

AAU

AMERICAN ANDRAGOGY
UNIVERSITY



ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD TOTAL

CARRO PAZ
GONZÁLEZ GÓMEZ

El Sistema de Producción y Operaciones

ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD TOTAL

(TQM - Total Quality Management)



“Trabajamos para brindar productos y servicios de buena calidad a un precio razonable, a la vez que creamos un mundo mejor para la humanidad y una vida más feliz para cada uno de nosotros”. Estas palabras de Kaoru Ishikawa, en su “Introduction of Quality Control Circle Koryo”, definen perfectamente el cometido principal de la calidad en el mundo empresarial.

La función de calidad de una empresa está integrada por el conjunto de responsabilidades destinadas a asegurar que los productos se obtienen con los niveles óptimos de calidad.

Continuamente escuchamos comentarios tales como: “no hay asunto más importante en los negocios de hoy que la calidad”, “el futuro depende de nuestra habilidad para ofrecer los bienes y servicios de más alta calidad tanto para consumo nacional como internacional”, o frases similares. Es evidente, y así lo ha establecido el mercado, que determinar las expectativas de calidad es crítico para construir y administrar la función de Producción/Operaciones. La calidad impacta a la organización entera, desde el proveedor hasta el consumidor, y desde el diseño del producto hasta el mantenimiento.

DEFINICIÓN DE CALIDAD

Se acepta la definición de calidad como “la totalidad de los rasgos y características de un producto o servicio que se sustenta en su habilidad para satisfacer las necesidades establecidas o implícitas” (*American Society for Quality Control*) y la bastante similar planteada en la norma internacional ISO9000 que indica que calidad es “la totalidad de las características de una entidad (proceso, producto, organismo, sistema o persona) que le confieren aptitud para satisfacer las necesidades establecidas e implícitas”.

Una característica del llamado TQM (por sus siglas en inglés de *Total Quality Management*, Administración de la Calidad Total) es la prevención, de manera de eliminar los problemas antes que estos aparezcan. Se trata de crear un medio ambiente en la empresa que responda rápidamente a las necesidades y requerimientos del cliente. Por eso es que todos los integrantes de la organización deben conocer la manera de crear valor y cuál es su rol en este proceso. Esto incluye a todos con quien interactúa la empresa dentro y fuera de la organización, ampliando los límites de análisis.

El TQM se focaliza en las necesidades del cliente y en la mejora continua de los procesos. Cada proceso sea operacional, administrativo o interdepartamental, es continuamente definido y mejorado (Bates, 1993). Esto hace que a veces las salidas superen las expectativas que tienen los clientes de una organización.





El concepto del laboratorio de control de calidad de productos alimenticios de la fotografía consiste en comprobar que los alimentos cumplan las especificaciones exigidas por la legislación vigente.

Siempre existió el concepto de control de calidad, pero la diferencia con éste es que el control depende o se fundamenta en la inspección al final del proceso cosa que no es la filosofía del TQM. Cuando se fabricó una cosa mal, el control evita que ese producto llegue el cliente, pero no puede evitar el desperdicio en que incurrió la organización y por ende en el costo que ya fue pagado por la misma o la sociedad en su conjunto.

Es cierto que las ideas sobre el TQM han variado desde que en sus inicios fue considerado como una panacea o la herramienta competitiva allá por los años 1980, hasta convertirlo en una moda por los 90. Algunos autores plantean que esta confusión se debe a la falta de una fuerte teoría académica. Nosotros, si bien compartimos parte de esta aseveración, pensamos que también es producto de una mala comprensión de sus ideas fundamentales.

Veamos algunas definiciones de calidad brindadas por autores reconocidos:

- ~~Un grado~~ predecible de uniformidad y dependencia a un bajo costo y de acuerdo al mercado (*Deming*)
- ~~Adecuado~~ a su uso (*Juran*)
- ~~La mínima~~ pérdida provocada por el producto a la sociedad desde que se envía el mismo (*Taguchi*)
- ~~Una manera~~ de gestionar la organización (*Feigenbaum*)
- ~~Corregir~~ y prevenir fallas. No convivir con ellas (*Hoshin*)
- ~~Adecuación~~ a los requerimientos. Concordancia con los requisitos (*Crosby*)
- ~~Hallar~~ los requerimientos del cliente, los formales e informales al menor costo, a la primera y siempre (*Floud*)

IMPORTANCIA DE LA CALIDAD

Particularmente, la calidad afecta a una empresa de cuatro maneras:

- 1) *Costos y participación del mercado:* las mejoras en calidad llevan a una mayor participación en el mercado y ahorros en los costos por disminución de fallas, reprocesos y garantías por devoluciones.
- 2) *Prestigio de la Organización:* la calidad surgirá por las percepciones que los clientes tengan sobre los nuevos productos de la empresa y también por las prácticas de los empleados y relaciones con los proveedores.
- 3) *Responsabilidad por los productos:* las organizaciones que diseñan y elaboran productos o servicios defectuosos pueden ser responsabilizadas por daños o lesiones que resulten de su uso. Esto lleva a grandes gastos legales, costosos arreglos o pérdidas y una publicidad que no evita el fracaso de la organización entera.

- 4) *Implicaciones internacionales*: en este momento de globalización, la calidad es un asunto internacional. Tanto para una compañía como para un país. En la competencia efectiva dentro de la economía global, sus productos deben cumplir con las expectativas de calidad y precio.

La American Society for Quality (Sociedad Americana para la Calidad) indica que el Total Quality Management es un término que inicialmente ha sido utilizado por el Comando de Sistemas Aéreos Navales de la Marina de los Estados Unidos para describir el estilo de gerenciamiento japonés, pero cuenta con varias definiciones que apuntan, en general, a mejorar la competitividad. Para la puesta en marcha del TQM se necesitan de varias herramientas que están asociadas a una manera de gestión originalmente exitosa como el modelo japonés. En este sistema caben además los principios básicos ya establecidos por Shewart sobre control de calidad estadístico.

El nombre de Total en la sigla TQM plantea que este sistema no está limitado al área de producción/operaciones de una organización, como originalmente todas las técnicas de control enfatizaban, sino a toda la organización

	<i>Crosby</i>	<i>Deming</i>	<i>Jurán</i>
Definición de calidad	Concordancia con los requisitos.	Un grado previsible de uniformidad y confiabilidad a bajo costo y adecuado para el mercado.	Adecuado para el uso.
Grado de responsabilidad de la gerencia superior	Responsabilidad de la calidad.	Responsable del 94% de los problemas de calidad.	Menos del 20% de los problemas de calidad se deben a los trabajadores.
Norma de desempeño y motivación	Cero defectos.	La calidad tiene escalas, use las estadísticas para medir el desempeño de todas las áreas. Critica el concepto de cero defectos.	Evitar campañas para realizar trabajo perfecto.
Enfoque general	Prevención, no impresión.	Reducir las varianzas por medio de la mejora continua. Crear inspecciones en masa.	Enfoque de dirección general para la calidad, en especial con respecto a los elementos humanos.
Estructura	14 pasos para mejorar la calidad.	14 puntos para la gerencia.	10 pasos para mejorar la calidad.
Control Estadístico de Procesos (SPQ)	Rechaza los niveles estadísticos de calidad aceptable.	Deben usarse métodos estadísticos para control de calidad.	Recomienda el SPC, pero advierte que puede llevar a un enfoque basado en herramientas.
Base de mejoras	Un proceso, no un programa meta de mejoras.	Continua, para reducir las varianzas. Eliminar objetivos sin métodos.	Enfoque de equipo de proyecto. Establece metas.
Trabajo en equipo	Equipos de mejora de la calidad. Consejos de calidad.	Participación de los empleados en la toma de decisiones. Eliminar las barreras entre departamentos.	Enfoque de equipo y Círculo de Calidad.



	<i>Crosby</i>	<i>Deming</i>	<i>Jurán</i>
Costos de la calidad	Costo de la no concordancia. La calidad es gratuita.	Mejora continua sin puntos óptimos.	La calidad no es gratuita. Existe un punto óptimo.
Compras y bienes recibidos	Declarar necesidades. El proveedor es una extensión de la empresa. la mayoría de los defectos se deben a los compradores, no a los proveedores.	La inspección es demasiado tardía, permite que entren defectos al sistema por los AQL. Se requieren diagramas de control y pruebas estadísticas.	Los problemas son complejos. Realizar estudios formales.
Calificación de proveedores	Si. También de los compradores. Son útiles las auditorías de calidad.	No. Critica a la mayoría de los sistemas. mejorar.	Si. Pero ayudar al proveedor a
Fuente de provisión única		Si.	No. Puede omitirse para mejorar la ventaja competitiva.

Al contrario que el pensamiento tayloriano, el TQM plantea que la persona que comúnmente está más cerca de la operación es la que más conoce sobre la misma, por lo que, sin la participación de ésta en la mejora, nunca se podrá llevar a cabo. Este es un concepto simple pero al igual que los de mejora continua y el de focalización en el cliente cambiaron la manera de gerenciar un negocio en los últimos años. Reemplaza además el estilo de gerenciamiento de arriba hacia abajo (*top down management*), con decisiones más descentralizadas que apuntan a la satisfacción del cliente. Se asume que el 90% de los problemas son generados por los procesos y no por el personal.

Evolución histórica de la gestión de la calidad

En los años anteriores a la Segunda Guerra Mundial, la calidad era responsabilidad de los propios mandos intermedios que tenían a su cargo la fabricación. La utilización de la inferencia estadística y de la teoría de la probabilidad en aplicaciones empresariales para el control de la calidad fue potenciada por los trabajos de *H. F. Dodge* y *H. G. Roming* en los laboratorios de la compañía telefónica Bell, quienes desarrollaron la teoría del muestreo estadístico y publicaron las primeras tablas para aplicar esta técnica al control de calidad. Las tablas fueron lentamente aceptadas en aquellos tiempos, aunque son de uso generalizado hoy en día.

También tuvo gran influencia en el pensamiento científico - más que en las aplicaciones prácticas-, el trabajo de *Ronald Fisher*, que facilitó el avance de la estadística bayesiana, la teoría del muestreo y el diseño de experimentos.

En la posguerra, destacan los trabajos de *W. E. Deming* y *J. M. Juran*, que son los autores que más influencia han tenido en el mundo a lo largo del siglo XX en el tema de la calidad.

Deming viajó a Japón para continuar sus prédicas realizadas desde el gobierno americano durante la Segunda Guerra Mundial, donde tuvo una gran influencia en la difusión en aquel país de las aplicaciones estadísticas al control de la calidad. Juran publicó en 1951 la primera edición de su Manual

de Control de Calidad.

Aunque autores como Deming y Juran ya hablaban en su época de la distinción entre fabricar calidad y detectar mala calidad, la realidad es que en los años cincuenta y sesenta se separaron las funciones de fabricación y control, creciendo el control de calidad dentro de las empresas. Los inspectores tomaban muestras, hacían cálculos e informaban de los resultados a sus superiores. El operario al pie de la máquina no era consciente de si la calidad que estaba produciendo era buena o inaceptable. La realimentación era lenta e insuficiente. En aquellos tiempos prevalecía el concepto de productividad y la calidad era algo secundario. Era normal fabricar una cantidad superior a la necesaria para compensar las unidades que saldrían defectuosas.

En los años sesenta, aparecieron distintos planteos en el campo de la calidad. Se pretendió utilizar conceptos cuyo origen se hallaba en el área de recursos humanos, como la motivación, la comunicación o la participación, para conseguir la calidad exigida. Se buscó un mayor grado de responsabilidad de los obreros para evitar la producción de unidades defectuosas. De esos años distan los programas de cero defectos americanos, los círculos de calidad japoneses o el sistema Saratov de los países del bloque comunista.

