



FACULTAD DE INGENIERÍA UNAM
DIVISIÓN DE EDUCACIÓN CONTINUA

CURSOS INSTITUCIONALES

CALIDAD EN EL SERVICIO

Del 16 al 24 de Mayo de 2007

APUNTES GENERALES

CI - 085

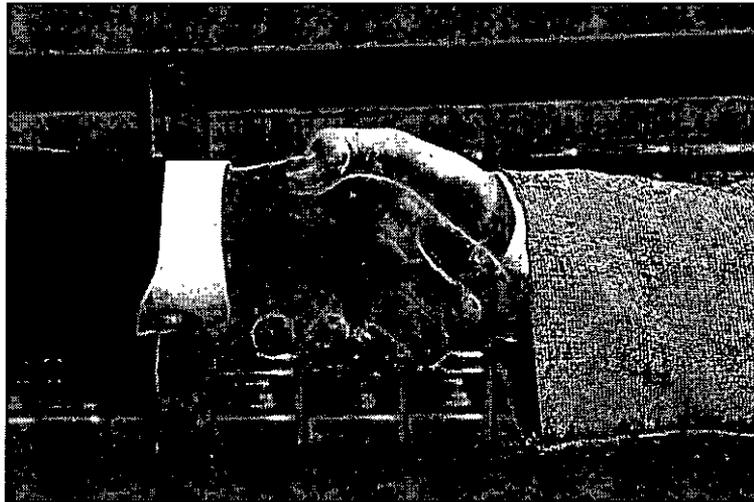
Instructor: Lic. Armando Ramírez Barrera

F O N H A P O

Mayo de 2007

UNAM
División Educación Continua
Facultad de Ingeniería

Programa
Calidad en el Servicio
en
FONHAPO



Bienvenidos

Estimado participante:

A nombre de la División de Educación Continua de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional Autónoma de México U.N.A.M. le damos la más cordial bienvenida al curso de Calidad en el Servicio.

Nuestro curso tendrá una duración de 20 horas.

Esperamos disfrute y aproveche del evento que con gusto de diseño para usted.

Atentamente

Psic. Armando Ramirez Barrera

Instructor

Servicio
es hacer de algo ordinario,
algo
Extraordinario

CONTENIDO

Portada

Carta de Bienvenida

1. Introducción
2. ¿Es gratis pero no es un regalo?
3. Las organizaciones y la calidad en el Servicio (antecedentes)
4. Ventajas de la calidad en el Servicio
5. Por que la cultura del servicio
6. Organizaciones de Calidad requieren individuos de calidad
7. La calidad de Servicio en FONHAPO
8. Estrategias de servicio
9. Decálogo de servicio
10. Evaluación y seguimiento de la Capacitación



OBJETIVO GENERAL DEL PROGRAMA MODULAR

AL término del curso los participantes dispondrán de herramientas y técnicas para el desarrollo de la Calidad en el Servicio en FONHAPO, para ser aplicados no sólo en su ámbito laboral sino personal.

ALCANCES DEL PROGRAMA

- ✦ Sensibilización hacia la calidad.
- ✦ Antecedentes Históricos de la Calidad.
- ✦ Por que la Calidad tiene tanto impacto en nuestro entorno.
- ✦ Como ser una persona de calidad antes de ofrecer servicios de calidad.
- ✦



RECOMENDACIONES



- Lo que escuche, **reflexiónelo dos veces** antes de descartarlo o aceptarlo.
- Mantenga un **deseo profundo**, casi impulsivo por conocer.
- Anote los datos curiosos, y los que le llamen la atención, todo aquello que desee aprender, repítalo constantemente; dicen los orientales que se necesitan de **21 días** para crear un hábito.
- Tenga siempre presente que la información y el conocimiento aplicado es **poder**.
- Recuerde siempre que el **aprendizaje y la enseñanza** son indispensables para el desarrollo.

EXPECTATIVAS

Nombre:

Decorative border for the name field.

Correo electrónico:

Decorative border for the email field.

