



Nombre de alumnos: Yoani Perez Gordillo

Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez

Nombre del trabajo: Ensayo de la unidad 3 y 4

Materia: CALIDAD EN LOS SERVICIOS

Grado: 8Vo

Grupo: Único

INTRODUCCIÓN:

En este trabajo de investigación gerencial se presenta una caracterización general para brindar un servicio de atención al cliente de calidad, el estudio de una herramienta para analizar el mejoramiento del valor de los productos y servicios, además de una profunda reflexión sobre la conveniencia de aprovechar los conocimientos y utilizarlos en problemas de la empresa de tal forma que permita conformar una idea más clara de la importancia y necesidad de contar con un diseño del servicio de atención al cliente. Se aplicó el Modelo de las Deficiencias en un estudio de caso de una empresa mexicana, el referido modelo está basado en parámetros de calidad y evaluación del servicio que contempla la diferencia entre las expectativas y percepciones de los consumidores fundamentado en la interrelación de factores que ocasionan brechas en la gestión del servicio.

En la actualidad existe una cierta unanimidad en que el atributo que contribuye, fundamentalmente, a determinar la posición de la empresa en el largo plazo es la opinión de los clientes sobre el producto o servicio que reciben. Resulta obvio que, para que los clientes se formen una opinión positiva, la empresa debe satisfacer sobradamente todas sus necesidades y expectativas.

Es lo que se ha dado en llamar calidad del servicio, por tanto; si satisfacer las expectativas del cliente es tan importante como se ha dicho, entonces es necesario disponer de información adecuada sobre los clientes que contenga aspectos relacionados con sus necesidades, con los atributos en los que se fijan para determinar el nivel de calidad conseguido. Espero y este artículo pueda cumplir los estándares que se necesita.

UNIDAD 3. NORMAS DE CALIDAD-NACIONALES E INTERNACIONALES (NORMALIZACIÓN)

Bueno para comenzar podemos iniciar con el tema más importante de lo que aprendí y son los términos “certificación”, “acreditación”, “homologación”, “licencia” y “habilitación” se utilizan a veces de forma confusa e intercambiable, y es conveniente delimitar las diferencias entre ellos, porque existen. La certificación es, según AENOR (Asociación Española de Normalización, representante en España de ISO, International Organization for Standardization), una “acción llevada a cabo por una entidad reconocida como independiente de las partes interesadas mediante la que se manifiesta la conformidad, solicitada con carácter voluntario, de una determinada empresa, producto, proceso, servicio o persona con los requisitos definidos en las normas o especificaciones técnicas”⁷. Al igual que las normas (que veremos más adelante), la certificación puede ser de productos o servicios, y de sistemas como el de gestión de la calidad. En este caso, lo que se certifica es la empresa; en concreto se certifica que ésta satisface los requisitos del modelo definidos en la norma ISO 9001. El resultado es la concesión por parte de AENOR del sello de empresa “Registrada”. La certificación, es pues un proceso formal por medio del cual una entidad reconocida valora y reconoce que un producto, servicio u organización cumple con las normas o estándares preestablecidos y publicados; este concepto es equivalente al de acreditación que es el más utilizado en el ámbito sanitario, con la diferencia, si es que queremos buscar alguna, de que la palabra “acreditación” se emplea sobre todo para organizaciones, mientras que la “certificación” puede ser de aplicación más amplia, incluyendo productos, servicios e incluso profesionales individuales. Según las propias entidades normalizadoras, certificadoras y acreditadoras hay dos características que diferencian la “certificación” y “acreditación” de la “licencia” o “habilitación” y la “homologación”:

