

# FUNDAMENTOS DE LA CALIDAD

## (SESIÓN 9)

### Tema 5: ESTRATEGIAS Y PROCEDIMIENTOS DE CALIDAD DE SERVICIO

#### 5.1. Enfoque en los Clientes

#### 5.2. Liderazgo y Planeación Estratégica

#### Objetivo:

El alumno comprenderá la importancia enfoque en los clientes, así también, aspectos de Liderazgo y Planeación estratégica dentro entorno de la empresa.

#### 5.1. Enfoque en los Clientes

La principal fuente de ingresos de una empresa son sus clientes. Sin embargo, el resultado de la integración de nuevas tecnologías en las relaciones entre empresas y clientes, la competencia se hace cada vez más difícil y, en consecuencia, los clientes pueden elegir a sus proveedores o cambiarlos simplemente.

Las nuevas tecnologías permiten a las empresas conocer mejor a sus clientes y obtener su lealtad mediante información pertinente para satisfacerlos de forma efectiva.

En un mundo cada más competitivo, las empresas que quieren aumentar sus ganancias, tienen por lo tanto varias alternativas:

- ✓ Aumentar el margen para cada cliente.
- ✓ Aumentar la cantidad de clientes.
- ✓ Prolongar el ciclo de vida del cliente, (lealtad del cliente)

El Cliente es la persona que utiliza un servicio profesional de otra. Persona física o moral que acude a una Institución para recibir un servicio o efectuar un trámite. Persona que queda bajo el cuidado o tutela de quien presenta un servicio.

El primer paso de la planificación de la calidad consiste en identificar quienes son los clientes. Un paso posterior para la identificación de los clientes consiste en clasificarlos, en dos categorías básicas:

- 1.- Unos relativamente pocos (pocos vitales).
- 2.- Un número relativamente elevado de clientes, (los muchos útiles).

#### ¿QUIENES SON NUESTROS CLIENTES?

1.- Clientes externos. Son las organizaciones o personas que adquieren nuestros productos y servicios, que establecen sus necesidades y requerimientos por medio de un contrato (pedido), nuestros clientes externos son la razón de ser de nuestra empresa. La única forma de ganar su preferencia es mediante su plena satisfacción.

2.- Clientes internos. Son las personas que colaboran con nosotros en las actividades orientadas a conseguir los objetivos particulares o comunes que perseguimos. Son nuestros compañeros y supervisores en el trabajo y nuestro hogar son nuestros familiares.

3.- Accionistas. Son las personas que exponen su patrimonio para crear las organizaciones donde trabajamos. Es obvio que tienen requisitos y expectativas acerca de sus inversiones y debemos realizar también un esfuerzo para satisfacerlos.

4.- La Sociedad. Está integrada por las autoridades, nuestros vecinos, nuestras amistades y todas aquellas personas físicas o morales que forman nuestro entorno social. De hecho todas las personas que nos rodean o con las que tratamos son nuestros clientes, lo que nos exige una actitud permanentemente positiva y de servicio para que, a través de proporcionales satisfacción, encontraremos nuestra propia satisfacción y realización.

## **5.2. Liderazgo y Planeación Estratégica**

### Liderazgo Estratégico Siglo 21

- El liderazgo estratégico es la competencia de transformar a una o más personas con la finalidad de que se logren las metas organizacionales, a través de la transformación de los demás.

- El liderazgo estratégico es esencial que el líder tenga conocimiento absoluto de la organización y de su ambiente externo; reconozca la importancia del continuo aprendizaje, y promueva la participación.
- Los líderes deben poseer habilidades y destrezas adicionales necesarias para lograr las metas de la organización.

Los líderes deben poseer habilidades y destrezas adicionales necesarias para lograr las metas de la organización.

- ✓ Honestidad.
- ✓ Compromiso.
- ✓ Ética.
- ✓ Visión.
- ✓ Paciencia.
- ✓ Creatividad.
- ✓ Reacciona a cada contexto institucional.
- ✓ Actitud positiva.

El liderazgo se ejerce a través de la Planeación Estratégica por qué es el proceso mediante el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo, es decir, es proceso de comunicación y de determinación de decisiones en el cual intervienen todos los niveles estratégicos de la organización.

La planeación estratégica es el esfuerzo sistemático formal de una organización para establecer sus propósitos, metas, estrategias y desarrollar planes detallados para lograr resultados esperados.

La planeación estratégica es un proceso administrativo a desarrollar para mantener una relación entre los objetivos-recursos de la organización o empresa y las cambiantes oportunidades del medio ambiente.

El objetivo de la planeación estratégica es modelar y remodelar las actividades, productos o servicios de la organización o empresa, de manera que se combinen para producir un desarrollo y utilidades satisfactorios.

La Planeación Estratégica es una herramienta que consiste en la búsqueda de una o más ventajas competitivas de la organización o empresa y la formulación y puesta en marcha de estrategias para crear o preservar ventajas, todo esto en función de la Misión, objetivos y metas, del medio ambiente y de los recursos disponibles.

La Planeación Estratégica tiene por finalidad producir cambios en el que hacer de las estructuras de la organización y por lo tanto en la cultura interna.

La planificación estratégica es el producto de un proceso sistematizado y sistémico que consiste en establecer metas organizacionales dentro de un periodo de tiempo definido fundamentado en el Análisis FODA de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización.

Este análisis fundamentado permite:

- ✓ Establecer la visión y misión.
- ✓ Construir las estrategias de desarrollo.
- ✓ Identificar líneas de acción en los diferentes escenarios.
- ✓ Identificar recursos necesarios.
- ✓ Analizar los factores externos e internos de la organización.
- ✓ Lograr consenso entre el más alto nivel gerencial.