



Nombre de alumnos: Ana Mercedes Aguilar García

Nombre del profesor: Lic. Beatriz Adriana Méndez

Nombre del trabajo: ensayo unidad III Normas de calidad -Nacionales e internacionales (normalización) y unidad IV La calidad en los servicios.

Materia: calidad de servicios

Grado: 8 cuatrimestre

Grupo: unico

Comitán de Domínguez, Chiapas a 10 de abril del 2021

3.1. El aseguramiento de la calidad y los procesos de certificación, acreditación y estándares.

la calidad en su forma más amplia se puede definir como el conjunto de acciones que toman las empresas con el propósito de poder entregar a los consumidores bienes y servicios con el nivel de calidad esperada un sistema de aseguramiento de calidad genera confianza y seguridad a las empresas que sus productos reunirán las condiciones adecuadas de calidad esperada en consecuencia, con ese propósito aplican las normas de calidad bajo un sistema que permita la organización, la dirección y el control dentro de todo el proceso que se desarrolla para que las empresas cumplan el aseguramiento de la calidad, es necesario que sigan una línea de acciones que previamente se planifican, se sistematizan y que finalmente se implantan como un conjunto de normas que la empresa tiene que seguir.

Cómo surgió el aseguramiento de la calidad

En realidad, el aseguramiento de calidad inicialmente surgió como un elemento importante en las operaciones de producción de las empresas, durante los años 20, ya que, se considera como los iniciadores de este sistema a Walter Shewhart que fue uno de los primeros en elaborar gráficos del control, de igual forma a Harold Dodge que elaboró técnicas de muestreo y a George Edwards con su aportación de técnicas de análisis económico para dar solución a problemas.

Componentes del sistema de aseguramiento de la calidad

Manual de administración: Por supuesto, un manual de administración de proyectos incluye los datos importantes que se tienen que considerar para ser utilizados en el plan de administración de calidad de cada empresa.

Medidas de control de calidad: Claro que, las medidas de control de calidad permiten establecer el grado o nivel de calidad alcanzado en cada actividad que es evaluada dentro del proceso.

La certificación

Después de un cierto tiempo poniendo en práctica el sistema y una vez se ha constatado que se están obteniendo unos resultados satisfactorios, la empresa puede pedir la certificación de su sistema de aseguramiento de calidad. Para ello debe superar la auditoría del organismo.

3.2. El concepto de normalización (estandarización)

El proceso de formular y aplicar reglas con el propósito de realizar en orden una actividad específica para el beneficio y con la obtención de una economía de conjunto óptimo teniendo en cuenta las características funcionales y los requisitos de seguridad. Se basa en los resultados consolidados de la ciencia, la técnica y la experiencia la norma como el documento establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido, que proporciona para uso común y repetido, reglas directrices o características para ciertas actividades o sus resultados, con el fin de conseguir un grado óptimo en un contexto dado.

Las normas son lineamientos técnicos con las siguientes características:

Deben de encontrarse por escrito, Contienen especificaciones técnicas de aplicación voluntaria, Son elaborados por consenso de las partes interesadas:

- Fabricantes o productores.
- Administraciones.
- Trabajadores o empleados.
- Usuarios y consumidores.

Aspectos fundamentales de la normalización

El objetivo fundamental de la normalización es elaborar normas que permitan controlar y obtener un mayor rendimiento de los materiales y de los métodos de producción, contribuyendo así a un mejor nivel de vida.

Simplificación. Esta constituye un estudio serio y preciso que consiste en una ordenación racional y sistemática para eliminar todo lo que es fruto de la improvisación, capricho o ignorancia.

Unificación. La unificación significa definir las tolerancias de fabricación; unificar es definir las características dimensionales.

Especificación. Especificar es definir la calidad por métodos reproducibles y comprobables.

Organismo de Normalización

Para la ISO es aquella institución con actividades normativas reconocidas a nivel nacional, regional o internacional, cuya función principal es la preparación y/o publicación de las normas, y/o la aprobación de normas elaboradas por otros organismos.

