



# **Mi Universidad**

## **ENSAYO**

**NOMBRE DEL ALUMNO: OLINDA EDITH ORTIZ DIAZ.**

**TEMA: GESTION DE CALIDAD**

**PARCIAL:II**

**MATERIA: CALIDAD EN LOS SERVICIOS**

**NOMBRE DEL PROFESOR: LIC. BLANCA TRINIDAD ROBLERO  
MORALES.**

**LICENCIATURA: TRABAJO SOCIAL Y GESTION COMUNITARIA.**

**FRONTERA COMALAPA CHIAPAS, A 6 DE MARZO DEL AÑO 2022.**

## INTRODUCCIÓN

En este presente trabajo abordaremos el tema de gestión de calidad es un tema muy interesante e importante. Cuyo objetivo y finalidad es aprender acerca de la calidad de servicio para poder brindarle al cliente un buen servicio.

La calidad en el servicio al cliente no es un tema reciente dentro de las empresas, ya que desde siempre los clientes han exigido el mejor trato y la mejor atención al adquirir un producto o servicio, seguido de la confiabilidad, calidad, tiempos razonables, precios, y constante innovación por parte de las mismas, por lo cual cada una de las organizaciones se han visto a la tarea de buscar diversas alternativas para enriquecer dichas exigencias. Actualmente, existe una gran y ardua competencia entre las empresas por ser el primero en obtener la atención del cliente, mismo que puede llegar a tardar un largo proceso para convertirse en un cliente principal, consistiendo en frecuentes visitas a la entidad, o bien, de varias adquisiciones del producto que se ofrece, dependiendo del giro de la empresa; pero que a su vez, puede bastar con solo un minuto de romper las políticas establecidas para la calidad en el servicio, para perder ese cliente y que este opte por ir hacia la competencia. Por lo anterior, no se debe perder el objetivo de cumplir con la satisfacción al cliente, y cuidar celosamente de ellos, procurando mantener un juicio razonable y mostrando siempre una buena imagen de la empresa. Por los puntos planteados anteriormente, se cree que cada empresa debe darse a la tarea de conocer temas estratégicos sobre la calidad del servicio al cliente, para poder desempeñarla correctamente dentro de la misma y ampliar su cartera de clientes, gracias a la creación de una imagen más óptima y seguido del aumento de recomendaciones, desarrollando un ambiente más confortable tanto para sus empleados, clientes actuales y futuros clientes.

El concepto de calidad ha ido evolucionando a lo largo de los años, desde el control de la calidad donde se promulgaba la inspección al final del proceso para asegurar la calidad de los productos, a un sistema de gestión de la calidad, donde el énfasis está en el enfoque al cliente, la gestión de los procesos, el mejoramiento continuo y el bienestar organizacional. El término calidad se ha introducido en el mundo de la empresa, industrial, comercial y de servicios. Pero son muchas las empresas que no conocen o confunden el significado de este concepto.

La calidad en el servicio es una métrica dentro las organizaciones que buscan la diferenciación y competitividad en el mercado. El objetivo principal es identificar los atributos de calidad en el servicio y evaluar la relación entre la calidad percibida y la satisfacción del cliente; lo cual se traduce en lealtad hacia la marca y se refleja en un incremento en las utilidades de la organización.

## GESTIÓN DE CALIDAD

El interés por la calidad debe haber comenzado en la década de 1970 debido a la crisis económica en Occidente provocada por el aumento de los precios del petróleo y la consolidación de las empresas japonesas como competidores en el mercado internacional. El creciente éxito de los productos japoneses en industrias como la automotriz, la producción de motocicletas, los semiconductores, la electrónica de consumo o el aire acondicionado ha generado inquietudes sobre cómo administrar la calidad para mantener o ganar competitividad. Los elementos contenidos en el sistema de gestión de la calidad japonés, que hacían hincapié en la satisfacción del cliente, la mejora continua, la participación de los empleados en la resolución de problemas principalmente a través del trabajo en equipo, o la atención mediante la mejora de la calidad del diseño, se incorporaron rápidamente al sistema de gestión de la calidad. Gestionar equipaje

Desde que comenzó a publicitarse en la industria en las décadas de 1980 y 1990, la gestión de la calidad se ha extendido a otras industrias, como la contaminación por petróleo, ganando una gran influencia en y dentro del campo de los servicios. El público (como la salud y la educación) se ha convertido en un marcador de calidad. De los enfoques de calidad propuestos en la literatura profesional, Total Quality Management (TQM en adelante) ha sido uno de los más adoptados por las empresas estadounidenses (un término apropiado ya que la búsqueda de la "Calidad Total" parece más una obra apostólica) para la últimas dos décadas.

El concepto de calidad cambió significativamente en el siglo XX, formando un importante cuerpo de conocimiento que fue de la mano de diversos actores nacionales e internacionales. La primera aportación fue básicamente la aplicación de técnicas estadísticas a la inspección y control de productos y procesos industriales, y posteriormente se completaron sistemas de aseguramiento y métodos orientados a la calidad de servicio más centrados en la prevención. Por otro lado, las contribuciones recientes entienden la calidad como el sistema fundamental para lograr la competitividad a escala internacional.

