
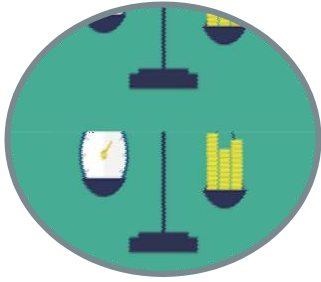
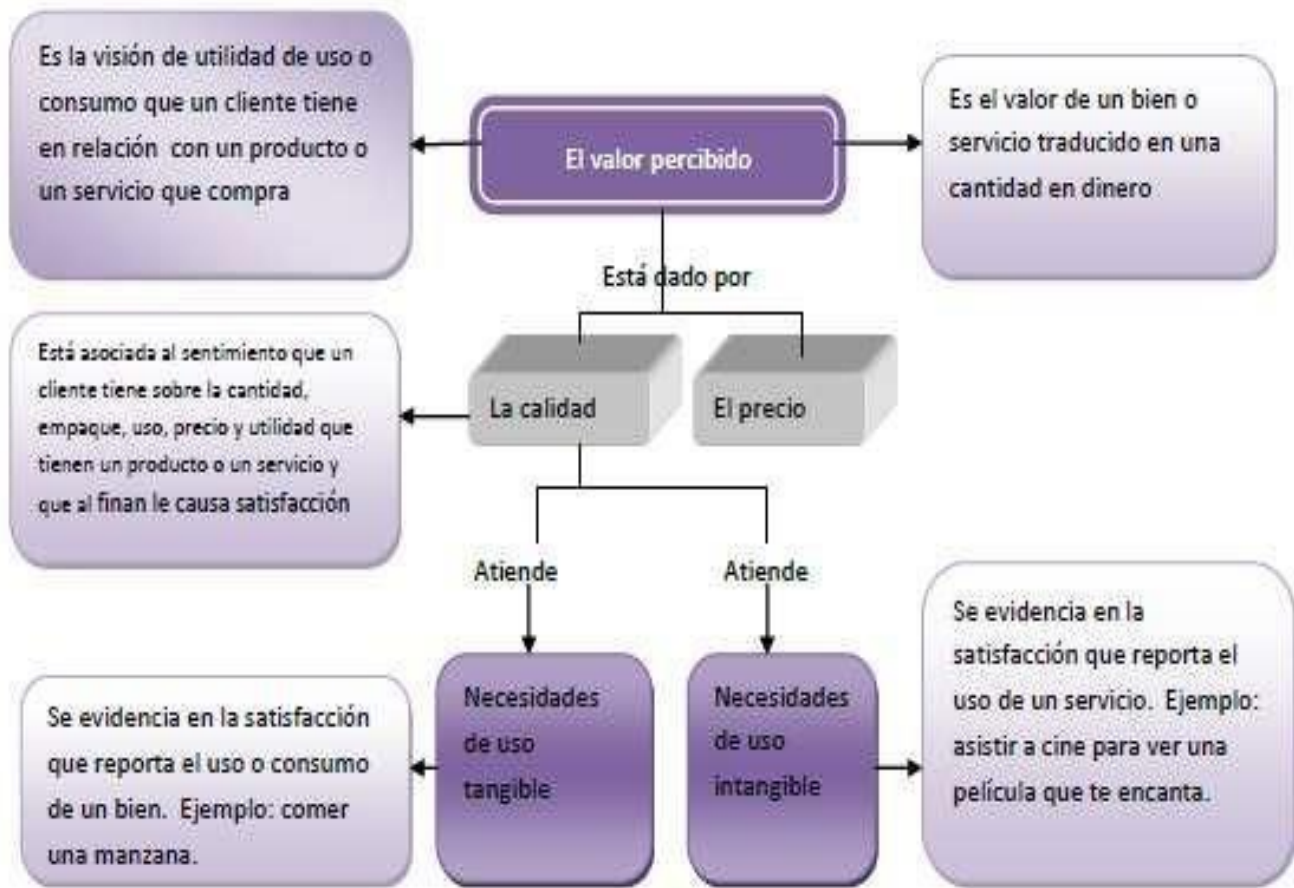
	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA FE Y ALEGRÍA SAN JOSÉ</b>					
	<b>ESTRATEGIAS DE APOYO</b>					
	COMPLEMENTARIAS		PLAN DE MEJORAMIENTO	X	PROMOCIÓN ANTICIPADA	
<b>DOCENTE</b>	RAÚL EDUARDO ORJUELA V.					
<b>ÁREA</b>	EMPREDIMIENTO			<b>PERÍODO</b>	1	
<b>GRADO</b>	NOVENO	<b>FECHA DE ENVÍO</b>		Abril 23 de 2026		
<p>Estimado estudiante de Fe y Alegría San José, la actividad programada en este formato deberá ser realizarla pensando en tu formación personal y en el desarrollo de tus competencias. Presentar el taller con los puntos aquí señalados es parte obligatoria del proceso, que consiste en la presentación de una evaluación escrita equivalente al 100% de la nota de recuperación. La evaluación será programada desde Coordinación.</p>						
<b>ACTIVIDAD</b>	Taller		Evaluación escrita 100 %			
<b>Fecha de entrega</b>	Día de la recuperación		Pendiente programación de Coordinación			
<b>TALLER</b>						
<b>TENER EN CUENTA</b>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Leer muy bien las indicaciones que se dan y tener muy presente la fecha de entrega</li> <li>➤ El taller se presenta en hojas de bloc sin rayas, escrito a mano (del estudiante) y con márgenes en cada lado de 2.5 cm. La portada deberá presentar el título del trabajo – Nombre completo del estudiante – Grado - Área</li> <li>➤ Ningún punto del taller se resuelve en el formato enviado, todo deberá ir en el trabajo escrito.</li> <li>➤ Realizar del taller los <b>TEMAS PENDIENTES COMPLETOS</b> (es requisito para presentar el examen escrito)</li> <li>➤ Para el día del examen escrito: traer el taller y el cuaderno al día</li> <li>➤ La información sobre los temas a desarrollar está en el cuaderno</li> <li>➤ No es transcribir información de Internet, debes seleccionar información precisa de varias páginas web</li> </ul>						
<b>TEMA 1:</b>						
<b>PRECIO, VALOR Y CALIDAD</b>						