3.3. Normas Oficiales Mexicanas

El primer antecedente de certificación y normas de calidad en México es la aparición del Ministerio de Instrucción e Industria, que data del año 1841. No obstante, a partir de la segunda mitad del siglo XX, la mejora de los procesos internos ha ido ganando protagonismo y han surgido nuevos organismos que buscan dar respuesta a las necesidades de un marco nacional en la materia. México al igual que los países industrializados adopta el esquema de normalización de la ISO. Esta serie de normas surge como producto de los trabajos de evaluación de sistemas de calidad de proveedores, que realizaba en 1985 Petróleos Mexicanos con apoyo del Instituto Mexicano del Petróleo.

En agosto de 1988, la Dirección General de Normas distribuyó a las cámaras industriales y comités de normalización tres anteproyectos de normas oficiales mexicanas, basadas en las normas ISO 9000, presentados por el Instituto Mexicano del Petróleo, con objeto de recibir comentarios y proceder a su aprobación como normas oficiales mexicanas.

Este proceso se lleva a cabo mediante la elaboración, expedición y difusión a nivel nacional, de las normas que pueden ser de tres tipos principalmente:

Norma oficial mexicana (NOM): es la regulación técnica de observancia obligatoria expedida por las dependencias normalizadoras competentes a través los Comités Consultivos Nacionales de Normalización **artículo 40** de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización (LFMN), la cual establece reglas, especificaciones, atributos, directrices, características o prescripciones aplicables a un producto, proceso, instalación, sistema, actividad, servicio o método de producción u operación.

Norma mexicana (NMX): la que elabore un organismo nacional de normalización, o la Secretaría de Economía en ausencia de ellos, conforme el **artículo 54** de la LFMN, la cual prevé para uso común y repetido reglas, especificaciones, atributos métodos de prueba, directrices, características o prescripciones aplicables a un producto, proceso, instalación, sistema, actividad, servicio.

Entre las principales instancias que se encargan de elaborar planes y normas tomando como base la legislación mexicana se destacan: Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (**SECOFI**): es el que certifica la calidad de los productos nacionales o internacionales que se emplean en el país.

3.3.1. NOM-035-STPS-2018. Factores de riesgo psicosocial en el trabajo.

La Secretaría del Trabajo y Previsión Social, en ejercicio de sus atribuciones de normalización, publicó el 23 de octubre de 2018, en el Diario Oficial de la Federación, la Norma Oficial Mexicana NOM-035-STPS-2018, Factores de riesgo psicosocial en el trabajo – Identificación, análisis y prevención.

Recientemente, en el marco del Día Mundial de la Seguridad y Salud en el Trabajo de 2016, la OIT señaló que la atención de los factores de riesgo psicosocial es un problema global que afecta a todos los países, todas las profesiones y todos los trabajadores, tanto en los países desarrollados como en desarrollo. Los factores de riesgo psicosocial que tienen lugar en el mundo, y en particular en nuestro país, exigen un compromiso gubernamental para fortalecer la seguridad y la salud en el

trabajo que permitan lograr un trabajo digno o decente, a través de políticas, líneas estratégicas de acción y proyectos con un enfoque preventivo, para que prevalezcan centros de trabajo con condiciones seguras y saludables.

3.3.2. NOM-050-SCFI- Etiquetado general de productos

Esta norma oficial mexicana tiene por objeto establecer la información comercial y sanitaria que debe contener el etiquetado de los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados de fabricación nacional. Los productos comercializados en México deben contar con etiquetas que cumplan con lo establecido por las Normas Oficiales Mexicanas a fin de informar cabalmente al consumidor de su contenido y forma de uso.

Las funciones de una etiqueta tienen que ver tanto con la promoción del producto como con la información completa sobre sus características para permitir al usuario saber qué está comprando y tomar una buena decisión.

Los tipos de etiquetas se pueden catalogar de diferentes maneras. En el sentido mencionado anteriormente, por ejemplo, se dice que las etiquetas son persuasivas y/o informativas.

