



**Universidad Autónoma del Estado de México**

Facultad de Contaduría y Administración



# Significados e identificación de Características de calidad

Licenciatura en Contaduría

Calidad y Certificación

Facultad de Contaduría y Administración

Unidad Coatepec

Rosa María Nava Rogel

Septiembre de 2017

Cerro de Coatepec, s/n Ciudad Universitaria, C.P. 50100  
Toluca, Estado de México, Tel. (722) 2140250 / 2140171  
rmnavar@uaemex.mx  
www.fca.uaemex.mx

**FCA**



# Guión Explicativo

- Una de las funciones del licenciado en Contaduría es salvaguardar los activos de las organizaciones. Los activos intangibles también pueden salvaguardarse si se valoran, miden y gestionan.
- Para ello, es necesario que se comprenda el significado de calidad y sus características. Se recomienda que los estudiantes construyan sus propios conceptos a partir de la explicación básica de los mismos.
- Para facilitar esta tarea, es necesario que en cada postulado se ejemplifique con un caso de alguna organización.

# Unidad 1



**Significados e identificación de características de calidad**

# Características de la Calidad de Productos y Servicios



# Calidad de un Producto



- Cuando se dice que algo tiene calidad, se designa un juicio positivo con respecto a las características del objeto, en términos excelencia, perfección



# Calidad de un Producto

Puede distinguirse entre

- ✓ **Calidad objetiva** (tiene una naturaleza técnica, es medible y verificable)
- ✓ **Calidad percibida** (es subjetiva, es una evaluación del consumidor)



# Relación Calidad-Precio



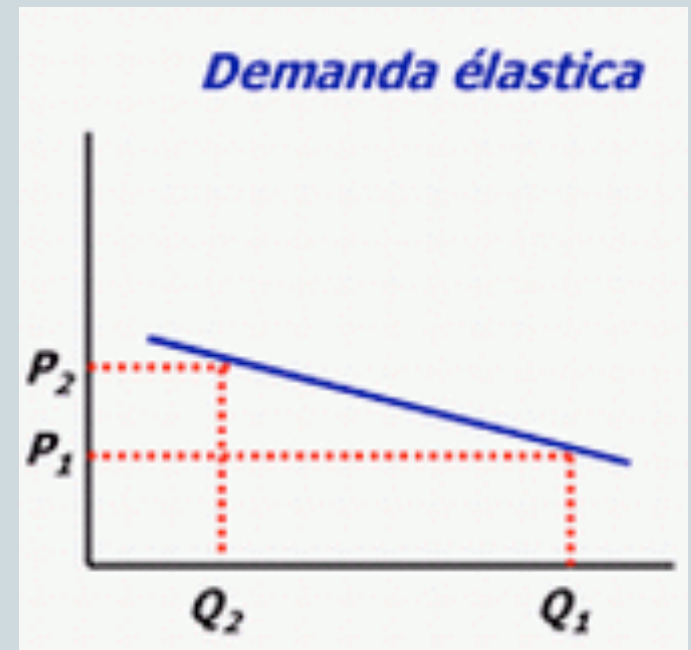
- La calidad del producto influye en la formación de expectativas acerca del precio del mismo, pero...



# Relación Calidad-Precio



- El precio utilizado como un indicador en la formación de la percepción de la calidad del producto puede modificar la elasticidad de la demanda, y el consumidor estará dispuesto a pagar un precio mayor o de modo inverso



¿Qué esperan los clientes de nuestros productos?

## El círculo virtuoso de la satisfacción del cliente



## Expectativas del cliente

# ¿Quiénes son nuestros clientes?



- Un cliente es toda persona que tenga relación con nuestra empresa.



# ¿Quiénes son nuestros clientes?



- ✓ Clientes externos son aquellos que compran nuestros productos
- ✓ Clientes internos: son los propios trabajadores de la empresa, sus proveedores



# Hay clientes si hay cumplimiento de expectativas



- Un producto de calidad es aquel que cumple las expectativas del cliente



# Criterios técnicos o calidad objetiva



- Atributos indicadores de la calidad percibida
- Posición que las funciones combinadas dan a la función básica del producto
- Rendimiento o nivel en cada una de las funciones anteriores



# Criterios técnicos o calidad objetiva



- Grado de acercamiento de a las características o especificaciones estándar del producto genérico
- Duración
- Fiabilidad
- Reparabilidad
- Estilo (aspecto externo)
- Diseño: Producto con buen aspecto, fácil de abrir, instalar, etc.



