

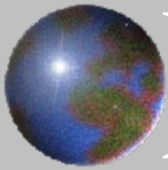


**INSTITUTO CENTROAMERICANO DE
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
-ICAP-**

***Fundamentos
GESTIÓN DE LA CALIDAD
Comité de la Calidad ONSEC***

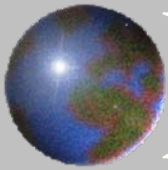
2011

Facilitador: Alan Henderson García



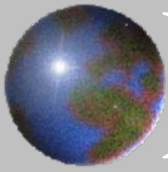
**¿ESTAMOS DANDO A NUESTROS
CLIENTES LO QUE ESPERAN:
SERVICIOS DE CALIDAD?**

¿POR QUÉ?



Las debilidades de las organizaciones tradicionales

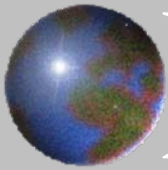
- **Primero la estructura, después los procesos y por último los clientes**
 - **No se escucha la voz del cliente**
 - **No se escucha la voz de los procesos**
- **No se gerencia la participación del personal**
- **Gerenciada por políticos y no por gerentes**



CALIDAD TOTAL

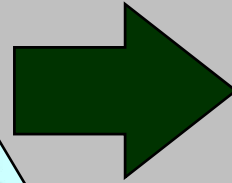
- *Capacidad de una organización de producir bienes y servicios que proporcionen a los usuarios el nivel de satisfacción que espera, o de sobrepasarlo.*
- **EL CLIENTE COMO LA RAZÓN DE SER DE LA EMPRESA.**





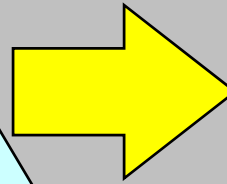
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

**LOGRAR
EL DELEITE
DEL CLIENTE**



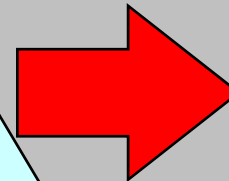
**FORMAR LA
LEALTAD DEL
CLIENTE**

**SATISFACER
NECESIDADES DEL
CLIENTE NO SOLICITADAS**

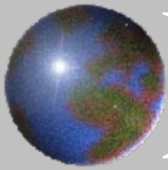


**DESARROLLAR
LA CONFIANZA
DEL CLIENTE**

**CUMPLIR LOS
REQUISITOS DEL CLIENTE**



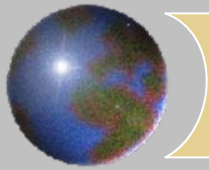
**EVITAR
QUEJAS DEL
CLIENTE**



¿QUIÉN ES RESPONSABLE DE LA CALIDAD?

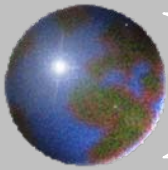
- La calidad debe ser en toda organización, responsabilidad de todos, pero debe comenzar con los dirigentes.*





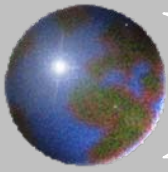
¿Qué espera el cliente? LO IDEAL

- **Reglas claras y no confusas**
- **Reglas objetivas y no discrecionales**
- **Reglas sencillas y no complejas**
- **Plazos definidos, en lugar de abiertos**
- **Pasos y requisitos únicos y no duplicados**
- **Transparencia y claridad de la información, que esté accesible y sistematizada**



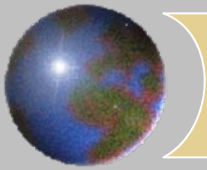
¿Qué obtiene el cliente? LA REALIDAD

- Se le solicita dos o más veces la misma información, para un mismo trámite u otro en la misma institución.
- Se le solicita información que la misma entidad emite o posee.
- Se le cuestiona autorizaciones firmes de otras entidades u órganos.
- Se le solicitan requisitos o información que está en trámite en otra entidad.



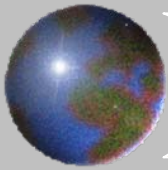
¿Qué obtiene el cliente? LA REALIDAD

- Se inventan requisitos.
- Se le niega información sobre trámites y requisitos realizados en sus oficinas.
- Se le exige presencia física.
- Debe acudir a más de una instancia, para un mismo trámite o requisito con un mismo fin.



