



**UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

**E.L.N GUADALUPE FLORES ZAVALA**

**DOCENTE: VICTOR A. GONZÁLEZ SALA**

**MAPA CONCEPTUAL UNIDAD IV**

**CALIDAD EN LOS SERVICIOS**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**OCTAVO CUATRIMESTRE**

**LIC. NUTRICIÓN**

**TAPACHULA CHIAPAS A 27 DE MARZO 2021**

# CALIDAD & ESTRATEGIA

## 1. ESTRATEGIAS DE CALIDAD

La dirección pretende elaborar un servicio que cumple unas características técnicas para satisfacer al cliente que lo usa

Mediante la implantación de un sistema de calidad que cumplen unos requisitos de la empresa

Las estrategias que puede seguir la empresa son el centrarse en la calidad del bien o servicio e implementar un sistema de calidad y la certificación del producto

Permite la posibilidad de actuar de dos formas diferentes

- 1) Vender su producto a un precio mayor
- 2) Ofrecer mejor valor para el cliente

La calidad reduce costes y es un punto clave en las decisiones de compra.

### SISTEMA DE CALIDAD

- 1) sistemas para la gestión de la calidad y para el aseguramiento externo
- 2) El sistema de gestión de la calidad o dirección de la calidad

## 2. SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA LA CALIDAD

La mejora de la calidad requiere el uso de la información para evaluar el progreso de los objetivos

- a) Las quejas o reclamaciones de los clientes, precio de venta es bajo.
- b) Los resultados de la medición de la calidad sobre las actividades funcionales y auditorías

El alcance de un sistema de información de la calidad puede variar desde un sencillo sistema que cubra los datos de la inspección en proceso.

Más amplio que cubra toda la información relativa a la efectividad global de los productos y procesos importantes.

### CERTIFICACIÓN

Manifiesta que un producto, proceso se ajusta a unas normas técnicas

Consiste en la concesión de un certificado de acuerdo con la serie de normas ISO 9000

Los clientes son los mejores jueces de la calidad de los bienes o servicios de una empresa..

## 4. APRENDIZAJE EN ORGANIZACIONES DE CALIDAD

Las organizaciones de calidad aprende mediante la resolución de problemas utilizando el ciclo PDCA, trabaja con datos y autoevaluaciones.

La técnica del benchmarking por encuestas a clientes proporcionan información sobre mejoras en el producto y comparaciones competitivas

La información sobre quejas, reclamaciones, acciones correctivas pueden dar una idea de los costes externos

Con la finalidad de definir políticas y estrategias de calidad para alcanzar los objetivos y medir el cumplimiento de los mismos

Esta información debe ser tanto externa, relativa como el producto, clientes o interna como referida a costos, cumplimiento de objetivos.

Existen programas de software para el estudios de habilidad, adquisición de datos y de inspección

## 3. IMPLICACIONES ESTRATÉGICAS DE LA CALIDAD

Los recursos tangibles e intangibles, que una organización de calidad debe poseer como recursos clave

Los intangibles como la formación, la calidad, la creatividad, la innovación, las capacidades directivas, la reputación y la marca

La reputación de la compañía y del producto y de los empleados, son los recursos que mejor posicionan a la empresa frente a sus competidores

La calidad del bien o servicio puede ser una ventaja siempre que distinga a la organización.

La dirección de la calidad puede ser una fuente de ventaja competitiva con la mejora de la calidad para elaborar servicios que los clientes consideren superiores a los competidores

Se constituyen se constituyen implantar participación y formación de los trabajadores, motivación para mejorar, compromiso de la dirección.