

# Definición de Calidad

- Calidad es el resultado de comparación de las expectativas y percepciones
- Es el conjunto de características que satisfacen las necesidades del consumidor.

# Tipos de Calidad

- Calidad Objetiva:

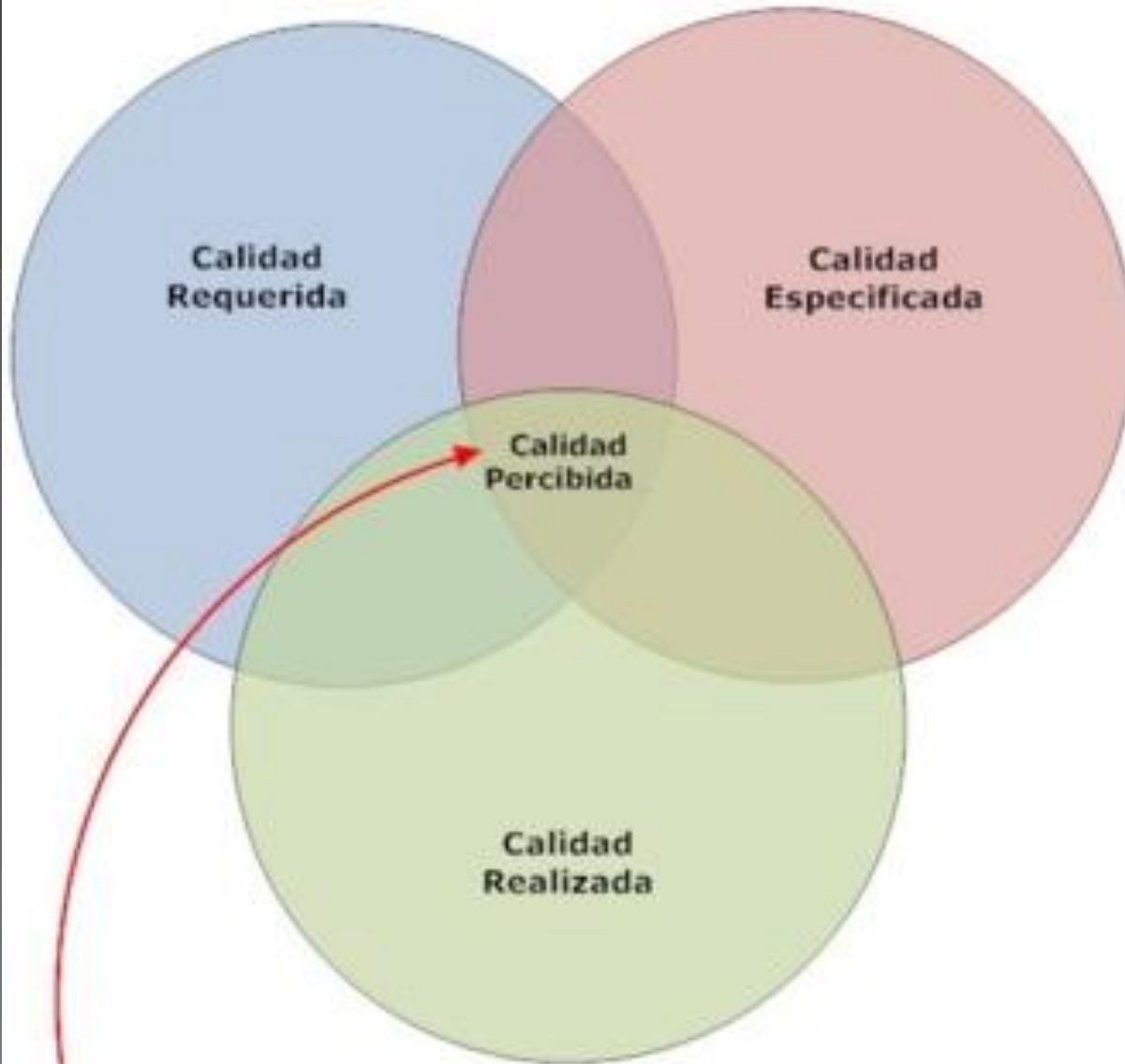
Es una característica palpable de un producto, ligada inherentemente a la producción. Esta considera atributos técnicos y es manejada en mayor grado por el productor.

- Calidad Percibida:

Esta se refiere a como el consumidor considera la calidad de dicho objeto o servicio. En efecto es esta la que provoca la decisión de compra.

# La Calidad Percibida se puede desglosar en 3 tipos

- Calidad necesaria o requerida:  
Aquello que el cliente quiere y expresa como indispensable
- Calidad programada o especificada:  
Aquello que el cliente desea, que se intenta conseguir (expectativas)
- Calidad realizada:  
Lo que se ha conseguido



La intersección de estas tres visiones constituye la Calidad Percibida es : la que el cliente valora

# Calidad Percibida

- Al ser esta la que determina la decisión de compra, es muy importante trabajar en el máximo grado posible la calidad percibida del producto, para poder no solo aumentar las ventas, sino también para formar la reputación de la marca que se desea.
- La percepción de la calidad del producto es tanto individual como colectiva, aumenta la percepción masiva a medida que se vayan difundiendo, las experiencias personales a través de la sociedad, armando o destruyendo el producto a nivel de mercado.

Es por esto que la calidad percibida juega un rol muy importante en la creación y mantenimiento de la marca y el producto.