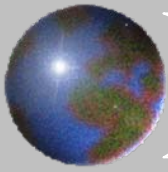
Análisis y mejora de la calidad: *las malas prácticas*

- **Contratación de consultores para que hagan el trabajo.**
- **Se conforman equipo de trabajo, analizan los problemas, generan soluciones pero no tienen apoyo de los “de arriba”.**
- **No hay seguimiento a las mejoras.**



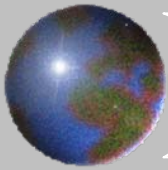
Análisis y mejora de la calidad: las buenas prácticas

- Liderazgo de la dirección.
- Participación de los involucrados.
- Consultores como facilitadores.
- Capacitación en las herramientas y técnicas de mejora.
- Identificación de procesos clave y prioritarios.



EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE LA CALIDAD



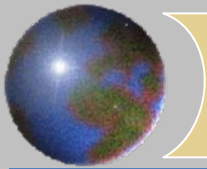


1- Inspección de la Calidad
Finales del s. XIX a 1930
F. Taylor y H. Ford

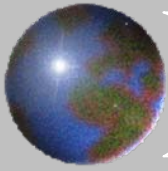
2- Control Estadístico de la Calidad
1930-1950
W. A. Shewhart

3- Aseguramiento de la Calidad
1950-1980
E. Deming, J. Juran,
K. Ishikawa, G. Taguchi

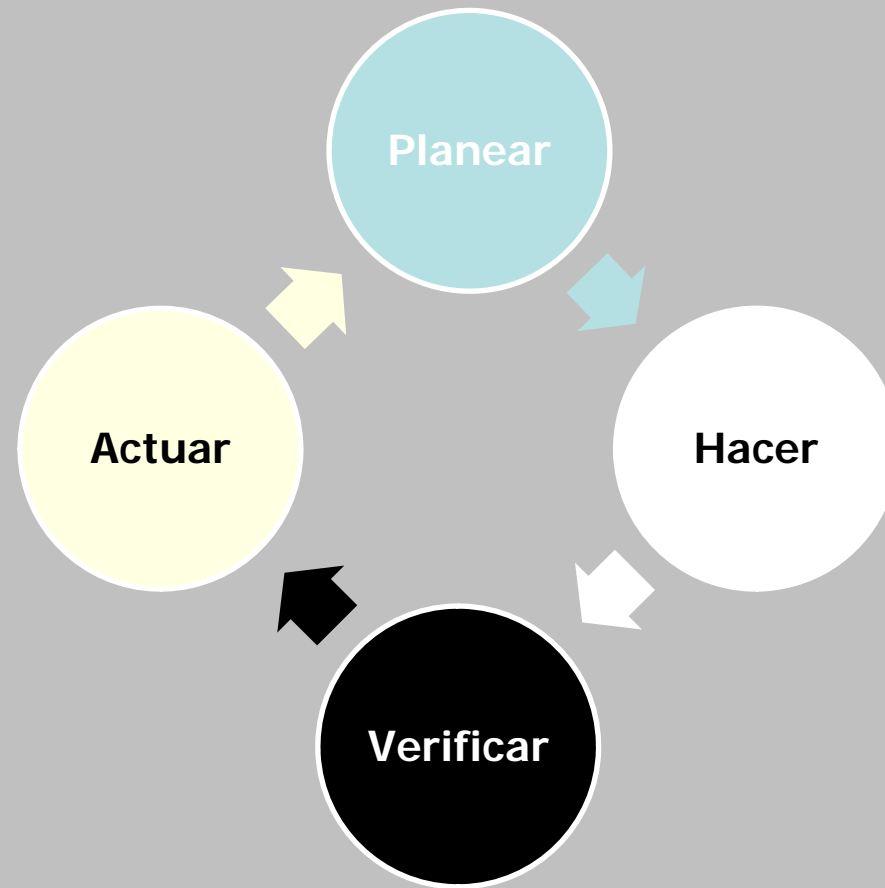
4- Administración Total de la Calidad
1980 - actualidad
A. V. Feigenbaum,
J. Oakland, P. Crosby

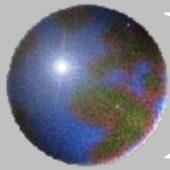


Experto	Calidad es
Deming	Un grado predecible de uniformidad que proporciona fiabilidad a un bajo costo en el mercado
Juran	Tiene que ver con la función que cumple el producto, pues la calidad representa la adecuación del producto al uso requerido
Ishikawa	Constituye una función integral de toda organización
Taguchi	La pérdida que un servicio causa a la sociedad después de haber sido proporcionado. Estas pérdidas son diferentes a las causadas por la función intrínseca del servicio y esta pérdida es ocasionada por la variabilidad
Feingenbaum	Es el resultado total de las características del producto o servicio, que en sí satisface las esperanzas del cliente
Crosby	Es cumplir con los requisitos del cliente
Moller	No es sólo la calidad de los productos y servicios la que es importante, la calidad de las personas que entregan los productos y servicios también es esencial. La calidad del producto y del servicio depende de los esfuerzos de los individuos y grupos
Bounds Adams	Es un paradigma que se ha venido gestando a través del cambio permanente, impulsado por la intensa competitividad global
ISO 9000	Grado en que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos



