

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Instituto de Ciencias Sociales y Administración

Departamento de Ciencias Administrativas

Diana Patricia Martínez López – 216576

Carlos Eduardo Carranza Hernández – 221027

Jorge Ulises Reyes Muñoz – 228144

Andrea Elena Reyes Carlos – 228147

Raúl Alberto Vázquez Sotelo – 228152

Laura Elena García Delgado – 228159

Jorge Ariel Salinas Torres – 228188

Jessica Bandera Duarte – 228192

Luis Raúl Orozco Hernández - 228220



Administración de la Mercadotecnia

Dra. Gabriela Velasco Rodríguez

Actividad: Fases de curso COIL

20/11/2022

<b>Introducción</b> .....	2
<b>Sensibilidad sobre el reto (proyecto) (84 palabras)</b> .....	2
<b>Plan de trabajo centrado en el reto (proyecto) (130 palabras)</b> EL proyecto tuvo inicio por medio de la grabación de un video de presentación, seguido de una actividad en equipo donde el objetivo era <b>identificar</b> diferencias y similitudes entre México y Estados Unidos para <b>identificar</b> variables infraestructura y tecnología, económicas, culturales y gubernamentales. ....	2
<b>Conceptos y Procedimientos en el reto (proyecto) (103 palabras)</b> .....	2
<b>Preguntas y ejercicios interactivos sobre el reto (proyecto) (102 palabras)</b> .....	3
<b>Desarrollo</b> .....	3
<b>Análisis de los saberes previos mediante la elaboración de una tabla de los factores cómo están cada uno de los supermercados de cada país. (224 palabras)</b> .....	3
<b>Profundización sobre los conceptos y respuestas de los factores incluidos en la descripción de los supermercados de cada país. (235 palabras)</b> .....	4
<b>Aplicación del reto (proyecto) con base a la colaboración de información compartida de los factores incluidos en la descripción de los supermercados de cada país. (201 palabras)</b> .....	4
<b>Evaluación formativa y apoyo continuo para conocer cómo deben estar los factores en los supermercados, de acuerdo a las normas de calidad de cada uno de los supermercados en el servicio de cada uno de los países con su respectiva descripción. (178 palabras)</b> .....	5
<b>Conclusión</b> .....	5
<b>Distinguir semejanzas y diferencias en la experiencia de compra en los supermercados de cada país. (200 palabras)</b> .....	5
<b>Proponer medidas de mejora continua para lograr una experiencia de compra ideal de comestibles para cada uno de los supermercados. (218 palabras)</b> .....	6
<b>Reportes individuales</b> .....	7
<b>Videos</b> .....	14

## Introducción

### **Sensibilidad sobre el reto (proyecto) (84 palabras)**

La metodología COIL es muy relevante en el sentido de generar una experiencia internacional y multicultural. Además, proporciona la visión de México y Estados Unidos acerca del comportamiento del consumidor al momento de hacer compras en el supermercado por medio de las siguientes variables: infraestructura y tecnología, económicas, culturales y gubernamentales.

La colaboración entre las tres instituciones permitió compartir conocimientos, trabajar en equipo, detectar similitudes y diferencias entre los dos países, pero **sobretudo** identificar posibles puntos de mejora que podrían funcionar en los mercados.

### **Plan de trabajo centrado en el reto (proyecto) (130 palabras)**

**EL** proyecto tuvo inicio por medio de la grabación de un video de presentación, seguido de una actividad en equipo donde el objetivo era **identificar** diferencias y similitudes entre México y Estados Unidos para **identificar** variables infraestructura y tecnología, económicas, culturales y gubernamentales.

El papel de los estudiantes del programa de maestría en administración de la UACJ fue analizar los datos obtenidos de 8 preguntas y exponer en el presente trabajo.

El escrito es compuesto por la introducción, desarrollo donde se presentarán un análisis de los factores observados en el supermercado, profundización sobre los conceptos, aplicación del proyecto y una evaluación formativa.

Por último, la conclusión y retroalimentación respecto a los aspectos que se pueden mejorar de cada uno de los factores analizados para que el cliente se sienta atendido.

