

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

MATERIA:

CALIDAD DE SERVICIOS

CUATRIMESTRE -GRUPO:

8^o CUATRIMESTRES-LIC. EN NUTRICIÓN

PRODUCTO ACADÉMICO:

CUADRO SINÓPTICO

TEMA:

CALIDAD Y ESTRATEGIA

ALUMNO:

ASHLEY RAQUEL FLORES CORDERO

DOCENTE:

LIC. VÍCTOR ANTONIO GONZALES SALAS

Calidad y estrategia

Estrategias de calidad

el objetivo de la filosofía de la calidad es conseguir una calidad superior, la dirección pretende elaborar un bien o servicio que cumple unas características técnicas determinadas con las cuales poder satisfacer al cliente que lo usa. la calidad desde la dirección consideramos la implantación de un sistema de calidad a través del cual, elaborar bienes o servicios que cumplen unos requisitos que logran satisfacer las necesidades de un grupo de clientes, En este sentido, las distintas estrategias que puede seguir la empresa respecto a la calidad serían:

- Centrarse en la calidad del bien o servicio.
- Implantar un sistema de calidad
- La certificación de productos y/o sistemas de calidad.

Calidad del bien y/o servicio

Sistemas de calidad

Certificación

Premios de calidad

la empresa puede optar por obtener un certificado de calidad, otorgado por una entidad independiente, que indica que el producto cumple unas normas aceptadas a nivel nacional y/o internacional.

- El sistema de gestión de la calidad o dirección de la calidad o TQM, objeto de este trabajo, se establece libremente por la dirección de la empresa con el objetivo de conseguir la mejora continua de la calidad.
- sistema de aseguramiento externo garantiza al cliente que todo el proceso

consiste en la emisión de un documento que manifiesta que un producto, proceso o una empresa se ajusta a unas normas técnicas la organización puede obtener un certificado de calidad tanto del producto como de los sistemas de aseguramiento de la calidad, De esta forma, el certificado asegura tanto a los clientes reales como potenciales que la empresa tiene un sistema de calidad homologado nacional y/o internacionalmente. Desde este punto de vista, la certificación es en la actualidad

la posibilidad de actuar de dos formas diferentes:

Vender su producto a un precio mayor por ofrecer esa calidad superior.

- Ofrecer mejor valor para el cliente cargando el mismo precio que los competidores, pero ofreciendo un bien o servicio superior.

Sistema de información para la calidad

es necesario diseñar un paquete especial de informes de calidad referidos a información cuantitativa sobre el comportamiento, información descriptiva sobre asuntos tales como amenazas, oportunidades y acontecimientos pertinentes y auditorías realizadas, etc. Entre las fuentes de información sobre calidad podemos identificar, entre otras, las siguientes:

- Las quejas o reclamaciones de los clientes. En este sentido, la inexistencia de quejas no significa necesariamente que el producto sea bueno puesto que si, a pesar de la mala calidad del producto
- El conjunto de datos relativos a la calidad de publicaciones, tanto internas como externas
- El benchmarking, al obtener información comparativa de otras empresas, o incluso, de otras áreas de la misma organización con la intención de mejorar.
- Los resultados de la medición de la calidad. Éstos incluyen datos de las actividades funcionales, auditorías de producto, auditorías de sistemas y datos de control administrativo tales como el coste de la calidad.

Calidad como recurso intangible

algo intangible no implica que no se pueda medir, pues aunque resulta difícil calcular sus costes, sí es posible obtener una aproximación. En definitiva, van a ser los intangibles (como la formación, la calidad, la creatividad, la innovación, las capacidades directivas, la reputación, la marca, las habilidades, experiencias y conocimientos de todos los trabajadores, las relaciones de confianza entre trabajadores y directivos, la adaptación, la flexibilidad, ...) la combinación de los recursos de la empresa le permiten crear una serie de capacidades que pueden ser fuente de ventaja competitiva, como por ejemplo, la capacidad de trabajar en equipo, la resolución de problemas al integrar distintas personas o áreas, el ambiente participativo entre individuos y departamentos

Calidad como ventaja competitiva

la calidad del bien o servicio puede ser una ventaja competitiva siempre que distinga a la organización, a los ojos de los clientes, de sus competidores las ventajas competitivas originadas por la dirección de la calidad no se deben tanto a la utilización de técnicas y herramientas concretas como a la existencia de ciertas características tácitas, En términos generales, Porter identifica dos tipos básicos de ventajas competitivas, independientemente de los puntos fuertes y débiles que pueda tener la empresa en comparación con sus competidores: costes bajos y diferenciación.

- Prestaciones. Se refiere a las características funcionales primarias de un bien o servicio.
- Peculiaridades. Relacionada con la anterior, correspondería a las características secundarias, que complementan el funcionamiento básico del bien o servicio
- Fiabilidad. Refleja el periodo de tiempo de funcionamiento de un determinado producto.
- Conformidad. Equivale al grado en el cuál el diseño y las características del producto corresponden con los estándares establecidos
- Calidad percibida. Corresponde con la percepción que tiene un cliente de la calidad de ese producto, teniendo en cuenta que normalmente

Implicaciones estratégicas de la calidad

Calidad como diferenciación a bajo coste

el líder en coste o los que hayan optado claramente por la diferenciación o el enfoque obtienen menores costes o mayor diferenciación, por lo que gozarán de una mejor posición para competir en cualquier segmento, Porter está de acuerdo en que una empresa puede alcanzar bajo coste y diferenciación simultáneamente, aunque a menudo de manera temporal algunas prácticas empresariales actuales permiten obtener una mayor diferenciación sin aumentar costes o la misma diferenciación con un menor coste

- El desarrollo tecnológico que ha posibilitado que las empresas encuentren formas de obtener beneficios de ambas estrategias
- debido a que las nuevas tecnologías permiten a las empresas seguir una estrategia de diferenciación a menor coste

aumento de la calidad puede suponer un incremento de costes, tanto la teoría como la práctica han demostrado que una relación inversa es también posible. e. Para demostrar este enfoque vamos a realizar un estudio sobre la relación entre coste y calidad utilizando los costes totales de la calidad: costes de prevención, evaluación, fallos internos y externos

- Los costes de fallos son iguales a cero cuando el 100% del producto es aceptable y se elevan a infinito cuando el 100 % del producto es defectuoso
- Los costes de evaluación y prevención son cero cuando las unidades defectuosas son el 100% y se elevan a infinito cuando se acerca a la perfección.

Aprendizaje en organizaciones de calidad

as organizaciones de calidad aprenden, entre otros, a partir de los siguientes elementos que enunciaremos a continuación

Mediante la resolución de problemas autoevaluaciones

cultura de calidad

la empresa utiliza el ciclo PDCA, trabaja con datos y utiliza las herramientas de calidad para aprender y mejorar la calidad

a través de un diagnóstico de calidad en el inicio del proceso de implantación, con auditorías de calidad, con el autocontrol, tanto los individuos como la organización tienen la oportunidad de aprender y progresar

fuerte enfocada a la mejora continua permite a la organización aprender en el trabajo diario para ir mejorando gradualmente. Por tanto, en el trabajo cotidiano, si existe una oportunidad de mejorar, en cualquier área de la organización, hay que llevarla a cabo.

La organización también aprende en el día a día, con la puesta en práctica del proceso formativo, etc. Así el aprendizaje necesita y desarrolla a las personas de cualquier nivel. Este punto de vista es aplicable tanto a trabajos de retribución baja como a los de retribución más alta y que exigen conocimientos superiores