



Mi Universidad

LIBRO

Administración de la Calidad

Maestría en Administración

Segundo Cuatrimestre

Andrea Pulido Arguello

Enero – Abril 2022

Marco Estratégico de Referencia

Antecedentes históricos

Nuestra Universidad tiene sus antecedentes de formación en el año de 1979 con el inicio de actividades de la normal de educadoras “Edgar Robledo Santiago”, que en su momento marcó un nuevo rumbo para la educación de Comitán y del estado de Chiapas. Nuestra escuela fue fundada por el Profesor Manuel Albores Salazar con la idea de traer educación a Comitán, ya que esto representaba una forma de apoyar a muchas familias de la región para que siguieran estudiando.

En el año 1984 inicia actividades el CBTiS Moctezuma Ilhuicamina, que fue el primer bachillerato tecnológico particular del estado de Chiapas, manteniendo con esto la visión en grande de traer educación a nuestro municipio, esta institución fue creada para que la gente que trabajaba por la mañana tuviera la opción de estudiar por las tardes.

La Maestra Martha Ruth Alcázar Mellanes es la madre de los tres integrantes de la familia Albores Alcázar que se fueron integrando poco a poco a la escuela formada por su padre, el Profesor Manuel Albores Salazar; Víctor Manuel Albores Alcázar en julio de 1996 como chofer de transporte escolar, Karla Fabiola Albores Alcázar se integró en la docencia en 1998, Martha Patricia Albores Alcázar en el departamento de cobranza en 1999.

En el año 2002, Víctor Manuel Albores Alcázar formó el Grupo Educativo Albores Alcázar S.C. para darle un nuevo rumbo y sentido empresarial al negocio familiar y en el año 2004 funda la Universidad Del Sureste.

La formación de nuestra Universidad se da principalmente porque en Comitán y en toda la región no existía una verdadera oferta Educativa, por lo que se veía urgente la creación de una institución de Educación superior, pero que estuviera a la altura de las exigencias de los

jóvenes que tenían intención de seguir estudiando o de los profesionistas para seguir preparándose a través de estudios de posgrado.

Nuestra Universidad inició sus actividades el 18 de agosto del 2004 en las instalaciones de la 4ª avenida oriente sur no. 24, con la licenciatura en Puericultura, contando con dos grupos de cuarenta alumnos cada uno. En el año 2005 nos trasladamos a nuestras propias instalaciones en la carretera Comitán – Tzitol km. 57 donde actualmente se encuentra el campus Comitán y el corporativo UDS, este último, es el encargado de estandarizar y controlar todos los procesos operativos y educativos de los diferentes campus, así como de crear los diferentes planes estratégicos de expansión de la marca.

Misión

Satisfacer la necesidad de Educación que promueva el espíritu emprendedor, aplicando altos estándares de calidad académica, que propicien el desarrollo de nuestros alumnos, Profesores, colaboradores y la sociedad, a través de la incorporación de tecnologías en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Visión

Ser la mejor oferta académica en cada región de influencia, y a través de nuestra plataforma virtual tener una cobertura global, con un crecimiento sostenible y las ofertas académicas innovadoras con pertinencia para la sociedad.

Valores

- Disciplina
- Honestidad
- Equidad
- Libertad

Escudo



El escudo del Grupo Educativo Albores Alcázar S.C. está constituido por tres líneas curvas que nacen de izquierda a derecha formando los escalones al éxito. En la parte superior está situado un cuadro motivo de la abstracción de la forma de un libro abierto.

Eslogan

“Mi Universidad”

ALBORES



Es nuestra mascota, un Jaguar. Su piel es negra y se distingue por ser líder, trabaja en equipo y obtiene lo que desea. El ímpetu, extremo valor y fortaleza son los rasgos que distinguen.

Administración de la Calidad

Objetivo de la materia:

El alumno conocerá y gestionará la implementación, las técnicas y herramientas de la calidad para lograr una administración más eficiente de los recursos en las organizaciones, estará preparado eficiente de los recursos en las organizaciones, estará preparado para las exigencias de calidad en la economía globalizante.

INDICE

UNIDAD V

IMPLANTACION DEL SISTEMA DE CALIDAD

5.1 Análisis estratégico

5.2 Misión y visión

5.3 Política de calidad

5.4 Objetivos de calidad

5.5 Identificación y planeación de procesos

UNIDAD VI

DISEÑO DE SISTEMA DE CALIDAD

6.1 Diseño de sistemas

6.2 Normal ISO-9000

6.3 Premios de calidad

UNIDAD V

IMPLANTACION DEL SISTEMA DE CALIDAD

5.1 Análisis estratégico

Representa un componente fundamental para el desarrollo organizacional competitivo al dar una mirada integral y de largo plazo a su desempeño, marcar una ruta definida para alcanzar los objetivos y metas establecidos, y entregar una propuesta de valor que enamore al cliente.