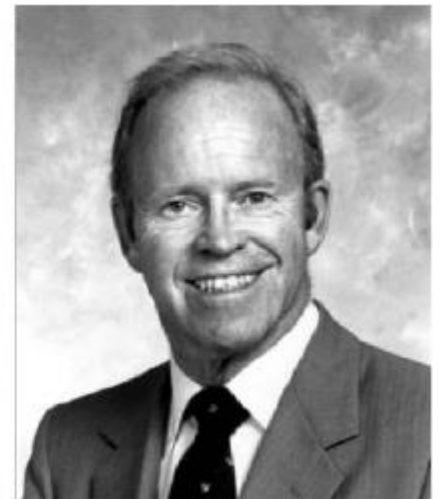
En los años setenta, la incidencia de la tecnología en el campo de la calidad se hizo evidente. La tecnología influyó a través de la sustitución de los materiales y de los componentes por otros mejores como la automatización de los procesos que imprimieron mayor regularidad a las producciones, automatización del control de calidad mediante sensores que ajustaban de nuevo los equipos o avisaban de que es necesario realizar algún ajuste y una rápida y precisa instrumentación para el análisis de los productos. Al mismo tiempo entran una serie de conceptos como fiabilidad (garantía de que el producto cumplirá con sus prestaciones durante un determinado periodo), responsabilidad del producto y la obligación de hacer frente a las responsabilidades derivadas de un fallo en las prestaciones del producto.

Los años ochenta han visto el desbordamiento del concepto de calidad fuera de la planta de producción. La calidad se percibe como un arma competitiva que comienza en el diseño del proceso. Acompaña al producto durante su estancia en la casa del cliente. La calidad ha de mejorarse siempre hasta conseguir la perfección. La calidad ha de alcanzar a todos los

niveles y grados de la organización (calidad corporativa). La calidad se produce y ello se consigue mediante la formación, la información y la participación de los operarios.

Quizás el avance más notable consiste en que, así como antes se consideraba que cualquier mejora de la calidad entrañaría un costo (a mejor producto, producto más caro), actualmente se considera que es posible perseguir simultáneamente los objetivos de mejor calidad y menor costo.

En los años ochenta los grandes cambios conseguidos por las empresas industriales japonesas en cuanto a calidad han servido de incentivo en todo el mundo industrializado para el lanzamiento de programas de mejora de la calidad. Con mercados que crecen lentamente, la mejora de la calidad y del costo son importantes herramientas para penetrar y para mantenerse en ellos. Durante los últimos años de esa década, las ideas de *Philip Crosby* (*Quality is Free*, 1979 y *Quality Without Tears*, 1984) han tenido gran impacto en la idea de conseguir una mejor calidad -junto con otros aspectos de la eficiencia- mediante el adecuado adiestramiento de la responsabilidad de todas las personas que integran la organización.



Los líderes en la lucha por la calidad

W. Edward Deming (izquierda). El *Deming Prize* para el control de calidad es un acontecimiento nacional para la televisión japonesa. Después de la Segunda Guerra Mundial, el Dr. Deming fue a Japón a enseñar calidad. Y los japoneses aprendieron. Deming es franco en su cruzada por la calidad en cuanto a que la administración debe aceptar la responsabilidad para

construir buenos sistemas. El empleado, dice él, no puede producir productos que en promedio excedan la calidad de lo que el proceso es capaz de producir.

Joseph M. Juran (centro). Es también pionero en enseñar a los japoneses la forma de mejorar la calidad y cree firmemente en el compromiso de la alta dirección, el apoyo y el compromiso en el esfuerzo por la calidad. Él también

es creyente de los equipos que continuamente buscan elevar las capacidades de calidad. Jurán difiere de Deming en el enfoque del cliente, en un esfuerzo por definir la calidad como capacidad de ser utilizado, y no necesariamente en las especificaciones escritas.

Phillip B. Crosby (derecha). *Quality is Free* (la calidad es gratis) fue el libro publicado de Crosby que acaparó la atención en

1979. El punto de vista tradicional de Crosby ha sido "con el compromiso de la dirección y el empleado, se pueden lograr grandes pasos en el mejoramiento de la calidad". Cree en el intercambio entre el costo de mejorar la calidad y el costo de baja calidad. El costo de baja calidad se menosprecia, y debe incluir todas las cosas que están involucradas al no hacer bien el trabajo desde la primera vez.

Podríamos decir, a modo de síntesis, que el TQM es una manera de gerenciar toda una organización interpretando que el fin de la misma es lograr satisfacer los requerimientos de sus consumidores o clientes por medio de mejorar la calidad de sus productos y procesos -figura 8.1-.

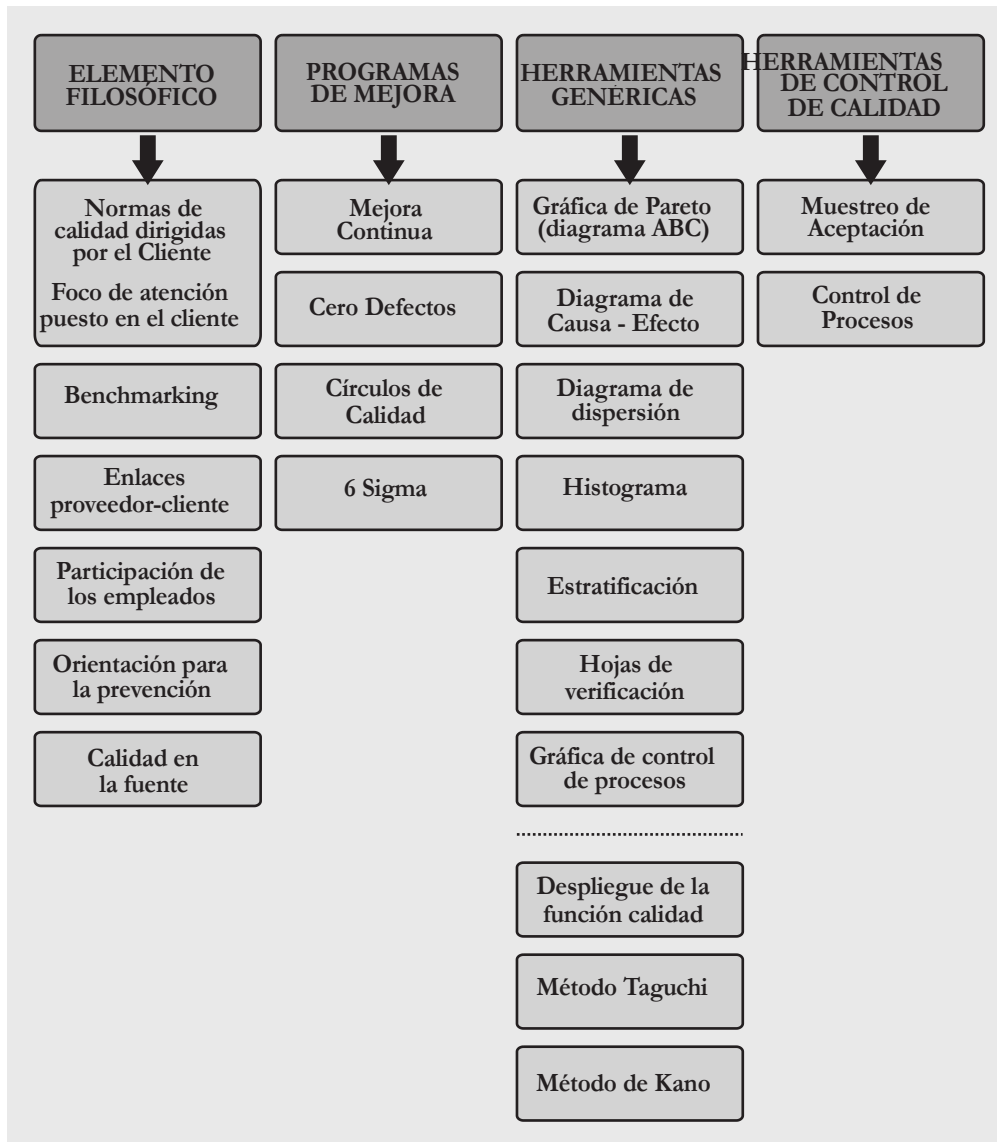


Figura 8.1
Total Quality Management (TQM)
Administrar toda la organización para sobresalir en productos y servicios que son importantes para el cliente de un negocio.

Pero ahora nos preguntamos: ¿por qué esta idea del cliente y su poder está tan de moda en estos días que a veces nos parece más un maquillaje que otra cosa? En una economía de crisis global la demanda cae de manera importante y se transforma en una economía de oferta; por lo tanto quien no comprenda el papel del cliente y no se plantee las maneras o formas de satisfacer sus necesidades, obviamente condenará a su empresa al fracaso: *“el cliente no tiene inconvenientes en cambiar de proveedor”*.



El programa de fiabilidad de la motocicleta de la fotografía cuantificará la efectividad del diseño; es decir, por una parte, el número de horas durante las cuales el motor funcionará con toda seguridad sin averías, partiendo de un análisis detallado de sus componentes y de sus

subconjuntos. Por otra parte, ha de contener la garantía de que tanto los procesos de fabricación como los métodos de control de calidad y todos los aspectos de la fabricación de la motocicleta se han desarrollado con los procedimientos más adecuados.

ELEMENTO FILOSÓFICO

Normas de calidad dirigidas por los clientes

El concepto de normas de calidad dirigidas por los clientes se centra en que es el cliente quien define la calidad y no la empresa como antes entendía la administración tradicional: su producto no es confiable a menos que su cliente lo diga; su servicio no es rápido a menos que lo afirme el cliente; *se debe evaluar con precisión lo que desea el cliente y desarrollar una definición operativa de la calidad.* Las empresas de clase mundial han desarrollado procesos que identifican las necesidades del cliente con el fin de anticiparse a sus próximas expectativas.

La calidad de un producto o servicio se puede definir en términos de:

- ~~Calidad~~ *de diseño:* es el valor inherente que tiene el producto en el mercado; por ejemplo, rendimiento, características, confiabilidad, servicio, etc. (cómo se adapta el diseño a las necesidades).
- ~~Calidad~~ *de concordancia:* es el grado en que el producto o servicio concuerda con las especificaciones de diseño. La calidad de concordancia tiene que ver con el área de operaciones.

Benchmarking

El benchmarking -o puntos de referencia- se utiliza para los procesos o actividades similares que la organización realiza e involucra la selección de un estándar de desempeño conocido que representa el mejor de los mismos. Se trata de una simple comparación con prácticas o procesos exitosos. A continuación presentamos los pasos a seguir para realizar este planteo:

1. Determinar el estándar de referencia. *¿Con quién me compararé?*
2. Armar un equipo para la tarea.
3. Identificar a las organizaciones “socios” en benchmarking.
4. Recolectar y analizar información sobre el estándar de referencia.
5. Tomar acción para igualar o exceder el benchmark.



Esta herramienta responde a las siguientes preguntas que se formula la organización: *¿puedo mejorar aún más mi performance?, ¿existe alguien que hace las cosas mejor?, ¿cuán lejos estoy de esa performance?* El Benchmarking, como elemento del TQM, está íntimamente relacionado con uno de sus principios medulares: *“la mejora continua”*.

Enlaces proveedor-cliente. El cliente interno

En el TQM existen dos tipos de clientes: el externo y el interno. El cliente externo es el usuario final que recibe el producto o servicio. El interno es la persona o unidad de trabajo que recibe el producto o el servicio de otro puesto de trabajo dentro de la misma organización. La noción del cliente interno es novedosa y lleva a la mejora del proceso por la propia fluidez de las relaciones entre sus partes

Todos en la organización tienen un cliente. Algunos pueden ser internos (el siguiente trabajador u otro departamento) o externos (usuarios, vendedores). Cada uno de ellos, tanto internos como externos, tienen sus propios requisitos de calidad.

Participación de los empleados

Uno de los aspectos importantes de la TQM es la participación del empleado. Un programa completo de participación del empleado incluye entre sus propósitos al modificar la cultura organizacional, fomentar el desarrollo individual por medio de la capacitación, instituir premios e incentivos y estimular el trabajo en equipo.

Cambio cultural. El desafío que implica la administración de la calidad consiste en hacer que todos los empleados estén conscientes de la importancia de la calidad y motivarlos para que ésta mejore en cada producto. Con la TQM se espera que todos contribuyan al mejoramiento general de la calidad: desde el administrador que encuentra medidas para ahorrar costos, hasta el vendedor que descubre una nueva necesidad del cliente; desde el ingeniero que diseña un producto con menos partes, hasta el gerente que se comunica claramente con otros jefes de departamento. En otras palabras, TQM abarca todas las funciones relacionadas con un producto o servicio.