Es frecuente que se haga referencia a la existencia de diversos “modelos” para los programas de acreditación, haciéndolo extensivo a veces a lo que serían también “modelos” para la gestión de la calidad o los programas de gestión de la calidad. Los “modelos” que más se suelen citar son el “modelo ISO”, el “modelo de la Joint Commission” y el “modelo EFQM”. Si exceptuamos este último, que lo vamos a considerar como una forma de autoevaluación para diagnóstico organizacional, en realidad podría hablarse de un “modelo” industrial genérico, representado por la certificación ISO, y un modelo específico de

servicios de salud, con el modelo de la JCAHO (Joint Commission on Accreditation of Health Care Organizations) como ejemplo paradigmático. Sin embargo, los “modelos” ISO y el de la JCAHO ni se contradicen ni resultan incompatibles. Todo lo contrario: pueden ser complementarios, porque evalúan cosas en cierto modo diferentes; tampoco el modelo sanitario que representa la JCAHO es un modelo único, sino que hay múltiples variaciones cuyo único punto en común es el que se trate de valoración/acreditación pensada exclusivamente para instituciones sanitarias.

(ANTOLOGÍA DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS, 2021)

La Normalización, conocida también como Estandarización, permite la creación de normas o estándares que establecen las características comunes que deben cumplir los productos en diferentes partes del mundo. Esto significa que su manufactura o fabricación debe ser de la misma forma en México, Estados Unidos, China, o en cualquier otro país o parte del mundo. Es, además, una actividad técnica especializada que ofrece muchos beneficios a nuestra sociedad: permite que las pequeñas y medianas empresas puedan acceder a mercados internacionales; contribuye a la reducción de costos de producción; y facilita el avance de las nuevas tecnologías. También la normalización es una actividad colectiva encaminada a establecer soluciones a situaciones repetitivas. En particular, esta actividad consiste en la elaboración, difusión y aplicación de normas. La normalización ofrece a la sociedad importantes beneficios, al facilitar la adaptación de los productos, procesos y servicios a los fines a los que se destinan, protegiendo la salud y el medio ambiente, previniendo los obstáculos al comercio y facilitando la cooperación tecnológica.

La universalización de los mercados y la preocupación por el aumento de la competitividad de los productos y servicios han impulsado el desarrollo de la actividad de normalización, considerándose cada vez más como uno de los pilares básicos para mejorar la calidad y la seguridad en las empresas, sus productos y servicios, así como proteger el medio ambiente.

La actividad de normalización tiene como objetivo elaborar especificaciones técnicas que se utilicen, de manera voluntaria, como referencia para mejorar la calidad y la seguridad de cualquier actividad tecnológica, científica, industrial o de servicios. Su desarrollo se lleva a cabo en el seno de organismos de normalización, que, mediante procedimientos preestablecidos, y agrupando a todos los interesados, publican unos documentos, elaborados y aprobados por consenso, que se denominan normas.

(UDS, Calidad en los servicios , 2021)

Colocando al centro de trabajo como una fuente importante de Riesgos Psicosociales (RP), y al mismo tiempo, el mejor lugar para prevenirlos y actuar sobre ellos, con el fin de proteger la salud y bienestar de los trabajadores. Es así que, en el 2016, la Secretaría de Trabajo y Previsión Social, a través del Programa Nacional de Bienestar Emocional y Desarrollo Humano en el Trabajo (PRONABET) impulsó un proyecto de norma con el fin de identificar, analizar y prevenir los FRP, con el objetivo de incentivar empleos de calidad y una la cultura de prevención en México. Los Factores de Riesgos Psicosociales (FRP), son aquellas características de las condiciones de trabajo, y, sobre todo, de su organización, que afectan a la salud de las personas a través de mecanismos psicológicos y fisiológicos a los que también llamaremos estresores, relacionados con:

- Condiciones del ambiente laboral
- Exigencias más allá de las capacidades
- Nivel de responsabilidad y carga mental
- Falta de autonomía sobre el trabajo
- Tiempo, ritmo y organización del trabajo
Acoso, hostigamiento, discriminación y violencia

Mientras que los Riesgos Psicosociales (RP), son las consecuencias psicológicas, físicas y sociales negativas que se derivan de deficiencias en el diseño, organización y gestión del trabajo. No existe un listado cerrado y reconocido, pero algunos de los más frecuentes son:

