



Mi Universidad

CUADRO SINÓPTICO

NOMBRE DEL ALUMNO: ELEAZAR GIRON LOPEZ

**NOMBRE DEL TEMA: CONCEPTO Y EVOLUCIÓN DE LA CALIDAD /
SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD.**

PARCIAL: I

NOMBRE DE LA MATERIA: CALIDAD EN LOS SERVICIOS

NOMBRE DEL PROFESOR: LIC. BEATRIZ ADRIANA MENDEZ

**NOMBRE DE LA LICENCIATURA: TRABAJO SOCIAL Y GESTIÓN
COMUNITARIA**

CUATRIMESTRE: 8VO

**LUGAR Y FECHA DE ELABORACIÓN: 20 DE ENERO DEL 2024,
PICHUCALCO, CHIAPAS**

CONCEPTO Y EVOLUCIÓN DE LA CALIDAD

La calidad es un concepto fundamental en diversos campos y disciplinas, que ha evolucionado a lo largo del tiempo para adaptarse a las necesidades y expectativas cambiantes de la sociedad y los mercados.

CONCEPTO DE CALIDAD

se trata de la capacidad de un producto o servicio para satisfacer las necesidades y deseos del cliente y cumplir con los estándares establecidos.

Control de calidad: En sus inicios, el enfoque principal estaba en el control de calidad, que se centraba en inspeccionar y detectar defectos en los productos terminados. Este enfoque se remonta a la Revolución Industrial, donde la inspección final era la principal estrategia para garantizar la calidad.

Aseguramiento de la calidad: A medida que las industrias crecieron y se volvieron más complejas, surgió la necesidad de implementar sistemas más estructurados para garantizar la calidad.

Gestión de la calidad total (TQM): En la década de 1980, surgió el concepto de Gestión de la Calidad Total (TQM), que se centraba en la participación de todos los miembros de la organización en el proceso de mejora continua de la calidad.

Calidad Six Sigma: A finales del siglo XX y principios del XXI, surgió Six Sigma, una metodología de gestión de calidad que busca reducir la variabilidad en los procesos para mejorar la calidad y la eficiencia.

Calidad Total y Sostenibilidad: En las últimas décadas, ha habido un creciente enfoque en la integración de la calidad total con prácticas sostenibles.

EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA CALIDAD

CONCEPTO Y EVOLUCIÓN DE LA CALIDAD

Calidad en la era digital:

Con el avance de la tecnología digital, la calidad también ha evolucionado en términos de cómo se mide, gestiona y garantiza en entornos digitales. La calidad de software, la experiencia del usuario en aplicaciones y plataformas digitales, y la seguridad de la información son aspectos críticos de la calidad en la era digital.

Época histórica:

- **Revolución Industrial:** Durante este período, la calidad se asociaba principalmente con la ausencia de defectos en los productos manufacturados. Se centraba en el control de calidad a través de la inspección final de los productos para garantizar que cumplieran con ciertas especificaciones.
- **Desarrollo de la Gestión de la Calidad:** Con el tiempo, especialmente en el siglo XX, surgieron enfoques más holísticos de calidad, como el aseguramiento de la calidad y la gestión de la calidad total.
- **Era Digital:** Con la llegada de la era digital, el concepto de calidad se ha expandido para incluir aspectos como la usabilidad de los productos y servicios digitales, la seguridad de la información y la fiabilidad del software.

Perspectivas de las personas

- **Clientes:** Para los clientes, la calidad puede significar la satisfacción de sus necesidades y expectativas. Esto incluye la durabilidad, la funcionalidad, la estética y la fiabilidad de los productos o servicios que adquieren.
- **Empleados:** Desde la perspectiva de los empleados, la calidad puede estar relacionada con la eficiencia y la efectividad de los procesos en los que trabajan, así como con un entorno laboral seguro y motivador.
- **Directivos y accionistas:** Para los directivos y accionistas de una organización, la calidad puede medirse en términos de rentabilidad, reputación de la marca y cumplimiento de los objetivos estratégicos.

Ideas e intenciones

- **Enfoques tradicionales:** Algunas personas pueden asociar la calidad con la excelencia técnica y la conformidad con estándares predefinidos.
- **Enfoques modernos:** Otros pueden tener una visión más amplia de la calidad, que incluye aspectos como la responsabilidad social corporativa, la sostenibilidad ambiental y la ética empresarial.

Evolución cronológica del concepto de calidad

Artesanal

Hacer las cosas bien independientemente del coste o esfuerzo necesario para ello.

- Satisfacer al cliente.
- Satisfacer al artesano, por el trabajo bien hecho.
- Crear un producto único.

Revolución Industrial

Hacer muchas cosas no importando que sean de calidad (Se identifica producción con calidad).

