

## **Portafolio de Evidencias Virtual**

**Presenta:**

Gabriel de Jesus Camacho Carballo

**Asignatura Impartida por la:**

Dra. Minerva Camacho Javier

Ciclo 02-2025

## Introducción

El presente portafolio de evidencias reúne el trabajo desarrollado a lo largo de la asignatura de **Investigación de Mercados**, con el propósito de mostrar el proceso, los aprendizajes y los resultados obtenidos durante cada una de las actividades realizadas. El objetivo principal de este portafolio es evidenciar las competencias adquiridas en el análisis del comportamiento del consumidor, la aplicación de herramientas de investigación, la interpretación de datos y la toma de decisiones fundamentadas en información obtenida mediante técnicas de estudio del mercado. Asimismo, busca reflejar el dominio progresivo de los conceptos teóricos y metodológicos necesarios para comprender el funcionamiento del mercado desde una perspectiva profesional.

El orden de los temas incluidos en este portafolio sigue la secuencia lógica del proceso de investigación de mercados.. Esta estructura permite comprender de forma clara y ordenada la evolución del proyecto desde su conceptualización hasta su análisis final.

Durante el desarrollo de esta actividad logramos reforzar habilidades esenciales para la investigación, tales como el pensamiento crítico, la capacidad de indagar, la organización de información y el manejo de herramientas. También fortalecimos competencias de trabajo en equipo, comunicación efectiva y resolución de problemas, especialmente al enfrentarnos a situaciones que requirieron ajustes en la planeación inicial. El aprendizaje obtenido no solo se limita al ámbito académico, sino que además contribuyó a nuestra formación profesional al permitirnos experimentar un proceso similar al que se realiza en estudios reales de mercado.

No obstante, la elaboración de este portafolio presentó algunas limitantes. Entre las principales se encuentran la disponibilidad de tiempo entre los integrantes, las dificultades para coordinar horarios, ciertas restricciones en el acceso a herramientas o software especializado y algunos retos en la aplicación de las encuestas debido a la disposición variable de los participantes. Sin embargo, estas limitaciones fueron gestionadas mediante soluciones colaborativas que nos permitieron cumplir con los objetivos planteados y culminar con un trabajo integral.

En suma, este portafolio refleja no solo el resultado del esfuerzo colectivo, sino también el proceso de aprendizaje que nos permitió comprender, practicar y aplicar los principios fundamentales de la investigación de mercados. Representa, además, un ejercicio valioso para nuestra formación como futuros profesionales de

la mercadotecnia, al mostrarnos la importancia de trabajar de forma organizada, analítica y estratégica en cada etapa del proceso investigativo. El apartado de Referencias se hará con un interlineado de 2.0, utilizando la sangría francesa para cada referencia. Éstas se ordenarán en orden alfabético.

## IMAGEN PEV



## Enlace

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

## **Conclusión reflexiva**

La elaboración de este portafolio de evidencias nos permitió comprender de manera más clara y práctica el proceso de investigación de mercados y su importancia en la toma de decisiones dentro de la mercadotecnia. A lo largo del proyecto aplicamos conocimientos teóricos, diseñamos instrumentos, analizamos datos y reflexionamos sobre los resultados, lo que fortaleció nuestras habilidades de análisis, organización y trabajo metodológico.

El trabajo en equipo fue fundamental para lograr los objetivos planteados. La colaboración entre los cuatro integrantes permitió combinar diferentes habilidades, comunicarnos de forma efectiva y resolver las dificultades que surgieron durante el proceso. Aunque enfrentamos limitantes como la coordinación de tiempos y ciertos retos en la aplicación de encuestas, estas experiencias nos enseñaron la importancia de la adaptación y la planeación.

En conjunto, este portafolio refleja el aprendizaje obtenido y el crecimiento académico logrado durante la materia. Nos deja claro que la investigación es una herramienta esencial para comprender al mercado y que su correcta aplicación es clave en el desarrollo profesional de todo mercadólogo.