### **Conceptos y Procedimientos en el reto (proyecto) (103 palabras)**

Después de haber analizado los videos compartidos por parte de la universidad de Ohio y de la Universidad **de puebla**, fue muy interesante conocer la estructura que llevaron a cabo sobre los conceptos importantes, relevantes y críticos para saber a detalle las diferentes culturas en una tienda departamental de la misma empresa pero en diferentes países, teniendo como hipótesis los mismo productos a la venta, tomando como un procedimiento el análisis muy bien estructuradas con **su** variables a desarrollar, para poder realizar de manera correcta el comparativo. Dando a conocer las diferencias encontradas en la misma tienda departamental, pero en dos culturas diferentes.

**Preguntas y ejercicios interactivos sobre el reto (proyecto) (102 palabras)**

Las preguntas realizadas dentro del reto se consideran una manera importante de poder conocer y analizar que tiene mucho que ver la cultura y la economía de cada país, para conocer las necesidades de los habitantes de esa localidad teniendo como respuesta que no es posible que las tiendas departamentales puedan tener los mismos artículos en los diferentes países porque el consumo es en su totalidad muy diferente. Para demostrar lo anterior nuestros compañeros de las dos Universidades se dieron a la tarea de comprobarlo de manera física acudiendo a las instalaciones, fue así como conocieron la cultura de su misma localidad.

**Desarrollo**

**Análisis de los saberes previos mediante la elaboración de una tabla de los factores cómo están cada uno de los supermercados de cada país. (224 palabras)**

	<i>Puebla</i>	<i>Ohio</i>
<i>Variables económicas</i>	Walmart (tienda cara), salarios bajos y desempleo, consumir productos sustitutos, precio de la canasta básica, nivel socioeconómico, productos especializados por área geográfica	Cupones de asistencia, programas de asistencia a población vulnerable, programas de recompensa
<i>Variables culturales</i>	Fluctuación de precios entre tiendas, preferencia de compra en físico, compras de temporada, comportamiento cívico y/o ético del consumidor	Democratización del uso de tecnología, confianza en el consumidor en el pago
<i>Influencia de la infraestructura y tecnología</i>	Estrategia de venta es de más barato al inicio y lo más caro al final de la tienda, facilidad de compra en línea	Estacionamiento para personas discapacitadas cerca del edificio, debe de tener acceso a silla de ruedas y las puertas son automáticas
<i>Políticas gubernamentales</i>	Dificultad en adquirir licencias de venta, aplicación de políticas proteccionistas, impuestos sobre ciertos productos	FDA, restricción a las bolsas de plástico, establece normas de seguridad, eliminación de restricción por Covid, bolsas reutilizables

<i>Comparación económica</i>	<p>En México, Walmart es una tienda cara y en <b>US</b> es una tienda más barata.</p> <p>Mejor economía en <b>USA</b>.</p> <p>Menor costo de intercambio de bienes en <b>USA</b>.</p>
<i>Comparación cultural</i>	Comportamiento cívico y/o ético del consumidor
<i>Comparación <b>infra y tec</b></i>	<p>Disponibilidad de los productos.</p> <p>La distribución de espacios es diferente.</p> <p>Capacidad tecnológica (internet).</p> <p>Transporte <b>publico</b></p>
<i>Comparación gubernamental</i>	<p>Falta de regulación de productos (MX).</p> <p>Adaptación al e-commerce por restricciones sanitarias</p>

**Profundización sobre los conceptos y respuestas de los factores incluidos en la descripción de los supermercados de cada país. (235 palabras)**

Los factores de compra de comestibles analizados permiten tener un conocimiento de cómo las personas satisfacen sus necesidades, en este caso necesidad primaria; se puede observar que existen diferencias no solo por país, sino en la misma comunidad acerca del tipo de consumidor que puede existir y esto lo define el nivel de poder adquisitivo que los consumidores tengan, en Estados Unidos por ejemplo, se usan cupones de asistencia o programas de asistencia que les permite comprar comestibles necesarios, mientras que en México se utiliza más el promocionar artículos de la zona donde se encuentre el supermercado ya que pueden ser más económicos por ser productos locales.

Los supermercados en ambos países creen que los consumidores serán capaces de actuar de una manera adecuada y esperan que su comportamiento dentro del establecimiento cumpla con las expectativas, aunque en ambos países no se maneja la confianza al mismo nivel esto no quiere decir que un comportamiento sea mejor que otro.

Cada país tiene su propio conjunto de conocimientos, herramientas y técnicas para adaptarse e innovar en cómo se realizan una compra, en Estados Unidos las aplicaciones permiten que el consumidor pueda realizar todo su proceso de compra a través de un dispositivo portátil, mientras que, en México, aunque se pretende que el consumidor llegue a realizar todo su proceso a través de una aplicación, los supermercados aun no muestran un significativo interés en desarrollar buenas aplicaciones.