## ► PRECIO, VALOR Y CALIDAD

**Precio:** Es el pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio, o más en general, una mercancía.

**Valor:** El valor de un producto o servicio depende directamente de la satisfacción o de la percepción de lo que dicho producto o servicio significa para quien lo compra.



## VALOR INTERNO Y VALOR EXTERNO

Imagina dos clases de sillas: una de plástico irrompible con un diseño sencillo y práctico que sirve para sentarse por un corto tiempo, y otra de madera, abullonada muy cómoda, que permite sentarse en ella por largo tiempo.



Las dos sillas tienen la misma finalidad; sin embargo, una de ellas tiene un valor adicional externo: es abullonada lo cual genera una mayor comodidad y suavidad para el usuario.

Cuando la silla se utiliza por corto tiempo quizás la suavidad no sea tan importante.

En cambio, si se requiere para descansar por un tiempo largo es necesario que ofrezca una mayor comodidad.

Entre mayor sea el valor externo, mayor también es el precio que el consumidor está dispuesto a pagar por un producto o servicio.

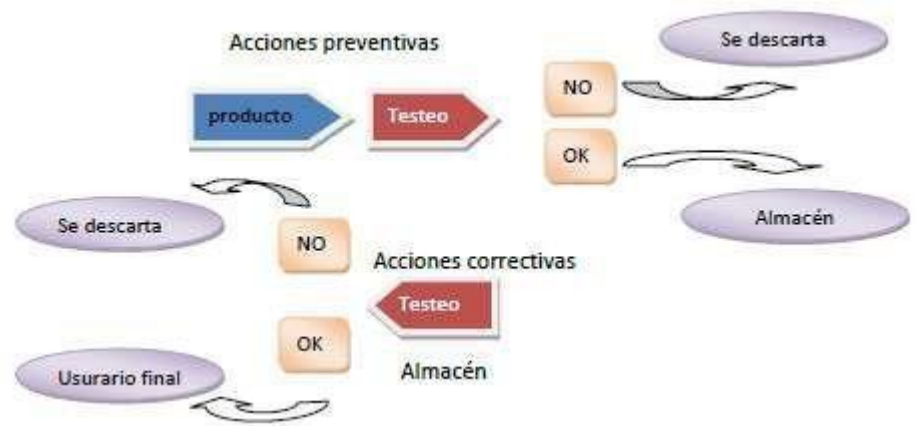
**CALIDAD:** es la característica, cualidad o atributo de uso que un producto o un servicio reporta a un cliente. Ante la calidad, el cliente se siente satisfecho.

Se puede, por ejemplo, construir una casa con madera o con ladrillos; ambas casas sirven para vivir y brindar abrigo; pero en caso de lluvia o de un sismo es probable que la casa de ladrillo tenga una mayor estabilidad. Comprar una casa hecha de ladrillos posiblemente le haga percibir al comprador una mayor calidad en lo que compra.