Uno de los principales desafíos al desarrollar la cultura adecuada para la TQM consiste en definir al *cliente* de cada empleado. En general, los clientes son internos o externos. Los clientes externos son las personas o empresas que compran el producto o servicio. En este sentido, toda la compañía es una sola unidad que debe esforzarse al máximo para satisfacer a sus clientes externos. Sin embargo, es difícil comunicar los intereses de los clientes a todos los miembros de la organización. A algunos empleados, sobre todo a los que pocas veces están en contacto con clientes externos, les puede resultar difícil comprender de qué manera contribuye su actividad al esfuerzo total. No obstante, cada uno de ellos también tiene uno o varios clientes internos, es decir, los empleados de la empresa que dependen de la producción de otros empleados. Por ejemplo, un maquinista que hace perforaciones en un componente y luego lo pasa a un soldador, tiene a dicho soldador como cliente. aún cuando el soldador no sea un cliente externo, coincidirá con éste en muchas de las definiciones de calidad, con la salvedad de que se referirán al componente y no al producto completo. Todos los empleados deben hacer un buen trabajo al servir a sus clientes internos, para que al final los clientes externos queden satisfechos. El concepto de cliente interno funciona si cada uno de ellos exige sólo actividades de valor agregado a sus proveedores internos; es decir, las actividades que el cliente externo puede reconocer y por las cuales paga. El concepto de clientes internos se aplica a todas las partes de una empresa y refuerza la coordinación interfuncional. Por ejemplo, Contabilidad debe preparar informes precisos y oportunos para la Gerencia, mientras que Compras debe proveer puntualmente materiales de alta calidad a Operaciones.

En TQM todos los miembros de la organización deben compartir la opinión de que el control de calidad es un fin en sí mismo. Es preciso que los errores o defectos sean detectados y corregidos en la fuente y no que sean transmitidos a un cliente interno. Además las empresas no deben tratar de “inspeccionar la calidad ya incorporada al producto” mediante el empleo de inspectores que supriman los productos defectuosos o los servicios insatisfactorios después de que todas las operaciones han llegado a su fin. En algunas empresas, los trabajadores tienen autoridad para detener la línea de producción si descubren un problema de calidad.

Desarrollo organizacional. Los programas de capacitación durante el trabajo ayudan a mejorar la calidad. La enseñanza de nuevos métodos de trabajo a empleados con experiencia o la capacitación de nuevos trabajadores en las prácticas actuales suele aumentar la productividad y reducir el número de productos defectuosos. Algunas empresas capacitan a los trabajadores para que desempeñen empleos conexos que les ayuden a entender cómo las deficiencias de calidad en su propio trabajo pueden ocasionar problemas a otros trabajadores.

También los gerentes necesitan desarrollar nuevas habilidades y no sólo las que se relacionan directamente con su responsabilidad, sino también las que tendrán que enseñar a sus subordinados. Muchas compañías están obligando a sus gerentes a programas de “instruir al instructor” en los que les imparten habilidades para capacitar a otros en las prácticas de mejoramiento de la calidad. También se ofrecen a menudo otro tipo de programas de capacitación.

Premios e incentivos. La perspectiva de recibir pagos y bonificaciones por méritos suele dar a los empleados un incentivo para mejorar la calidad. A veces las empresas vinculan directamente los incentivos monetarios con las mejoras de la calidad en aquellos casos en que sus sugerencias sobre mejoras del equipo o a los procedimientos han sido redituables para la compañía toda.

Las recompensas de carácter no económico, como el reconocimiento frente a los compañeros, también son formas de motivación con miras a mejorar la calidad. Algunas compañías eligen cada mes al empleado que haya demostrado buena calidad en su trabajo y le otorgan algún reconocimiento especial como por ejemplo una cena en un buen restaurante o una insignia. Generalmente estos reconocimientos se publican en el boletín de la empresa o cuelgan la fotografía del empleado a la vista de sus compañeros y clientes externos



En la planta de producción de Jiangsu Zhorngwing Motorcycle Co., LTD, de la ciudad de Wuri en la provincia China de Jiangsu, como se observa en la fotografía, se han colocado luces de diferentes colores junto a la línea de ensamble para indicar la gravedad de cada problema de calidad detectado. Los trabajadores activan una luz amarilla para indicar que han descubierto un problema y una luz roja cuando éste es suficientemente grave como para detener toda la línea. Si la línea se detiene, el problema deberá ser resuelto con rapidez ya que cada minuto perdido se traduce en menor producción y cuesta dinero. Sin embargo, en TQM, la consistencia en términos de calidad tiene prioridad más alta que el nivel cuantitativo de la producción.



Orientación para la prevención

El propio proceso es el responsable de las fallas de calidad. Si ajustamos el mismo y lo hacemos confiable tendremos las salidas esperadas. Entonces la idea ya no es controlar al final del proceso para evitar que los productos salgan defectuosos, sino que se trata de ajustar el proceso evitando que éste produzca artículos defectuosos. Algunas máximas de TQM en este sentido son: “*hacerlo bien la primera vez*” y “*no se puede inspeccionar la calidad*”.

Un proceso confiable es aquel que produce una salida esperada sin variaciones porque las variaciones no controladas siempre llevan a bajas producciones, baja calidad e incremento de los costos de fabricación. Pero por otro lado, también se dice que no hay dos productos iguales, porque los procesos en general tienen variaciones. Precisamente estas variaciones son las que debemos investigar. Podemos mencionar dos tipos de causas.

~~Causas~~ *comunes*: son aleatorias, no son identificables fácilmente y de más difícil eliminación. Realizando un gráfico de distribución de estas causas pueden ser caracterizadas estadísticamente por una media, una dispersión y la forma de simetría que presenta. Por ejemplo, se presentan reiteradamente este tipo de causas en el proceso de llenado de paquetes de café.

~~Causas~~ *asignables*: pueden ser identificables y por tanto eliminables. Ejemplos de este tipo de causas son las fallas que se presentan en la balanza de una máquina envasadora o la rotura de un componente de esta máquina.

Por lo general, las variaciones en la calidad pueden ser vistas como variaciones debidas a causas especiales. Estas pueden ser removidas por el trabajo del personal que opera. Las causas comunes requieren acciones de la gerencia, por lo general involucran un cambio en los procesos o generan algún tipo de intervención específica.

Calidad en la fuente

El término calidad en la fuente está muy relacionado con dos ideas anteriormente mencionadas:

~~Un~~ proceso consta de varias operaciones, por lo que si se eliminan las fallas en las operaciones, el proceso en su salida debería estar ausente de éstas.

~~Los~~ operarios son los que están en contacto con la tarea y ellos la conocen mejor que cualquier otra persona en la organización. De hecho, son los operarios los que pueden detectar fallas y plantear correcciones o soluciones a las mismas.

En forma consistente, la literatura sugiere que el 85% de los problemas de calidad tienen que ver con los materiales y los procesos, y no con el desempeño del empleado. Por lo tanto, la tarea consiste en diseñar el equipo y los procesos que produzcan la calidad deseada. Esto se puede lograr con un alto grado de compromiso de todos aquellos que entienden las carencias del sistema. Para ello, la Dirección tendría que:

~~Aceptar~~ que el trabajador es el mejor inspector de calidad de su propio trabajo.

~~Incluir~~ al grupo de trabajo, a los departamentos y a los proveedores la noción de sistema.

~~Compromiso~~ de la Dirección para dar poder en las decisiones a los empleados (comúnmente llamado *empowerment* en la literatura de la calidad)

A continuación, hacemos referencia a algunas técnicas para la participación del personal, las que incluyen:

~~Construcción~~ de redes de comunicación que incluyan e involucren a los empleados.

~~Supervisores~~ abiertos y participativos.

~~Cambios~~ en el estilo de conducción y comunicación de los empleados de producción.

~~Construir~~ organizaciones con una cultura que tienda a la participación.

~~Técnicas~~ formales como la creación de equipos de trabajo (*workteam*) y círculos de calidad.



PROGRAMAS DE MEJORA

Mejora continua (kaizen)

El término kaizen es relativamente nuevo. De acuerdo a su creador, Masaaki Imai, proviene de dos ideogramas japoneses: “*kai*” que significa cambio y “*zen*” que quiere decir para mejorar. Así, podemos decir que *kaizen* es “cambio para mejorar” o “mejoramiento continuo”, como comúnmente se le conoce.

El primer libro de Imai sobre kaizen fue publicado en 1986 y tres años después, en 1989, apareció la primera impresión en idioma español. A principios de los '90, la Asociación Japonesa de Relaciones Humanas editó Kaizen Teian I y Kaizen Teian II, cuyo tema giraba en torno de la implementación de sugerencias originadas por trabajadores de línea para mejorar sus procesos productivos. En 1997, Imai publicó su tercer libro, Gemba Kaizen, que promocionó por primera vez en América Latina a mediados de ese mismo año.

Los dos pilares que sustentan *kaizen* son los equipos de trabajo y la ingeniería industrial, que se emplean para mejorar los procesos productivos. De hecho, *kaizen* se enfoca a la gente y a la estandarización de los procesos. Su práctica requiere de un equipo integrado por personal de producción, mantenimiento, calidad, ingeniería, compras y demás empleados que el equipo considere necesario. No es exclusividad de expertos, masters ni doctorados en calidad o sistemas de producción. Se practica con la gente de planta coordinados por un facilitador.

Para hablar de la práctica de *kaizen*, podemos decir que se realiza en un área de *gemba*, piso o lugar donde ocurre la acción, no en las oficinas. Su objetivo es incrementar la productividad controlando los procesos de manufactura mediante la reducción de tiempos de ciclo, la estandarización de criterios de calidad y de los métodos de trabajo por operación. Además, *kaizen* también se enfoca a la eliminación de desperdicio, identificado como muda, en cualquiera de sus formas.

Muda significa desperdicios, aquello que hay que eliminar o mejorar. Se identifica por comparación con un estándar, con aquello definido como bueno o siquiera aceptable.

Taiichi Ohno (1012-1990) fue el ingeniero japonés que diseñó el sistema de producción *Just in Time* (JIT) dentro del sistema de producción de la empresa Toyota. En 1932, después de graduarse como ingeniero mecánico en la Escuela Técnica Superior de Nagoya, comenzó a trabajar en la fábrica de telares de la familia Toyoda y en 1943 fue transferido a la Toyota Motor Company para reiniciar las actividades de fabricación de camiones y automóviles, siendo nombrado responsable de taller de mecanizado. En 1954 fue nombrado Director en Toyota y progresivamente fue ocupando puestos de mayor responsabilidad en la compañía hasta que en 1975 pasó a ocupar el puesto de vicepresidente.

Precisamente fue Ohno quien creó el concepto de muda al sostener que la mayoría del trabajo que se realizaba en las plantas de Toyota por ese entonces, no agregaba ningún valor porque estaba lleno de desperdicios. En forma sistémica, Ohno reconoció siete mudas clásicas:

1. Las *mudas* por sobreproducción.
2. Las *mudas* por exceso de inventarios.
3. Las *mudas* de procesamiento.
4. Las *mudas* por transporte.
5. Las *mudas* por movimiento.
6. Las *mudas* por tiempos de espera.
7. Las *mudas* por fallas y reparaciones.

Comprender la razón de ser de cada una de ellas y los métodos para su detección, prevención y eliminación es uno de los principales objetivos en materia de capacitación tanto de directivos como de operarios. Así los consultores japoneses consideran que en las empresas occidentales sujetas a los sistemas tradicionales de gestión se hace necesario la contratación de una a dos veces más personal del necesario, cuatro veces más espacio físico del requerido y hasta diez veces o más tiempo del necesario para cumplimentar un ciclo.