**Aplicación del reto (proyecto) con base a la colaboración de información compartida de los factores incluidos en la descripción de los supermercados de cada país. (201 palabras)**

Al considerar los factores que influyen en cada país al momento de que un consumidor realiza una compra, es evidente que existen contrastes muy marcados aun siendo países “vecinos” con culturas de cierta manera ligadas. Esto no significa que sea algo bueno o malo, ya que, desde un punto de

vista de mercadotecnia, estos factores del **macro entorno** son los que deben de considerar las empresas (o emprendedores) al momento de realizar un plan de negocio, desarrollo de un nuevo producto o incluso en la incursión en mejorar un producto ya establecido. Este proyecto es el más claro ejemplo de cómo dichos factores no solo afectan el entorno del consumidor sino también en sus necesidades y requerimientos. De esta manera, resulta más claro la ventaja de aplicar ciertas metodologías para el análisis de dichos factores y así conseguir atacar a las necesidades claves de los consumidores y no solo eso, sino también prevenir como ciertos cambios en estas variables podrían afectar al producto en cuestión o incluso en la manera de ofrecer dicho producto. Finalmente, al considerar las variables y anticipar sus cambios oportunamente, las grandes y pequeñas empresas con capaces de mantenerse rentables aun cuando existan cambios en el entorno.

### **Evaluación formativa y apoyo continuo para conocer cómo deben estar los factores en los supermercados, de acuerdo a las normas de calidad de cada uno de los supermercados en el servicio de cada uno de los países con su respectiva descripción. (178 palabras)**

Las diferentes experiencias de compra que se pueden observar entre ambos países pueden verse afectadas por los organismos que regulan los supermercados en dichos países. Por parte de EUA, la FDA está comprometida a mejorar la nutrición y salud, así como reducir las enfermedades. Este organismo supervisa los estándares federales de etiquetado de alimentos, así como atender los reportes de enfermedades o lesiones que parecen haber sido causadas por un producto regulado por la FDA.

Mientras que, en México, se cuentan con 2 organismos principales: la **Profeco**, quien desempeña un papel activo en la protección de los derechos de los consumidores. Se enfoca principalmente en buscar evitar que éstos sean sujetos de abusos, además de garantizar que cuenten con suficiente información respecto del costo de los productos ofrecidos por estos establecimientos para poder así tomar mejores decisiones de consumo. Mientras que la COFEPRIS, cuya función es bastante similar a la FDA, tiene como misión proteger a la población contra riesgos a la salud provocados por el uso y consumo de bienes y servicios, y prevención de riesgos sanitarios.

### **Conclusión**

#### **Distinguir semejanzas y diferencias en la experiencia de compra en los supermercados de cada país. (200 palabras)**

Se observó grandes diferencias entre ambas ciudades, las cuales podemos identificar como primera estancia, las variables económicas, siendo un punto importante la diferenciación entre salarios mínimos de ambos países y los programas de asistencia que benefician a los consumidores vulnerables de Ohio, teniendo mayores oportunidades de adquirir los productos necesarios de la canasta básica. En las variables culturales, se identificó en Ohio la gran importancia en el uso de las tecnologías para adquirir los productos de su conveniencia, siendo un caso diferente en Puebla por lo que el consumidor prefiere aún y teniendo el uso de las tecnologías acudir a las diversas franquicias. En la infraestructura un punto importante a resaltar el acomodo de los espacios de acceso de los consumidores, así como de los productos en los

anaqueles. Por último, en las políticas los impuestos suelen ser más altos en Puebla que en Ohio, por lo cual perjudican el hecho de poder adquirir ciertos productos, al igual en Ohio cuentan con restricciones sanitarias más estrictas por lo contrario de Puebla, existen las franquicias que promueven productos caducados o en mal estado. Logrando observar diferencias significativas entre ambas ciudades que influyen en las preferencias de adquirir los productos de conveniencia.