1. ¿Qué es lo mejor que puedo obtener de éste curso?

Two horizontal lines for writing the answer to question 1.

2. ¿Qué es lo peor que puedo obtener de este curso?

3. ¿Qué estoy dispuesto a dar?

4. ¿Qué espero del instructor?

Presentación

Estamos en un entorno competitivo, día con día aparecen y desaparecen organizaciones, lo preocupante es ¿Por qué desaparecen?, ¿Por qué no crecen?, ¿Por qué algunas empresas se quedan con los mejores clientes?, ¿Por qué no en todas se siente la calidez y eficiencia de un buen servicio?. Muchas de las respuestas se encuentran en el desarrollo de una cultura de servicio orientada al cliente, hay organizaciones que lamentablemente no lo tienen y otras están en proceso

Recuerde, *el trato seduce, el trato enamora*, hacemos negocios, compramos y recordamos aquellos lugares en donde nos ofrecen los mejores productos y el mejor servicio, aunque sean los más costosos. La Calidad en el Servicio existe, tiene beneficios increíbles y nos trae beneficios hasta en nuestra actitud, nuestra salud y estado de ánimo.



ES GRATIS
¿PERO_NO_ES_UN_REGALO?



Se estarán preguntando, ¿Qué es gratis en esta época? Y además ¿no es un regalo?.

Pues sí, existe y es: La Calidad en el Servicio

Y es gratis por que lo que cuesta es la "NO CALIDAD EN EL SERVICIO" todas las actividades que se llevan a cabo por no hacerlas bien desde la primera vez. Cada centavo que no se gasta por hacer mal las cosas o repetirlas, es un ahorro neto.

¿Por qué emplear tantos recursos para encontrar, arreglar y combatir, cuando en primer lugar los errores pueden prevenirse? El apagar fuego debe ser reemplazado por la prevención.

Hacer el trabajo bien desde la primera vez es más barato que gastar tiempo y dinero para detectar problemas y corregirlos o por desechar artículos que se rompen o se hacen mal.

Es común que se piense que la calidad debe darse únicamente en el lugar donde se fabrica el producto, pero la verdad es que se origina en todas las áreas de la empresa y en todos los aspectos de nuestra vida: en el trabajo, en la escuela, en la casa, con nuestra familia, es decir en todo.

**Las organizaciones y la calidad en el
Servicio (antecedentes).**

Antes de la Revolución Industrial, los productos eran hechos a mano. La calidad la garantizaba el conocimiento del artesano, quien tenía la visión general de todos los procesos que estaban involucrados en el producto final.



La industrialización y el incremento en la producción masiva han llevado a la especialización dentro de las compañías. Cada una de las personas se concentra en su pequeña sección de la empresa y no es posible tener una visión global de esta. Se volvió imposible confiar en el conocimiento y la capacidad del empleado para evitar que los productos defectuosos salieran al mercado. La inspección se hizo necesaria e inicialmente esta era realizada por el jefe o capataz de cada sección. Las actividades de la inspección se incrementaron progresivamente con el desarrollo industrial y fue necesario relevar entonces al capataz de algunas funciones en las que estaba involucrado. Más tarde se desarrollo un nuevo grupo de trabajo, llamado inspectores, al inicio de la primera guerra mundial. Posteriormente se separa este grupo en una unidad organizacional independiente: el departamento de inspección que tuvo su inicio en los años veinte.

Durante la segunda guerra mundial se incrementó la producción masiva, pero al mismo tiempo el acceso a la fuerza de trabajo disminuyó. Para poder sobrellevar esto, fue necesario que el trabajo de inspección fuera más eficiente. Entonces se encontró que el control estadístico de la calidad era un medio efectivo para este propósito. En particular las autoridades militares en Estados Unidos se interesaron por este tipo de procedimiento e instruyeron con los métodos estadísticos a los proveedores de materiales de guerra. Posteriormente estos métodos alcanzaron una amplia distribución y al mismo tiempo se fueron desarrollando consecutivamente.