- Ausentismo
- Síndrome del superviviente
- Síndrome de burnout/boreout (Síndrome de desgaste profesional)
- Adicción al trabajo
- Mobbing (acoso laboral)
- Violencia, Hostigamiento y Discriminación
- Angustia, Depresión, Somatización

(LIBRO UDS, CALIDAD EN LOS SERVICIOS , 2021)

Estas normas se agrupan por familias o series, y cada una de ellas se especifica con una nomenclatura específica. Por ejemplo, encontramos las siguientes normas:

- ISO 9001 sobre Gestión de Calidad.
- ISO 14001 sobre Gestión del Medio Ambiente.
- ISO 26000 sobre Gestión de Responsabilidad Social.

Los principales beneficios que proporciona el cumplimiento de las normas ISO son:

- Mejoran los procesos y aumentan la productividad.
- Mejoran el reconocimiento de la marca y la reputación de la empresa.
- Asegura las mejores prácticas a nivel internacional.
- Dan acceso a licitaciones públicas que exigen cumplir normativas ISO.
- Ayudan a proteger el medio ambiente.
- Facilita la colaboración y el comercio entre empresas certificadas.

(ANTOLOGÍA DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS, 2021)

Las ISO 9000 son un conjunto de normas que establecen las directrices para conseguir una determinada calidad del producto o servicio final pero también un sistema de gestión de la misma correcto y eficiente. En sus inicios, estos estándares se idearon para empresas que producían un producto material, por lo que la aplicación de las ISO 9000 no se adecuaba correctamente a las compañías que se ocupan de proporcionar servicios. Esta situación se solucionó con las modificaciones y actualizaciones introducidas en el año 2000, por lo que ya no hay excusas para aplicar las ISO 9000 a cualquier tipo de industria. En las ISO 9000 se contienen las guías a seguir para lograr los objetivos de calidad establecidos en cada caso, así como las herramientas que se deben implementar para la consecución de los mismos, la determinación de los plazos de distribución y los requisitos para la certificación en la norma ISO 9001.

1. Enfoque al cliente

Como se ha dicho antes, el cliente es el objetivo principal de una empresa. Entendiendo y respondiendo a las necesidades de los clientes, una organización puede identificar correctamente a los grupos demográficos claves y por lo tanto, aumentar sus ingresos, proporcionando los productos y servicios que el cliente está buscando. Con el conocimiento

de las necesidades del cliente, pueden asignarse recursos apropiados y eficaces. Lo que es más importante, la dedicación de una empresa será reconocido por el cliente, convirtiéndolo en un cliente leal. Y la lealtad del cliente es el mejor negocio para la empresa.

2. La buena dirección

Un equipo de buenos líderes establecerá rápidamente la unidad y la dirección en un entorno empresarial. Su objetivo es motivar a todos los que trabajan en el proyecto y líderes de éxito minimizan la falta de comunicación dentro y entre departamentos. Su papel está íntimamente ligado con el siguiente principio de ISO 9000.

Los mejores resultados se consiguen cuando las actividades y los recursos se administran juntos. Este enfoque de proceso de la gestión de la calidad puede reducir los costos a través de la utilización eficaz de recursos, personal y tiempo. Si un proceso se controla en conjunto, la gerencia puede enfocarse en objetivos que son importantes para la empresa como un todo y dar prioridad a objetivos para maximizar la eficacia.

Combinar grupos de gestión puede parecer un choque peligroso de titanes, pero si se hace correctamente puede resultar en un sistema de gestión eficiente y efectivo. Si los líderes están dedicados a los objetivos de una organización, ayudarán mutuamente para lograr la mejora de la productividad. La importancia de este principio es fundamental y debe ser un objetivo permanente de cada organización. A través de mayor rendimiento, una empresa puede incrementar los beneficios y ganar una ventaja frente a competidores. Si una toda empresa está dedicada a la mejora continua, se alineará actividades de mejora, conduce a un desarrollo más rápido y más eficiente. El estar listo para la mejora y el cambio, permite a las empresas la flexibilidad para reaccionar rápidamente a nuevas oportunidades.