**Proponer medidas de mejora continua para lograr una experiencia de compra ideal de comestibles para cada uno de los supermercados. (218 palabras)**

Como parte de todo lo visto anteriormente, es de gran importancia establecer acciones que contribuyan a que la compra del consumidor sea una mejor experiencia, sin duda alguna para la experiencia en México está claro que el camino es comenzar a desarrollar una infraestructura mucho más parecida a la establecida por nuestro país vecino, para que de esta manera se aprovechen mejor los avances tecnológicos que ya se están implementando para mejorar la experiencia del consumidor; dentro de las variables políticas y económicas convendría intentar combatir el gran número de impuestos a los productos con algunos incentivos de compra que refuercen en el comprador un estilo de vida saludable, como bien implementan ya en Estados Unidos.

Las recomendaciones de mejora continua para Estados Unidos apuntalan a lo bien encaminados que van ya con el desarrollo de la nueva tecnología que está por venir, que sin duda alguna va a redefinir la experiencia de compra por completo; mientras que en las demás variables, **seria** importante seguir buscando nuevos y mejores incentivos/apoyos para la gente más vulnerable y dentro de las variables culturales seguir reforzando esa cultura que permite a los clientes tener más libertad pero con una cultura de la responsabilidad muy presente, que sin duda alguna es de las principales carencias de la experiencia de compra en México.

La liga del video de YouTube reporte grupal: <https://youtu.be/P2K6K46U0MQ>

## Reportes individuales

### Reflexión de la experiencia tanto académica como personal

#### Andrea Elena Reyes Carlos

##### Objetivo de la reflexión individual

Durante el reto de Coil se pudo observar las diferentes culturas que se viven a pesar de ser países vecinos y teniendo la misma red de tiendas departamentales, no es posible tener las mismas actividades o procesos de compra por la cultura que se tiene en cada país, como también se pudo observar la diferencia de sueldos que existen en las mismas actividades que realizan como por ejemplo las cajeras de la tienda, pero también así como en Estados Unidos se percibe que los sueldos son mayores, los gastos en su vida diaria suelen ser mayores a los de México.

El proyecto de Coil me dio la oportunidad de conocer la vida y las costumbres que se viven en cada país, así como también me hubiera gustado no solo conocer las culturas si no también conocer más de cerca a sus habitantes, como teniendo una charla de sus aspiraciones y su opinión sobre como consideran las culturas, la economía, lo social, etc. de su país, en este caso como los alumnos que participaron en este reto. Se les agradece que nos compartieron su investigación, así como también su experiencia que vivieron durante el periodo de este reto, enriqueciendo nuestro conocimiento.

Envió video y reflexión individual (Fase 4 COIL 2022).



Coil\_Individual\_AndreaR (1).mp4

#### Raúl Alberto Vázquez Sotelo

Mi experiencia en el programa COIL en la parte académica fue muy interesante. Me dio la oportunidad de observar el desarrollo académico de mis compañeros de Puebla y de Ohio. Es muy interesante ver desde el punto de vista en el que se toma la importancia del trabajo y el esmero de cada uno. También fue muy interesante ver a mis compañeros de Puebla esforzarse por hacer lo mejor posible al comunicarse en el idioma inglés. Así mismo se puede observar una diferencia en la infraestructura tecnológica que presentan cada uno de los grupos y esto se puede ver en la calidad de videos de la presentación. Al final el trabajo me dio la oportunidad de ponerme en el lugar de cada uno de ellos y observar las diferencias.

Personalmente se me hace un programa muy interesante, hacer uso de la tecnología para poder crear mayor conciencia de que hay un mundo tan diferente fuera de nuestro hogar, fuera de nuestra ciudad. Es especialmente interesante la forma en que nos damos a la tarea de trabajar en conjunto para crear conocimiento. Lo cual nos enriquece cultura mente y también nos ayuda a encontrar



formas de conectar con las personas que si bien lejos quizá algún día podrían convertirse en nuestros socios y compañeros de aventura. Por mi parte quede **encantado** con el programa y si se me da la oportunidad me **encantaría** volver a hacerlo.

Envió video y reflexión individual (Fase 4 COIL 2022).

<https://www.dropbox.com/s/rki1ezrpsdugkea/Raul.MP4?dl=0>

<https://youtu.be/Tf70jVUq59A>

## **Diana Patricia Martinez Lopez**

### Experiencia académica

El programa COIL me pareció una herramienta enriquecedora, con la cual logramos poner en **practica** lo visto en clase, aunque hubo muy poco material para realizar el trabajo final, con los conocimientos vistos en clase logramos hacer un análisis. Es interesante comparar las experiencias de compra de **2** países que son vecinos y que sin embargo tienen experiencias muy contrastantes, es aquí donde los factores políticos, sociales, tecnológicos, culturales entran en juego. Uno de los factores que **mas** me llamaron la atención fue el tecnológico, Estados Unidos hace uso de la tecnología de una manera **mas** efectiva que México, si bien en México también existen estas herramientas tecnológicas, el uso que se les da es diferente, aquí los factores culturales y económicos influyen mucho.

