



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVA
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN



INTEGRANTES

202B39023 AMERICA MAYLEN OCHOA RUIZ

212B39371 JOSÉ EDUARDO DÍAZ GUZMÁN

212B39359 LEONARDO SAID LOPEZ MORALES

212B39363 KARINA LOPEZ ALMEIDA

CORREO ELECTRÓNICO

americaocha08@outlook.com

joseduardodiazguzman8@gmail.com

leonardosaidlopez@gmail.com

karylopezalmeida@gmail.com

ACTIVIDAD

“IDENTIFICACIÓN DE PRINCIPIOS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD “

ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD 7MO GLA

MARTES- JUEVES 3:00 A 5:00

4 DE OCTUBRE DEL 2024

Índice

Índice	2
Introducción	3
Conclusión	10
Bibliografía	11

Introducción

La identificación de los principios de gestión de la calidad es fundamental para cualquier organización que aspire a mejorar su desempeño, satisfacer a sus clientes y asegurar un crecimiento sostenible. Estos principios se basan en un enfoque sistemático para la mejora continua de los procesos, productos y servicios, promoviendo la eficiencia, la innovación y el cumplimiento de estándares.

Los **principios de gestión de la calidad** provienen de las directrices de la norma internacional **ISO 9001**, que proporciona un marco para gestionar la calidad en las organizaciones. Estos principios ayudan a las organizaciones a ser más competitivas, minimizar errores y mejorar la satisfacción del cliente. Implementarlos eficazmente conduce a una mayor eficiencia operativa y una ventaja competitiva sostenible.

ENFOQUE AL CLIENTE

Enfoque en el cliente es el primer principio de la calidad en la gestión de servicios, el acompañamiento al cliente es fundamental para conocerlo y determinar sus requerimientos para poder satisfacerlos de la manera más expedita.

Las Organizaciones dependen de sus clientes por lo que es imprescindible entender sus actuales y futuras necesidades, a efectos de cumplir con sus requerimientos y satisfacer sus necesidades e incluso haciendo el esfuerzo para superar sus expectativas, esto es básicamente de lo que se trata el **enfoque en el cliente**.

Una empresa en la cual todas sus áreas orientan sus actividades y esfuerzos para la atención de las necesidades del público objetivo de la organización, puede lograr que sus necesidades sean satisfechas, lo cual significa un logro empresarial.

Es decir que este principio de **enfoque en el cliente** no sólo está orientado a la alta gerencia directiva de la institución, es un principio en el cual deben participar todos los miembros de la organización.

Ejemplos de Enfoque en el Cliente

Una empresa puede establecer una gestión logística de entrega para la entrega de mercancía enfocada en el cliente, **aplicando por ejemplo las siguientes medidas:**

- Optimizar las rutas para minimizar el tiempo de entrega.
- Gestionar y monitorear el tiempo de entrega en el despacho de cada pedido.
- Habilitar canales de asistencia personalizada al cliente.

Algunas empresas que aplican un enfoque al cliente son:

- **CIC S.A.** es una empresa chilena dedicada ofrecer productos y servicios relacionados con el mercado mobiliario y decoraciones para el hogar, esta compañía ofrece un servicio enfocado en el cliente llamado Beetrack, es una herramienta tecnológica que le permite compañía gestionar los tiempos de entrega; en el cual, los clientes pueden acceder a su sitio web conocer el estatus de su compra mobiliaria y conocer en que rango de horas será despachado su producto hasta su lugar de entrega, mejorando la satisfacción del cliente.
- **MacDonals** es una de las empresas más reconocidas a nivel mundial y gran parte de su éxito se debe a su enfoque de atención al cliente, que se centró desde sus inicios en ofrecer comida rápida; su enfoque permite a los clientes consumir comida fresca y de alta calidad sin tener que esperar mucho tiempo por su elaboración y a un bajo costo.

Análisis

El **principio de enfoque al cliente** es uno de los pilares fundamentales de la gestión de la calidad y de la orientación estratégica de cualquier organización, especialmente en el contexto de la norma ISO 9001 y de las buenas prácticas de gestión empresarial. Este principio implica centrar todos los esfuerzos de la organización en satisfacer las necesidades, expectativas y requisitos de los

clientes, lo que resulta en un alto nivel de satisfacción, lealtad y fidelidad por parte de ellos. A continuación, te ofrezco un análisis detallado de este principio:

1. Importancia del enfoque al cliente

El cliente es la razón de ser de cualquier empresa. Sin clientes, no hay ingresos, ni negocio. Por ello, comprender lo que los clientes valoran y lo que necesitan es esencial para:

- Asegurar su satisfacción.
- Fomentar la lealtad y repetición de compra.
- Crear relaciones a largo plazo basadas en la confianza.
- Aumentar la rentabilidad de la empresa.

2. Identificación de las necesidades y expectativas del cliente

Para lograr una verdadera orientación al cliente, la empresa debe:

- Realizar estudios de mercado y encuestas para comprender profundamente a su público objetivo.
- Escuchar a los clientes a través de múltiples canales (físicos, digitales, redes sociales) para identificar sus expectativas.
- Analizar los datos recopilados para adaptar productos y servicios.

3. Personalización y adaptación

El enfoque al cliente no se limita solo a satisfacer las expectativas generales, sino a personalizar las soluciones y los productos para responder a las necesidades particulares de diferentes segmentos de clientes. La personalización se ha convertido en una tendencia clave en los últimos años debido al aumento de la competencia y al empoderamiento del consumidor gracias a la tecnología.