# Ejemplos:



# Marca con una calidad percibida fuertemente dañada:

- "A pesar del entorno económico desafiante, Coca-Cola ha sabido demostrar su habilidad para adaptarse, evolucionar y continuamente estar innovando para cumplir con las necesidades cambiantes de los consumidores.
- A pesar de todo esto, Bolivia tuvo la razón para expulsar a coca-cola de su territorio, debido a su contenido de sustancias perjudiciales para la salud y que podrían generar ataques cardíacos, cáncer y derrames cerebrales. Por lo que respecta a Coca Cola, Bolivia será el segundo país latinoamericano que quedará sin el influjo de estas bebidas gaseosas después de Cuba.



En otras palabras, si la marca promete un cierto nivel de calidad y en algún momento no lo cumple, los consumidores actuales o potenciales pierden la confianza en el producto o la marca, bajando considerablemente las ventas.

# Calidad percibida en los servicios.

Los consumidores comparan el “servicio percibido” con su “expectativas de servicio” una vez que éste se haya formalizado.

- Diferencias entre las expectativas del consumidor y la dirección.
- Diferencias entre la percepción de la dirección y las especificaciones de la calidad de servicio.
- Diferencias entre las especificaciones de calidad del servicio y la prestación real del mismo.
- Diferencia entre la percepción del servicio y el servicio esperado.



# Dimensiones de calidad percibidas.

- Fiabilidad.
- Capacidad de respuesta.
- Seguridad
- Empatía
- Elementos tangibles.

# Calidad Total.

- el modelo de “calidad total”, está basado en:
- - convertir la calidad en uno de los ejes centrales de la empresa.
- - Entender que la calidad total no se consigue nunca, es un proceso sin fin y se busca la mejora continua.
- - El parámetro más importante para la medición de la calidad es la satisfacción del cliente. Pero ahora el cliente no es aquel que compra los productos o servicios, sino todos los beneficiarios de la actividad: clientes, proveedores, empresarios, trabajadores, sociedad, etc.. De hecho se distingue entre cliente externo e interno.
- - Implantación y compromiso de la dirección.
- - Participación de todos los sectores de la empresa.
- - Formación y motivación permanente del personal.
- - Se busca la prevención de defectos, no la corrección.
- - Afecta a todas las fases del proceso productivo y al conjunto de actividades de la empresa u organización.

- El modelo de gestión de la calidad se fomenta en la búsqueda de la mejora continua, es muy popular es diagrama introducido por Deming (conocido como ciclo de Deming o PDCA), en el cual se esquematiza el proceso a seguir en esta búsqueda.
- La nueva manera de pensar la “calidad total” se resume en este cuadro:

ANTES	AHORA
Buscar la calidad.	Planificar la calidad.
La calidad es responsabilidad del departamento de calidad.	La calidad total es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, sea cual sea su puesto de trabajo y responsabilidad.
La calidad afecta solo al producto y/o al servicio.	La calidad total alcanza todas las actividades que se realizan dentro de la empresa.
Primero detectar y luego corregir.	La calidad total se centra en la prevención con el objetivo de hacer las cosas bien a la primera.
Algunos errores son inevitables.	El “cero defectos” es posible.
Resolver los problemas personalmente.	La calidad total busca la participación de todos y su objetivo es satisfacer a todas las personas de la empresa con su trabajo.
Fuera especificaciones y reprocesados, son los mayores costes de una pobre calidad.	Fuera especificaciones y reprocesados son solo una pequeña parte de los costes de las disconformidades.
La calidad ha de medirse en el producto.	La calidad ha de medirse en la responsabilidad del individuo.
Los clientes son personas ajenas a la empresa.	La calidad total considera que cada persona es proveedor y cliente interno o externo de otras personas.

- El concepto de **calidad total del producto** sugiere que la calidad ha de estar presente en todas las fases de su ciclo de vida, desde el diseño hasta el servicio postventa. Para optimizar la creación de valor para el cliente, la empresa debe decidir anticipadamente qué calidad del producto planificar, lograr y transmitir al cliente. Por consiguiente, debe identificar a través de la investigación del mercado las características que el producto debe reunir para satisfacer los requisitos de los clientes (calidad como aptitud para el uso). A continuación, dichas características se deben trasladar a especificaciones del producto, siendo fabricación responsable de que el producto elaborado cumpla los requisitos de diseño (calidad como conformidad con especificaciones), y conjuntamente con la dirección co-responsable de que la variabilidad alrededor de las metas de las especificaciones se reduzca continuamente (calidad como uniformidad). El producto, tras su comercialización y venta a un precio que refleje el valor que tiene para el cliente (calidad como valor, en la acepción primigenia), satisfará al comprador si está a la altura de sus expectativas (calidad como satisfacción de expectativas). Pero, tanto en el diseño como en la comercialización, la empresa deberá tener en cuenta que la calidad, al igual que la belleza, es algo que se percibe subjetivamente (calidad como excelencia).
- Un modelo más operativo de lo que significa la calidad total del producto cuando se combinan las distintas perspectivas puede alcanzarse distinguiendo sus dimensiones. Los factores que determinan la percepción de calidad por el cliente pueden clasificarse en 6 dimensiones.
- Calidad de concepción.
- Calidad de diseño.
- Calidad de conformidad.
- Calidad de entrega.
- Calidad percibida
- Calidad de servicio

En su conjunto, todas ellas forman el soporte para el desarrollo de la Gestión de la Calidad, siendo conceptos referidos a fases de actividades interdependientes.



En su conjunto, todas ellas forman el soporte para el desarrollo de la Gestión de la Calidad, siendo conceptos referidos a fases de actividades interdependientes.