Para que sea eficaz, es necesario que la organización diseñe e implemente un marco de actuación ordenado y concreto, de tal manera que los esfuerzos realizados para alcanzar los objetivos no se pierdan. Para esto, es necesario que dicha gestión haga parte de todo un sistema, una cadena de procesos interrelacionados y sinérgicos que dinamicen a la organización como un todo y le den vida.

Conecta al contexto de la organización con su operación, la realización de los productos, la prestación de servicios y la satisfacción de las necesidades del cliente y de otras partes interesadas. Esta es la esencia de un sistema de gestión de la calidad, como el que se encuentra planteado en la Norma Internacional ISO 9001:2015.

Existe una diversidad de métodos y herramientas orientadas a realizar una gestión estratégica eficaz. Pero, ellas carecen de sentido si no hacen parte de un sistema de gestión, mediante el cual se les dé un propósito de uso y aplicación. Algunas herramientas destacadas y de gran uso, son:

Matriz PESTAL

Con la cual se facilita el análisis de la interacción de la organización con factores relevantes del entorno tales como factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ambientales y Legales. Tales factores afectan de alguna manera a la organización, modificando su ritmo de crecimiento, su capacidad competitiva y su contribución a la sociedad.

Matriz DOFA cuantitativa, la cual complementa el análisis de contexto y le ayuda a enfocar las estrategias competitivas.

Cuadro de Mando Integral y Mapa Estratégico, método diseñado por Norton y Kaplan, mediante el cual se logra vincular el pensamiento estratégico de la organización, con la estrategia misma, su implementación a lo largo de diversas perspectivas y la medición mediante indicadores de gestión e inductores.

Curva de valor y tabla de 4 acciones, mediante lo cual se visualizan los factores competitivos determinantes de la organización y los compara con el de otros competidores de su sector. Es un insumo valioso para identificar los elementos constitutivos de su oferta de valor diferencial.

Modelo de negocio, basado en los conceptos de Alexander Osterwalder e Yves Pigneur en su libro “Generación de Modelos de Negocio”. Propone una manera inteligente e intuitiva de diseñar el negocio. Construido el modelo, es relativamente fácil articular el análisis de contexto con la gestión estratégica y, a la vez, establecer los componentes relevantes de cualquier organización.

5.2 Misión y visión

La misión responde a la primera de las preguntas que mencionábamos: «¿Quiénes somos?». Consiste en una declaración escrita donde figuran sus principios corporativos. Es decir, cuáles son su razón de ser y su objetivo primordial. Debe ser única, puesto que nada se gana con copiar los de otra entidad.

Profundizando en ello, la misión de la empresa tiene que definir cuestiones como a qué se dedica y cuál es su actividad, cómo lo hace y cuál es su propuesta de valor. Adicionalmente, pueden incluirse aspectos como a qué público se dirige y, sobre todo, cuáles son los rasgos que la distinguen de la competencia.

Tener claras todas estas cuestiones es básico para que la empresa triunfe en el mundo de los negocios de hoy. Y todas estas respuestas deben ser perfectamente asumidas tanto por los directivos como por los empleados.

La misión de la empresa es considerada por expertos como Philip Kotler y Gary Armstrong como un elemento básico de la planificación estratégica. Además, es un gran elemento de inspiración para los trabajadores, ya que responde a la siguiente pregunta individual de cada uno de ellos: ¿Cuál es el valor de mi trabajo aquí?

La visión debe responder a la pregunta ya citada: «¿Quiénes deseamos ser?». Por tanto, si la anterior era una declaración de intenciones, esta debe responder, más bien, al lugar donde aspira a llegar la empresa. Es decir que consiste en plantearse cómo se quiere que sea en el futuro.

No obstante, para que la visión cumpla su objetivo, debe ser realista y fijarse metas alcanzables. Pero no por ello tiene que dejar de ser motivadora para empleados y directivos. Así, la visión ayuda a que todos juntos caminen hacia la meta prefijada. También ayuda a los segundos en la toma de decisiones complejas, puesto que saben a dónde quieren llegar. Y, respecto a los primeros, contribuye a que desempeñen sus tareas diarias, pues tienen claro que da frutos y que repercutirá en la consecución de logros a largo plazo.

Según Fleitman Jack en su obra *Negocios exitosos*, la visión contribuye a mejorar el crecimiento y la competitividad de las empresas. Pero no debe plantearse a largo plazo, sino en periodos de entre dos y cuatro años. Además, debe ser flexible en función de cómo evolucione la empresa.

5.3 Política de calidad

La política de calidad es el documento con el que la empresa pone de manifiesto lo que considera calidad. Este es un concepto que ya existe en su empresa, aunque no aparezca recogido en ningún documento, todos los que forman parte de ella siguen unos patrones establecidos para alcanzar los objetivos marcados. Para redactar la política de empresa hay que recoger todos esos patrones de lo que se hace o no en su entidad y primero confirmar que son realmente importantes para ser formalizados.