La complejidad de los productos se incrementó y por lo tanto, el riesgo de defectos en las funciones de los productos. Hubo entonces un incipiente interés en la fiabilidad de los productos, y durante los años cincuenta se inicio el desarrollo de los métodos especiales para incrementar la fiabilidad. En un principio el interés se concentró en los productos electrónicos con fines militares y programas espaciales. La técnica de la fiabilidad se utiliza principalmente en el desarrollo del producto y el trabajo de diseño.

Existen diversos conceptos acerca de la calidad, tendencias japonesas, americanas, etc. Lo único cierto, es que las empresas que se esfuerzan por alcanzar altos niveles de calidad están por encima de aquellas que no lo hacen. El mercado de hoy se puede caracterizar con una frase "el pez grande se come al pez pequeño" y el pez grande es aquel que brinda a sus clientes los más altos estándares de calidad, no necesariamente el pez grande es una empresa grande, las

pequeñas y flexibles empresas de hoy están compitiendo con las grandes y rígidas corporaciones que aun no se han adaptado.

¿Qué es Calidad para Usted?



DEFINICIÓN

Hablando de calidad podemos resaltar sus características estas pueden ser: Un requisito físico o químico, una dimensión, una temperatura, una presión o cualquier otro requerimiento que se use para establecer la naturaleza de un producto o servicio. La calidad no tiene un significado popular de lo mejor en el sentido absoluto, industrialmente quiere decir, mejor dentro de ciertas condiciones del consumidor, ya que es él, quien en última instancia determina la clase y la calidad del producto que desea.

Teniendo en cuenta lo anterior la calidad de un producto puede definirse como:

"La resultante de una combinación de características de ingeniería y fabricación, determinante del grado de satisfacción que el producto proporcione al consumidor, durante su uso"

Esta definición nos lleva a pensar en términos como confiable, servicial y durable, términos que en realidad son características individuales que en conjunto constituyen la calidad del producto. Al establecer lo que entendemos por calidad se exige un equilibrio entre estas características.

El término calidad se puede emplear con diferentes acepciones como:

- ✚ Calidad de diseño o sea la conformidad entre lo que necesita o desea el cliente por un precio determinado y lo que la función de diseño proyecta.
- ✚ Calidad de concordancia o grado de conformidad entre lo diseñado y lo producido.
- ✚ Calidad en el uso o sea el grado en que el producto cumple con la función para la cual fue diseñado, cuando el consumidor así lo requiere.
- ✚ Calidad en el servicio Post - Venta o sea el grado con el cual la empresa le presta atención al mantenimiento, servicio, reclamos, garantías u orientación en el uso.

COMO DENIFINIA LA CALIDAD DE SERVICIO EN FONHAPO

| |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |

¿POR QUÉ LA CULTURA DEL SERVICIO?

La calidad en el servicio existe, tiene beneficios increíbles,
es un estado mental, una forma de vivir, puede "contagiarse" fácilmente
y puede traer beneficios inimaginables, como los siguientes:

- # Hablamos con la verdad.
- # Es reconocer errores convertidos en hábitos
- # Es amar su trabajo.
- # Aprender de los errores.
- # Reconocer los aciertos.
- # Potencializar nuestras fortalezas.
- # Enfrentar debilidades de servicio.
- # Desarrollo de una cultura horizontal.

#

#

#

#

#

#

#

#

#

#

#

#

#

#

#

¿POR QUE LA CULTURA DEL SERVICIO EN FONHAPO?



La Calidad en el Servicio, se presenta como una propuesta efectiva, concreta y práctica para aquellas organizaciones que han reconocido al servicio como una ventaja competitiva sustentable en entornos dinámicos y agresivos como los actuales.

