

1. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Datos de contacto:

Embutidos Luis Gil SL
 Diseminado las ruedas 1
 26145 Ocón- La Rioja.
 T: +34.941436431
 F: +34.941436786
 Persona de contacto: Delia Gil.
 Email: delia@embutidosluisgil.com

Historia:

Nos dedicamos a la cría de ganado, la venta de carne y la elaboración de embutidos y carnes frescas ecológicas a partir de nuestra propia explotación de animales criados en total libertad y de forma ecológica, en armonía con la naturaleza y el hombre.

Todos los productos son ecológicos, 100% naturales y sin gluten (aptos para personas con alergias alimenticias o intolerancias a la lactosa y el huevo, entre otros).

Nuestros productos:

Lomo adobado de carne de cerdo, chorizo, jamón cocido, butifarra, paté foie de cerdo, lomo, panceta, salchichón.

- No contienen organismos genéticamente modificados
- Son respetuosos con el medio ambiente
- No contienen pesticidas
- No contienen aditivos sintéticos
- No contienen antibióticos
- Son respetuosos con el bienestar animal
- Tienen niveles de calidad máximos
- Son saludables
- Son más sabrosos

Descripción de los segmentos de mercado abordados:

- Mercado productos ecológicos
- Mercado Nacional
- Mercado Europeo

Tipologías de cliente.

- Consumidores de productos ecológicos
- Pequeños comercios nacionales
- Grandes superficies nacionales
- Grandes superficies europeas

Organización:

Somos una organización familiar formada por 10 empleados.

2. TÍTULO DE LA BUENA PRÁCTICA

Detección de necesidades y expectativas de los clientes.

3. DESARROLLO DE LA BUENA PRÁCTICA

ENFOQUE:

Visión:

Buscamos un proyecto de empresa que nos permita posicionarnos a nivel Europeo y ser referencia en el campo de la elaboración de productos ecológicos. Queremos que se identifique "Embutidos Luis Gil" como sinónimo de garantía, calidad y buen servicio con el fin de lograr la mayor satisfacción de nuestros clientes.

Para poder dar respuesta a nuestra visión y por considerar imprescindible tener un foco claramente orientado a clientes, disponemos de dos estrategias para abordarlo:

- Eje 1: Orientación al cliente con fidelización del mismo, que tiene como acciones: la prestación de un "excelente" servicio de atención post-venta. Establecer objetivos ambiciosos de satisfacción de nuestros clientes, medir la satisfacción del cliente como base para la mejora, captación de necesidades y expectativas y gestión de la información, establecer una sistemática de reuniones de dirección e incluir como punto un punto del día la evaluación de las necesidades manifestadas por los clientes.
- Eje 2: Nuevos productos y servicios (i+d+i) y diversificación de producto para dar respuesta a clientes y potenciales clientes, a través de: colaboración en proyectos I+D en colaboración con otras organizaciones y empresas, publicidad y marketing para ser referencia en el mercado, dinamización de mercado a través de colaboraciones con agencias dinamizadoras, nuevas tecnologías y sistemas aplicados en la mejora del servicio.

Es por ello que hemos diseñado un Mapa de Procesos en el que el Cliente es el eje central y disponemos de diferentes procesos que gestionan nuestras relaciones con ellos:

- P-7 Relaciones con los clientes
- P-15 Medición de la Satisfacción.
- P-12 Diseño de nuevos productos- Fidelización.
- P-17 Promoción y marketing- Captación.
- P-10 No conformidades, acciones correctivas.

De esta manera pretendemos captar sus necesidades y expectativas y poder analizar si es posible darles respuesta, porque en la medida en que podamos satisfacerlas seremos capaces de fidelizarlos y captar nuevos potenciales clientes.

DESPLIEGUE:

Para poder desplegar las líneas estratégicas establecidas y lograr los objetivos fijados tenemos diferentes procesos que gestionan los canales a través de los cuales captar las necesidades y expectativas de los clientes, sus percepciones, sus demandas...:

1. Reuniones periódicas con los clientes que nos suponen el 80% de la facturación.
2. Encuestas de satisfacción para conocer su percepción acerca de nuestra organización, nuestros productos, los servicios que prestamos... con posibilidad de que añadan los comentarios que quieran.
3. Registro de no conformidades, sugerencias y reclamaciones.