7. Enfoque para la toma de decisiones

Decisiones eficaces se basan en el análisis y la interpretación de información y datos. Al tomar decisiones fundadas, una organización tiene más probabilidad de tomar la decisión correcta. Cuando las empresas realizan esto cotidianamente, podrán demostrar la eficacia de las decisiones anteriores. Esto pondrá la confianza en las decisiones actuales y futuras.

8. Relaciones con proveedores.

Es importante establecer una relación beneficiosa mutua entre la empresa y los proveedores; esa relación crea valor para ambas partes. Un proveedor que reconoce una relación beneficiosa puede reaccionar rápidamente cuando una empresa necesita

responder a las necesidades del cliente y a los cambios del mercado. A través de estrecho contacto y la interacción con un proveedor, ambas organizaciones podrán optimizar los recursos y costos.

El objetivo principal de las normas standard de la serie ISO 14000 es "promover más eficaz y eficiente la gestión ambiental en las organizaciones y de ofrecer herramientas útiles y manejables que sean rentables, basadas en sistemas, flexibles y que reflejen las mejores organizaciones y las mejores prácticas de las empresas para recoger, interpretar y comunicar la información de relevancia ambiental ". El resultado previsto final es la mejora del comportamiento medioambiental

Las normas ISO 14000 de gestión ambiental existen para ayudar a cómo, las organizaciones, minimizan las operaciones que afectan negativamente al entorno. La estructura es similar a la gestión de calidad ISO 9000 y ambos pueden llevarse a cabo, coexistiendo conjunta y perfectamente. Para que una organización que reciba un certificado ISO 14001 homologado debe ser auditada por un órgano de auditoría acreditado por un Organismo de Acreditación. En España la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC). Los auditores de certificación deben ser acreditados por el Registro Internacional de Auditores de Certificación (IRCA).

(UDS, Calidad en los servicios , 2021)

La familia de normas OHSAS 18000 está formada por una serie de estándares voluntarios, reconocidos internacionalmente, relacionados con la gestión de la seguridad y salud de los trabajadores. Esta serie tiene su origen en las normas 8800 de la British Standard. Por su parte, OHSAS 18001 define los requisitos para la implantación de un Sistema de Gestión de Salud y Seguridad en el Trabajo. Dicho Sistema de Gestión está orientado a identificar riesgos y establecer las medidas de control necesarias para prevenir que tengan lugar accidentes. Se dirige tanto a clientes externos como son la comunidad, las familias u otras empresas, y a clientes internos como los trabajadores expuestos, supervisores y jefes, las instalaciones o el propio desarrollo de la salud laboral. Esta norma garantiza la implantación efectiva de un Sistema de Salud y Seguridad Laboral, lo cual aporta multitud de ventajas a la empresa entre ellas la de despuntar entre otras empresas y ser de confianza para posibles accionistas. Además, esta acreditación puede ser valorada por los trabajadores ya

que trabajar en un ambiente seguro les motiva y convierte en más eficientes y productivos, por no hablar del ahorro en costes por accidentes.

En una organización pueden existir ciertas debilidades en el ámbito de la gestión preventiva que serían resueltas también mediante la implementación de un Sistema de Gestión de la SSO con OHSAS-18001, tales debilidades son:

- Dificultad a la hora de coordinar actividades con empresas externas.
- Escaso control sobre las actividades que ejecutan los responsables de Seguridad.
- Falta de conocimiento de la normativa de aplicación.
- Escasa integración en el conjunto de la organización.
- Bajo análisis o seguimiento de los accidentes de trabajo.
- Objetivos dispersos poco definidos en la planificación preventiva, y algunas veces, inexistentes.