Los excesos de inventarios, productos en proceso y productos terminados son la resultante no sólo de una filosofía de gestión orientada a empujar al mercado los productos, sino además es una forma de protegerse de las discontinuidades en la producción provocadas por falta de insumos, roturas de maquinarias, fallas en los procesos, prolongados tiempos de preparación y diseños de plantas inconsistentes con los procesos (producción por funciones en contraposición a la producción en células de trabajo). Este exceso de insumos y productos terminados o en proceso origina la necesidad de mayores espacios físicos incrementando los costos de manipulación, los costos de administrar los stock, mayores costos financieros, costos por roturas, vencimientos y fuera de moda, además de entorpecer las labores cotidianas.

Las *mudas* de transporte hacen referencia a los traslados internos innecesarios producto de los malos diseños de las plantas y de los procesos productivos, lo cual genera costo pero no agrega valor a los consumidores finales. En el caso de los movimientos generadores de desperdicios son todos aquellos que por no contemplar un mejor diseño de los circuitos, procesos y actividades generan menores niveles de productividad en los trabajadores producto de la realización de movimientos innecesarios y un mayor desgaste físico.

Las *mudas* por tiempo de espera apuntan tanto a los tiempos desaprovechados por la falta de insumos como a la rotura de máquinas o bien los tiempos de preparación de las máquinas y herramientas -tiempos de *set-up*-.

En el caso de los fallos y errores -y las actividades de corrección o pérdida de elementos-, se ocasionan en la falta de control continuo y en la aplicación de medidas preventivas (*poka-yoke*) que permitan generar los productos y servicios correctos en la primera vez. Esto se relaciona directamente con el último muda que son las de procesamiento. Diseñar correctamente los procesos en su debido momento incide significativamente en los costos de producción posteriores.

Entre los instrumentos utilizados en *kaizen* se encuentran el círculo de Deming, las cinco “S” de *kaizen* (también conocidos como los soles en General Motors), las siete herramientas estadísticas para la solución de problemas y el trabajo en equipo. La aplicación correcta y constante de estas técnicas garantiza el incremento de un 5% mínimo mensual de productividad en cualquier área a partir de la sexta semana después de su implementación.

Si bien el concepto de mejora continua empieza a ser adoptado por una cantidad importante de empresas, la cultura organizacional de occidente no favorece el desarrollo integral de esta filosofía. Uno de los principales obstáculos es la impaciencia de la Dirección por ver resultados inmediatos en toda la organización. El otro, y mucho más crítico, es la incapacidad de la organización para apoyar y reconocer los equipos de mejoramiento capaces de tomar decisiones propias en situaciones de trabajo que directamente los afectan. El tercer obstáculo es la falta de seguimiento por parte de la Dirección.

Kaizen puede ser la respuesta para quienes desean lograr resultados a corto plazo con poca inversión, siempre que decidan crear una organización basada en mejorar procesos humanos y productivos y comprometerse con la filosofía. Este proceso también es representado por el **Ciclo de Shewhart** o **Círculo PDCA** de Deming (por sus siglas en inglés: *Plan, Do, Check, Act*); precisamente, por ser el Shewhart su autor y Deming su más reconocido impulsor -figura 8.2-.

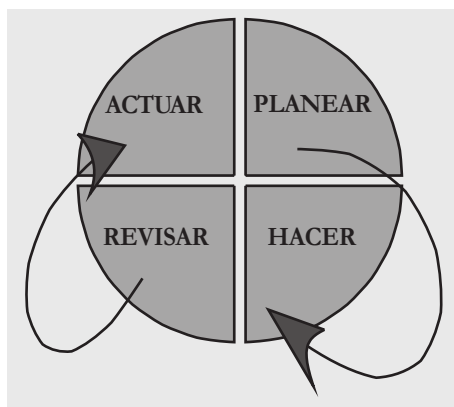


Figura 8.2
Círculo de Shewhart,
círculo PDCA (*plan,*
do, check, act) o de
Deming

<i>etapa</i>	<i>especificaciones</i>	<i>herramientas</i>
Planear	Definir el proyecto. Definir el problema. Analizar por qué es importante. Definir indicadores (variables de control)	<i>Brainstorming</i> Registros <i>Flowchart</i> Diagrama de Pareto
	Analizar la situación actual. Recoger información existente. Identificar variables relevantes. Confeccionar planillas de registros. Recopilar datos de interés.	<i>Brainstorming</i> Registros <i>Flowchart</i> Diagrama de Pareto
	Analizar causas potenciales. Determinar causas potenciales. Analizar datos recopilados. Observar la experiencia personal. Tormenta de ideas.	<i>Brainstorming</i> Registros <i>Flowchart</i> Diagrama de Pareto Diagrama de dispersión Diagrama de causa-efecto
	Planificar soluciones. Plantear un lista de soluciones. Establecer prioridades. Preparar un plan operativo.	<i>Brainstorming</i> Gráficos de barras Gráficos circulares
Hacer	Implementar soluciones. Efectuar los cambios planificados.	<i>Brainstorming</i> Gráficos de barras Gráficos circulares
Verificar	Medir los resultados. Recopilar datos de control. Evaluar resultados.	Diagrama de Pareto Gráficos de línea Histogramas Gráficos de control
	Estandarizar el mejoramiento. Efectuar los cambios a escala. Capacitar y entrenar al personal. Definir nuevas responsabilidades. Definir nuevas operaciones y especificaciones.	Diagrama de Pareto Gráficos de línea Histogramas Gráficos de control
Actuar	Documentar la solución Resumir el procedimiento aprendido.	Procedimientos generales Procedimientos específicos Registros e instructivos de trabajo

Los estándares de calidad enunciados por Deming se han convertido en referencias comunes en los libros de administración. No solamente el círculo visto anteriormente, sino también sus famosos **Catorce Puntos** y **Siete Pecados Mortales**, los cuales indican cómo instrumentar el mejoramiento de la calidad.

En realidad, toda su teoría gira alrededor de un proceso de transformación en avance que, siguiendo con los puntos y pecados, las organizaciones estarán en posición de mantenerse a la par con los constantes cambios del entorno económico. Indudablemente esto es mucho más largo de implementar, incluye más procesos de lo que las empresas occidentales están acostumbradas a realizar; de aquí, la resistencia a las ideas de Deming.



*Los Catorce Puntos de Deming*

1. Crear conciencia en los propósitos.
2. Adoptar una nueva filosofía.
3. Terminar con la práctica de comprar a los más bajos precios.
4. Establecer liderazgo.
5. Eliminar *slogans* vacíos.
6. Eliminar cuotas numéricas.
7. Establecer entrenamiento dentro del trabajo.
8. Desechar temores.
9. Romper las barreras entre departamentos.
10. Tomar acciones para lograr la transformación.
11. Mejorar siempre y constantemente el proceso de producción y servicio.
12. Desistir de la dependencia en la inspección en masa.
13. Remover barreras para apreciar la mano de obra.
14. Reeducar vigorosamente.

Los Siete Pecados Mortales de Deming

1. Creencia de constancia en los propósitos.
2. Enfatizar ganancias a corto plazo y dividendos inmediatos.
3. Evaluación de rendimiento, calificación de mérito o revisión anual.
4. Movilidad de la administración principal.
5. Manejar una compañía basado solamente en las figuras visibles.
6. Costos médicos excesivos.
7. Costos de garantía excesivos.

Cero Defectos

Los programas cero defectos ponen énfasis en hacer las cosas bien la primera vez. Rompen con la dualidad fabricación-orientación hacia la productividad- y control de calidad -orientación a detectar y eliminar los productos defectuosos. Se trata de mentalizar a todos los que intervienen en el proceso productivo para conseguir que las cosas se hagan siempre con absoluta perfección.

Los programas de cero defectos suelen incluir una fase de familiarización de los operarios con el producto para conseguir que comprendan la relación entre su trabajo personal y las prestaciones del producto, de manera que puedan evaluar las consecuencias de una mala ejecución de sus tareas.

La participación o el involucramiento del operario aportando ideas y sugerencias, es también un componente habitual de los programas de cero defectos. Esto se propicia con la frecuente organización de reuniones para informar sobre el programa y discutir la forma de su implementación. También suelen incluirse reuniones periódicas para analizar los errores que se cometen con más frecuencia y proponer soluciones. Como resultado de estas reuniones en las que se detectan las fuentes principales de los problemas de calidad, se programan después acciones correctivas. Éstas suelen incluir acciones de adiestramiento en aspectos técnicos que los operarios no dominan aún de modo suficiente.

Los programas de cero defectos requieren poner a disposición de los operarios datos sobre los resultados de la inspección de calidad. También requieren impartir una formación elemental en técnicas de análisis de datos para que los operarios entiendan los problemas y puedan encontrar sus causas más importantes. Esto requiere de la colaboración de personas de calidad con las que trabajan las estructuras de producción. En algunas empresas esta colaboración es bastante difícil porque tanto calidad como producción se consideran antagónicas. Si un programa de cero defectos avanza, las personas de control de calidad verán cómo poco a poco se transforma su función en una tarea de adiestramiento para producir calidad o en la de catalizadores de un proceso de participación, orientado a la mejora de la calidad.

Muchos programas de cero defectos van acompañados de campañas de sensibilización de todos los operarios, mediante demostraciones, slogans, carteles y carnets.

Círculos de Calidad

Kaoru Ishikawa define los círculos de calidad como un pequeño grupo organizado voluntariamente. Este grupo tiene tres objetivos principales:

- ~~Difundir~~ y potenciar el establecimiento y el desarrollo de los grupos de estudio en los que los mandos intermedios y los trabajadores estudian conjuntamente distintos temas para aleccionar y mantener los círculos de calidad. Su contenido lo constituyen temas de control de calidad.
- ~~Aplicar~~ los resultados de su estudio en los talleres, las fábricas o las oficinas en donde trabajan, a fin de mejorar el entorno laboral y el mismo trabajo.
- ~~Desarrollar~~ la personalidad de los trabajadores y de los mandos intermedios.

Si bien los círculos de calidad han prosperado y demostrado su efectividad en Japón, de donde han sido copiados por las empresas occidentales a partir de los últimos años de la década de 1970, la realidad es que utilizan ideas difundidas en aquel país por científicos bien conocidos en este lado del mundo como Deming y Juran. Los directivos japoneses demostraron mayor capacidad para aplicar los conceptos conocidos en el campo de la calidad que sus pares occidentales.

A diferencia de otros enfoques para mejorar la calidad, como los programas de cero defectos, los círculos de calidad japoneses no son impuestos por la Dirección, sino que se trata de un movimiento ascendente y voluntario, sin imposición desde arriba. La aplicación de los círculos de calidad se ve favorecida por la existencia de un método que permite, paso a paso, la formación de los participantes en las técnicas de control de calidad y el inicio gradual de la aplicación de estas técnicas.

Un círculo de calidad debería incluir al mando intermedio más relacionado con los operarios que forman parte de mismo así como a la persona que actúa de promotor o animador de la actividad (que ha de ser, sobre todo, una persona-recurso, un consultor interno o externo, un facilitador, no un vehículo de autoridad). Si los mandos intermedios no llegan a entender la conveniencia e importancia de implantar un círculo de calidad y si no asumen el compromiso de aplicar con éxito el método, posiblemente lo mejor será no comenzar.

Mando intermedio y promotor suelen ser los líderes del pequeño grupo. Antes de empezar, han de estudiar bien el método y, si es posible, visitar algún lugar donde esté funcionando y hablar con alguien de su nivel que lo haya aplicado. Mas adelante, el papel de líder del grupo puede tomarlo otro miembro del mismo, incluso ser rotativo por períodos. El líder ha de consolidar y mantener el grupo.

Del grupo participarán alrededor de nueve personas. La primera fase tiene por objeto formar a sus miembros en una serie de técnicas estadísticas muy elementales (herramientas de la calidad). Básicamente, estas técnicas tienen por objeto ayudar al grupo a identificar problemas que afectan a la calidad, a separarlos, a determinar la importancia de cada uno y a priorizarlos para su solución.



El círculo de calidad ha de abordar primero problemas simples que estén dentro de su alcance e incluirlos en su horizonte temporal y de inversión económica razonable. Dentro de estas categorías, se encuentran problemas tales como la distribución en la planta del grupo de máquinas, de herramientas y de stocks, la sucesión de las operaciones, la longitud de las tareas, la asignación de los trabajos, el control, la dificultad de los trabajos, la asistencia, la coordinación con otros trabajos o servicios (mantenimiento, preparación, etc.) Poco a poco, ha de ir atacando problemas más complejos y con un horizonte más amplio (en el espacio, estudiando su relación con otros sectores de la empresa; en el tiempo, aumentando la longitud de los estudios necesarios o de los procesos de corrección asociados; o en la inversión, por la envergadura de los proyectos necesarios para introducir la mejora sugerida).