Una vez que recogemos las necesidades, sugerencias, ideas, peticiones, de los clientes las analizamos en diferentes equipos de proceso, dando respuesta a cada una de ellas. Dar respuesta a las demandas de nuestros clientes es un factor imprescindible para fidelizarlos, pero somos conscientes de que no podemos abordar todas las sugerencias y necesidades, somos una mediana empresa, y aunque apostamos por las innovaciones, la tecnología y la prestación de nuevos servicios/productos, tenemos nuestras limitaciones. No obstante conocer de primera mano lo que nuestros clientes necesitan, estudiarlo y darles una respuesta aunque no sea la que ellos deseen es lo que nos diferencia de otro tipo de organizaciones y lo que hace que el cliente esté fidelizado.

Todo esto lo gestionamos a través de diferentes procesos en los cuales en reunión de proceso se revisa realizando un análisis DAFO, se ve el grado de cumplimiento de los objetivos y se proponen mejoras a realizar que aborden las debilidades encontradas o sean necesarias para alcanzar los objetivos, siempre teniendo como referente la misión del proceso y las demandas de los grupos de interés.

P-15: Análisis de la Satisfacción de los Clientes:

Se realiza mediante el envío anual de la Encuesta de satisfacción de clientes por parte del responsable. En la encuesta se evalúan los siguientes apartados:

- Información y asesoramiento
- Productos y servicios
- Instalaciones
- Calidad/precio
- Satisfacción general

En reunión de proceso se analizan los apartados que menor nota obtengan y se comunican al resto de procesos afectados, para estudiar si puede mejorarse de alguna manera, se buscan causas y se proponen acciones de mejora para alcanzar resultados que sean acordes a nuestras expectativas.

P-10: Análisis de las incidencias, no conformidades

Una vez recogidas se realiza en reunión del P-10 "No Conformidades, Acciones correctivas". Las No conformidades son habitualmente detectadas en:

- Desarrollo del proceso productivo.
- Control de calidad.
- Recepción y control de materias primas, auxiliares, ingredientes, envases y embalajes.
- Control de instalaciones.
- Separación y gestión de residuos y subproductos.
- Revisión de documentación (especificaciones, requisitos legales...)
- Atención al cliente. Reclamaciones
- Auditorías internas o externas.

En el momento de la detección, se informa al responsable, éste es el encargado de verificar la No conformidad y de tomar acciones inmediatas. Además abre un registro de No conformidad correspondiente al formato P-10-1: "Informe de No conformidad" que incluye quién ha detectado la No conformidad, el lugar, la fecha, y una descripción detallada. Después, se procede a la evaluación de las causas. Generalmente las No conformidades son detectadas internamente, no llegan a ser conocidas por los clientes, sin embargo consideramos fundamental su registro y gestión, puesto que su detección nos permite eliminar pequeños fallos que en un futuro podrían ocasionar un error de cara al cliente, incluso nos permiten realizar pequeñas mejoras en los procesos.

P-12 y P-17: Demandas y sugerencias, nuevas necesidades, productos o servicios.

Tal y como recogemos en nuestra visión, "Buscamos un proyecto de empresa que nos permita posicionarnos a nivel Europeo y ser referencia en el campo de la elaboración de productos ecológicos" para ello tenemos muy presente que debemos innovar, ser dinámicos y estar permanentemente vivos. Es por ello que detectar demandas y sugerencias, necesidades, nuevas fórmulas existentes en el mercado, tecnología... es imprescindible y lo gestionamos a través de los procesos P12 y P17.

En el caso de las demandas y sugerencias recogidas se llevan a reunión para su análisis por el equipo y la Dirección decide o no el desarrollo de la demanda, que puede ser una adaptación de un producto existente, el desarrollo de un nuevo producto, cambio en el diseño, packagin, etiquetado...

Desarrollo de nuevo producto/modificación: Cuando se aprueba el desarrollo de un nuevo producto, el Responsable recoge las especificaciones de partida del nuevo producto, que incluyen toda la información relativa al desarrollo de la primera prueba. Para los cambios de un producto de catálogo, el responsable identifica claramente las modificaciones, sobre todo cuando son significativas (si son relativos a la composición del producto o implican modificaciones en el proceso productivo).

APPCC: El equipo de APPCC está informado o participa en el proceso, de forma que ayuda al líder del APPCC a recabar información para la realización del APPCC para identificar y reducir posibles peligros implicados en el nuevo proceso o modificaciones. El nuevo proceso o las modificaciones se planifican de forma que los peligros sean controlados reduciendo al máximo su riesgo de ocurrencia.