(UDS, Calidad en los servicios , 2021)

La ISO 26000 nace para ayudar a organizaciones de todo tipo a ser más responsables socialmente. Esta norma internacional tiene como objetivo asesorar a las organizaciones y fomentar el desarrollo sostenible. En los últimos tiempos, ha crecido la preocupación por el impacto que las actividades del hombre ocasionan tanto a nivel ambiental como social, de ahí que las empresas sean constantemente observadas y supervisadas durante el desarrollo de sus actividades. La población es más consciente de la importancia de realizar actividades sostenibles, compatibles con la conservación de los ecosistemas, con la equidad social y con una correcta gobernanza por lo que la presión social ha sido de crucial importancia a la hora de elaborar esta norma. La ISO 26000 es una guía de responsabilidad social que trata de tutelar a las organizaciones en su camino hacia la sostenibilidad abarcando los marcos ambiental, social y legal. Esta norma se basa en los siguientes principios:

- Rendición de cuentas, por tanto, los ciudadanos deben vigilar y evaluar si las organizaciones actúan de modo correcto y no abusan de su poder.
- Transparencia, deben ser claros en su modo de actuar.
- Tener un comportamiento ético.

- Respetar los intereses de todos los interesados.
- Respetar el principio de legalidad.
- Seguir la normativa internacional de comportamiento.
- Respetar los derechos humanos.

Esta norma es de carácter voluntario ya que el crear una serie de requisitos para poder obtener una certificación, iría contra el propio principio de responsabilidad social.

(Calidad en el servicio, 2021)

Los servicios son bastante más difíciles de estandarizar que los bienes tangibles, sin embargo, la manera más utilizada de homogeneizar la prestación es estableciendo estándares para posteriormente desarrollarlos en procedimientos y tareas en los que deben ser formados todos los empleados y, prestar servicios en forma consistente, al mismo tiempo que se satisfacen las diferentes necesidades de los clientes.

La calidad de un producto o servicio se define como la percepción que el cliente tiene sobre su valor. Si un cliente considera que un bien le ayuda a resolver sus necesidades, lo considerará de mayor o menor calidad en función de la manera en que percibe una serie de factores asociados a ese producto. La calidad de un producto o servicio se mide a partir de variables cuantificables y las distintas fases de los procesos de producción. Para evaluar la calidad de un producto, por ejemplo, hay que establecer instrumentos de medición en las distintas etapas del proceso de fabricación, ya que todo va a influir en la calidad resultante del producto.

Este aspecto tan relevante se estudia en el programa master MBA en Málaga de forma precisa. El objetivo es que los alumnos del Master en Administración y Dirección de Empresas dominen el diseño de los instrumentos para medir la calidad de un producto o servicio y como consecuencia, aumenten las ventajas competitivas de las empresas que dirigen. En este artículo queremos explicar los criterios para definir el nivel de calidad de los productos y servicios en una empresa. Un aspecto determinante para la competitividad de cualquier compañía, ya que según cómo seamos percibidos y según hayamos definido la propuesta de valor, podremos acceder a un segmento de mercado u otro, y también podremos tener mayor o menor número de clientes.

(Calidad en el servicio, 2021)

Al gestionar la calidad de la prestación de servicios, es importante considerar que un servicio es un proceso que no produce un producto físico, es decir, es una parte inmaterial de la transacción entre el consumidor y el proveedor, o también puede entenderse como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal. Una definición del concepto de “Satisfacción del cliente” es posible encontrarla en la norma ISO 9000:2005 “Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario”, que la define como la “percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos”, aclarando además un aspecto muy importante sobre las quejas de los clientes: su existencia es un claro indicador de una baja satisfacción, pero su ausencia no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente, ya que también podría estar indicando que son inadecuados los métodos de comunicación entre el cliente y la empresa, o que las quejas se realizan pero no se registran adecuadamente, o que simplemente el cliente insatisfecho, en silencio, cambia de proveedor.

También resulta aceptable definir a la satisfacción del cliente como el resultado de la comparación que de forma inevitable se realiza entre las expectativas previas del cliente puestas en los productos y/o servicios y en los procesos e imagen de la empresa, con respecto al valor percibido al finalizar la relación comercial.

