

Integración entre la Gestión de la Calidad y de la Formación Empresarial



➤ BLOQUE II: GESTIÓN DE LA CALIDAD

• Tema 2: CALIDAD EN LA EMPRESA

Josefa García Mestanza
M^a Paz Andrés Reina




Open
Course
Ware

Tema 2: Calidad en la empresa

Índice:



- 2.1. Concepto y evolución de la calidad
- 2.2. Precisiones conceptuales: normalización, homologación, certificación, acreditación y auditoría
- 2.3. Aspectos económicos de la calidad
- 2.4. El papel de la calidad en la estrategia empresarial

2.1. Concepto y evolución de la calidad

¿Qué coche posee más calidad un coche deportivo o un utilitario?

La mayoría contestaría: **el deportivo**, ¿por qué? Por precio, por tamaño, por velocidad, seguridad, equipamiento...

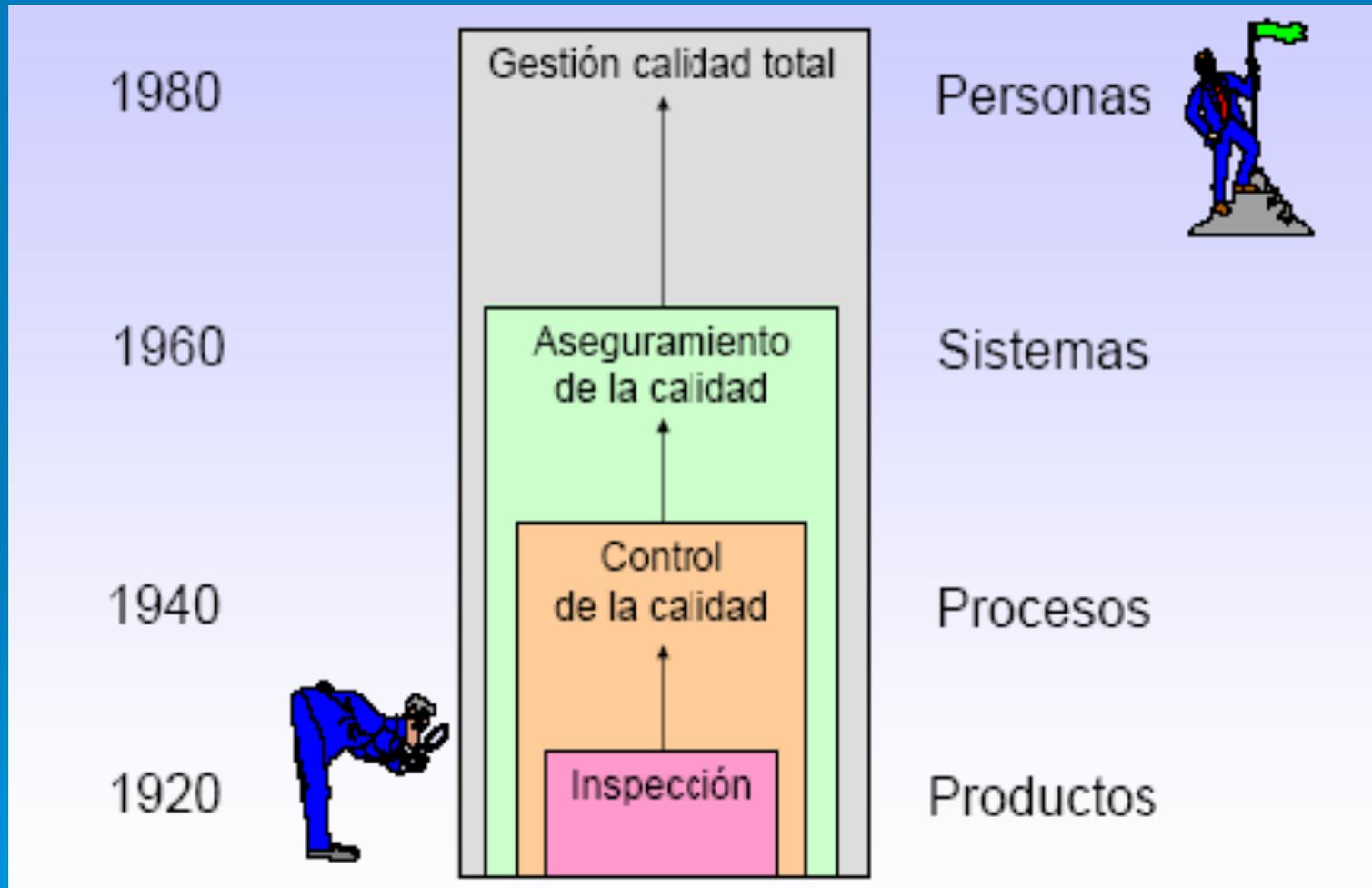
¿Significan esas características realmente que el deportivo es de mejor calidad?: **NO!!!!!!**, depende del cliente, de LA CALIDAD LA DEFINEN NUESTROS CLIENTES!!!!!!