Aprovisionamiento: El Responsable de Aprovisionamiento realiza la búsqueda de proveedores adecuados para los ingredientes, que cumplan los requisitos especificados en los datos de partida, ya sea entre los proveedores homologados o nuevos proveedores que deberán ser homologados. El proveedor define claramente las especificaciones del ingrediente, poniendo especial atención a lo relativo a la presencia de alérgenos, P-12-1: "Alérgenos en ingredientes".

Realización de pruebas: Se realizan tantas pruebas industriales como sean necesarias, pudiendo cambiar de ingredientes, proveedores, proceso productivo..., hasta llegar al producto deseado. Todos los cambios deben justificarse y registrarse, para que sirvan como experiencia para futuras pruebas o nuevos productos.

Estudio de vida útil y etiquetado: se evalúa la posibilidad de realizar un estudio de vida útil. Además se estudia la legislación de los países a los que vaya a ir dirigido el producto, de forma que se diseñe el etiquetado para que cumpla con dichas leyes. También se estudia, cuando se estime, la inclusión de declaraciones sobre los posibles beneficios del consumo del producto. En estos casos deben existir estudios específicos de que cumplen estas declaraciones.

Aprobación de producto: El producto final debe ser aprobado tanto por el equipo APPCC y Gerencia. Después, el APPCC se realiza/modifica y se aprueba de acuerdo al P-02: "APPCC" y se elabora la correspondiente ficha técnica. Se incorpora al mercado, fijando su precio mediante escandallo.

En todo este proceso de modificación y desarrollo de productos/servicios hacemos partícipes a nuestros clientes, los integramos en las pruebas que realizamos para que nos den su opinión, prueben, testeen..., así nos ajustamos a los requerimientos específicos que demandan y tenemos la seguridad de dar la respuesta adecuada.

P-14 Alianzas y colaboración con terceros:

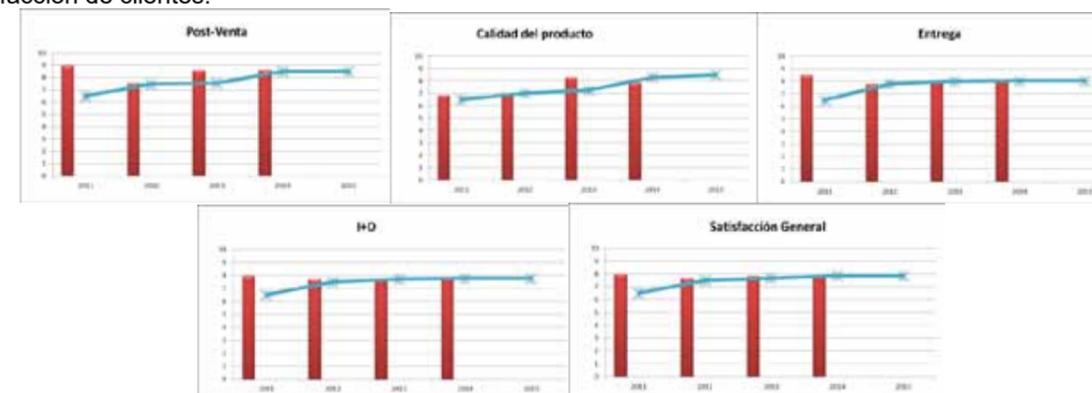
En caso que el proceso de desarrollo de productos nuevos sea externalizado se procede a la colaboración con centros tecnológicos, laboratorios, proveedores etc., nuestra organización informa de esta sistemática a los agentes implicados para su cumplimiento. En tal caso los registros del diseño de nuevos productos elaborados por los agentes implicados se integran como registros propios de nuestro sistema.

EVALUACIÓN Y REVISIÓN

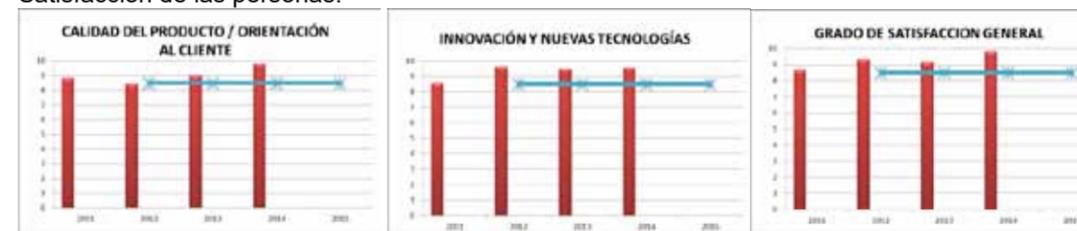
Anualmente en reunión de proceso analizamos y evaluamos si los canales existentes que disponemos para relacionarnos con los clientes son los adecuados, si funcionan, si necesitan actualizarse fruto de las nuevas demandas sociales.... Además a través de la gestión por procesos los equipos de los procesos directamente relacionados con clientes nos exponen el análisis de proceso realizado, con sus debilidades y fortalezas encontradas y las propuestas de mejora a realizar.