Tener una política de calidad clara y bien definida le puede ayudar también a identificar lo que no es bueno para su empresa, o prácticas que van contra la consecución de sus objetivos. No olvide que la política de calidad es la guía que van a seguir los miembros de su empresa para proceder y tomar decisiones.

La política de calidad debe apoyar el direccionamiento estratégico de la empresa, de forma que es imprescindible que se tengan en cuenta los objetivos de la misma en el desarrollo y establecimiento de la política de calidad. Lo ideal, es que tanto la dirección como los trabajadores estén implicados en la elaboración de la política.

Todo esto será más fácil de desarrollar una vez que se haya aplicado de forma eficiente el requisito 4 de la norma, referido al contexto de la organización, ya que todo debate que surja en torno a la definición de contexto llevará a reflexionar acerca de los objetivos de la empresa, el nicho en el que se mueve y otra información relevante que sentarán las bases de futuras decisiones.

No olvidemos que la política de calidad es un documento que estará disponible para consulta tanto para trabajadores como para usuarios, por lo tanto, debe ser revisado periódicamente. En dicha revisión habrá que evaluar si lo que aparece reflejado todavía está vigente para la empresa y si sigue manteniendo el sentido y los valores de la misma, buscando quitar o agregar la información necesaria.

Todas las partes implicadas en el trabajo y desarrollo de su empresa son importantes, sin embargo, no puede descuidar que el cliente es lo primero, puesto que es el cliente quien determina cuáles van a ser los resultados consumiendo o no su servicio o productos.

De manera que la política de calidad tiene que recoger por encima de todos los deseos y necesidades de sus clientes. La política de calidad no puede crearse desde la nada, es producto de una necesidad del cliente, de lo que detecta cuando recibe el producto o servicio que recibe de su empresa.

Por todo esto, es necesaria y básica una buena evaluación de satisfacción de los clientes para poder dar respuestas concretas a las demandas del mercado que pongan en alza el valor de su empresa. La política de calidad, en todo este maremágnum de decisiones, debe ser una guía a seguir para alcanzar el éxito.

5.4 Objetivos de calidad

Los objetivos de calidad son el medio con el que la empresa puede enfilar todos sus esfuerzos para cumplir con la política de calidad, de aquí que mediante la medición de los objetivos y los indicadores que contienen se consiga determinar el grado de cumplimiento de la política de calidad.

Gracias a los objetivos de calidad se establecen el grado de cumplimiento de la política de calidad. Por este motivo, es muy necesario que exista coherencia entre los objetivos y la política de calidad.

Existen diferentes modelos que las empresas implementan y adecuan para cumplir con este requisito pero que no van mucho más allá, por ejemplo, Total Quality Management (TQM), European Foundation for Quality (EFQM) o el famoso Balanced ScoreCard (BSC).

Existen una serie de pasos que permiten cumplir con los requisitos:

- Planificar los objetivos de calidad. Como ya se ha mencionado, es necesario que nos aseguremos de que exista relación entre objetivos, política de calidad y cómo los procesos van a aportar al cumplimiento desde los objetivos.
- Documentar: es necesario asegurarse de que existe evidencia de que los objetivos se encuentran perfectamente establecidos.
- Comunicar los objetivos a toda la empresa. Hay organizaciones que profundizan mucho realizando un despliegue desde política de calidad hasta los objetivos del colaborador.
- Medir, analizar y toma decisiones. Se plantean los objetivos e indicadores, debiendo realizar su medición. Esto supone que cada indicador tiene que estar totalmente definido.

5.5 Identificación y planeación de procesos

Lo primero de todo es identificar cuáles son los procesos que deben configurar el sistema, o lo que es lo mismo, qué procesos deben aparecer en la estructura de procesos del sistema. Para resolver esta cuestión habría que plantearse qué procesos son suficientemente significativos como para formar parte de la estructura de procesos y a qué nivel de detalle.

Los principales factores para la identificación y selección de procesos son:

- Los efectos en la calidad del producto o servicio.
- La influencia en la misión y estrategia.
- Los riesgos económicos y de insatisfacción.
- La influencia en Factores Clave de Éxito (FCE).
- La influencia en la satisfacción del cliente.
- Cumplimiento de requisitos legales o reglamentarios.
- Utilización intensiva de recursos.

Una vez acabada la identificación y selección de los procesos, aparece la necesidad de definir y reflejar esta estructura de modo que facilite la determinación e interpretación de las interrelaciones existentes entre los mismos.

La forma más representativa de reflejar los procesos y sus interrelaciones es a través de un mapa de procesos. Un mapa de procesos es una representación gráfica de la estructura de procesos que conforman el sistema de gestión. La organización es libre de elegir el modelo de agrupación que le parezca más adecuado.

Para establecer de forma adecuada las interrelaciones entre los procesos, es imprescindible reflexionar sobre qué salidas produce cada proceso y hacia quién va, qué entradas necesita el proceso y de dónde vienen y qué recursos consume el proceso y de dónde proceden.