Al considerar seriamente cualquiera de las dos definiciones, surge con nitidez la importancia fundamental que tiene para una organización conocer la opinión de sus clientes, lo que le permitirá posteriormente establecer acciones de mejora en la organización. De este modo, al momento de gestionar la calidad en empresas de servicios, éstas deben prestar mucha atención a todo lo relacionado con la atención de los clientes y a la forma en que se produce el contacto directo entre ellos y sus trabajadores. Entre las experiencias y las expectativas de los clientes se encuentra la principal clave para lograr gestionar la calidad de un servicio, ya que, si el personal no es capaz de responder adecuadamente a sus requerimientos, ni son capaces de transmitir una imagen adecuada, todo lo negativo de dicho contacto recaerá sobre la empresa/marca.

(LIBRO UDS, CALIDAD EN LOS SERVICIOS , 2021)

Nos movemos en entornos cambiantes, ya no vivimos una época de cambios sino un cambio de época, una nueva revolución tanto a nivel industrial como en nuevas formas de comunicarnos, redes sociales, nuevas tecnologías, la información en internet sobre nuestra empresa y la competencia, esto provoca que sólo pueda sobrevivir el que mejor se adapte a estos cambios y la forma de lograr la satisfacción del cliente no es una excepción.

El cliente valora tres puntos importantes: PRODUCTO, PRECIO y SERVICIO; el cliente actual ya no se conforma con un buen producto/precio, el cliente compra una EMOCIÓN, una EXPERIENCIA, SENSACIONES, los clientes cuando compran están en contacto con sus emociones, son las precursoras de cualquier toma de decisión racional que el cliente toma en 2,5 seg., y tal como comenta M. Demelza en uno de sus artículos sobre Neuromarketing, sin emoción no hay atención; sin atención no hay memoria y lo que no está registrado en el disco duro de las personas, no existe. Hay que marcar LA DIFERENCIA con nuestra competencia, hay que ser excelentes en cuanto a la satisfacción y experiencia del cliente, vital para la supervivencia y crecimiento de nuestra empresa.

(WIKIPEDIA, 2021)

Incluso las mejores empresas meten la pata debido a la dificultad de prever los deseos y expectativas de cada cliente en particular. No es posible descartar fallos ocasionales en la producción, el suministro o la entrega: a veces el producto o servicio no llega al cliente como se había planeado. Aunque esas cosas pasen, para cualquier empresa es comprensible que el cliente, que ha invertido su dinero en ello, no esté contento.

Sin un sistema bien pensado, acaba por reinar el caos, algo que puede tener consecuencias poco agradables en el éxito de la empresa. Un cliente insatisfecho cuya queja no se tiene en cuenta no volverá a contratar los servicios de la empresa y, además, hablará de su mala experiencia a otros. Antes, esas otras personas quizá solo fueran un par de amigos o familiares, pero en la era de Internet tales testimonios llegan a muchas personas. Los grupos de enfoque o sesiones de grupo, en inglés focus groups es la técnica cualitativa más usada en investigación de mercados, la cual consisten en reunir un grupo de personas de un segmento o grupo objetivo de mercado para generar discusiones acerca de un problema

o t3pico de marketing que tenga una organizaci3n, estas reuniones o sesiones de grupo son lideradas por un moderador experto, el cual normalmente es un psic3logo o un comunicador experto en manejo de grupos. Son grupos de 7 a 10 personas reunidas en lugar con condiciones especiales. El objetivo del moderador es mantener a los miembros del grupo centrados (Focus), sin perder el foco de la investigaci3n. Con el fin de generar un flujo de informaci3n sin presionar a los entrevistados para responder en un determinado sentido ni alcanzar un consenso grupal. Existen una serie de t3cnicas que ayudan a conseguir los resultados y la mejor interacci3n de grupo tales como el juego de roles, la lluvia de ideas o el uso de juegos como LEGO. Sin embargo, cada d3a es son m3s comunes los focus groups virtuales, con moderadores a distancia que facilitan la log3stica, reducen los costos y evitan los desplazamientos. Hoy existen m3ltiples herramientas para la realizaci3n de focus groups como es el caso de focusgroupit o Qualboard. Su reclutamiento se puede realizar a trav3s de comunidades virtuales, p3neles on-line estilo Netquest o Livra, o mediante el uso de redes sociales mediante el uso de filtros e incentivos. Siempre deben ser dirigidas por un moderador experto. Igualmente es posible ampliar la informaci3n mediante el uso de foros virtuales. Igualmente es posible aplicar juegos on-line y aplicaciones.