El círculo de calidad se reúne por períodos de alrededor de una hora. En un 75% de los círculos japoneses, la frecuencia de las reuniones es de una o dos horas al mes. Parece que es más efectivo realizar dos reuniones mensuales de alrededor de una hora que una sola reunión de doble duración. En al gran mayoría de los casos, las reuniones tienen lugar al final de la jornada laboral y, casi siempre, ese tiempo se retribuye de algún modo (por ejemplo, como horas extraordinarias). La reunión se celebra normalmente en el mismo lugar donde se realiza el trabajo.

En el transcurso de la reunión propiamente dicha, tiene lugar un proceso continuo de formación y una discusión ordenada, dirigida por el líder del grupo, que se centra en el área del problema que se estudia. El problema se analiza aplicando las técnicas elementales enunciadas y los distintos miembros del grupo realizan sugerencias destinadas a resolver aspectos del problema. El grupo puede solicitar la presencia de personas de otras partes de la organización, cuyas decisiones afectan al área del problema estudiado. El líder del grupo se encarga de trasladar las sugerencias generadas en la reunión a quienes estén en condiciones de darles curso, excepto cuando la sugerencia puede ser puesta en práctica por el mismo grupo sin otro condicionante. Es muy importante para el fortalecimiento del grupo que las sugerencias sean atendidas.

El nivel de satisfacción por la actividad de control de calidad en las empresas que utilizan el enfoque (tanto en Japón como en otros países) suele ser muy alto y el número de círculos está creciendo considerablemente en todo el mundo. Sin embargo su aplicación no está exenta de problemas e incluso en Japón se encuentran casos de rechazo o de división de opiniones al respecto. Los aspectos más problemáticos para la aplicación de círculos de calidad son los siguientes:

- ~~Indiferencia~~ de algunos miembros del grupo.
- ~~Insuficiente~~ estudio de los métodos propios de los círculos de calidad y, en general, de los métodos de control de calidad.
- ~~Ausencia~~ de un liderazgo adecuado.
- ~~Falta de~~ apoyo por parte de los niveles directivos intermedios.
- ~~Mala~~ elección del contenido de las reuniones.
- ~~Inadecuada~~ programación de las reuniones.

Fue quizás a partir de mediados de la década de los setenta que la metodología de círculos de calidad empezó a difundirse por el mundo. La zona de mayor influencia de Japón, es decir el Sudeste Asiático, asimiló fácilmente el concepto y comenzó a aplicarse con éxito en países como Corea, Taiwán, Hong Kong e Indonesia. Se conocen también numerosas aplicaciones en Europa y los Estados Unidos, donde los círculos de calidad se han puesto especialmente de moda a partir de 1980. Se destaca el caso de Brasil, país en el que la metodología prospera desde hace casi dos décadas. En algunos países puntuales (como es el caso de Corea y Brasil), el gobierno ha desempeñado un importante papel catalizador.

En Europa existen abundantes experiencias descritas en la bibliografía de empresas que han puesto en aplicación los círculos de calidad. Destacamos el rápido desarrollo y la enorme difusión que han tenido en Francia, donde se publica una revista mensual y existe una asociación nacional de círculos de calidad.

Un primer paso para aplicar esta metodología consiste en definir una filosofía propia de los círculos de calidad en la empresa que se dispone a aplicarlos: ¿qué se pretende?, ¿cuáles pueden ser las áreas problemáticas más importantes?, ¿hasta dónde se quiere llegar?, ¿qué características tendrán los círculos de calidad en esa empresa (duración, periodicidad, retribución, etc)? Hay que impulsar la actitud de los mandos intermedios y de los distintos niveles directivos porque si alguno de ellos manifiesta escepticismo (fruto a veces del miedo a los cambios y a la pérdida de poder, de control o del mismo puesto de trabajo), no es fácil que pueda alcanzarse el éxito.

Es importante que se eviten las precipitaciones en la aplicación de la metodología. Ha de tenerse en cuenta que la sociedad japonesa es extraordinariamente homogénea, mientras que en otras latitudes las empresas ofrecen el panorama de un paraíso de la variedad cultural, intelectual, de habilidades y especializaciones y, cómo no, de ideologías. Por tanto, el diseño de una metodología de círculos de calidad adaptada a la empresa quizás sea más aconsejable. Esto es posible que obligue a elaborar algún material de lectura adecuado al personal y a los procesos de la empresa, para que los que participen en el proyecto puedan estudiar en su lenguaje y a su nivel las peculiaridades de la técnica.

No ha de esperarse un éxito rotundo de inmediato. El mundo ha empezado a reaccionar ante los círculos de calidad japoneses en los años `80, época en la que se ha puesto de manifiesto su espectacular resultado en el sector automotriz, a pesar de que hace más de treinta años que las empresas japonesas trabajan con este método. La tenacidad es importante para tener éxito. El compromiso con esta metodología, si se decide adoptarla, es fundamental. Se requiere un esfuerzo de tiempo y de atención de los directivos y un esfuerzo paralelo de recursos. Finalmente, como es lógico con toda innovación estructural, la forma como se inicie puede ayudar a que el proyecto de aplicación de los círculos de calidad fracase o tenga éxito. Es aconsejable elegir un grupo o unos pocos grupos para iniciar la aplicación como forma piloto.

Es importante señalar que el éxito de los círculos de calidad en las empresas, japonesas o no, en que han prosperado dichos grupos radica más en el hecho de que se han adaptado técnicas conocidas (y que se ha formado al personal y a los mandos en estas técnicas) que en la presencia de ideas revolucionarias en la metodología. Muchas empresas sufren un déficit de aplicación de conceptos que sus directivos conocen y para cuya incorporación es fácil encontrar personas preparadas y servicios de soporte. Poner en aplicación conceptos y técnicas requiere dedicación, compromiso, tenacidad, liderazgo y elaboración del método, y esto es en buena parte lo que ha de saber hacer un directivo.

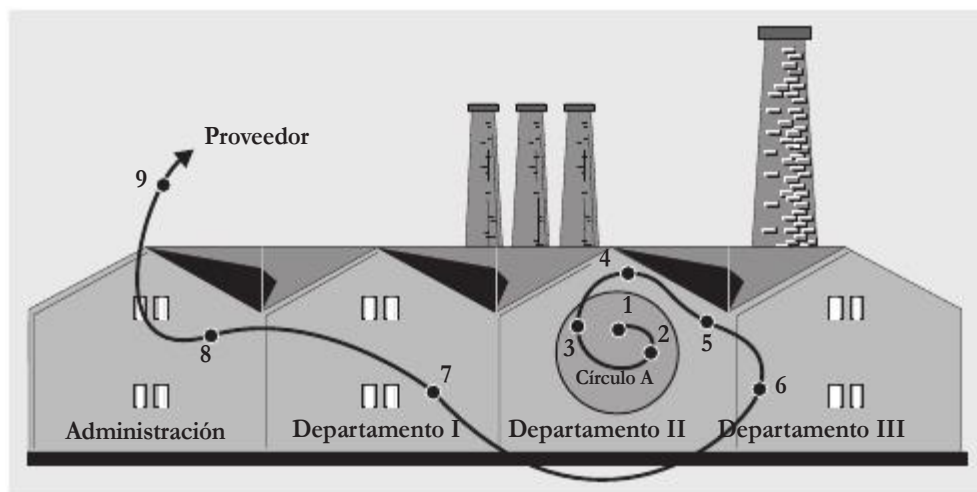


Figura 8.3
Organización del trabajo en los círculos de calidad



Los círculos han de iniciar su trabajo resolviendo los problemas que surgen en el ámbito de las labores propias de los miembros del círculo. A medida que un círculo adquiere coherencia y va resolviendo problemas de trabajo, que tienen su origen y su final en el propio círculo (problemas 1, 2 y 3 de la figura 8.3), empieza a atacar otros problemas que surgen en la interacción del círculo (o de sus miembros) con otros operarios y grupos del mismo departamento (problemas 4 y 5). Más adelante, el círculo empieza a atacar problemas más distantes, que tienen su origen o su final en la interacción del círculo con los departamentos contiguos (problemas 6 y 7). Posteriormente, el círculo ataca problemas que surgen de su interacción con áreas más lejanas, como pueden ser la administración (problema 8) o los proveedores (problema 9). Es importante que el círculo siga este orden de prioridades en la resolución de los problemas para facilitar la coherencia y el fortalecimiento del grupo que lo forma, así como el desarrollo de la credibilidad que necesita para ser atendido por personas externas al círculo.



UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID

GRUPOS DE MEJORA IMPLANTADOS AÑO 2000

A continuación encontrará información de los Grupos de Mejora que se han formado, detallándose el área de gestión o de servicio al que pertenece, integrantes o miembros que trabajan y el proceso objeto de la mejora del equipo. Así mismo, podrá encontrar información sobre el Método de Trabajo que siguen estos grupos y alguna de las Mejoras Implantadas más significativas.

MÉTODO DE TRABAJO:

Los equipos están constituidos por personas de diferentes Unidades o Departamentos que se constituyen como grupo de trabajo temporal para analizar un proceso, y proponer mejoras. Los equipos de mejora son un elemento clave en la mejora de una Unidad, y sirven por lo tanto a los objetivos generales de la misma, cuyo responsable es el Jefe de la Unidad. Por lo tanto, son estos responsables de unidades los que proponen anualmente al Comité de Calidad, una serie de procesos a mejorar.

Esta lista es analizada por el Comité de Calidad, el cual determina al menos tres de ellos, que por su importancia general para la Universidad, ámbito de aplicación, etc., serán los que aborden los siguientes equipos a formar.

Los Responsables de las Unidades implicadas en dichos procesos inician la formación de los equipos, que es siempre voluntaria.

Los equipos reciben una formación inicial de 15 horas sobre principios básicos de la mejora de la calidad (concepto de cliente, importancia de los datos, círculo de Deming, etc.), así como en la metodología de trabajo en equipo que deberán seguir. Dentro de esta formación deben finalizar la primera fase de la metodología (informe inicial).

Los equipos recorren las diferentes fases en base a reuniones quincenales en que se ponen en común los trabajos individuales. Finalizado el trabajo los equipos deben escribir un informe final, con las soluciones propuestas y un calendario y plan de acción para implantarlas.

Este informe final es presentado en sesión pública ante el Comité de Calidad, y abierta a todo el que quiera asistir.

El Responsable de la Unidad o Unidades implicadas en el proceso, participa activamente en la implantación y seguimiento de las mejoras propuestas por el equipo.

Los equipos tienen total autonomía en su forma de trabajo, horarios, etc., realizándose las reuniones en horario laboral.

<i>Área o servicio al que pertenece el grupo</i>	<i>Miembros en el grupo</i>	<i>Proceso a mejorar</i>
Gestión Económica	8 personas	Procedimiento administrativo de gastos hasta la propuesta de pago.
Relaciones Internacionales	5 personas	Gestión de los erasmus outgoing.
Administración de Campus GETAFE	8 personas	Uso y mantenimiento de los equipos audiovisuales en las aulas del Campus de GETAFE.
Institutos Universitarios	4 personas	Organización y gestión de congresos, seminarios, conferencias y cursos.
Oficina Técnica	6 personas	Organización de los trabajos realizados en la Oficina Técnica para las diversas áreas.

Área o servicio al que pertenece el grupo	Miembros en el grupo	Proceso a mejorar
Gestión de Recursos	6 personas	Inventario
Administración Campus GETAFE Administración Campus Leganés Administración Campus Colmanarejo Gestión de Recursos	8 personas	Mejora del Mantenimiento de aulas y espacios comunes.
S.I.J.A.	7 personas	Inscripción en las actividades del Servicio de Información Juvenil y Actividades Culturales.