Las agrupaciones pueden entenderse como macro-procesos que incluyen otros procesos, sin perjuicio de que, a su vez, uno de estos procesos pueda desplegar otros procesos.

El nivel de detalle de los mapas de procesos dependerá del tamaño de la organización y de la complejidad de sus actividades. Es importante alcanzar un equilibrio entre la facilidad de interpretación del mapa de procesos y el contenido de la información.

UNIDAD VI

DISEÑO DE SISTEMA DE CALIDAD

6.1 Diseño de sistemas

El diseño de sistemas proporciona un marco de trabajo total para aplicar el concepto de sistemas. Existen técnicas específicas de la ciencia administrativa, adaptables a ciertos aspectos del proceso de ejecución, pero es importante proporcionar amplios lineamientos, dentro de los cuales pueden aplicarse con ventajas.

La palabra diseño denota trazo, delineación o descripción. Comprende y combina características o detalles que a menudo requieren la preparación de dibujos o planes preliminares.

Según Johnson, Kast y Rosenzweig, un sistema es un arreglo de componentes para lograr un objetivo planeado. La función del diseño es importante en el establecimiento de una relación entre las diferentes etapas o fases de un sistema.

El diseño de un sistema, se determina de acuerdo a las necesidades que presenta, las cuales pueden ser:

- Para el mejoramiento de los procedimientos.

Un procedimiento nos dice cómo hacer el trabajo, que proceso usar y además de otras informaciones generales respecto al trabajo, los sistemas administrativos nos informan de gastos en tiempo, dinero y energía; los estudios de mejoramiento de los procedimientos consisten en:

- Adaptar los procedimientos a las nuevas tecnologías.
- Simplificar el trabajo eliminando tareas que no contribuyan a la productividad.
- Economizar en el uso de personas, procedimientos, formas, reportes, equipo, espacio y actividades.

- Cambio o modificación

La modificación en un sistema administrativo puede significar cambio de personal, procedimientos, operaciones, actividades, etc. Como ejemplo:

- Redistribución de unidades administrativas.
- Redistribución de funciones.
- Redistribución del espacio de trabajo.
- Modificaciones en las formas, registros e informes.

- Conversión

Convertir significa cambiar a otra forma o estado; conversión en sistemas significa un cambio ordenado de métodos antiguos a métodos nuevos. El propósito de una conversión depende de los pasos tomados previamente durante la planificación y control del sistema. Los factores que deben considerarse son:

- Efectos sobre las disponibilidades actuales y las planeadas
- Efectos sobre el personal
- Efectos sobre los costos
- Efectos sobre los resultados

- Sistema totalmente nuevo

Una vez estudiados los planes de la gerencia y determinado el requerimiento de introducir un nuevo sistema, las tareas principales son:

- Desarrollar las operaciones de cada tarea.
- Ilustrar las relaciones entre personas, procedimientos y equipos en toda la documentación pertinente.
- Diseñar la configuración del nuevo equipo.

6.2 Norma ISO-9000

ISO (Organización Internacional de Normalización) es una federación mundial de organismos nacionales de normalización (organismos miembros de ISO). El trabajo de preparación de las normas internacionales normalmente se realiza a través de los comités técnicos de ISO.

Cada organismo miembro interesado en una materia para la cual se haya establecido un comité técnico, tiene el derecho de estar representado en dicho comité. Las organizaciones internacionales, públicas y privadas, en coordinación con ISO, también participan en el trabajo. ISO colabora estrechamente con la Comisión Electrotécnica Internacional (IEC) en todas las materias de normalización electrotécnica.

Proporciona los conceptos fundamentales, los principios y el vocabulario para los sistemas de gestión de la calidad (SGC) y proporciona la base para otras normas de SGC. Esta Norma Internacional está prevista para ayudar al usuario a entender los conceptos fundamentales, los principios y el vocabulario de gestión de la calidad para que pueda ser capaz de implementar de manera eficaz y eficiente un SGC y obtener valor de otras normas de SGC.

Propone un SGC bien definido, basado en un marco de referencia que integra conceptos, principios, procesos y recursos fundamentales establecidos relativos a la calidad para ayudar a las organizaciones a hacer realidad sus objetivos. Es aplicable a todas las organizaciones, independientemente de su tamaño, complejidad o modelo de negocio. Su objetivo es incrementar la consciencia de la organización sobre sus tareas y su compromiso para satisfacer las necesidades y las expectativas de sus clientes y sus partes interesadas y lograr la satisfacción con sus productos y servicios.

Siete principios de la gestión de la calidad

1) Enfoque al cliente.

El enfoque principal de la gestión de la calidad es cumplir con los requisitos del cliente y tratar de exceder sus expectativas. Cuando pensamos en calidad, encontramos diversas definiciones y diferentes puntos de vista. Lo que muchas personas no saben, es que la calidad no es una palabra aislada dentro de un sistema. Es una palabra que está unida a una pregunta: ¿calidad para quién?.