4. Generación de valor

No se trata únicamente de satisfacer al cliente, sino de **generar valor**. Este valor puede manifestarse en:

- Ofrecer productos o servicios innovadores.
- Proporcionar experiencias de compra únicas.
- Asegurar una atención al cliente rápida, eficiente y empática.

Cuando el cliente percibe que está obteniendo un valor superior al costo de lo que paga, se genera una relación de confianza duradera.

5. Retroalimentación y mejora continua

Un aspecto crucial del enfoque al cliente es **recoger y actuar sobre la retroalimentación**. Las quejas, sugerencias y opiniones de los clientes son una fuente invaluable de información para mejorar los productos, servicios y procesos internos. Las empresas que utilizan esta retroalimentación de manera proactiva son capaces de evolucionar continuamente y adaptarse a las demandas cambiantes del mercado.

6. Beneficios de aplicar el principio de enfoque al cliente

- **Aumento de la lealtad del cliente:** Los clientes satisfechos tienden a volver y a recomendar la empresa a otros.
- **Mejora en la reputación de la marca:** Las empresas centradas en el cliente suelen ser percibidas de manera más positiva.
- **Crecimiento de ingresos:** La satisfacción del cliente conduce a un mayor volumen de ventas y a nuevas oportunidades de negocio.
- **Reducción de costos:** Al anticipar las necesidades del cliente y evitar fallos en el servicio o producto, se reduce la necesidad de correcciones o rectificaciones posteriores.

7. Desafíos del enfoque al cliente

Aunque el enfoque al cliente trae consigo numerosos beneficios, también enfrenta ciertos desafíos:

- **Cambios rápidos en las expectativas del cliente:** Con la evolución tecnológica y las nuevas tendencias de consumo, las expectativas de los clientes cambian con rapidez, lo que obliga a las empresas a estar en constante revisión y ajuste.
- **Equilibrio entre las necesidades del cliente y la viabilidad económica:** A veces, satisfacer todas las demandas del cliente puede no ser viable económicamente para la empresa.
- **Gestión de la personalización a gran escala:** A medida que las empresas crecen, personalizar la experiencia para cada cliente se vuelve más complejo, lo que requiere tecnología avanzada y una excelente coordinación interna.

8. Implementación en la práctica

Para implementar un enfoque al cliente exitoso, las empresas deben:

- Capacitar a su personal en la importancia del servicio y la orientación al cliente.
- Desarrollar sistemas de seguimiento de satisfacción y retroalimentación.
- Integrar el principio de enfoque al cliente en la cultura organizacional.
- Alinear sus procesos, productos y servicios con las necesidades del cliente de manera continua.

ENFOQUE AL CLIENTE



ES UNO DE LOS PILARES FUNDAMENTALES DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL, ESPECIALMENTE EN MODELOS DE CALIDAD COMO LA NORMA ISO 9001. ESTE PRINCIPIO SE BASA EN LA IDEA DE QUE LAS EMPRESAS DEBEN CENTRAR SUS ESFUERZOS EN SATISFACER LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE SUS CLIENTES PARA GARANTIZAR SU LEALTAD Y ÉXITO A LARGO PLAZO

IMPORTANCIA

- MEJORA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.
- FOMENTA LA LEALTAD Y RETENCIÓN DEL CLIENTE.
- AYUDA A IDENTIFICAR NUEVAS OPORTUNIDADES DE MERCADO.
- CONTRIBUYE A LA MEJORA CONTINUA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.



APLICACIÓN PRACTICA PARA LAS EMPRESAS

- INVESTIGACIÓN Y COMPRENSIÓN DE LOS CLIENTES: REALIZAR ESTUDIOS DE MERCADO, ENCUESTAS Y ENTREVISTAS PARA ENTENDER LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.
- COMUNICACIÓN EFECTIVA: MANTENER UN CANAL DE COMUNICACIÓN CONSTANTE Y CLARO CON LOS CLIENTES PARA RECOGER SUS OPINIONES Y HACER AJUSTES.
- PERSONALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS: ADAPTAR LA OFERTA EMPRESARIAL A LAS DEMANDAS ESPECÍFICAS DE LOS CLIENTES.
- MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE: IMPLEMENTAR SISTEMAS PARA EVALUAR LA SATISFACCIÓN, COMO ENCUESTAS POST-VENTA, ÍNDICES DE QUEJAS Y COMENTARIOS.
- FOMENTO DE LA LEALTAD: IMPLEMENTAR PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN O INCENTIVOS QUE PROMUEVAN LA REPETICIÓN DE COMPRAS Y RELACIONES A LARGO PLAZO.
- MEJORA CONTINUA: ANALIZAR EL FEEDBACK DEL CLIENTE PARA MEJORAR PROCESOS INTERNOS Y LA CALIDAD DEL PRODUCTO O SERVICIO.

BENEFICIOS

- AUMENTO DE LA COMPETITIVIDAD.
- GENERACIÓN DE RELACIONES DURADERAS CON LOS CLIENTES.
- MAYOR CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN A LOS CAMBIOS DEL MERCADO.



Conclusión

El principio de enfoque al cliente es fundamental para cualquier organización, ya que sitúa las necesidades y expectativas del cliente en el centro de todas las actividades y decisiones de la empresa.

En resumen, el enfoque al cliente no solo es una estrategia para aumentar las ventas o atraer nuevos consumidores, sino una filosofía de trabajo que mejora la eficiencia, la calidad y la sostenibilidad a largo plazo de cualquier organización.

Bibliografía

Añez, J. (2020, April 15). Enfoque en el Cliente. *Economía360*.
<https://www.economia360.org/enfoque-en-el-cliente/>