4. RESULTADOS

Satisfacción de clientes:



Satisfacción de las personas:



A partir de lo identificado en la visión y desplegando las estrategias y objetivos estratégicos por medio de los procesos, y siempre teniendo como principal al cliente, hemos desarrollado nuevos productos dando respuesta a exigencias y demandas presentadas por nuestros clientes, y logrando objetivos establecidos de creación de productos innovadores, participación en proyectos novedosos, redes de colaboración...:

- Snack de chorizo ecológico.
- Embutido ecológico de gran calibre (loncheable).
- Fuet ecológico.
- Salchichón ecológico con nueces y salchichón con queso.
- Alargar la vida útil de determinados productos.



Producto curado, en tripa natural y en formato herradura. Diferencia de calibre del nuevo producto (17-21Ø) respecto a un embutido tradicional (34-36-38Ø).



Aspecto del salchichón de gran calibre loncheado.

5. LECCIONES APRENDIDAS

Desde hace años nuestra organización apuesta por una gestión de Calidad, hemos definido los Grupos de Interés y hemos utilizado diferentes sistemas para recoger, sistematizar y responder a las necesidades y expectativas de los mismos.

Somos conscientes de la importancia que tiene:

- Que los clientes, nuestras personas, las empresas con las que colaboramos y la sociedad se incorporen en la política de nuestra organización.
- Recoger las necesidades y expectativas de cada Grupos de Interés anualmente mediante los diferentes canales y valorar el grado de cumplimiento a través de las encuestas, las reuniones, los proyectos...
- Conocer las demandas de los diferentes clientes actuales y potenciales clientes para poder desarrollar productos y servicios que respondan a sus necesidades, es por ello que hemos creado canales que nos permitan disponer de información actualizada proveniente de entidades colaboradoras, empresas del sector, CTIC, CITA, que obtenemos a través de las reuniones periódicas y participación en equipos de trabajo que nos permiten ampliar información y determinar nuevas líneas de actuación, además manejamos datos estadísticos, de legislación, normativas..... y con ellos realizamos análisis para determinar estrategias a abordar.

Dar respuesta a las demandas de nuestros clientes es un factor imprescindible para fidelizarlos. No importa que no seamos capaces de dar respuesta a todas las demandas de los clientes, algunas pueden ser imposibles debido a instalaciones, maquinaria, normativa, otras inviables económicamente,.... Pero lo importante es tener información de nuestros clientes, y de los que no lo son pero que pueden llegar a serlo, conocer lo que opinan y demandan, saber hacia dónde tenemos que ir...porque en la medida que seamos capaces de darles respuestas y adaptarnos, seguiremos prestándoles un servicio.

También hemos aprendido que es igualmente importante hacer participe a todo el personal de la organización: que se integren en el sistema y que sean conscientes de la importancia que tiene la relación con los clientes, escucharles, y recoger sus demandas, porque de esta forma todas las aportaciones que recojan serán trasladadas a la dirección o equipo encargado de su análisis.

6. TRANSVERSALIDAD

Entendemos que la posibilidad de generalizar esta práctica a otras empresas es total y muy útil para cualquier tipo de empresa puesto que se trata de escuchar las demandas del cliente e intentar darles respuesta innovando y aportando valor añadido a nuestros productos y servicios de forma que se obtenga la fidelización al cliente y un aumento de su satisfacción.

Es una forma de integrar a los clientes en la organización, algunas de sus demandas puede que resulten inalcanzables, o supongan esfuerzos e inversiones que no merezcan la pena, pero a la larga, para cualquier empresa centrar el foco en el cliente resulta vital, porque ninguna organización sobrevive sin clientes, y es por ello que esforzarse en detectar sus necesidades y expectativas, sus demandas, recoger sus sugerencias e ir de la mano con ellos en las innovaciones, mejoras, cambios, de forma en que nos vayamos ajustando a los requisitos de los mismos supondrá la supervivencia de la organización, porque es una forma de fidelizar a nuestros clientes y porque adaptarse a las exigencias del mercado es sinónimo de que la empresa está viva, se reinventa, evoluciona y se adapta.



GRUPO NB (NORTE BRILLANTE, S.L., TEFISA, S.L., y SICA. S.L.)
Del cliente interno al cliente externo.
Embajadores de excelencia