Cuando pensamos de esta manera, es mucho más fácil entender el concepto de calidad y lo que significa el principio de enfoque en el cliente. Todo el Sistema de Gestión de la Calidad busca intensificar el enfoque al cliente, con el fin de aumentar su satisfacción. Esto tiene que quedar muy claro para toda la organización en todos y cada uno de sus procesos, procedimientos y actividades.

Los empleados deben conocer y ser conscientes de la importancia que tiene el enfoque al cliente dentro del SGC, y cómo esto impacta en la satisfacción de los clientes.

2) Liderazgo.

Los líderes en todos los niveles establecen la unidad de propósito y la dirección y crean condiciones en las que las personas se implican en el logro de los objetivos de la calidad de la organización. El liderazgo no solo hace referencia a los miembros de la alta dirección, o a las personas que están a cargo de los diferentes equipos de trabajo. Muchas personas, dentro del sistema, asumen posiciones de liderazgo para proponer cambios, acciones y resultados.

Un sistema de gestión de la calidad, fallará si no trabajan para involucrar a las personas en el proyecto. Por ejemplo, si un nuevo empleado entra a la organización, y no hay alguien que asuma el liderazgo y lo incorpore dentro de las buenas prácticas de calidad, ¿cómo sabrá este empleado que la calidad es tan importante para la organización?

3) Compromiso de las personas.

Las personas competentes, empoderadas y comprometidas en toda la organización son esenciales para aumentar la capacidad de la organización para generar y proporcionar valor. Si la organización cuenta con líderes de calidad, las personas hablarán al respecto, en todas las actividades, y los resultados se harán evidentes.

Imaginemos que el área de producción está comprometida en un proyecto para aumentar la productividad. Si ellos consiguen alcanzar el objetivo, a través de prácticas de calidad, eso

será un incentivo para que otros departamentos creen que el sistema funciona, lo cual contribuye a crear el compromiso de las personas dentro de la organización con la calidad.

4) Enfoque a procesos.

Se alcanzan resultados coherentes y previsibles de manera más eficaz y eficiente cuando las actividades se entienden y gestionan como procesos interrelacionados que funcionan como un sistema coherente.

La normalización en una organización se da cuando se establecen procesos. Hacer una merienda en casa es fácil. Hacer un número extraordinarios de bocadillos, para que estén presentes en todas las tiendas de cadena del mundo, asegurando que todos tengan el mismo sabor, es un gran desafío... un desafío de calidad, que solo es posible lograr con el enfoque de procesos. Las personas comprometidas tienden a buscar la comprensión de los procesos y cómo pueden contribuir a la calidad, por lo que la adhesión al SGC es mucho más rápida y fluida.

5) Mejora.

Las organizaciones con éxito tienen un enfoque continuo hacia la mejora. Lo que se puede medir se puede mejorar y controlar. Pero ¿mejorar para quién? Es más fácil analizar la respuesta de estas preguntas cuando se cumple con los otros principios de la Gestión de la Calidad.

Si la organización desea que su Sistema de Gestión de la Calidad cumpla con el objetivo de satisfacer a los clientes, es preciso pensar siempre en la mejora continua. Las mejoras son esenciales para lograr gestionar personas y procesos.

6) Toma de decisiones basada en la evidencia.

Las decisiones basadas en el análisis y la evaluación de datos e información tienen mayor probabilidad de producir los resultados deseados. Monitorear y medir los procesos es una actividad que se debe llevar a cabo todos los días, y por todos los empleados de la organización.

Gracias a la medición de la eficacia del sistema, es posible encontrar fallas, o lo que no está dando resultado. La toma de decisiones basadas en evidencias, debe ser una cultura en la organización.

7) Gestión de las relaciones.

Para el éxito sostenido, las organizaciones gestionan sus relaciones con las partes interesadas pertinentes, tales como los proveedores. Una organización y sus proveedores desarrollan una relación de dependencia y beneficio mutuo, que aumenta la capacidad de ambos para generar valor.

La implementación de la norma ISO puede ayudar a establecer una base sólida para mejorar la calidad y la satisfacción del cliente, gracias al principio de Gestión de relaciones. La formación y la capacitación son formas con las cuales las organizaciones pueden generar y arraigar principios de calidad en la organización.

6.3 Premios de calidad

El valor de la calidad como elemento de mejora global de la competitividad, ha propiciado la creación de premios de calidad que sirvieran de estímulo a las empresas en su búsqueda de la excelencia.

Paralelamente se perseguía la difusión de información de las estrategias de calidad que habrían llevado al éxito a las empresas, de forma que pudieran servir de marco de referencia a otras empresas interesadas en mejorar su calidad.

Desde la creación del Premio Deming en Japón en 1951, se ha producido un desarrollo de los mismos, tanto a nivel geográfico o territorial, como a nivel de empresas destinatarias.