CUADRANTE DE LA CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD

| | |
|---|---|
| <i>1. Organizaciones no productivas pero con Calidad en el Servicio</i> | <i>2. Organizaciones Productivas y con Calidad en el Servicio</i> |
| <i>3. Organizaciones No Productivas y sin Calidad en el Servicio</i> | <i>4. Organizaciones Productivas y sin Calidad en el Servicio</i> |

PELICULA: EL VUELO DE LOS GANSOS

Instrucciones: Subraye la respuesta correcta y escriba sus comentarios en el punto 5

1. *Por que los Gansos Vuelan en forma de "V"*

- a) Por que les gusta.
- b) Por que al volar en forma de "V" hay menor resistencia del viento.
- c) Por que el líder va al frente y esa es una forma de seguirlo
- d) No lo se

2. *Cuando un ganso se sale de la formación por estar herido o cansado*

- a) No quiere seguir al líder quiere hacer su propia parvada.
- b) Otros gansos lo acompañan.
- c) Los gansos lo echan afuera por que no es de la parvada
- d) No lo se

3. *Cuando el ganso que va al frente se cansa....*

- a) Se retira de la parvada a descansar
- b) Cede el lugar a otro y ocupa su lugar.
- c) Lleva a la parvada a descansar en un paraje
- d) No lo se

4. *¿Por que los gansos graznan?*

- a) Por que están contentos y motivan a sus compañeros.
- b) Por que están en guerra con otros gansos.
- c) Para hacer a un lago a otras aves que se les atraviesan en el camino
- d) No lo se

5. *Escriba por favor las enseñanzas de la película relacionadas con Laboratorios Abbott.*

| |
|-------------------------------|
| <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> |
|-------------------------------|

Ejercicio 3**PELICULA: SOY TU CLIENTE ¡RECUERDAME!**

Instrucciones: Responda a las siguientes preguntas

1. ¿Cómo fue la conducta de los empleados del banco con nuestro personaje?

2. ¿Qué fue lo que hizo el dependiente de la tienda con el personaje?

3. ¿Cómo trataron a nuestro personaje en la Tienda de ropa?

4. ¿Qué fue lo que hicieron los de servicio a clientes por teléfono con nuestro personaje?

5. El representante que fue a reparar la maquina de fotocopiado fue....

7. Cuando alquiló un auto la compañía de alquiler de dio.....

8. En el hotel, cuando llama al servicio a cuartos como tratan a nuestro personaje.

9. Y en el aeropuerto como entregaron las maletas a nuestro personaje

Ejercicio 4**Organizaciones con Calidad**

Escriba el nombre de 5 organizaciones con Calidad en el Servicio y 5 organizaciones que considere carecen de esta cualidad en su atención al cliente:

| Organizaciones sin Calidad en el servicio | Organizaciones con Calidad en el Servicio |
|---|---|
| 1. | 1. |
| 2. | 2. |
| 3. | 3. |
| 4. | 4. |
| 5. | 5. |

Ejercicio 5

Definición de Calidad para Laboratorios Abbott

Escriba por favor explique como debería ser la Calidad en el Servicio en Laboratorios Abbott

Que parámetros para medir el servicio serían importantes en su área (ver ejemplo)

Área: Atención telefónica

| Parámetros | Malo | Regular | Bueno | Excelente |
|-----------------------------------|------|---------|-------|-----------|
| Saludo al contestar el teléfono | | | | |
| Identifica a la compañía | | | | |
| Canalizó adecuadamente la llamada | | | | |
| Se despidió con cortesía | | | | |

Área:

| Parámetros | Malo | Regular | Bueno | Excelente |
|------------|------|---------|-------|-----------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Nuestra Idiosincrasia**Ejercicio 6**

La idiosincrasia es la forma de ser de una persona en un contexto determinado, influido por una sociedad, es su forma de ser, sus costumbres, sus hábitos etc. Todo ello lo hacen único, es decir podemos distinguir fácilmente un japonés, de un argentino.