- Satisfacer una gran demanda de bienes.
- Obtener beneficios.

Segunda Guerra Mundial

Asegurar la eficacia del armamento sin importar el costo, con la mayor y más rápida producción (Eficacia + Plazo = Calidad).

- Garantizar la disponibilidad de un armamento eficaz en la cantidad y el momento preciso.

Posguerra (Japón)

Hacer las cosas bien a la primera.

- Minimizar costes mediante la calidad.
- Satisfacer al cliente.
- Ser competitivo.

Evolución cronológica del concepto de calidad

Postguerra (Resto del mundo)
Producir, cuanto más mejor.

- Satisfacer la gran demanda de bienes causada por la guerra.

Control de Calidad
Técnicas de inspección en producción para evitar la salida de bienes defectuosos.

- Satisfacer las necesidades técnicas del producto.

Aseguramiento de la Calidad
Sistemas y procedimientos de la organización para evitar que se produzcan bienes defectuosos.

- Satisfacer al cliente.
- Prevenir errores.
- Reducir costes.
- Ser competitivo.

Calidad Total
Teoría de la administración empresarial centrada en la permanente satisfacción de las expectativas del cliente.

- Satisfacer tanto al cliente externo como interno.
- Ser altamente competitivo.
- Mejora Continua.

para que es y para que sirve el sistema de gestión de calidad

Un sistema de gestión de calidad (SGC) es un conjunto de procesos, políticas, procedimientos y recursos destinados a asegurar que una organización produce productos o servicios consistentemente satisfactorios para sus clientes.

Mejora de la calidad

Mejora de la calidad: Ayuda a identificar áreas de mejora en los procesos de producción o prestación de servicios, lo que conduce a la entrega de productos o servicios de mayor calidad.

Cumplimiento normativo

Facilita el cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios relacionados con la calidad del producto o servicio.

Satisfacción del cliente

Al mantener y mejorar la calidad de los productos o servicios, se aumenta la satisfacción del cliente, lo que puede conducir a una mayor fidelización y lealtad.

Eficiencia operativa

Optimiza los procesos internos, lo que puede resultar en una reducción de costos y un uso más eficiente de los recursos.

Mejora continua

Fomenta un enfoque de mejora continua, donde la organización busca constantemente formas de mejorar sus procesos y resultados.

Toma de decisiones informada

Proporciona datos y métricas objetivas sobre el desempeño de la calidad, lo que permite una toma de decisiones más informada y basada en evidencia.

orientacion al cliente, concepto, importancia y requerimiento

La orientación al cliente es un enfoque empresarial que pone al cliente en el centro de todas las actividades y decisiones de la organización.

Concepto

- La orientación al cliente implica adoptar una mentalidad centrada en el cliente en todos los aspectos del negocio.
- Significa comprender profundamente las necesidades, expectativas y deseos de los clientes.
- Se trata de diseñar productos y servicios que resuelvan los problemas y satisfagan las necesidades de los clientes.
- Implica brindar un excelente servicio al cliente en todas las interacciones.

importancia

- Mejora la satisfacción del cliente: Al centrarse en las necesidades del cliente, se puede mejorar la satisfacción y lealtad del cliente.
- Diferenciación competitiva: La orientación al cliente puede ser una fuente de ventaja competitiva, ya que las empresas que ofrecen una experiencia excepcional al cliente pueden destacarse en un mercado saturado.
- Retención de clientes: Satisfacer las necesidades del cliente y brindar un excelente servicio puede ayudar a retener a los clientes existentes.
- Incremento de ingresos: Los clientes satisfechos son más propensos a comprar más productos o servicios y a recomendar la empresa a otros, lo que puede conducir a un aumento de los ingresos.
- Mejora de la reputación de la marca: Una orientación al cliente sólida puede mejorar la percepción de la marca y fortalecer su reputación en el mercado.

Requerimientos

- Comprensión del cliente: Es fundamental comprender las necesidades, expectativas y deseos del cliente a través de la investigación de mercado, encuestas, análisis de datos, etc.
- Personal capacitado: Es necesario contar con un equipo capacitado y motivado que esté comprometido con la satisfacción del cliente y pueda brindar un excelente servicio.
- Adaptabilidad: Las empresas deben ser lo suficientemente ágiles y flexibles como para adaptarse a las cambiantes necesidades y expectativas del cliente.
- Medición del desempeño: Se deben establecer métricas y KPIs para medir el desempeño en términos de satisfacción del cliente y tomar medidas correctivas según sea necesario.
- Mejora continua: La orientación al cliente implica un compromiso con la mejora continua, mediante la retroalimentación del cliente y la búsqueda constante de formas de mejorar la experiencia del cliente.