**EL CONTROL DE CALIDAD EN UNA EMPRESA**

Para que una empresa crezca y ofrezca productos o servicios óptimos, es importante que esté atenta a la calidad de lo que ofrece.

En la gráfica se aprecia el ciclo de calidad de una empresa, la cual demuestra un gran interés por el control y seguimiento a la fabricación y venta de sus productos. En este proceso los "testeos" son revisiones que la fábrica hace de manera preventiva o correctiva para asegurar la calidad al comprador. Si se detecta un producto defectuoso se saca del ciclo y se descarta.



Es clave que cuando adquieras un producto o servicio te asegures de que tus expectativas se cumplan; de lo contrario, comunica a los fabricantes o distribuidoras tu concepto.

Igual si se cumple con tus expectativas de calidad, envíales un mensaje de agradecimiento.

**ESTRATEGIAS PARA MANTENER LA CALIDAD**

Algunas de las estrategias de las empresas para mantener la calidad y estar permanentemente actualizadas sobre las maneras como se satisfacen los clientes son las siguientes: planear la calidad, aplicar un ciclo denominado Deming que puedes observar en el siguiente esquema y encuestar a los clientes sobre sus niveles de insatisfacción.

El siguiente es el ciclo denominado PHVA presentado por Edwards Deming.



## CLIENTE SATISFECHO

Cuando se entrega un bien o se presta un servicio con calidad, quien lo recibe se siente satisfecho; es decir, la satisfacción es el resultado de haber recibido un excelente producto o servicio.



La satisfacción, entonces, es el estado de ánimo positivo que una persona siente cuando compara el valor pagado por el bien o servicio, frente a los beneficios recibidos.

¿Cómo se sabe que un cliente está satisfecho? De manera muy sencilla: Preguntándole en forma directa cómo se siente con el producto que compró o el servicio que recibió. Para esto se utilizan algunos medios, como entrevistas o encuestas.

### A practicar lo aprendido

#### ACTIVIDAD 1

1. Realiza un resumen del tema o un mapa conceptual.
2. Lee las afirmaciones y escribe según corresponda a una situación verdadera o falsa.

	VERDADERO	FALSO
El valor de la entrada a un cine es igual al grado de satisfacción que yo recibo al ver la película.		
La pensión que se paga mensualmente en el colegio es igual a la calidad de educación que recibo		
El valor de lo que llevo en mi lonchera al colegio es igual al dinero que pago al sumar la totalidad de los productos.		
La calidad de un videojuego está determinada por la cantidad de veces que puedo utilizarlo.		
El valor que pago por una fotocopia es igual al contenido de la hoja fotocopiada		

3. Completa las frases con las palabras del recuadro:

#### Valor interno – percepción – precio – producto - valor externo – PHVA - dinero-producto

- a. El \_\_\_\_\_ es la cantidad de \_\_\_\_\_ determinada que se entrega a cambio de un \_\_\_\_\_ o de un servicio.
- b. El valor de un \_\_\_\_\_ o servicio depende directamente de la satisfacción. O de la \_\_\_\_\_ de lo que dicho producto o servicio representa para quien lo compra.
- c. El \_\_\_\_\_ es aquel que está asociado al significado del producto o servicio en sí mismo sin importar la percepción que se tenga de él.

- d. El \_\_\_\_\_ se aplica a aquellas características de un producto o servicio, usualmente asociadas a atributos externos.
- e. Planear, hacer, verificar y actuar, generalmente se conocen como los pasos del ciclo Deming de \_\_\_\_\_.
4. Define el concepto de calidad y exprésalo con algunos ejemplos.
5. Elabora una lista de cinco productos de calidad. Explica los criterios que te permiten afirmar que son de calidad.
6. Describe y explica en tu cuaderno una situación en la que te hayas sentido un cliente insatisfecho.
7. Responde en las siguientes preguntas:
- Cuando compras una paleta, sin importar la marca porque deseas refrescarte o tienes sed, el valor de la paleta para ti ¿es interno o externo?
  - Una bicicleta que se adquiere para utilizarla como medio de transporte, sin importar la marca, ¿tiene valor interno o externo para quien la compra?
  - Si tu familia compra un equipo de sonido de una marca muy reconocida por su calidad, ¿le está dando a la compra un valor interno o externo?
8. Observa los productos y responde para cada uno de los productos que se muestran:
- Qué valor tiene para ti.
  - Cómo se determina la calidad.
  - Qué puede aumentar SU PRECIO.