MEJORAS IMPLANTADAS:

La lista siguiente, detalla las mejoras más significativas propuestas por los equipos desde su creación en la Universidad Carlos III:

- ~~Mejoras~~ varias en la comunicación de incidencias y urgencias de mantenimiento.
- ~~Ordena~~ ción de la resolución de las incidencias.
- ~~Aumento~~ de los puntos de consulta de alumnos al catálogo bibliotecario.
- ~~Mejoras~~ varias en la señalización de libros en Biblioteca.
- ~~Creación~~ del buzón de devoluciones en Biblioteca.
- ~~Mejoras~~ varias en el préstamo bibliotecario.
- ~~Centralización~~ en la publicación de notas en la Facultad.
- ~~Establecimiento~~ de tabloneros informativos en edificios y aulas.
- ~~Elaboración~~ de normas de publicación.
- ~~Establecimiento~~ de tabloneros de "Última Hora"
- ~~Elaboración~~ de Guías de procedimientos de pago de dietas.
- ~~Mejoras~~ varias en proceso de matrícula: elección de modalidad por alumno, citación previa, seguimiento de incidencias, etc.
- ~~Directorio~~ de información al alumno y redistribución de tabloneros en Escuela.
- ~~Informar~~ a todos los investigadores sobre condiciones que establecen entidades financieras.
- ~~Folleto~~ s informativos sobre fechas, procedimiento y reclamaciones de las pruebas de acceso a la Universidad.
- ~~Diferentes~~ mejoras en la gestión de la publicidad de los Doctorados, receptores información, agrupación folleto, encuestas.
- ~~Solicitudes~~ de admisión a Doctorados vía Internet y normalización de documentos.

- ~~Mejoras~~ varias en la atención a Aulas Informáticas: dotación cuenta e-mail a becarios, comunicación y seguimiento de incidencias, identificación de becarios, tabloneros informativos con horarios, etc.
- ~~Cambio~~ y simplificación de la propuesta de pedido. Disminución de los plazos existentes en las compras de investigación.
- ~~Mejoras~~ en la gestión de la carga docente, solicitud de elaboración de una aplicación informática.
- ~~Crear~~ un único documento en el que se estampe la firma del Gerente y de la Jefa de la Sección de Contabilidad. El texto del documento sirve para autorizar y contabilizar todos los documentos asentados en el día.
- ~~Aumento~~ y adecuación de la dotación de equipos audiovisuales, mejora de visibilidad de los equipos, facilitar el uso correcto y buen funcionamiento de los equipos, asegurar el buen mantenimiento, acortar los tiempos de reparación, mejora de canales de comunicación y homogeneización del procedimiento de reserva de equipos.
- ~~Elaboración~~ de una programación de los Institutos, creación de una página en INTERNET, potenciar el uso del correo electrónico, colocación de tabloneros de información, mayor uso del Gabinete de Prensa, etc.
- ~~Nuevo~~ dibujo del proceso de Gestión de Inventario simplificando el procedimiento, unificación en un formulario único, unificación de criterios para altas en el inventario, elaboración de un manual del proceso, etc.
- ~~Posibilidad~~ de domiciliación bancaria de pagos por las actividades Deportivas y Culturales, pago con tarjetas de crédito, aumento de los canales de inscripción, estudio de compra de un paquete informático para la gestión de las actividades e inscripciones en el SIJA.



Seis Sigma

Seis Sigma es una estrategia para el aumento de la competitividad a través de la mejora continua de la calidad, con énfasis en la aplicación de herramientas estadísticas para la eliminación de defectos. Desarrollado por Motorola en los años 80, el Seis Sigma despertó rápidamente el interés de otras empresas, cuyo *benchmark* en términos de mejora continua de la calidad y de retorno financiero pasó a ser referente de esta empresa. La conquista del premio nacional de calidad americano (*Malcolm Baldrige National Quality Award*) aliado a los resultados alcanzados por la empresa, llevó al Seis Sigma rápidamente a ser una herramienta estratégica a utilizar en un ambiente globalizado.

A nivel estratégico, el objetivo del Seis Sigma es alinear a la empresa con su mercado y desarrollar mejoras reales (en capital) con fines de lucro. A nivel operativo, el objetivo del Seis Sigma es cambiar los atributos del producto o servicio dentro de las especificaciones que solicita el cliente tendiendo a reducir la variación del proceso.

Seis Sigma es una metodología rigurosa que utiliza herramientas y métodos estadísticos para *definir* los problemas y situaciones a mejorar, *medir* para obtener la información y los datos, *analizar* la información recolectada, *incorporar* y emprender mejoras al o a los procesos y, finalmente, *controlar* o rediseñar los procesos o productos existentes, con la finalidad de alcanzar etapas óptimas, lo que a su vez genera un ciclo de mejora continua.

La metodología formal de aplicación de Seis Sigma en general sigue este esquema DMAIC; sin embargo, algunos autores prefieren incorporar otras etapas adicionales, tales como reconocer la situación o problema, estandarizar los nuevos procesos en toda la organización y, finalmente, integrar los cambios o soluciones a toda la organización.

Dentro del arsenal de herramientas utilizadas para soportar Seis Sigma, se encuentran casi todas las conocidas en el mundo de la calidad tradicional y del TQM. Se pueden mencionar entre otras:

- ~~Procesos~~ de Mejora Continua (CIP)
- ~~Diseño~~ / Rediseño de Procesos
- ~~Análisis~~ de Varianza (ANOVA)
- ~~Cuadro~~ de Mando Integral (BSC)
- ~~La Voz~~ del Cliente (VOC)
- ~~Pensamiento~~ Creativo
- ~~Diseño~~ de Experimentos (DoE)
- ~~Control~~ Estadístico de Procesos (SPC)

Los elementos clave que soportan la filosofía Seis Sigma y que aseguran una adecuada aplicación de las herramientas, así como el éxito de esta iniciativa como estrategia de negocios, son los siguientes:

- ~~Identificación~~ de los elementos Críticos para la Calidad (CTQ) de los clientes externos.
- ~~Identificación~~ de los elementos Críticos para la Calidad (CTQ) de los clientes internos.
- ~~Realización~~ de los análisis de los modos y efectos de las fallas (FMEA).
- ~~Utilización~~ del Diseño de Experimentos (DoE) para la identificación de las variables críticas.
- ~~Hacer~~ *benchmarking* permanente y establecer los objetivos a alcanzar, sin ambigüedades.

Esta filosofía promueve la utilización de herramientas y métodos estadísticos de manera sistemática y organizada, para el logro de mejoras dramáticas y medibles por su impacto financiero. El ingrediente secreto que hace que funcione reside en la infraestructura que se establece en la organización. Esta infraestructura es la que motiva y produce una cultura Seis Sigma que, junto con un proceso de pensamiento en toda la organización, genera un estilo de gerencia basada en conocimientos.

El soporte y compromiso por parte de la Dirección es vital y fundamental, para lo cual se entrenan y definen los *Maestros* (también conocidos como *Champions*), quienes son los dueños de los proyectos críticos para la organización. Para desarrollar estos proyectos se escogen y preparan expertos (conocidos como *Master Black Belt*, *Green Belt* o *Black Belt*), quienes se convierten en agentes de cambio para impulsarlos en conjunto con los equipos de trabajo seleccionados para la tarea.

Como mencionamos anteriormente, esta filosofía se inicia en los años '80 como una estrategia de negocios y de mejoramiento de la calidad, introducida por Motorola, la cual ha sido ampliamente difundida y adoptada por otras empresas de clase mundial tales como General Electric, Allied Signal, Sony, Polaroid, Dow Chemical, FedEx, DuPont, NASA, Lockheed, Bombardier, Toshiba, J&J, Ford, ABB, Black & Decker, entre otras.

Su aplicación requiere del uso intensivo de herramientas y metodologías estadísticas para eliminar la variabilidad de los procesos y producir los resultados esperados con el mínimo posible de defectos, bajos costos y máxima satisfacción del cliente. Esto contrasta con la forma tradicional de asegurar la calidad al inspeccionar *post-mortem* y tratar de corregir los defectos, una vez producidos.

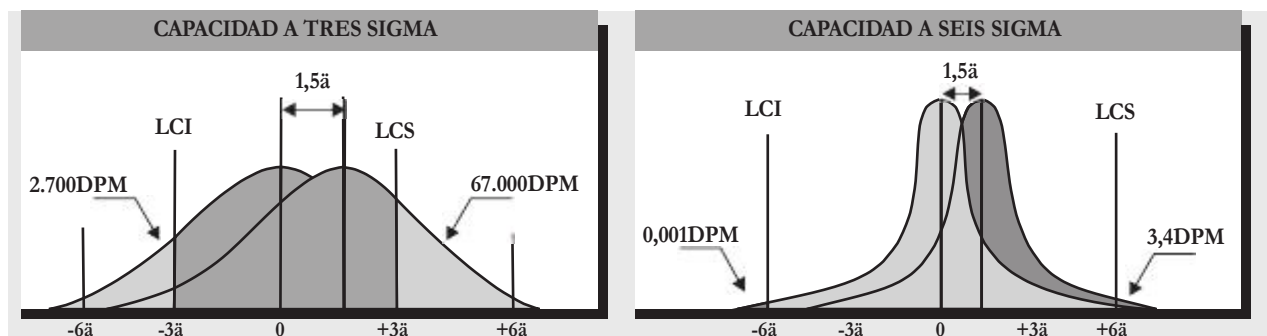


Figura 8.4
Capacidad a 3 y a 6 sigma

Un proceso con una curva de capacidad afinada para seis sigma, es capaz de producir con un mínimo de hasta 3,4 defectos por millón de oportunidades (DPMO), lo que equivale a un nivel de calidad del 99,9997%. Este nivel de calidad se aproxima al ideal del cero defecto y puede ser aplicado no sólo a procesos industriales de manufactura, sino también en procesos transaccionales y comerciales de cualquier tipo; como por ejemplo, en servicios financieros, logísticos o mercantiles.

Quizás la contribución más importante para el auge y desarrollo actual de Seis Sigma, haya sido el interés y esfuerzo dedicado para su implementación en toda la compañía General Electric, desde sus divisiones financieras, hasta sus equipos médicos y de manufactura. La fuerza impulsora que apuntaló y apoyó esta iniciativa fue Jack Welch, CEO de la empresa, quien al respecto ha señalado: “solamente tengo tres cosas que hacer: tengo que seleccionar a las personas correctas, asignar la cantidad adecuada de dólares y transmitir ideas de una división a otra a la velocidad de la luz. Así que realmente estoy en el negocio de promover y transmitir ideas”.

A continuación presentaremos algunos ejemplos de aplicación de capacidad seis sigma:

- ~~El número~~ de fatalidades en vuelos domésticos en Estados Unidos es de 0,43 ppm; un nivel de entre 6 y 7 sigma.
- ~~Los centros~~ de producción de energía nuclear operan con niveles de entre 6 y 7 sigma.
- ~~Motorola~~, General Electric y la NASA efectúan la mayoría de sus procesos a niveles de 6 sigma.
- ~~Las~~ compañías promedio en Estados Unidos tienen entre 1.000 y 10.000 dpm (defectos por millón) para un desplazamiento de 1,5 sigma. Esto equivale a un nivel de 4 sigma.

A continuación presentaremos ejemplos de por qué un nivel de calidad del 99% (4 sigma) muchas veces no sería suficiente ni satisfactorio; mucho menos aceptable. Este nivel implicaría para el mundo entero:

- ~~20.000~~ piezas de correo perdidas en cada hora.
- ~~5.000~~ operaciones de cirugía incorrectas por semana.
- ~~Al menos~~ cinco aterrizajes diarios con problemas en los principales aeropuertos del mundo.
- ~~200.000~~ prescripciones de medicamentos incorrectas cada año.
- ~~Falta de~~ servicio eléctrico por casi 7 horas al mes.



Ahora bien, ¿qué hace diferente a Seis Sigma de la calidad tradicional? ¿No están basadas en las mismas herramientas y métodos reconocidos por los mismos autores de la Calidad Total? Las diferencias quizás residen en la forma de aplicar estas herramientas y su integración con los propósitos y objetivos de la organización, como un todo. En la siguiente tabla se resumen algunas de las diferencias más notables de enfocar la calidad entre la tradicional o a través de la estrategia de Seis Sigma.