# Calidad comercial o calidad percibida



- Si un producto es percibido como un producto de calidad por el mercado y por lo tanto admite un cierto diferencial en el precio.
- El producto es un producto de calidad en términos comerciales.



# Apreciación de calidad de los clientes



- Los consumidores utilizan, como indicios o claves para evaluar la calidad:
- Atributos específicos (o formales) del producto: sabor, color, textura, tamaño, etc.
  - Ejemplo características propias de los refrescos tales como pureza o frescor, son generalizadas a otros productos alimenticios envasados



# Apresiasi3n de calidad de los clientes



- Atributos a3nadiridos (o extr3nsecos): precio, marca, nivel de esfuerzo publicitario. Son universales, es decir, con independencia del producto de que se trate. Estos atributos extr3nsecos son:
  - El precio (que es el indicador m3s utilizado en ausencia de otros)
  - La marca del producto
  - El distribuidor
  - El esfuerzo publicitario



# Los servicios



- La apreciación de la calidad por parte del usuario se rige generalmente por el comportamiento del grado de acercamiento de las características o especificaciones estándar del producto genérico no obstante además del precio



# Los servicios



- Se utilizan también indicadores más ajustados a lo que es un servicio:
  - ✓ responsabilidad del oferente del servicio
  - ✓ competencia en su oficio o actividad
  - ✓ cortesía en el trato
  - ✓ credibilidad
  - ✓ seguridad
  - ✓ personalización del producto



# Los servicios



- En los servicios se distinguen tres dimensiones de la calidad:
  - ✓ Calidad física (relacionada con el equipo y los medios utilizado)
  - ✓ Calidad corporativa ( referente a la imagen formada del oferente del servicio por parte del demandante)
  - ✓ Calidad interactiva (relativa a la relación del personal de ventas con los clientes)



# Tres Niveles de Necesidad



- 1er nivel de necesidad:

Implícita = lo que es evidente y esencial, lo que es un deber (por ejemplo, la seguridad del producto).



# Tres Niveles de Necesidad



- 2º nivel de necesidad:

Explícita = lo que se realiza en conformidad con las exigencias declaradas.



# Tres Niveles de Necesidad



- 3er nivel de necesidad:

Latente, potencial = lo que tiene de más, que marca la diferencia. A veces se trata de adelantarse a las demandas de los clientes o de la sociedad.



# Tres Niveles de Necesidad

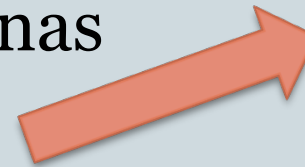
Hay calidad en cada uno de los niveles de necesidad cuando existe una correspondencia entre las necesidades y las características del producto.



# Calidad en los niveles de necesidad



- Calidad genérica, para los productos que respetan las necesidades implícitas.
- Calidad específica, para los productos que respetan determinadas necesidades declaradas (explícita)
- Calidad social, aparece algunas veces para responder a las necesidades latentes de la sociedad





# Herramientas para medir la calidad

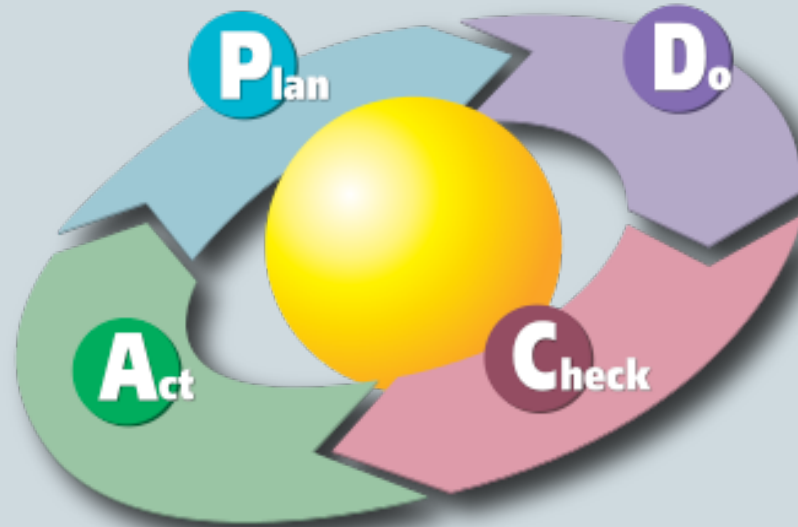


**¿Cómo saber si estamos cumpliendo  
con las expectativas de calidad?**

# DIAGNÓSTICO DE CALIDAD



- Implementar mejoras de manera continua mediante las cuatro etapas del procedimiento PDCA



- Antes de establecer planes de mejora, hay que hacer un diagnóstico y tener elementos objetivos para medir el nivel de desempeño en la calidad.

