aprender cosas nuevas y que el conocimiento no cuesta.

Gracias a esta actividad me di cuenta que debo fortalecer muchas cosas en mi persona, una de ellas es luchar contra mi actitud procrastinadora y seguir dándome ánimos para poder avanzar de manera responsable y organizada.

Concluyo diciendo que este semestre me hizo apreciar el tiempo libre que tengo y que puedo aprovecharlo al máximo.

Referencias

Calvo, L. (2025 de Mayo de 2025). *Microinfluencers: qué son y cómo aprovechar sus beneficios*. Obtenido de godaddy.com: <https://www.godaddy.com/resources/es/marketing/que-es-microinfluencer-beneficios>

Microinfluencers: ¿Qué son, ventajas, desventajas y cómo elegirlos? (2024). Obtenido de relevantmkt.com: <https://relevantmkt.com/microinfluencers/>

Perfil del consumidor digital. (11 de febrero de 2022). Obtenido de docusign.com: <https://www.docusign.com/es-mx/blog/consumidor-digital>

Schiffman, L. G., & Lazar Kanuk, L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. México: Pearson.

wearetesters. (24 de septiembre de 2024). *Estudios de mercado sobre generaciones de consumidores*. Obtenido de wearetesters.com: <https://www.wearetesters.com/investigacion-de-mercados/estudios-de-mercado-generaciones-consumidores/>

Conservando el Medio Ambiente y sus recursos. (n.d.). Nestlé México. Retrieved September 6, 2025, from <https://www.nestle.com.mx/csv/planeta/medio-ambiente>

Grupo Bimbo calificó por quinta ocasión como empresa sustentable de la BMV. (2016, November 23). Grupo Bimbo. Retrieved September 6, 2025, from <https://www.grupobimbo.com/es/prensa/comunicados/medio-ambiente/grupo-bimbo-califico-por-quinta-ocasion-como-empresa-sustentable>

¿Quiénes somos? (n.d.). Grupo Bimbo. Retrieved September 6, 2025, from <https://www.grupobimbo.com/es/inversionistas/quienes-somos>

Rivera, P. (n.d.). *FUNDAMENTOS DE MARKETING*.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. Pearson Educación.

Solomon, M. R. (2008). *Comportamiento del consumidor*. Pearson Educación.

HÁBITOS DE LOS CONSUMIDORES. (n.d.). In *II. Hábitos de consumo* (p. 73).

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. Pearson

Educación.

Solomon, M. R. (2008). *Comportamiento del consumidor*. Pearson Educación.

Coto Consulting. (2018, septiembre 10). *Los nuevos roles del consumidor 2: Consumidor híbrido*. cotoconsulting.com. <https://www.cotoconsulting.com/los-nuevos-roles-del-consumidor-2-hibrido/>

García Lahiguera, F. (2024, abril 16). *Cómo se comporta el consumidor en un mundo híbrido*. salesland.net. <https://salesland.net/blog/como-se-comporta-el-consumidor-en-un-mundo-hibrido>

Design Thinking. (2024). *Entrevista en profundidad: qué es y cómo puede ayudarte a crear mejores productos y servicios*. designthinkingespaña.com. Retrieved octubre 28, 2025, from <https://designthinkingespaña.com/entrevista-en-profundidad-que-es-y-como-hacerla>

TEMA 5. TEMA 5. EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y DE LAS ORGANIZACIONES. (n.d.). https://www.minervacj2000.com/_files/ugd/5b6fb8_592611539fec46d38a02dfac620ca465.pdf

Consumidor - Qué es, tipos, características y comportamiento. (n.d.). Concepto.

Retrieved October 11, 2025, from <https://concepto.de/consumidor/>

Cyberclick • Marketing Digital. (2023, Abril 25). *Las Estrategias de Segmentación de Mercado en Marketing[Video]*. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=bPo13gAK-7M&t=4s>

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. Pearson Educación.

Consumidor - Qué es, tipos, características y comportamiento. (n.d.). Concepto.

Retrieved October 11, 2025, from <https://concepto.de/consumidor/>

Cyberclick • Marketing Digital. (2023, Abril 25). *Las Estrategias de Segmentación de Mercado en Marketing[Video]*. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=bPo13gAK-7M&t=4s>

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. Pearson Educación.