### Experiencia personal

En cuanto a mi experiencia personal, participar en el programa COIL fue bastante divertido, siento que como clase nos unió. Disfrute mucho grabar los videos y colaborar con mis compañeros de clase. Me hubiera gustado que las interacciones con los estudiantes de Puebla y Ohio fuesen en tiempo real, al menos la primera actividad rompe hielo. Sin embargo, la experiencia fue muy grata y enriquecedora.

Envió video y reflexión individual (Fase 4 COIL 2022).

[https://youtu.be/1\\_tvmS\\_jG98](https://youtu.be/1_tvmS_jG98)

## **Jorge Ulises Reyes Muñoz**

### Experiencia académica

Académicamente hablando, el programa Coil para mí representó la perfecta oportunidad para poder vivir de primera mano el cómo los factores externos influyen en nuestras decisiones como personas y por ende como consumidores. En la teoría, conocemos del FODA, PESTEL y otras metodologías para realizar análisis del entorno, sin embargo, el vivirlo de primera mano y poder

interactuar asincrónicamente con estudiantes de otras ciudades/países brinda la perfecta oportunidad de poder reafirmar lo conocimientos de una manera más práctica y divertida. El objetivo académico del curso considero que fue cumplido y deja un gran aprendizaje y una apertura a considerar factores externos y culturales al considerar un producto o servicio.

#### Experiencia personal

Desde el punto de vista personal considero que un punto crucial que es un objetivo del programa y que incluso puede ser aplicable a otros aspectos, es la importancia de considerar perspectivas distintas a lo que estamos acostumbrados y así romper paradigmas que normalmente no se cuestionan. La mejor manera de hacer esto es viajando a nuevos lugares, que de cierta manera se logró (de manera virtual) al incluir un equipo multinacional e interdisciplinario en donde los estudiantes tuvieran un espacio para ver el mundo con otros ojos. Sin embargo, es importante considerar sesiones en tiempo real para fortalecer la conexión y compañerismo con estudiantes de las demás universidades.

Envió video y reflexión individual (Fase 4 COIL 2022).

<https://www.youtube.com/watch?v=eg8PT-YyZ1Y>

#### **Jorge Ariel Salinas Torres**

##### Experiencia académica programa COIL

Hablando académicamente el programa COIL fue interesante porque propone tener una interacción con estudiantes no solo de otras universidades nacionales como la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, si no también de universidades internacionales como lo fue en esta ocasión la universidad Baldwin Wallace en Ohio, Estados Unidos. **Éste** tipo de actividades pueden resultar muy útiles al contar con información de primera mano de personas involucradas en el ámbito del marketing, y el poder conocer sus experiencias es sin duda de gran importancia. Fue interesante también el poder ver **que** aunque existen sin duda alguna diferencias en nuestros hábitos de consumo, no son tan grandes como inicialmente se pudiera pensar.

##### Experiencia personal programa COIL

En lo personal el programa COIL me parece una buena idea en teoría, pero la ejecución en esta ocasión no me pareció la más adecuada u óptima. A mi forma muy particular de ver lo sucedido en el programa, creo que tanto los estudiantes de Ohio como los de Puebla no tomaron con la misma seriedad que nosotros el programa. Sus videos en muchas ocasiones fueron grabados en lugares con mucho ruido que no permitía que entendiéramos con claridad lo que decían, y solo una

pequeña parte de ellos nos ayudo a contestar lo que el programa requería. En un futuro me me gustaría poder ver la misma seriedad y compromiso por parte de los demás estudiantes para poder hacer de esta actividad algo más enriquecedor.

Envió video y reflexión individual (Fase 4 COIL 2022).

<https://youtu.be/Zc7kmBXZjSQ>

### **Laura Elena García Delgado**

#### Conclusión Individual

Académicamente el reto COIL me permitió ampliar conocimientos básicos y tener una perspectiva más amplia de cómo es el comportamiento de los consumidores en diferentes regiones, así como también de los sistemas que manejan los supermercados para ofrecer experiencias gratas a los clientes, el poder conocer acerca de sus políticas, de saber que están interesados ambos países en desarrollar tecnologías que permitan al consumidor facilitarle y hacer más rápido su proceso de compra es algo que no se visualiza a la ligera, sin embargo las empresas es en donde mas apuestan.