El premio Deming

El Premio Deming se instituyó en Japón en 1950, y fue denominado así en honor de Edwards W. Deming, experto en calidad norteamericano que jugó un papel decisivo en la difusión de las técnicas de calidad (CWQC) en Japón a partir de 1950.

Este premio goza de un gran prestigio, tiene carácter anual, y presenta las siguientes variantes:

Deming Application Price para empresas, dividido en tres premios:

- Application Price para Grandes Empresas
- Application Price para Divisiones de Grandes Empresas
- Application Price para Pequeñas y Medianas Empresas

Desde 1986 se instituyó un Deming Application Price para empresas no japonesas, y en 1989 fue concedido a una empresa norteamericana (Florida Power Light) Premio Deming otorgado a personas que han hecho una gran contribución a la difusión y desarrollo de las teorías del C.W.Q.C

El premio Deming es otorgado por una comisión creada en el seno del J.U.S.E. (Unión de Ingenieros y Científicos Japoneses), habiéndose instituido asimismo en 1970 un premio especial, la Japan Quality Control Medal, en conmemoración de la primera Conferencia Internacional sobre Control de Calidad, celebrada en Tokyo en 1969. Esta distinción, se entrega a empresas que han ganado el premio Deming al menos cinco años.

Profesores universitarios examinan en profundidad las empresas candidatas, mediante visitas en cada sector de la empresa, evaluando el nivel de aplicación de la gestión de la calidad y de los métodos estadísticos característicos del control de calidad.

Los diez puntos analizados para el premio Deming son:

1) Política y objetivos

Este capítulo analiza cómo se determinan las políticas de dirección, calidad y control de calidad y cómo son transmitidas a través de todos los sectores de la empresa. También se examina si los contenidos de esta política son adecuados y presentados con claridad.

2) Organización y gestión.

Se analiza si los campos de responsabilidad y autoridad están claramente definidos y cómo se promueve la cooperación entre departamentos. También se examina cómo está organizada la empresa para llevar a cabo el control de la calidad.

3) Programas de formación y entrenamiento.

Se examina cómo se enseña lo que es el control de la calidad y cómo reciben los empleados el entrenamiento en calidad, bien a través de cursos de formación o a través del trabajo diario. Se analiza el grado en que el concepto de control de calidad y las técnicas estadísticas han sido comprendidas y son utilizadas. Dentro de esta categoría se revisa el papel de los círculos de calidad

4) Recogida de la información y métodos para su utilización.

Se analiza cómo se recoge y transmite la información, procedente tanto del interior como del exterior de la compañía, a través de todos sus niveles y organizaciones. Se examina cuáles son los sistemas usados y la rapidez con que la información es recorrida, transmitida, analizada y utilizada.

5) Calidad de Productos y Procesos.

Se examina cómo son seleccionados y analizados los problemas, críticos o no, relativos a la calidad y cuál es el uso que se hace de estos análisis. Se analizan los métodos empleados y el uso que se hace de las herramientas estadísticas.

6) Estándares (Normalización).

Se examinan los procedimientos para el establecimiento, revisión y derogación de estándares y la forma en que se controlan y sistematizan, así como el uso que se hace de los estándares para la mejora de la tecnología de la empresa.

7) Control y Gestión.

Se evalúa cómo se realizan las revisiones periódicas de los procedimientos empleados para el mantenimiento y mejora de la calidad. También se analiza cómo están definidas la autoridad y responsabilidades sobre estas materias, y se examina el uso de gráficos de control y otras técnicas estadísticas.

8) Aseguramiento de Calidad.

Se examina el sistema de dirección para la garantía de la calidad, y se analizan en detalle todas las actividades esenciales para garantizar la calidad y fiabilidad de los productos y servicios, incluyendo fiabilidad como son el desarrollo de nuevos productos, análisis de la calidad, diseño, producción, inspección, etc.. Se analiza también el sistema de dirección de la garantía de calidad.

9) Eficacia (Resultados).

Se examinan los resultados producidos en la calidad de productos y servicios, gracias a la implantación del control de calidad, así como si se están produciendo y vendiendo bienes o servicios de suficiente calidad. Se examina también si ha existido mejora en los productos y servicios suministrados desde el punto de vista de la calidad y del coste y cantidad, y también si la empresa en su conjunto ha mejorado no sólo en calidad y beneficios, sino en el modo científico de pensar de directivos y de sus empleados, la motivación y otros beneficios intangibles.

10) Planes para el futuro.

Se examina si los puntos fuertes y débiles en la situación actual son adecuadamente reconocidos, y en qué modo se realiza la planificación para la mejora de la calidad.

Estos criterios para el Premio Deming se basan fundamentalmente en las áreas de política y su desarrollo, en las modalidades de articulación de la autoridad y responsabilidad, la estandarización y la planificación para el futuro.