(Calidad en el servicio, 2021)

El concepto de c3rculo de calidad es el resultado de la interacci3n entre el m3todo estad3stico estadounidense de Control de la calidad y pr3cticas organizativas japonesas.

Despu3s de la Segunda Guerra Mundial, los japoneses sent3an que la 3nica manera de volver a poner en pie su econom3a, era eliminar su reputaci3n de producir productos baratos y de mala calidad si quer3an encontrar un lugar en el mercado internacional. Fue as3 que las fuerzas aliadas de Jap3n pidieron al gobierno de Estados Unidos que enviara expertos en gesti3n para ayudar a los japoneses a mejorar sus industrias. Edward Deming fue enviado para capacitar al personal de administraci3n de Jap3n, y posteriormente Joseph Juran tambi3n imparte conferencias sobre calidad en la tierra del sol naciente. Sobre la base de las ense3anzas de estos dos expertos, en 1949 se inicia en Jap3n el movimiento de calidad. M3s tarde en 1961 la idea se formaliz3 y fue expandida por otros como el Dr. K. Ishikawa. El Dr. K. Ishikawa, uno de los pioneros involucrados en este esfuerzo, se3al3 la importancia de la educaci3n de los empleados de la planta, aparte del personal de administraci3n. 3l cre3a que el conocimiento estad3stico elemental es m3s importante para los empleados de planta con el fin de mantener un mejor control en su trabajo diario.

Son muchas las interpretaciones del concepto de círculos de calidad, cada autor lo define de maneras diferentes, pero todos coinciden en que «El círculo de calidad es un pequeño grupo de empleados del mismo área o trabajo similar al que se reúnen de forma voluntaria regularmente durante aproximadamente un año».

(Calidad en el servicio, 2021)

Para mí los indicadores de calidad son instrumentos de medición, de carácter tangible y cuantificable, que permiten evaluar la calidad de los procesos, productos y servicios para asegurar la satisfacción de los clientes. Dicho de otro modo, miden el nivel de cumplimiento de las especificaciones establecidas para una determinada actividad o proceso empresarial. Los indicadores de gestión miden, de manera global, el resultado final de las actividades empresariales basándose en un estándar, el cual responde al nivel de calidad objetivo que la empresa espera y desea alcanzar. Idealmente, las principales características que deben tener los indicadores de calidad son las siguientes: Ser realistas, es decir, directamente relacionados con las dimensiones significativas de la calidad del proceso, producto o servicio, En cuanto al número, deben ser pocos, aunque suficientemente representativos de las áreas prioritarias o que requieren una supervisión constante de la gestión. Efectistas y centrados en el verdadero impacto de la calidad.

Existen muchos y variados motivos para implantar un sistema de indicadores, siendo estos los más destacables:

- Valorar la correcta aplicación de los recursos consumidos por las diferentes actividades de uso público y la adecuación de sus resultados a los requerimientos.
- Controlar y mejorar los procesos.
- Garantizar los resultados previstos.
- Mantener los estándares de calidad.
- Orientar las actividades de mejora, mediante la implantación de acciones preventivas y el control de los resultados obtenidos
- Poder tomar las medidas correctoras y preventivas correspondientes.

(ANTOLOGÍA DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS, 2021)

Las organizaciones excelentes son las que hacen bien lo que tienen que hacer. Pero ¿cómo sabe una organización su cometido?, ¿de qué forma puede descubrir lo que debe hacer?