Mi experiencia personal fue muy grata el conocer personas de otros lugares siempre resulta muy enriquecedor, el poder llevar una comunicación, coordinación y compartir puntos de vista acerca de un tema, sin importar las limitaciones como el lenguaje. Considero que tal vez fue necesario mas tiempo o llevar a cabo sesiones en donde pudiéramos interactuar y de esa forma llevarnos algo más que conocimiento. Es importante mencionar que dentro del grupo de Mercadotecnia la experiencia también fue muy enriquecedora pues nos permitió conocernos más, crear un vínculo de compañerismo y sobre todo a trabajar como equipo, donde cada uno representa una pieza importante. Espero seguir participando en este tipo de actividades para poder ampliar conocimientos y crear vínculos con colegas tanto de la UACJ como de otras partes del mundo.

Envió video y reflexión individual (Fase 4 COIL 2022).

<https://youtu.be/6GE0YzII3r4>

### **Carlos Eduardo Carranza Hernández**

#### Conclusión Académica de COIL

El proyecto COIL ha sido una gran experiencia enriquecedora, ya que permite ver las diferentes perspectivas que hay en ambas ciudades o países, logrando tener grandes oportunidades para generar investigaciones que permitan desarrollar diferentes estrategias que apoyen el desarrollo de ambos países y lograr que en algún momento ambos países tengan las mismas ventajas

competitivas para el bienestar de los consumidores. También es importante mencionar que se hubiera tenido mayor relevancia el proyecto teniendo las evidencias en tiempo y forma.

#### Conclusión Personal de COIL

Personalmente el proyecto fue muy enriquecedor, ya que tuvo mucha relevancia para mí, ya que el proyecto me hizo resaltar grandes problemáticas en ambos países que me permitirán realizar diferentes estudios, proyectos que mejoren las necesidades del consumidor, y así mismo poder idear un plan de negocio que me permita tener un ingreso personal. También es de suma importancia mencionar el gran aprendizaje de ambas culturas, ya que mi formación académica como psicólogo me ayuda en ampliar mi experiencia con las diferencias culturales que radican en países vecinos.

Envió video y reflexión individual (Fase 4 COIL 2022).

[https://youtu.be/cPJNa8b\\_waE](https://youtu.be/cPJNa8b_waE)

#### Jessica Bandeira Duarte

El COIL contribuyo para que tengamos una experiencia internacional e intercultural, ampliando nuestra visión y proporcionando contacto con personas de diferentes orígenes culturales y nacionalidades.

Por medio del análisis de las cuatro variables (infraestructura y tecnología, económicas, culturales y gubernamentales) pudimos ver las diferencias del comportamiento del consumidor y como el mercado reacciona y adopta diferentes estrategias para lidiar con eso.

Cumplimos con los objetivos de apreciar las diferencias culturales participando en actividades colaborativas sobre productos culturales con estudiantes de diferentes países y desarrollar un proyecto en un equipo internacional como ciudadano global que explore posibles soluciones a un problema global.

Como puntos de oportunidad, se puede trabajar más en describir el uso de herramientas de marketing para tener interacciones semanales con los pares internacionales al aplicar la actividad de compras encubiertas, así como aumentar el número de interacciones entre los grupos, se podría sustituir el envío de videos por reuniones en línea para generar mayor contacto entre los estudiantes.

En general, la metodología COIL fue una experiencia muy enriquecedora donde pudimos trabajar en equipo, conocer cómo se manejan los diferentes mercados y hacer una análisis del trabajo de otros estudiantes.

Envió video y reflexión individual (Fase 4 COIL 2022).

[https://youtu.be/H\\_jy4m08xes](https://youtu.be/H_jy4m08xes)

## **Luis Raúl Orozco Hernández**

Experiencia 20/11/2022

Mi experiencia con el COIL fue satisfactoria, me gusto ver la capacidad de análisis de los compañeros de Puebla y de Ohio, me parece enriquecedora porque nos da la perspectiva del proceso de compra que se lleva acabo mas al sur en nuestro propio país y también más al norte dentro de nuestro propio continente; me sorprendió mucho la tecnología que están desarrollando para la experiencia de compra en estados unidos y la diferencia cultural de la responsabilidad individual que tienen siento yo, mejor inculcados nuestros vecinos en Estados Unidos.

