



# ENSAYO

**NOMBRE DEL ALUMNO:** Olivar Pérez Santizo

**TEMA:** 3.1 La cadena cliente proveedor

**MATERIA:** Calidad en los servicios de enfermería

**PARCIAL:** III

**NOMBRE DEL PROFESOR:** Lic. Romelia De León Méndez

**LICENCIATURA:** En enfermería

**CUATRIMESTRE:** 8°

FRONTERA COMALAPA, CHIAPAS. A 12 DE MARZO DEL 2023.

---

### 3.1- LA CADENA CLIENTE PROVEEDOR.

Para iniciar con el desarrollo de la actividad se menciona que la cadena del cliente proveedor se basa más que nada en proporcionar algún servicio a las personas, y que estas mismas personas sean acreedoras de los beneficios que brinda el proveedor.

De igual manera se menciona que existen tipos de cadena cliente proveedor, por ejemplo: La cadena cliente/ proveedor externo: es la formada por el conjunto Proveedor- Organización- Cliente. la organización es cliente o proveedor según reciba o suministre producto.

La cadena cliente/ proveedor interno: es la formada por las diferentes actividades de la organización. Cada actividad genera un resultado que es el comienzo de la siguiente, y así sucesivamente. Analizando esta "cadena", descubrimos diferentes actividades que se clasifican por su "valor" y "coste asociado respecto al producto final":

Actividades básicas, críticas o de valor añadido real: son las que generan como resultado el valor que el cliente espera. Dentro de estas actividades están: logística interna, operaciones de producción, logística externa (distribución), el marketing (ventas) y el servicio post venta. Actividades de apoyo, soporte o de valor añadido empresa: dan soporte a actividades primarias, y garantizan el funcionamiento de la empresa; pero no dan valor al cliente. Aquí podemos encontrar: aprovisionamiento, investigación y desarrollo, administración de recursos humanos y la infraestructura de la empresa. Interrelaciones dentro de la cadena: son las relaciones internas entre las actividades entre sí o entre el cliente y el proveedor.

Hay tres criterios básicos para conseguir unas buenas interrelaciones:

1. Optimización de actividades: hacer bien las tareas iniciales, consigue mejores resultados en las posteriores.
2. Coordinación de las actividades entre los diferentes componentes de la cadena, el cliente y el proveedor.
3. Actividades sin valor añadido: no añaden valor ni satisfacen al cliente. Deben eliminarse.

Así también, para realizar una correcta gestión de los procesos, debemos tener en cuenta los siguientes puntos básicos:

- Analizar las limitaciones de la organización, sus fortalezas y debilidades.
- Identificar los procesos internos, con sus factores críticos, y midiendo su coste para relacionarlo con el valor añadido final.
- Identificar las necesidades del cliente externo para orientar la organización hacia su satisfacción.
- Organizar la realización de actividades, y tomar decisiones lo más "cerca" del cliente.

- Diferenciar las mejoras aplicadas a procesos (qué hacemos y para quién) de las mejoras a departamentos (cómo se hacen).
- Asignar responsables a cada proceso, se deberá colocar al personal adecuado en cada área de su competencia.
- Establecer indicadores: "medir" lo que hacemos para mejorar y así obtener un mejor desarrollo y crecimiento.
- Controlar los procesos y mejorar su funcionamiento, para poder ir creciendo poco a poco, pero de manera segura.
- Medir el grado de satisfacción del cliente.

### **PROCESO:**

1. Menciona que el comprador y el proveedor son absolutamente responsables de aplicar el control de calidad correspondiente durante todo el proceso.
- 2- Ambas partes son independientes entre sí y ambos deben respetar esa independencia, es decir cada uno es libre en su toma de decisiones.
- 3-El comprador debe dar una información precisa y adecuada sobre sus necesidades exactas y lo que quiere que el proveedor le entregue, con esto se ayudaran mutuamente para cubrir sus diferentes aspectos y así mismo crecer más.
4. El contrato entre ambas partes debe tener en cuenta la calidad, la cantidad, el precio, las condiciones de entrega y la forma de pago correspondientes.
5. El proveedor tiene que garantizar una calidad que satisfaga al cliente, que esté certificada con datos. Exactamente tiene que buscar la satisfacción de la otra persona, esto para que tenga una buena impresión o calidad de atención.
6. -Clientes y proveedores han de acordar previamente los sistemas de control, evaluación y testeo, esto con la finalidad de ambos hablen sobre el control de calidad que se lleva a cabo.
7. El acuerdo entre ambas partes debe incluir los procedimientos a abordar en caso de posibles discrepancias en el proceso.
8. Ambas partes deben intercambiarse la información que sea necesaria para poder garantizar un control de calidad exitoso.
9. Proveedores y clientes han de llevar un control de todas las actividades del proceso: pedidos, planificación de la producción e inventarios, trabajos y procesos, de forma que la relación se lleve a cabo de forma satisfactoria.
10. Ambas partes deben tener en cuenta siempre los intereses del consumidor final. Esto dará información exacta sobre la calidad de atención y del servicio brindado.