

Portafolio de Evidencias Virtual

Presenta:

Gerardo Reyes León

Asignatura Impartida por la:

Dra. Minerva Camacho Javier

Ciclo 02-2025

Introducción

Un portafolio de evidencias es una herramienta educativa que sirve para reunir, ordenar y mostrar los trabajos, actividades y reflexiones que se realizan durante el aprendizaje. En su versión digital, aprovecha la tecnología para crear un espacio accesible donde se puede registrar el avance académico, guardar materiales multimedia y compartirlos fácilmente con profesores y compañeros. En este caso, se actualizó con las actividades integradoras de la materia “Mercadotecnia de Servicios”.

Este portafolio digital se creó con la plataforma Wix, una herramienta que ya ha sido útil en materias de ciclos anteriores. Wix permite diseñar y personalizar sitios web de manera sencilla y creativa, por lo que es ideal para elaborar portafolios que muestren lo aprendido tanto a nivel académico como personal.

El portafolio está dividido en secciones que muestran el proceso de aprendizaje. Inicia con una portada que incluye los datos institucionales. La sección “Acerca de” contiene una breve descripción personal. En “Actividades Integradoras” se presentan los proyectos del curso, organizados en tres etapas. La sección “Reflexión” explica lo aprendido, tanto en teoría como en lo personal, y está dividida en tres partes: lo que pensaba al inicio, lo que aprendí durante el curso y cómo aplicaré ese conocimiento más adelante.

 Universidad Juárez Autónoma de Tabasco 

División Académica de Ciencias Económico Administrativas

[Portada](#) [Acerca de](#) [Introducción](#) [Evidencias](#) [Referencias](#) [More](#) [Log In](#)

Portafolio de Evidencias Virtual
Realizado: Gerardo Reyes León

Mercadotecnia de Servicios
Docente: Dra. Minerva Camacho Javier
Quinto semestre - Grupo KLM
Ciclo escolar 02-2025
Matrícula: 2
Villahermosa, Tabasco, México

<https://geradoreyesleon05.wixsite.com/ciclos>

Conclusión reflexiva

Durante el curso aprendí que un servicio no es solo una transacción, sino una experiencia completa que debe planearse de forma estratégica desde su creación hasta el momento en que se entrega. Al analizar ejemplos reales y trabajar con actividades basadas en empresas locales, pude ver cómo se aplican los modelos teóricos en situaciones reales. El trabajo en clase también me ayudó a entender mejor el comportamiento del consumidor en contextos de servicio y a valorar la importancia de crear propuestas que respondan a necesidades específicas.

Lo aprendido en esta materia me permitió construir una base firme sobre cómo gestionar un servicio, la importancia de la percepción del cliente, el diseño de experiencias y la toma de decisiones informadas. Comprendí cómo la organización de procesos, la capacitación del personal y la evidencia física influyen en la calidad que percibe el cliente y en su satisfacción. Aun así, sé que debo mejorar en el análisis de datos operativos y profundizar más en las herramientas para medir la experiencia del cliente. También quiero seguir practicando estrategias de mejora continua y ampliar mi visión sobre la innovación en servicios digitales.