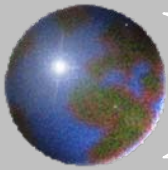
CICLO DEMING





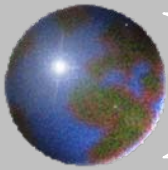
Pensar como piensa el cliente

- Hay que meterse en la cabeza del cliente y ver la organización como él la ve, no como nosotros la vemos o como imaginamos que es.
- Has a los demás lo que quieres que hagan contigo.
- Si queremos crear una organización orientada al servicio, tenemos que llegar a ser expertos en clientes.



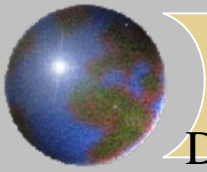
Momentos de verdad

Un episodio en el cual el cliente entra en contacto con cualquier aspecto de la organización y tiene una impresión sobre la calidad de su servicio.



El ciclo del servicio

- Un ciclo del servicio es un mapa de los momentos de verdad, a medida que los experimentan los clientes.
- Nos permite mirar a través de los ojos de los clientes y ver el negocio desde el punto de vista de ellos.



Termina el ciclo

Empieza el ciclo

Descarga el coche

Entra al parqueo

Sale del super

Busca un sitio

Mira al
empacador

Entra al super

Paga la cuenta

Ciclo de servicio en un supermercado

Al sitio de
información

Espera cajero
saca la cuenta

Toma un coche

Espera turno

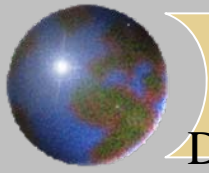
Escoge víveres

Se dirige a pagar

Pide ayuda al empleado

Selecciona frutas y verduras

Va al servicio sanitario



Termina el ciclo

Empieza el ciclo

Descarga el coche

Entra al parqueo

Sale del super

Busca un sitio

Mira al empacador

Entra al super

Paga la cuenta

Ciclo de servicio en un supermercado

MOMENTOS CRÍTICOS

Al sitio de información

Espera cajero saca la cuenta

Toma un coche

Espera turno

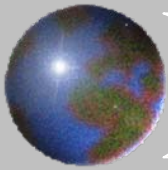
Escoge víveres

Se dirige a pagar

Pide ayuda al empleado

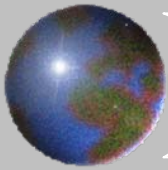
Selecciona frutas y verduras

Va al servicio sanitario



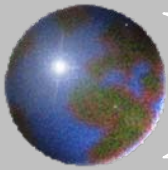
Los diez mandamientos de la gestión de empresas de servicios: el establecimiento

- 1.** Deberás de hacer transparentes todas las fases del proceso.
- 2.** Deberás cuidar todo indicador y hacer desaparecer aquellos que desmerezcan al establecimiento.
- 3.** Deberás respetar el horario de trabajo y mantener el establecimiento abierto al público por lo menos el horario habitual, sino más horas.



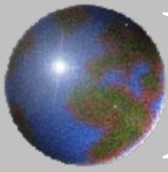
Los diez mandamientos de la gestión de empresas de servicios: el cliente

4. Habrás de respetar la “intimidad” de tu cliente.
5. Deberás respetar y hacer respetar la “ley de la cola” en las esperas de los clientes.
6. Habrás de reconocer que no todos tus clientes han sido creados iguales.



Los diez mandamientos de la gestión de empresas de servicios: el empleado

- 7.** Deberás creer que la única razón por la cual vale la pena tener al cliente en el establecimiento, es para venderle nuevos servicios.
- 8.** Deberás dividir a tus empleados en "gente de gente" y "gente de papel" y asignarles trabajos en consonancia.



Los diez mandamientos de la gestión de empresas de servicios: el empleado

9. Deberás de prohibir que los empleados tomen descansos, coman bocadillos mastodónticos o hablen por teléfono con la novia(o) en presencia de clientes.
10. Habrás de emplear a tu mejor gente en el frente de batalla: en contacto con tus clientes.