Me gustaría mucho repetir la experiencia y poder intercambiar puntos de vista en tiempo real, siento que la actividad se hubiera visto muy beneficiado de una experiencia de este tipo, ya que de esta manera practicaríamos un poco mas nuestro dominio del idioma y también podríamos intercambiar ideas y experiencias de una manera más fluida.

La cuestión de los tiempos fue algo que detecte como oportunidad o área de mejora para el programa y lograr una comunicación mas efectiva de los objetivos, de igual manera me voy contento con la experiencia y agradecido con mis compañeros y docentes que se tomaron el tiempo de preparar y coordinar este programa para nosotros.

Envió video y reflexión individual (Fase 4 COIL 2022).

[https://youtu.be/Xu975aK8\\_w4](https://youtu.be/Xu975aK8_w4)

## **Dra. Gabriela Velasco Rodríguez:**

Para empezar la experiencia personal abarco un proceso de comunicación donde el huso horario como la agenda de los involucrados en la gestación de la actividad académica permitió un proceso de adaptación paulatino que permitiera lograr interacción y adaptación al perfil internacional. La relevancia fue reconocer los recursos y competencias de ambas partes para gestar el planteamiento de un programa de trabajo en el marco de programa COIL.

Por tal motivo, se dieron distintas iniciativas para lograr una óptima comunicación, coordinación e intercambio de información para lograr implementar a corto plazo una dinámica de trabajo estudiantil facilitada por las docentes de los países de Estados Unidos, Puebla-Juárez, Chihuahua, México. De tal manera que se reconoce los distintos códigos, lenguajes y señalamientos de como compartir información y aprendizajes para lograr vivir el proceso y entregables afines a una temática acordada haciendo uso de las plataformas tecnológicas.

Además, un intercambio de creencias y tradiciones de formas de trabajar, asimismo códigos de comunicación que fueron creativos, colaborativos y comprometidos al participar en las conversaciones y acuerdos ya sea escritos y/o verbales.

En conclusión, la vinculación aborda un reconocimiento de las formas de razonamiento para abordar una metodología tan probada que invita a fortalecer las competencias del aprender haciendo con la base del aprender a ser, aprender a pensar y aprender a comunicarse con otros.

## Videos

Liga de videos de la actividad rompe hielo:

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

<https://www.youtube.com/watch?v=K9vTewe8HgI>

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

<https://youtube.com/playlist?list=PLGStuw2WRNRaqAvOsLB-1hkjDodl7AYfV>

Baldwin Wallace University

<https://youtube.com/playlist?list=PLGStuw2WRNRbfPuVO8RnivX5kG-SOVk2b>

Liga de videos del proyecto compartido:

[https://www.youtube.com/playlist?list=PLGStuw2WRNRb4ur3UHXDM4IRWcYw\\_JRK](https://www.youtube.com/playlist?list=PLGStuw2WRNRb4ur3UHXDM4IRWcYw_JRK)



[Fase 3](#)

[www.youtube.com](http://www.youtube.com)

Liga del video del análisis comparativo del proyecto:

<https://youtu.be/P2K6K46U0MQ>

Liga de videos de la experiencia de los estudiantes:

Adjunto un video de una de las estudiantes:

Andrea Elena Reyes Carlos. [Coil Individual AndreaR \(3\).mp4](#)

Raúl Alberto Vázquez Sotelo: <https://youtu.be/Tf70jVUq59A>

Diana Patricia Martínez López: [https://youtu.be/1\\_tvmS\\_jG98](https://youtu.be/1_tvmS_jG98)

**Jorge Ulises Reyes Muñoz:** <https://www.youtube.com/watch?v=eg8PT-YyZ1Y>

**Jorge Ariel Salinas Torres:** <https://youtu.be/Zc7kmBXZjSQ>

**Laura Elena García Delgado:** <https://youtu.be/6GE0YzII3r4>

**Carlos Eduardo Carranza Hernández:** [https://youtu.be/cPJNa8b\\_waE](https://youtu.be/cPJNa8b_waE)

**Jessica Bandeira Duarte:** [https://youtu.be/H\\_jv4m08xes](https://youtu.be/H_jv4m08xes)

**Luis Raúl Orozco Hernández:** [https://youtu.be/Xu975aK8\\_w4](https://youtu.be/Xu975aK8_w4)