<i>Calidad Tradicional</i>	<i>Seis Sigma</i>
Centralizada, de estructura rígida y de enfoque reactivo.	Descentralizada en una estructura constituida para la detección y solución de los problemas. Enfoque proactivo.
Generalmente no hay una aplicación estructurada de las herramientas de mejora.	Hace uso estructurado de las herramientas de mejora y las técnicas estadísticas para la solución de los problemas.
No tiene soporte en la aplicación de las herramientas de mejora. Su uso es localizado y aislado.	Provee toda una estructura de apoyo y capacitación al personal para el empleo de las herramientas de mejora.
La toma de decisiones se efectúa sobre la base de presentimientos y datos vagos.	Toma de decisiones basada en datos precisos y objetivos: “sólo Dios creó, los demás traigan datos”.
Se aplican remedios provisionales o parches. Sólo se corrige en vez de prevenir.	Va a la causa raíz implementando soluciones sólidas efectivas para prevenir la recurrencia de los problemas.
Inspección para la detección de los defectos (variables clave de salida de proceso). <i>Post-Mortem</i> .	Enfocada hacia el control de las variables clave de entrada al proceso, las cuales generan la salida o producto deseado del proceso.

Implementación de un proceso de mejora continua

Los conceptos de la Mejora Continua indican que si se logra controlar un proceso dejándolo estable en el tiempo reduciendo sus variaciones, podrá luego ser mejorado reduciendo estas variaciones o rediseñándolo con el fin de obtener productos de calidad que satisfagan tanto al cliente interno o externo. A continuación se indican los pasos a seguir para la correcta implementación del modelo, haciendo referencia a lo planteado por Cruz Novoa en 1993. Como principio fundamental del TQM, diremos que todas las organizaciones tienen procesos que pueden ser susceptibles de análisis y mejora. Los pasos que componen este análisis y su respectiva mejora son los siguientes:

1. **Identificar al proceso objetivo:** en general, existen cuatro formas de comenzar esta tarea:

- a) Identificando un problema que se quiere resolver.
- b) Identificando una oportunidad de mejora en un proceso en especial.
- c) Identificando nuevos requerimientos de los clientes.
- d) Presentación de un proceso crítico que la organización decidió atacar.

2. **Nombrar un dueño del proceso:** en esta etapa, la Dirección, el comité de calidad o el gerente que pretende mejorar procesos, establece en qué área se encuentra el problema y nombra a un dueño del proceso de mejoramiento y a un equipo de trabajo para esta tarea.

Este dueño será el responsable de llevar adelante la tarea de la mejora. Es precisamente en esta etapa donde se definen los objetivos del proyecto, los recursos que se requieren, las atribuciones y el tiempo que incurrirá.

3. **Describir el proceso:** el dueño y su equipo de trabajo realizarán una descripción del proceso actual definiendo cómo se presenta y cómo está operando. Esta descripción será lo más detallada posible porque de ella surgirán cuestiones tales como:

- ~~Limites~~ del proceso.
- ~~Actividades~~ del proceso.
- ~~Productos~~ o servicios output.
- ~~Insumos.~~
- ~~Cientes~~ internos y externos.
- ~~Proveedores~~ internos o externos.

4. **Solucionar lo sencillo:** una vez que se definió el proceso, aparecen distintas soluciones a los problemas más obvios y que rápidamente pueden implementarse. Esto se observa en casos de duplicación de trabajos que no agregan valor, complejidad innecesaria de procedimientos, transportes de materiales, demoras, etc.

5. **Estandarizar el proceso:** consiste en definir y uniformar los procedimientos y las operaciones de manera de lograr que todos los involucrados realicen las mismas de igual forma. Al existir distintas maneras de realizar un trabajo seguramente se aumentará la variabilidad del proceso y, como consecuencia de ello, las fallas y no conformidades. En la estandarización de procesos se documentarán los distintos procedimientos involucrados en el proceso analizado, incluyendo mínimamente la siguiente información y documentación:

- ~~Definición~~ de funciones y responsabilidades.
- ~~Definición~~ en términos de operaciones.
- ~~Especificaciones~~ técnicas.
- ~~Mantenimiento.~~
- ~~Instrucciones~~ de trabajo.
- ~~Inspección~~ y control del proceso.
- ~~Entrenamiento~~ o capacitación necesario.

6. **Definir indicadores e instrumentos de medición:** se necesitará establecer indicadores que permitan tener información objetiva de cómo se está comportando el proceso. El equipo de trabajo debe definir estos indicadores que permitan observar los comportamientos y, además, deberá establecer el proceso de verificación de los mismos. Tendrá que plantearse cómo se medirán, quién lo hará, cuándo se harán las mediciones, dónde se registrarán y por último qué instrumentos utilizará para que esta información pueda ser presentada para su evaluación.

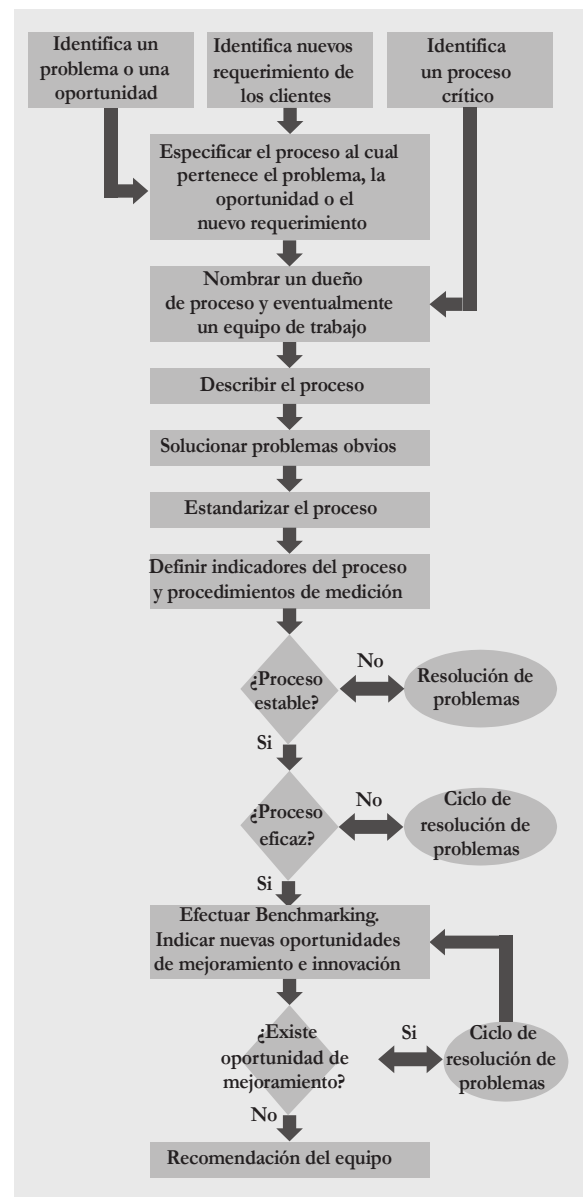


Figura 8.5

Proceso de mejora continua



7. **Recolectar y analizar los datos:** de acuerdo al procedimiento de medición establecido anteriormente, se realizará la correspondiente medición. Para ello se utilizarán las herramientas de la calidad y técnicas estadísticas disponibles (SPC). Si el proceso es crítico o el procedimiento para la recolección y análisis de datos lo requiere, esta tarea puede ser realizada por personas externas a la organización que cuenten con los conocimientos necesarios de estadística aplicada.
8. **Verificación del proceso:** en esta etapa se analizará si el proceso es estable en términos estadísticos. Un proceso es estable cuando está bajo control estadístico; o sea que está sujeto a una variación propia y no se observa la presencia de causas asignables o especiales. En definitiva, este proceso es predecible. Para llevar a cabo la verificación, se utilizan los gráficos de control que veremos entre las herramientas propias del Control Estadístico de Procesos. También en esta etapa se verifica si el proceso es eficaz; es decir, si cumple con las especificaciones del cliente. De no ser así, el equipo debe proceder a estudiar las causas utilizando el Ciclo de Shewart o también llamado Círculo PDCA de Deming.
9. **Benchmarking u oportunidades de mejora:** en esta etapa el equipo se pregunta si es posible mejorar aún más el proceso y si es conveniente hacerlo. Para obtener las respuestas, es muy probable que se utilice la herramienta del *benchmarking* comparando el proceso con similares de otras organizaciones por medio de indicadores que indiquen la calidad percibida por el cliente.
10. **Mejorar:** si el equipo reconoce estas oportunidades, utilizará nuevamente el ciclo de resolución de problemas. Si no fuese así el equipo finalizará su tarea.
11. **Reconocer:** es importante que la Dirección reconozca a los miembros del equipo por la tarea realizada. Para ello, cada organización debe tener establecido algún tipo de recompensas que pueden ser de cualquier índole y variedad, pero que deberán existir como forma de motivación.

HERRAMIENTAS GENÉRICAS DE LA CALIDAD

La aplicación de técnicas estadísticas al control de calidad ha permitido un elevado grado de profesionalización de esta función. Los métodos de resolución de problemas juegan un rol muy importante en la mejora de la calidad estadística. Desde los años 60s, los trabajadores, operarios e ingenieros de la industria japonesa han utilizado simples métodos que se conocen como las **siete herramientas de la calidad**. Estas herramientas son utilizadas para analizar la realidad y presentar los resultados de la mayoría de sus problemas. Hoy en día, son conocidas en todo el planeta, enseñadas en universidades como herramientas para la total organización de mejora de la calidad, y son frecuentemente incorporadas en sistemas de gran escala para procesos de control estadístico.

Estas siete herramientas básicas del control de calidad son: Gráficas de Frecuencia (histogramas), Diagramas de Pareto, Diagramas de Causa-Efecto, Hojas de Verificación, Estratificación, Gráficas de Dispersión y Gráficos de Control. Más tarde se han sumado a esta lista el Despliegue de la Función de Calidad, el Método Taguchi y el Modelo de Kano.

Gráfica de frecuencias - histograma

Este es un caso típico de la técnicas estadísticas de control de calidad. Un ejemplo puede ayudar a comprender mejor esta fácil y práctica herramienta. Suponga que se toman regularmente muestras de la producción de un concentrado de jugo de naranja y que se obtienen los resultados que presenta el *cuadro datos de una serie de muestras de concentrado de jugo de naranja*. La representación gráfica aparece en el histograma de los porcentajes de *concentrado de jugo de naranja* de la figura 8.6. En el eje horizontal, se han representado los intervalos de concentración y en el eje vertical las frecuencias con que se han dado estas concentraciones. Cada frecuencia y cada intervalo determinan un rectángulo. La configuración de los rectángulos permite visualizar de forma clara y simple la importancia relativa de los datos.

Los histogramas tienen la ventaja de ser fácilmente manejables por personal poco calificado que al realizarlos incluyen los datos con que disponen y puede discernir los más importantes.

<i>Datos de una serie de muestras de concentrado de jugo de naranja</i>		
<i>Concentración comprendida entre</i>	<i>Numero de muestras</i>	<i>Porcentaje de las muestras</i>
4,0% y 4,2%	3	15%
4,2% y 4,4%	8	40%
4,4% y 4,6%	4	20%
4,6% y 4,8%	3	15%
4,8% y 5,0%	2	10%
total	20	100%

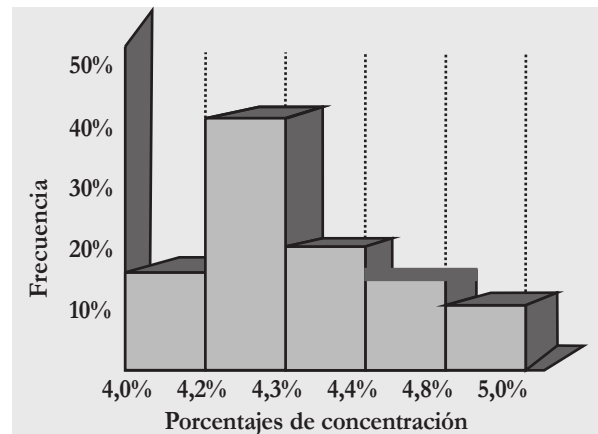


Figura 8.6
Histograma. Concentrado de jugo de naranja.