# Herramientas de Diagnóstico



- Costo de obtención de Calidad
- Encuesta de satisfacción del cliente
- Relación interna entre cliente y proveedor
- Mapeo de satisfacción del cliente
- Ficha de disfuncionalidad
- Técnicas estadísticas
- Análisis de procesos
- Muda (detectar desperdicios)
- Auditoría preparatoria



# Calidad en Alimentos

## FAO. Unión Europea



- “la calidad es la aptitud de un producto, un servicio o una entidad para satisfacer las necesidades de los usuarios”
- un producto de calidad debe, ante todo, tener correctamente identificado el usuario o los usuarios, e identificadas sus necesidades.

Objetivo:



**CLIENTES  
satisfechos**



Ejemplo sobre  
las  
características  
de calidad en  
alimentos en  
Francia



**¿Cómo están haciendo en Francia  
para saber sobre la calidad de sus  
productos alimentarios?**

# Sector agroalimentario: ¿En qué consiste la calidad?



- Para la FAO, “la calidad puede considerarse una característica compleja de los alimentos que determina su valor o aceptabilidad para los consumidores”



(22ª Conferencia Regional de la FAO para Europa, Oporto, 2000)

# Componentes de calidad



Los componentes de la calidad de un producto agroalimentario se dividen en:

- **Características del alimento:**
  - calidad higiénica,
  - calidad nutricional
  - calidad organoléptica (sabor, etc.).



# Componentes de calidad



- **Calidad de uso o de servicio:**

- facilidad de empleo
- aptitud para la conservación.



- **Calidad psicosocial o subjetiva (también se come con -o para- nuestro corazón y nuestro espíritu)**

- satisfacción, placer...
- componentes simbólicos: la imagen que se tiene del producto.

# 4S en el sector alimentario en Francia



## Necesidades implícitas

- **Salud:** Una alimentación equilibrada para el mantenimiento de una buena salud. Debe ser suficientemente rica en vitaminas, oligoelementos, fibras y otros.
- **Seguridad:** Un producto alimenticio no debe producir enfermedades a corto, medio o largo plazo. Tampoco debe crear un riesgo de intoxicación con los residuos de plaguicidas u otros elementos tóxicos.

# 4S en el sector alimentario en Francia



## Necesidades Explícitas

- **Satisfacción:** Ej: el placer que puede producir un sabor agradable.
- **Servicio:** la comodidad de empleo de los platos cocinados que se preparan con rapidez y gozan de las preferencias de las amas de casa que también tienen una vida profesional activa.

## 2R en el sector alimentario en Francia

- **Regularidad:** Es indispensable para satisfacer las exigencias implícitas de salud y seguridad, así como las de servicio y satisfacción. Permite al consumidor encontrar la calidad deseada siempre que renueva su compra.
- Ensueño (“**rêve**” en francés) es un concepto subyacente que acompaña a la búsqueda del placer.





A partir de lo visto en clase, ¿cuáles son las características que deberás resaltar en tu labor profesional, para que tus clientes perciban un servicio de calidad?



**Conclusiones**



# Bibliografía

- Gutiérrez Pulido, H. (2014). *Calidad y Productividad*. México: Mc Graw Hill, Cuarta edición
- Gillet-Goinard, F. y Seno, B. (2013). *Control de Calidad*. México: Grupo Editorial Patria.
- Harrington, J. (1990). *El coste de la mala calidad*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos
- De la Parra Paz, E. (1997). *Calidad en el servicio*. México: Grupo Editorial ISEF
- Kume, H. (1992). *Herramientas estadísticas básicas para el mejoramiento de la calidad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma
- Gabor, A. (1990). *Deming: El Hombre que descubrió la calidad*. Buenos Aires: Ediciones Granica
- Díaz Mérito, A. (2001). *Liderazgo para los procesos de Calidad*. México: DIME editores
- Instituto Mexicano de Normalización y Certificación (2011). *Guía de Certificación de Sistemas de Gestión*. México: IMNC.