En primer lugar, ha de tener claro su propósito. Es decir, saber hacia dónde quiere encaminarse para poder definir su estrategia. En este sentido, no basta con que lo sepa una persona, ya sea el director general o un simple empleado, puesto que toda la organización debe estar alineada para lograr el objetivo común. Así, cada empresa tiene que definir cuáles son sus grupos de interés clave, lo que depende del tipo de organización, del sector. Pero también resulta fundamental accionar las luces largas, o lo que es lo mismo, gestionar la compañía con una visión largoplacista que evite la miopía que, en ocasiones, produce el día a día, el corto plazo. Evidentemente, las organizaciones quieren cosechar buenos resultados hoy, aquí y ahora, pero asimismo deben pensar en el éxito de mañana, en el futuro, y prepararse para los cambios que pudieran avecinarse. En definitiva, para saber si una organización es excelente, resulta necesario mirar qué hace, cómo lo hace y sus resultados. Susana Fábregas, directora de Desarrollo de nuevos Servicios del Club Excelencia en Gestión, afirma que una organización excelente es aquella que sabe hacia dónde va, que hace bien las cosas, teniendo en cuenta siempre a sus grupos de interés clave y con una cultura orientada a hacerlas mejor para, en consecuencia, lograr que los números salgan y las cuentas cuadren.

Básicamente, las empresas Excelentes:

- Son buenas aplicando el Modelo Racional, pero no se limitan a seguirlo fielmente.
- Conceden un gran valor a las cualidades humanas.
- Buscan la Calidad en todos los apartados.
- Se preocupan por los empleados, los clientes y los productos.
- Implantan una filosofía de refuerzo positivo (premios) frente al refuerzo negativo
- Tienen objetivos claros.
- Sus procedimientos internos son sencillos.
- Evitan el exceso de crítica y negatividad.
- Minimizan la burocracia mediante estructuras flexibles.
- Favorecen la iniciativa personal.

(ANTOLOGÍA DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS, 2021)

Conclusión

Las organizaciones excelentes son las que hacen bien lo que tienen que hacer. Es decir, saber hacia dónde quiere encaminarse para poder definir su estrategia. En este sentido, no basta con que lo sepa una persona, ya sea el director general o un simple empleado, puesto que toda la organización debe estar alineada para lograr el objetivo común. Así, cada empresa tiene que definir cuáles son sus grupos de interés clave, lo que depende del tipo de organización, del sector. Pero también resulta fundamental accionar las luces largas, o lo que es lo mismo, gestionar la compañía con una visión largoplacista que evite la miopía que, en ocasiones, produce el día a día, el corto plazo. Evidentemente, las organizaciones quieren cosechar buenos resultados hoy, aquí y ahora, pero asimismo deben pensar en el éxito de mañana, en el futuro, y prepararse para los cambios que pudieran avecinarse. En definitiva, para saber si una organización es excelente, resulta necesario mirar qué hace, cómo lo hace y sus resultados

Bibliografía

ANTOLOGÍA DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS. (01 de Marzo de 2021). *ANTOLOGÍA DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS*. Obtenido de ANTOLOGÍA DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS: <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/6cf5a90b7391e5ebfc1570e45bd8b215.pdf>

Calidad en el servicio. (01 de Marzo de 2021). *Calidad en el servicio*. Obtenido de Calidad en el servicio: <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/6cf5a90b7391e5ebfc1570e45bd8b215.pdf>

LIBRO UDS, CALIDAD EN LOS SERVICIOS . (01 de Marzo de 2021). *LIBRO UDS, CALIDAD EN LOS SERVICIOS* . Obtenido de LIBRO UDS, CALIDAD EN LOS SERVICIOS : <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/6cf5a90b7391e5ebfc1570e45bd8b215.pdf>

UDS, Calidad en los servicios . (01 de Marzo de 2021). *UDS, Calidad en los servicios* . Obtenido de UDS, Calidad en los servicios : <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/6cf5a90b7391e5ebfc1570e45bd8b215.pdf>

WIKIPEDIA. (01 de Marzo de 2021). *WIKIPEDIA, LA CALIDAD DE LOS PERSONALES PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE*. Obtenido de WIKIPEDIA, LA CALIDAD DE LOS PERSONALES PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE: https://es.wikipedia.org/wiki/Satisfacci%C3%B3n_del_cliente