La calidad de servicio es un conjunto de estrategias y acciones que buscan mejorar el servicio, así como la relación entre el consumidor y la marca.

La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos primordiales que se deben cumplir dentro de cada una de las empresas; sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, deben de demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse en esta área, ya que al ser la primera imagen que se da a los clientes ayuda a mantenerse en la preferencia de los mismos, y si se llega a alterar pueden convertirse en una amenaza. Más, sin embargo, en muchas ocasiones puede llegar a ser empleado por las organizaciones incorrectamente, afectando tanto al desarrollo y crecimiento de las mismas, por lo cual, principalmente se debe definir la importancia de dicho servicio al cliente, para poder estructurar adecuadamente la forma más óptima de llevarlo a cabo.

### **El modelo Deming Prize**

El nombre original utilizado para describir Total Quality Control ha sido reemplazado por Total Quality Management (TQM) para adoptar el mismo nombre que en las naciones occidentales y así lograr el reconocimiento internacional. A diferencia de los premios, TQM no tiene estructura ni criterios para otorgar premios. Es una organización sin fines de lucro con el objetivo de mejorar la calidad de los productos y servicios.

Los candidatos al Premio Deming no están obligados a postularse de acuerdo con un modelo preestablecido. Se pretende que cada organización realice una autoevaluación y comprenda su situación actual. El objetivo es que cada empresa establezca sus objetivos y procedimientos en función de su estado y sus posibilidades

Esta guía también estableció una puntuación para cada uno de los seis criterios, y la relación existente entre ellos. Las categorías básicas de estos criterios de evaluación son seis:

1. Políticas de la dirección y su despliegue en relación con la Gestión de la Calidad.
2. Desarrollo de nuevos productos y/o innovación de procesos.
3. Mantenimiento y mejora de la calidad operativa y del producto.
4. Establecimiento de sistemas para gestionar la calidad, la cantidad, la entrega, los costes, la seguridad y el entorno.
5. Recolección y análisis de información sobre la calidad y el uso de tecnologías de la información.
6. Desarrollo de los recursos humanos.

La evaluación la realiza, en primera instancia, el subcomité denominado Subcomité del Premio de Solicitud Deming. En base a sus evaluaciones, es el comité del premio (Comité del Premio Deming) quien es el responsable final de seleccionar al ganador. Las empresas premiadas deberán emitir un informe tres años después, sobre el estado de sus prácticas de TQM.

### **Modelo de administración de la calidad de Joseph Juran**

El modelo de Joseph Juran propone tres etapas para la gestión de la calidad.

1. La planificación de la calidad es la actividad para desarrollar los productos y procesos requeridos para satisfacer las necesidades del cliente. Este proceso es necesario no solo para bienes y servicios para clientes externos sino también para clientes internos, entendiéndolos como integrantes del producto o proceso

.2. El control de calidad consiste en un proceso normativo mediante el cual se mide el comportamiento real, con el fin de realizar comparaciones y actuar sobre las diferencias

.3. La mejora de la calidad se entiende como la creación organizada de un cambio beneficioso, es elevar el desempeño de la calidad a niveles sin precedentes. El objetivo del control de calidad es mejorar la calidad de los productos y servicios de una empresa.

### **PHILIP B. CROSBY**

Los principios fundamentales Philip B. Crosby está más estrechamente asociado con la idea de "cero defectos" que él creó en 1961. Para Crosby, la calidad es conformidad con los requerimientos, lo cual se mide por el coste de la no conformidad. Esto quiere decir que al utilizar este enfoque se llega a una meta de performance de "cero defectos". Crosby equipara la gestión de la calidad con la prevención. La inspección, experimentación, supervisión y otras técnicas no preventivas no tienen cabida en este proceso. Crosby sostiene que no hay absolutamente ninguna razón para errores o defectos en ningún producto o servicio. "Cero defectos" no es un eslogan. Constituye un estándar de desempeño.

### **Feigenbaum,**

El padre del Control de Calidad Total (TQC) Considerado como una de las figuras más influyentes en la historia de la calidad, Armand V. Feigenbaum fue un ingeniero y

economista estadounidense que dejó un valioso legado. Se le atribuye la creación del concepto de control de calidad total, que luego fue perfeccionado por Deming Juran e Ishikawa.

Para alcanzar la excelencia, la calidad debe ser vista como algo planificado y no como un mero análisis de resultados. Todas las áreas y departamentos de la organización deben estar completamente integrados e interdependientes para que el sistema funcione y cumpla con las expectativas del cliente. La calidad es responsabilidad de todos y cada uno, y sólo se consigue con compromiso y motivación.