Sabemos que generalizar es un error, sin embargo, hablando de idiosincrasias (podemos decir que el 99% de los choferes de microbús son amables con el pasaje, manejan con precaución, son corteses con otros conductores, etc.) Puede usted escribir 10 características del mexicano positivas y 10 a mejorar:

| + | - |
|-----|-----|
| 1. | 1. |
| 2. | 2. |
| 3. | 3. |
| 4. | 4. |
| 5. | 5. |
| 6. | 6. |
| 7. | 7. |
| 8. | 8. |
| 9. | 9. |
| 10. | 10. |

Cuadrante**Ejercicio 7**

¿En que cuadrante ubica a Laboratorios Abbott?

| | |
|--|--|
| Organización con Calidad en el Servicio, pero no productiva. | Organización con Calidad en el Servicio, y productiva. |
| Organización sin Calidad en el Servicio, y no productiva | Organización sin Calidad en el Servicio, y no productiva |

I II
IV III

Por que considera que esta en el cuadrante:

| |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |
| |

Debilidades y Fortalezas**Ejercicio 8**

Escriba las debilidades y las fortalezas de Laboratorios Abbott en cuestión de servicio.

| DEBILIDADES | FORTALEZAS |
|-------------|------------|
| | |

En su opinión cual es el departamento o área que puede y debe mejorar su atención al cliente (si son varios enliste en orden de importancia)

No. Área ó Departamento

| | |
|----|--|
| 1. | |
| 2. | |
| 3. | |
| 4. | |
| 5. | |

¿Cuál es el departamento, área ó persona que debería ser reconocido por la organización por trabajar con Calidad en el Servicio?.

| | |
|---|--|
| 1 | |
| 2 | |
| 3 | |
| 4 | |
| 5 | |

**DECÁLOGO DE LA
CALIDAD EN EL SERVICIO**

1. El servicio parte de una actitud interna. Para ser capaz de servir a otros es necesario ser capaz de servirse así, mismo.
2. El servicio no se puede fingir. Se tiene que vivir y sentir genuinamente.
3. El servicio no puede basarse en una creencia o suposición. Se tiene que diseñar conforme a las necesidades y expectativas reales del servido.
4. Quien sirve no tiene autoridad para evaluar el servicio que otorga. Solo el servido esta capacitado para calificar su grado de satisfacción.
5. El cliente siempre espera que las cosas salgan bien. Las excusas no forman parte de sus expectativas.
6. Los medios para servir pueden ser materiales, pero su efecto concluye invariablemente en sentimientos. El ser humano es el origen y destino de cualquier satisfactor.
7. El poder que engrandece a los hombres es el que se utiliza para servir. Quien pretenda ser el primero en mandar, tendrá que ser el primero en servir.
8. Servir es la actividad por excelencia del ser humano, el espíritu se fortalece más cuando sirve, que cuando se es servido.
9. No importa que tan bueno parezca un servicio; si no logra la satisfacción del cliente, el servicio es malo.
10. La satisfacción del servidor; nace a partir de la satisfacción del servido. El servidor podrá estar tan satisfecho; como satisfecho este el servido.

"TRATA AL CLIENTE COMO
QUIERES SER TRATADO"

*Si quiere un año
de prosperidad,
cultive arroz.*

*Si quiere diez años
de prosperidad,
cultive árboles.*

*Si quiere cien años
de prosperidad,
cultive personas..*

PROVERVIO CHINO



BIBLIOGRAFIA

Covey, Stephen
7 HABITOS DE LA GENTE ALTAMENTE EFECTIVA
Edit, Paidós

Cantú Delgado, Humberto
DESARROLLO DE UNA CULTURA DE CALIDAD
Edit. McGraw Hill

Carnegie, D.;
COMO GANAR AMIGOS
Edit. Hermes

Rodríguez, M. ;
LOS VALORES CLAVE DE LA EXCELENCIA EDUCACIONAL Y EMPRESARIAL
Edit. McGraw Hill

Sallenave, P.;
LA GERENCIA INTEGRAL
Edit. Hermes.

Acevedo, Alejandro;
APRENDER JUGANDO 1
Edit. Limusa.

Rowan Gibson
REPENSANDO EL FUTURO
Edit. Norma

PELICULAS:

- **EL VUELO DEL GANSO**
Duración: 2 minutos

- **SOY TU CLIENTE "RECUERDAME"**
Duración:10 minutos

Distribuidora: Películas Mell
Uruapan 17 - Col. Roma, 06700, México D.F.