Premio Malcolm Baldrige

El premio Malcolm Baldrige National Quality Award fue instituido por el Congreso de los Estados Unidos en 1988 con el propósito de que los gestores de las empresas presten mayor atención a la calidad de los productos y servicios que dichas empresas venden o suministran. El Premio promueve en opinión de Ivancevich, Lorenzi y Skinner, lo siguiente:

- El reconocimiento de la calidad como un elemento cada vez más importante para la competitividad
- El entendimiento de los requisitos para alcanzar la excelencia en calidad
- La participación de todos en la información sobre estrategias de calidad de éxito y sobre los beneficios derivados de la puesta en práctica de estas estrategias.

La responsabilidad del premio, recae en el Departamento de Comercio, teniendo encomendada su gestión, el National Institute of Standards and Technology (NIST), con la participación de la American Society for Quality (ASQ)

El premio presenta tres categorías:

- Empresas de Fabricación
- Empresas de Servicios
- Pequeñas Empresas

Pudiendo otorgarse hasta dos premios anuales por categoría, y esperándose de las empresas premiadas que compartan su información sobre sus estrategias para la calidad con otras empresas y organizaciones de EE. UU.

Los criterios para el premio se fundamentan en valores y conceptos básicos descritos sobre la base de lo siguiente:

1) Calidad Orientada al Cliente.

El cliente es quien juzga la calidad. Todos los atributos de los productos y servicios que aporten valor al cliente y contribuyan a su satisfacción y preferencia han de ser incorporados de manera adecuada en los sistemas de calidad. La confianza en los productos y servicios lleva a la lealtad y a la preferencia. La calidad orientada al cliente es un concepto estratégico. Está dirigida a ganar cuota de mercado y a retener al cliente.

2) Liderazgo

Los directores principales de una sociedad han de crear valores de calidad y expectativas que sean claros y visibles. Los líderes han de participar de manera sustantiva en la creación de estrategias, de sistemas y de métodos para el logro de la excelencia. Mediante su permanente participación personal en actividades visibles y reconocimiento de los empleados por su contribución a la calidad, los altos directivos asumen el rol de modelos para el reforzamiento de los valores.

3) Mejora Continua

El logro de los niveles más elevados de calidad y de competitividad requiere un enfoque bien definido y ejecutado para una mejora continua, que puede ser de cuatro distintos tipos:

- Acrecentar el valor del cliente mediante productos y servicios nuevos y mejores.
- Disminuir errores, defectos y desperdicios.
- Mejorar el interés y el ciclo temporal del desempeño.
- Mejorar la productividad y el uso eficaz de los recursos.

4) Participación Plena

El cumplimiento de los objetivos de calidad y de desempeño de la sociedad demanda una fuerza laboral plenamente comprometida, bien adestrada y participativa. Los sistemas de recompensa y de reconocimiento han de reforzar la participación plena en los objetivos de la empresa en todo lo referente a la calidad.

5) Respuesta Rápida

El éxito en los mercados competitivos está demandando ciclos de productos y servicio cada vez más cortos y respuestas a los clientes cada vez más rápidas. De hecho, una respuesta rápida a menudo es en sí misma un atributo principal de la calidad. Importantes mejoras en el tiempo de respuesta pueden demandar la simplificación y la abreviación de procesos y rutas de trabajo.

6) Calidad y Protección del Diseño

La calidad excelente del diseño puede redundar en importantes disminuciones de los desechos "río abajo", de problemas y de costes con ellos asociados.

7) Perspectiva de Largo Alcance

El logro de calidad y del liderazgo en el mercado requiere orientación de cara al futuro y compromisos a largo plazo con clientes, empleados, accionistas y proveedores. Las estrategias, planes y asignaciones de recursos han de reflejar estos compromisos y aplicarse a la captación, desarrollo del personal, evolución de tecnología y a otros factores que influyen en la calidad.

8) Gestión Mediante Hechos

El cumplimiento de las metas de calidad y desempeño de la sociedad exige que el proceso de gestión se base en información, datos y análisis que sean confiables. El análisis se refiere al proceso de extraer un significado más amplio de los datos para prestar apoyo a la evaluación y la toma de decisiones a diversos niveles dentro de la empresa. Una consideración importante en relación con la utilización de los datos y del análisis para mejorar el rendimiento competitivo implica la creación y el uso de indicadores de rendimiento. Los indicadores de rendimiento son características medibles de productos, servicios, procesos y operaciones que la empresa utiliza para evaluar el rendimiento y para seguir la pista de los avances realizados.

9) Desarrollo de Asociaciones

Las compañías deberían procurar la creación de asociaciones internas y externas al servicio de intereses mutuos y de una comunidad más amplia. Entre estas asociaciones podrían incluirse aquellas que promueven la cooperación en el trabajo (por ejemplo, convenios con sindicatos, cooperación con proveedores y clientes y vínculos con organizaciones educacionales).