Las diferentes perspectivas conceptuales de la calidad se pueden organizar en dos categorías, según hablen de calidad objetiva y de calidad subjetiva. La calidad objetiva deriva de la comparación entre un estándar y un desempeño. Por el contrario, la calidad subjetiva se basa en la percepción y los juicios de valor de las personas, y se puede medir cualitativamente mediante el estudio de la satisfacción del cliente

Calidad estática frente a calidad dinámica. La calidad expresada en términos de superioridad absoluta o conformidad con la especificación transmite la sensación de un estado fijo e inmóvil. Por otro lado, la calidad es un concepto dinámico y en constante cambio. Depende de múltiples factores en constante evolución como la competencia o los gustos y motivaciones de los consumidores. Calidad absoluta y calidad relativa. La calidad del producto se refleja, ya sea libremente por la dirección o en base a las necesidades del cliente, en una serie de características y especificaciones. La calidad se valora absolutamente, independientemente de la persona, y se mide indiscutiblemente por la distancia entre la calidad alcanzada y la calidad prevista. La definición de calidad para cada empresa debe depender de las expectativas y necesidades de sus clientes

## CONCLUSIÓN

En la actualidad existen una gran competencia entre empresas, por ello es fundamental ampliar ventajas competitivas, para lograr permanecer dentro del “juego”; siendo la calidad en el servicio una de esas ventajas que se pueden desarrollar fácilmente, siempre y cuando se sigan tal cual las políticas de atención al cliente establecidas. Por ejemplo, un producto puede ser técnicamente perfecto, estar elaborado con los materiales más adecuados y disponer de un proceso de producción optimizado. Sin embargo, no ser aceptado por los clientes a quienes va dirigido; no tener éxito en el mercado.

La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos clave para permanecer entre la preferencia de los consumidores, dicho que esta es la imagen que se proyecta en ellos; siendo a su vez un diferenciador ante la competencia, y es el punto decisivo en el cual dichos clientes se crean una opinión positiva o negativa sobre la organización. Es de suma importancia darle la atención necesaria a esta área de la empresa, sin importa giro o tamaño de estas, ya que brinda una fortaleza a la entidad, para poder detectar a tiempo posibles riesgos que pueden llegar a convertirse en una amenaza, que pudieran ser irreparables.

Es por ello que es muy importante la calidad en el servicio que brindan al cliente. La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos clave para permanecer entre la preferencia de los consumidores, dicho que esta es la imagen que se proyecta en ellos; siendo a su vez un diferenciador ante la competencia, y es el punto decisivo en el cual dichos clientes se crean una opinión positiva o negativa.

La calidad del servicio al cliente es clave fundamental para el éxito en un establecimiento que se encarga de la prestación de servicios; ya sea, renta de coches, agencia de viajes, restaurante, hotel, agencia turística, taxi etc. La calidad es importante pero la pasión y el amor a lo que hacemos es lo que realmente nos va a ayudar a alcanzar el triunfo.

## BIBLIOGRAFIA

- [www.gestiopolis.com/tecnicas-de-trabajo-en-grupo/](http://www.gestiopolis.com/tecnicas-de-trabajo-en-grupo/)
- [www.eprints.rclis.org/11165/1/samame\\_mancilla.pdf](http://www.eprints.rclis.org/11165/1/samame_mancilla.pdf)
- [www.funcionpublica.gov.co/documents/418537/506911/1595.pdf/6c897f03-9b26-4e10-85a7-789c9e54f5a3](http://www.funcionpublica.gov.co/documents/418537/506911/1595.pdf/6c897f03-9b26-4e10-85a7-789c9e54f5a3)
- [www.researchgate.net/publication/256572500\\_La\\_gestion\\_por\\_procesos\\_aplicada\\_al\\_area\\_de\\_procesos\\_tecnicos\\_de\\_bibliotecas\\_universitarias\\_un\\_modelo\\_teorico\\_para\\_su\\_implementacion](http://www.researchgate.net/publication/256572500_La_gestion_por_procesos_aplicada_al_area_de_procesos_tecnicos_de_bibliotecas_universitarias_un_modelo_teorico_para_su_implementacion) [accessed Dec 21 2018].
- [www.colmayor.edu.co/uploaded\\_files/images/archivos/normograma/manuales/Manualindicadoresversion20\(may8\)10\(1\).pdf](http://www.colmayor.edu.co/uploaded_files/images/archivos/normograma/manuales/Manualindicadoresversion20(may8)10(1).pdf)
- <http://guia.oitcinterfor.org/como-evaluar/como-se-construyen-indicadores>
- <http://sorprendemos.com/consultoresdocumentales/?p=1625>
- [www.idi.es/images/Documents/guiagestionprocesos.pdf](http://www.idi.es/images/Documents/guiagestionprocesos.pdf)
- [www.colmayor.edu.co/uploaded\\_files/images/archivos/normograma/manuales/Manualindicadoresversion20\(may8\)10\(1\).pd](http://www.colmayor.edu.co/uploaded_files/images/archivos/normograma/manuales/Manualindicadoresversion20(may8)10(1).pd)