A toda esta información, que debe estar en español en la etiqueta de productos de procedencia extranjera cuyo empaque esté en otro idioma, se debe añadir el código de barras que permita tanto el óptimo manejo del producto a lo largo de la cadena de suministro como el rápido y correcto cobro en cajas a los consumidores

3.3.3. NMX-SAST-26000-IMNC-2011- Guía de responsabilidad social.

El 19 de junio de 2012, se publicó en el Diario Oficial de la Federación la declaratoria de vigencia de la Norma Mexicana NMX-SAST-26000-IMNC-2011 - Guía sobre Responsabilidad Social (“NMX IMNC-26000”), la cual entró en vigor 60 días naturales después de su publicación. El propósito de la NMX-IMNC-26000 es proporcionar orientación a las organizaciones sobre diversos temas de Responsabilidad Social (“RS”), entendida como la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente

que principalmente contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad mejorar gestión de riesgos laborales; aumentar reputación, competitividad y ventaja competitiva; generar innovación; mantener o aumentar la motivación, compromiso, lealtad involucramiento y productividad de los empleados; mejorar la percepción y relación con las partes interesadas, entre otros muchos beneficios.

3.4. Las normas ISO. Principales Normas ISO

La obtención de una certificación ISO en alguna de sus normas, garantiza que la empresa o profesional que la posea sigue las normas o estándares para asegurar la calidad, seguridad y eficiencia de sus servicios o productos

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.

¿En qué momento los organismos certificadores llevan a cabo las auditorias?

Cuando una empresa haya implementado la norma con la que esté trabajando (ISO 9001, ISO 14001, ISO 27001, ISO 22001, o cualquier otra norma) y tenga ciertas garantías de que la implementación se haya realizado de forma eficaz. En ese momento la empresa debe notificar al organismo certificador, con suficiente antelación, que está preparada para ser auditada.

Todos los organismos certificadores suelen trabajar de una forma similar y sus procesos son muy parecidos. A la hora de seleccionar un organismo certificador u otro lo importante es conocer si el organismo certificador está acreditado. Con el

fin de estandarizar los Sistemas de Calidad de distintas empresas y sectores, y con algunos antecedentes en los sectores nuclear, militar y de automoción, en 1987 se publican las Normas ISO 9000, un conjunto de normas editadas y revisadas periódicamente por la Organización Internacional

UNIDAD 4. LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS

En las organizaciones de servicio el producto es intangible. Los servicios no pueden ser examinados ni probados con anterioridad a su uso o consumo, en cambio, podemos oler, morder, pesar, guardar y devolver, si queremos, un “producto” que no nos gusta. A diferencia de lo anterior, un servicio de autobuses es intangible, como la sonrisa del empleado que nos atiende o la eficacia del servicio de transporte efectuado. Sin embargo, si evaluar un servicio es difícil, no hay que llegar a la conclusión de que es imposible hacerlo. Antes de elegir a un médico, uno podría visitar su consultorio, echar un vistazo a sus instalaciones, hablar con las enfermeras y con otros médicos, con otras personas a las cuales haya atendido, todos ellos son indicios tangibles que sirven para evaluar un servicio intangible, son prueba al mismo tiempo de que muchos servicios incluyen algún elemento tangible, del mismo modo que los bienes incluyen algún elemento intangible.

4.2. La gestión de la calidad en las empresas de servicios

Richard Norman, en su libro *Service Management Strategy and Leadership* publicado en 1984, define el servicio como “un acto social que ocurre en contacto directo entre cliente y representantes de la empresa de servicio”. Los servicios, a imagen de la industria, son considerados como un sistema de producción, luego las definiciones de calidad aplicables a los productos manufacturados, son aplicables a los productos de servicios. La comunicación y estandarización han conseguido que los productos equivalentes sean iguales o similares, por lo que el campo de batalla de la competencia se centra muchas veces en el servicio

Tradicionalmente se ha considerado que la filosofía y las técnicas de calidad eran aplicables solamente a las empresas industriales. Un servicio de calidad rara vez pasa desapercibido, pero en la prestación de servicios de calidad, lo más difícil es pasar del dicho al hecho. Las organizaciones deben formular normas específicas de servicio que sean transmitidas a su personal para su cumplimiento.

Las relaciones entre los componentes del triángulo se caracterizan porque la línea que conecta al cliente con la estrategia de servicio representa la importancia de establecer la estrategia de servicio alrededor de las necesidades y motivos esenciales del cliente.