Si nuestro cliente...

- vive en una gran ciudad,
- tiene muchos problemas de aparcamiento,
- quiere un vehículo que pueda aparcar con facilidad,

...el coche más indicado, el de mejor calidad, será el utilitario, porque es el que cumple con sus requerimientos. Es decir el que satisface sus necesidades.

2.1. Concepto y evolución de la calidad



Enfoques del término Calidad

Trascendente

(Calidad innata, absoluta y universalmente reconocida, por encima de la moda. Ej. La piedad de MA)

Basado en el producto

(Características medibles que posee el producto. Ej. % de lana de una prenda)

Basado en el usuario

(Desde la óptica del cliente. Ej. Lo que más le guste a un cliente en un desfile de moda)

Basado en la fabricación

(Cumplimiento con las especificaciones. Ej. Hacer un tornillo con 5mm, margen +/- 0,05mm)

Basado en el valor

(relación calidad-precio. Ej. El coche)

2.1. Concepto y evolución de la calidad

“Conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confiere su aptitud para satisfacer unas necesidades expresadas o implícitas”

2.1. Concepto y evolución de la calidad

Ejemplo de calidad

Imagine un carpintero al que un cliente le pide que le fabrique una mesa, con seguridad le definirá un conjunto de sus **características** (indicará cómo debe ser, si ovalada, redonda, cuadrada o rectangular... en caso de que sea rectangular, indicará el ancho y el largo de la mesa, la altura que debe tener...)
Todas estas son las **necesidades establecidas**.

Además, hay todo un conjunto de **necesidades implícitas** que también definen si la mesa va a satisfacer las necesidades del cliente o no. (seguramente no lo va a mencionar específicamente pero podemos estar seguros de que al cliente le gustaría que la mesa no fuera coja! También podemos adivinar, que no quiere que al apoyar peso en la mesa... ésta se parta! O que la pintura o el barniz no se estropeen con el tiempo!)

2.2. Precisiones conceptuales

Conceptos

- Normalización
- Homologación
- Certificación
- Acreditación
- Auditoría

BENEFICIOS CUANTITATIVOS

Aumento de la tasa de retención

Aumento de la tasa de intensificación

Aumento de la tasa de adhesión

Disminución de la tasa de deserción

Repercutir precios incrementados

Ahorro de costes

BENEFICIOS CUALITATIVOS

Internos

- **Beneficios económicos** (productividad, material de desecho...).
- **Beneficios de la fuerza de los empleados** (satisfacción, espíritu de equipo...).

Externos

- **Beneficios económicos** (aumento en las ventas y en los márgenes aplicados, reducción de los gastos de publicidad...).
- **Beneficios estratégicos** (diferenciación, incremento en la cuota de mercado, disminución de la vulnerabilidad en una guerra de precios...).

2.3. Aspectos económicos de la calidad

Beneficiarios

- **Empresa**
- **Empleados**
- **Clientes**
- **Propietarios**
- **Sociedad**

2.4. El papel de la calidad en la estrategia empresarial

- Un producto o servicio de calidad contribuye al aumento de la competitividad (diferenciación y/o liderazgo en costes)
 - La calidad permite lograr ventajas competitivas sostenibles
 - La gestión de calidad ayuda a la proactividad del capital intelectual
- 

2.4. El papel de la calidad en la estrategia empresarial

Ejes estratégicos de la gestión de la calidad:

- Prioridad de la calidad del pto./servicio
- Consideración del cliente externo e interno como ejes de la actividad
- Motivación del personal hacia la mejora continua
- Utilización de indicadores de medición
- Revisión de los procesos y especialmente los clave. Con eliminación de despilfarros
- Importancia del liderazgo

“Avanzar es cosa de todos”

Josefa García Mestanza
M^a Paz Andrés Reina




Open
Course
Ware