10) Responsabilidad Pública

Los requerimientos del cliente de una empresa y los objetivos del sistema de calidad deberían aplicarse a las áreas de ciudadanía y de responsabilidad social. Estas áreas incluyen la ética comercial, salud pública y seguridad, medio ambiente y participación en la información relativa a la calidad en las comunidades comerciales y geográficas de la empresa. Cualquier consideración debe tener en cuenta el ciclo de vida de productos y servicios e incluir factores tales como la generación de desechos.

Premio Europeo de Calidad

Se presentó en 1991 en París, y en octubre de 1992, se concedieron los premios en su primera edición, celebrándose el acto en Madrid bajo la Presidencia del Rey Juan Carlos. El premio está patrocinado conjuntamente por la Comisión Europea (EC), la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM) y la Organización Europea para la calidad (EQO). El Premio Europeo de Calidad se concede mediante evaluación de las empresas candidatas, a través del Modelo Europeo (Modelo EFQM para la Excelencia Empresarial).

El Premio Europeo de Calidad se concede mediante evaluación de las empresas candidatas, a través del Modelo Europeo (Modelo EFQM para la Excelencia Empresarial). Tiene tres categorías de elegibilidad:

- Grandes Empresas
- Sector Público
- Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)

Es distribuido un Premio para cada categoría de elegibilidad, existiendo para otras empresas que alcancen el estándar previsto Galardones de Calidad. El Modelo Europeo constituye el fundamento del Premio Europeo a la Calidad y se basa en La satisfacción de clientes y empleados y el impacto en la sociedad se consiguen mediante un liderazgo que impulse la política y estrategia. La gestión del personal, los recursos y los procesos hacia la consecución de la excelencia en los resultados empresariales.

El Modelo Europeo analiza cómo la empresa combina factores y estrategias a través de sus procesos con objeto de producir ciertos resultados, es decir que el modelo denomina agentes que proporcionan resultados.

Los aspectos relativos a resultados, se refieren a que ha conseguido y está consiguiendo la empresa. Los aspectos relativos a agentes se refieren a cómo se están obteniendo estos resultados. El modelo se estructura en:

Criterios agentes

1) Liderazgo:

Comportamiento de todos los directivos al conducir la organización hacia la calidad total. Tiene en cuenta como el equipo ejecutivo y todos los demás directivos conciben y operan con la calidad total.

2) Política y estrategia

Valores de la organización, visión y orientación estratégica y forma de que los logre la empresa. Tiene en cuenta como la empresa incorpora el concepto de calidad total en la formulación, comunicación, implantación, revisión y mejora de su política y estrategia.

3) Gestión del Personal

Dirección de los recursos humanos de la empresa. Toma en consideración como la organización libera todo el potencial de su personal empleado con el objetivo de mejorar sus negocios de modo continuo.

4) Recursos

Dirección, utilización y conservación de los recursos. Toma en consideración como la empresa mejora continuamente su actividad por la optimización de sus recursos.

5) Procesos

Gestión de todas las actividades de la empresa que generan valor añadido. Toma en consideración como se identifican, revisan y corrigen si fuera necesario, los procesos clave y de apoyo, con el fin de garantizar la mejora permanente de los negocios de la empresa.

Criterios resultados

1) Satisfacción del Cliente

Que percepción tienen de la empresa y de sus productos y/o servicios los clientes externos. Un planteamiento de calidad total satisfará las necesidades y expectativas de los clientes.

2) Satisfacción del Personal

Cuáles son los sentimientos del personal con respecto a su empresa. Un planteamiento de calidad total satisfará las necesidades y expectativas de su personal.

3) Impacto Social

Cuál es la percepción que la sociedad en general tiene con respecto a la empresa. En esto se incluyen opiniones acerca de los planteamientos de la empresa con relación a la calidad de vida, el medio ambiente y la protección de todos los recursos naturales.

4) Resultados Económicos

Que es lo que a empresa está obteniendo en relación con el rendimiento económico previsto.

Bibliografía

Sangüesa Sánchez, Marta, Ricardo MATEO, Laura ILZARBE. Teoría y práctica de la calidad. 2ª edición revisada y actualizada. Madrid: Paraninfo,

UNE-ISO 10002:2018: Gestión de la calidad, Satisfacción del cliente, Directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones. Madrid: AENOR

Ruiz-Canela, J. (2004), La gestión por Calidad Total en la empresa moderna. RA-MA Editorial, Madrid

Cesar C., Sonia C., Tomas G. (2006) Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas PEARSON EDUCACIÓN, S. A., Madrid.

Moreno-Luzón, M. D., Peris, F. J. y González, T. F. (2001): Gestión de la Calidad y Diseño de Organizaciones: Teoría y estudio de casos, Prentice-Hall.

Humberto G. (2010). Calidad total y productividad. McGraw-Hill.

Sistema de Aseguramiento de la Calidad. Universidad Central de Chile.

<https://www.nueva-iso-9001-2015.com/>

<https://www.normas-iso.com/iso-9001/>

https://www.academia.edu/35226625/Libro_calidad_total