4.3. El personal que brinda los servicios –Uno de los factores clave para la satisfacción del cliente

La función servicio en su faceta de atención al cliente o al público en general se desarrolla mediante un contacto personal. De ahí que las cualidades del protagonista de esta función, tengan una importancia fundamental y deban ser objeto de estudio. La importancia del servicio al cliente es poder llegar a nuestra clientela con una poderosa venta promocional, los descuentos, la oferta y el apoyo al cliente en el desarrollo de nuevas estrategias para reducir los costos de inventario y prever contingencias para no perjudicar más adelante nuestra empresa y de nuestro cliente. Algunos de los factores clave que contribuyen a que los trabajadores sean afectivos en la atención al cliente son la existencia de buena autoestima, pues es importante que las personas que atienden a los clientes se sientan bien consigo mismas para transmitir confianza en el trato de habilidad sociales, ya que la gente que presta servicio debe comunicarse eficazmente con los clientes. El propósito de la organización dirigida hacia el cliente es ser el soporte de los esfuerzos que debe realizar los empleados para cumplir con la calidad de servicio exigida. Las personas aportan la diferencia, es decir, el factor humano es el recurso más importante.

4.4. Técnicas en la evaluación de los servicios para identificar los principales determinantes de la calidad y expectativas de los usuarios

La definición de la calidad se relaciona directamente con la satisfacción de las necesidades establecidas e implícitas de los clientes. Por ello, es fundamental identificar cuáles son las necesidades de los clientes para producir o prestar productos o servicios dirigidos a satisfacer dichas necesidades.

En una investigación sobre cuáles son las necesidades de los clientes, debemos centrarnos tanto en las necesidades establecidas como en las reales. No obstante, la experiencia de las empresas ha demostrado que uno de los factores competitivos más importantes es el de llegar a conocer además las necesidades implícitas, esto es, aquellas que el cliente no manifiesta.

Las necesidades y expectativas de los clientes se conocen como "calidad esperada" y es la que el cliente asume que debería recibir del producto. El productor identifica la calidad esperada y diseña el producto transformando la calidad esperada en especificaciones, dependiendo de la calidad del diseño, el producto reflejará, en mayor o menor grado, la calidad esperada.

Las encuestas pueden clasificarse de diversas maneras, ya sea por su tamaño y tipo de muestra o por el método utilizado para la recopilación de los datos: vía telefónica, correo, encuestas en papel, encuestas online, entrevistas personales, en fin. Anteriormente eran populares las encuestas por correo postal, pero ahora prácticamente nadie las contesta y envía de regreso, por lo que la tasa de respuesta es demasiado baja.

Los círculos de calidad facilitan que se identifiquen las características que deben tener los bienes o servicios de la organización para poder satisfacer las necesidades del cliente. La estructura de un círculo de calidad va a depender de la intervención que se desee hacer para lograr la mejora esperada. Lo importante es definir lo que es un círculo de calidad.

4.5. Indicadores de calidad

La calidad percibida por el cliente, los atributos que asigna él mismo al servicio que se le ofrece, no coinciden necesariamente con la calidad que mide la propia organización, ni con las características de servicio diseñadas. Resulta muy importante señalar que únicamente es el cliente quien va a determinar estos valores.

Los indicadores de calidad son una herramienta para controlar la calidad de los procesos; 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.

Los procesos que sean más críticos por su alto nivel de influencia en la calidad del producto o servicio, en los circuitos más importantes a nivel de resultados o en aquellos procesos que están por debajo del nivel de calidad deseable o esperada.

Un indicador debe ser construido con un claro criterio de utilidad, para asegurar la disponibilidad de los datos y resultados más relevantes en el menor tiempo posible y con un menor costo. También es necesario elaborar indicadores que den cuenta de todas las dimensiones sobre las cuales el programa o las acciones de formación se han propuesto intervenir.

4.6. Características de las organizaciones excelentes

Peters y Watermann buscaron hace tiempo la razón de la excelencia en las empresas más rentables del mundo, llegando a la conclusión de que el denominador común a todas ellas era una acendrada cultura de servicio al cliente. En su última publicación "El management liberador" Tom Peters señala una cualidad necesaria para que las organizaciones tengan posibilidades de futuro: la rapidez, denominada por él como cultura de la hipervelocidad. Los mercados y los entornos son tan cambiantes que existe una absoluta ignorancia sobre las necesidades que el cliente va a tener mañana mismo. Las organizaciones excelentes no conciben el servicio como una cualidad añadida, desarrollada simplemente por los empleados de la función comercial, sino que lo programan

desde sus inicios como una parte integral del proyecto de empresa. Los líderes del servicio son conscientes de que la calidad requiere una dedicación permanente.