

Portafolio de Evidencias Virtual

Presenta:

Iris Mariana Acosta Mateo

Asignatura Impartida por la:

Dra. Minerva Camacho Javier

Ciclo 02-2025

Introducción

El presente portafolio de evidencias reúne de manera estructurada los aprendizajes, actividades y análisis desarrollados durante la asignatura de Marketing de Servicios. Su propósito es mostrar la comprensión adquirida sobre la naturaleza de los servicios y los desafíos que implica gestionarlos en un entorno competitivo, marcado por clientes cada vez más informados y exigentes. A lo largo del curso se estudiaron los elementos que distinguen a los servicios de los productos, así como las implicaciones estratégicas que dichas características generan en la creación de valor y en la administración de la experiencia del consumidor.

Este documento integra prácticas, estudios de caso, evaluaciones y ejercicios de reflexión que permitieron aplicar los conceptos teóricos en contextos reales, fortaleciendo habilidades como la observación crítica, el análisis del comportamiento del cliente y la identificación de áreas de oportunidad dentro de los procesos de servicio. Asimismo, evidencia el desarrollo de competencias esenciales para la toma de decisiones fundamentadas y la formulación de propuestas orientadas a mejorar la calidad, la satisfacción y la fidelización del cliente.

En conjunto, este portafolio constituye un testimonio del avance académico logrado durante la materia, así como una herramienta de apoyo para la formación profesional. Representa un proceso de aprendizaje que integra teoría y práctica, demostrando la importancia del marketing de servicios como elemento clave para la competitividad y el éxito de las organizaciones actuales.



Universidad Juárez
Autónoma de Tabasco

División Académica de Ciencias Económico Administrativa

Portada Acerca de Introducción Evidencias Reflexión Referencias Foro

**PORTAFOLIO DE
EVIDENCIAS VIRTUAL**

Licenciatura en Mercadotecnia

Iris Mariana Acosta Mateo

Iris Mariana Acosta Mateo <https://irismarianaam.wixsite.com/ciclos>

Conclusión reflexiva

La elaboración de este portafolio permitió consolidar de manera integral los conocimientos adquiridos a lo largo de la asignatura de Marketing de Servicios, evidenciando la importancia de comprender y gestionar cada aspecto que interviene en la experiencia del cliente. A través de las actividades realizadas, fue posible reconocer cómo la calidad del servicio, la percepción del consumidor y la capacidad de generar valor influyen directamente en la satisfacción y la fidelización, elementos clave para el desempeño competitivo de cualquier organización dedicada a los servicios.

El análisis de prácticas y casos reales reforzó la relevancia de diseñar procesos coherentes, capacitar adecuadamente al personal de contacto y mantener una comunicación efectiva que respalde la promesa de valor ofrecida. Asimismo, se destacó la necesidad de adoptar una visión estratégica que abarque todos los puntos de interacción entre la empresa y el cliente, entendiendo que cada momento contribuye de manera significativa a la construcción de relaciones duraderas basadas en la confianza.

Este portafolio también permitió reconocer el papel fundamental de la innovación dentro del sector servicios, especialmente ante un entorno dinámico donde las expectativas del consumidor evolucionan con rapidez. De esta manera, se comprendió que la diferenciación no solo depende de lo que una organización ofrece, sino de la forma en que gestiona y entrega su servicio.

En conjunto, este documento constituye un cierre significativo del proceso formativo, reflejando el crecimiento académico y profesional alcanzado. Más allá de reunir evidencias, representa un ejercicio de reflexión y aplicación práctica que reafirma la importancia del marketing de servicios y su impacto en la mejora continua de las organizaciones.