



**VALOR DEL CLIENTE Y  
CALIDAD DEL PRODUCTO  
Y SERVICIO**

**UNIDAD III**

# Introducción Unidad III

En la actualidad, los clientes tanto internos como externos de las empresas, para estar satisfechos, exigen más allá de un producto o servicio de calidad, es decir, los productos o servicios deben proporcionar un valor mayor al esfuerzo que significa adquirirlos.

La satisfacción de un cliente no solo se traduce en una solicitud continua de bienes y servicios, con la debida transferencia monetaria al proveedor que cumple con sus deseos y expectativas; la satisfacción interna de una persona que sabe que ha servido con calidad, junto con el agradecimiento recibido, son también parte de la recompensa para el proveedor.

Hoy en día, una actitud de servicio es una virtud esencial de toda persona u organización para entender y atender lo que el cliente quiere, necesita y espera de ellas.

Dentro de las organizaciones, se puede considerar a los clientes como uno de los recursos más importantes con el que puede contar una empresa. Los esfuerzos de todos los integrantes de la organización deben enfocarse en la satisfacción y el cumplimiento de las expectativas de los clientes, con lo cual como resultado la organización se verá favorecida con su compra constante.

La lealtad incondicional en los clientes no existe; son leales mientras estén satisfechos con los productos y servicios que adquieren, pues cuando encuentran una opción que les ofrezca mayor valor cambiarán. En la actualidad las condiciones de precio, calidad, tiempo de entrega y servicio son determinadas por los consumidores.

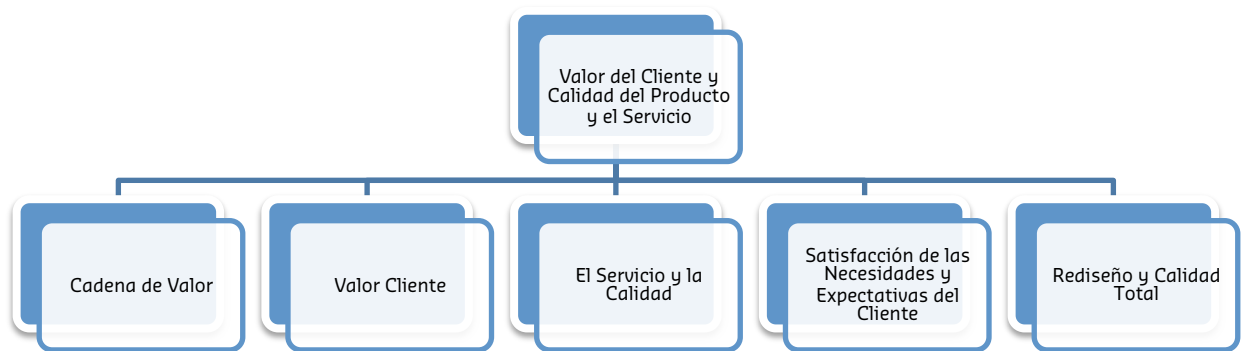
Esta unidad ofrece a los alumnos, el conocimiento para entender la importancia de la cadena de valor del cliente más allá de estrategia de mercado, como supervivencia del mercado. Así como tomar en cuenta la calidad como parte de la estrategia de producto.

# Introducción Unidad III

## OBJETIVO DE LA UNIDAD

Al finalizar esta tercera unidad, el alumno conocerá la importancia de las diferentes etapas de la cadena del valor de los clientes internos y externos en el proceso de las empresas. También conocerá la importancia de la calidad en los productos y servicios para la satisfacción del cliente, cubriendo las necesidades del diseño de los productos y ajustando los procesos de acuerdo a los requerimientos del cliente.

## MAPA DE TEMAS



## EVALUACIÓN DE LA UNIDAD

EVALUACIÓN	PUNTOS
ACTIVIDAD: Calidad en el Servicio	5
ACTIVIDAD: Atención a Clientes	5
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD	5
TOTAL	15



# Introducción Unidad III

## ACTIVIDADES DE LA UNIDAD

TEMA	SUBTEMA	ACTIVIDAD
Calidad en el Servicio		Calidad en el Servicio
Atención al Cliente		Atención a Clientes

## EJERCICIOS DE LA UNIDAD

TEMA	SUBTEMA	EJERCICIO
Técnicas para Medir el Valor del Cliente		Servqual