Diagrama de Pareto

El Diagrama de Pareto es utilizado para determinar prioridades para ciertas actividades que impulsen el control total de la calidad. Es una gráfica de barra que muestra la frecuencia relativa de problemas en un proceso.

Utilizaremos también un ejemplo para comprenderlo mejor. Suponga que se analizan los accidentes ocurridos durante un año en un determinado tramo de carretera, clasificándolos por su causa principal, el cuadro *número de accidentes en un tramo de carretera* muestra los resultados del análisis. La representación gráfica sería la que aparece en el Diagrama de Pareto de los accidentes en un tramo de carretera.

El Diagrama de Pareto ordena las causas según su importancia de mayor a menor, lo que muestra claramente que algunas destacan mucho más que las otras. Así, el 80% de los accidentes, en el ejemplo, estarían provocados por dos causas. También en este caso, la ventaja de esta sencilla técnica de presentar los datos se halla en su rápida visualización y comprensión.

<i>Número de accidentes en un tramo de la carretera</i>			
<i>Causa principal del accidente</i>	<i>Numero de accidentes</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
Exceso de velocidad	72	60%	60%
Peatones en la calzada	24	20%	80%
Sobrepaso prohibido	12	10%	90%
Falla técnica (frenos)	6	5%	95%
Conducir alcoholizado	4	3,3%	98,3%
Otros	2	1,7%	100%
Total	120	100%	

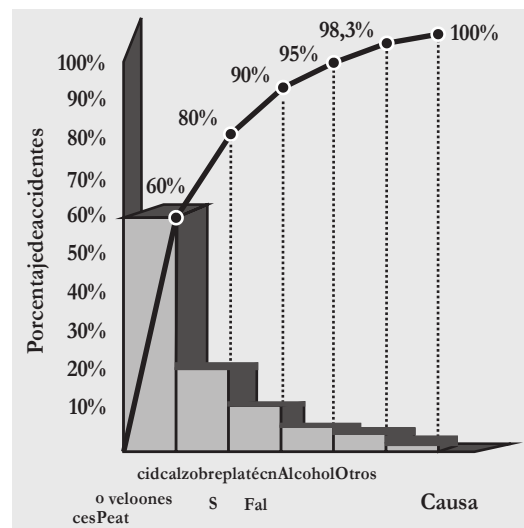


Figura 8.7
Diagrama de Pareto. Accidentes en un tramo de la carretera.



Diagrama de Causa-Efecto

Otra técnica sencilla y útil es el diagrama de causa-efecto, también conocido como diagrama de Ishikawa o de espina de pescado. Su propósito es proveer una vista gráfica de una lista en donde se pueden identificar y organizar posibles causas a problemas para asegurar el éxito dentro de algún proyecto.

En la figura 8.8 se muestra el análisis de los defectos de las soldaduras de los tubos de cobre de pequeño diámetro en una fábrica de calentadores a gas.

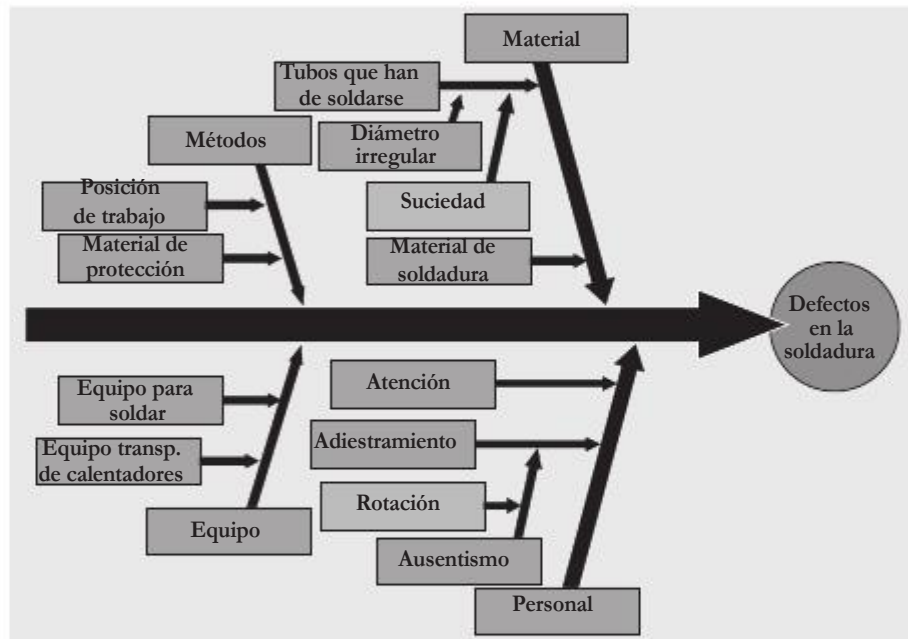


Figura 8.8
 Diagrama de causa-efecto.
 Defectos en la soldadura de tubos.

Las posibles causas de que algunas soldaduras resulten defectuosas se han agrupado en cuatro grandes familias (representadas por las flechas que inciden lateralmente sobre la causa principal): material, métodos, equipo y personal.

La causa material puede dar lugar a defectos por dos causas secundarias: material de soldadura y tubos que han de soldarse. Puede ocurrir que en ciertos casos el material de soldadura sea defectuoso.

La causa secundaria tubos puede contener a su vez dos factores principales causa de defectos: que los tubos que han de soldarse no tengan siempre el mismo diámetro, lo que contribuirá a errores de los operarios, o que los tubos que han de soldarse estén sucios y, como consecuencia, queden poros al efectuar la soldadura.

Software

Existen varios programas informáticos disponibles en el mercado para trabajar con diagramas de Causa-Efecto de forma profesional, por ejemplo:



La causa métodos puede contener dos causas secundarias: la posición de trabajo (que puede ser incómoda o puede impedir una buena visibilidad de los puntos que se vayan a soldar) y el material de protección que, por ser poco adecuado, impida a los operarios gozar de una visibilidad suficiente.

La causa equipo se desglosa en dos causas secundarias: el equipo de soldadura y el equipo de transporte de los calentadores (es posible que este último avance demasiado rápido impidiendo un trabajo suficientemente preciso del operario). La causa personal consta de dos causas secundarias: adiestramiento y atención. La causa terciaria adiestramiento está afectada por la rotación de los puestos, provocada, a su vez, por el ausentismo.

Después de haber hecho el desglose de todo lo que puede afectar a la producción de los defectos en la soldadura de los tubos, el siguiente paso puede ser el análisis individualizado de cada una de esas causas, separando las que tienen importancia de las que son irrelevantes.

El uso de este diagrama ayuda a entender los problemas complejos de calidad. La utilización sistemática de esta técnica permite realizar un análisis exhaustivo del problema y hace posible, además, el planteamiento de las soluciones más idóneas para las causas principales y secundarias más importantes. Este diagrama es el resultado de la implementación de la técnica de brainstorming en donde todos los miembros del grupo ofrecen ideas innovadoras sobre cómo mejorar un producto, proceso o servicio. Como vimos, el objetivo principal es representado por el tronco del diagrama y los factores principales son representados por medio de ramas que se desprenden del tronco. Luego se agregan los factores secundarios y terciarios. La creación de este diagrama estimula la discusión y, generalmente, guía hacia la comprensión de un problema complejo.

Por lo general, la realización de los diagramas de causa efecto se efectúa por medios de dibujos a mano sobre un papel. Para ello, es muy importante tener en cuenta la separación de las causas en principales y secundarias, tal como se representa en la figura 8.9(a) e implementar la técnica gráfica conocida como la de las “6 M”, donde se esquematizan seis ramas principales de análisis como causas del efecto analizado, según se indica en la figura 8.9(b)

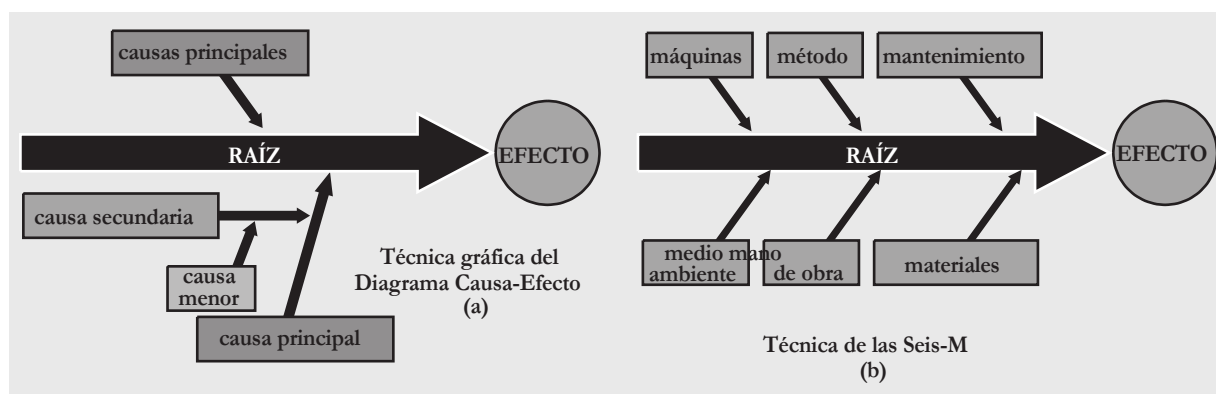


Figura 8.9
 Diagrama de causa-efecto.
 Técnicas de construcción.

Sin embargo, e independientemente de la frecuencia del armado de diagramas de causa efecto a mano sobre un papel, existen en el mercado paquetes de software que muestran estos diagramas profesionalmente.

Las características principales de estos software para el procedimiento de Ishikawa es que brindan un ambiente gráfico interactivo para crear diagramas con la facilidad, otorgan opciones para grabar los diagramas realizados en código SAS o en el catálogo gráfico, cuentan con ventanas que aparecen al escribir sobre una rama del diagrama brindando herramientas para actualizar un diagrama guardado por medio de la edición del mismo y permiten la utilización del zoom para graficar diagramas complejos.



Estratificación

Es una estrategia de clasificación de datos de acuerdo a variables de interés de tal forma que en una situación dada se encuentren las fuentes de la variabilidad. Esto es importante ya que una forma de buscar la solución de una situación problemática es tratando de encontrar las causas de la variabilidad, lo que se puede lograr estratificando o clasificando sus potenciales fuentes. A continuación se presentan algunas características y cómo pueden estratificarse:

- Operario: experiencia, edad, sexo, turno.
- Maquinaria o equipo: máquina, modelo, tipo, vida
- Tiempo de producción: día, semana, noche, mes.
- Proceso: procedimiento, temperatura.

Cuando los datos de una estratificación presentan alta variabilidad es frecuente profundizar en una característica y volver a estratificar. Así la estratificación se puede ver como una estrategia de búsqueda de las fuentes de variabilidad con lo que, realizada en forma secuencial, se convierte en una herramienta poderosa y permite profundizar en el entendimiento de un problema, convirtiéndose en un instrumento para la mejora continua.

Diagrama de Dispersión

En la búsqueda de las causas de un problema de calidad y con el reto de innovar en un proceso de producción, es común que sea necesario analizar la relación entre dos factores. Así tal vez sea de interés averiguar si la variación en un factor provoca variación en el otro; es decir, si existe una relación de causa-efecto entre dos factores.

El diagrama de dispersión permite hacer esa comparación mediante un análisis gráfico de dos factores que se manifiestan simultáneamente en un proceso concreto.

Si X representa un factor e Y el otro, entonces se mide, al mismo tiempo y durante reiteradas oportunidades, el comportamiento de los dos factores. Las parejas de datos obtenidos con las mediciones se representan en el plano cartesiano y a la gráfica resultante se le conoce como diagrama de dispersión.

En definitiva, un diagrama de dispersión es una representación gráfica de la relación entre dos variables, muy utilizada en las fases de comprobación de teorías e identificación de causas raíz y en el diseño de soluciones y mantenimiento de los resultados obtenidos. Tres conceptos especialmente destacables son:

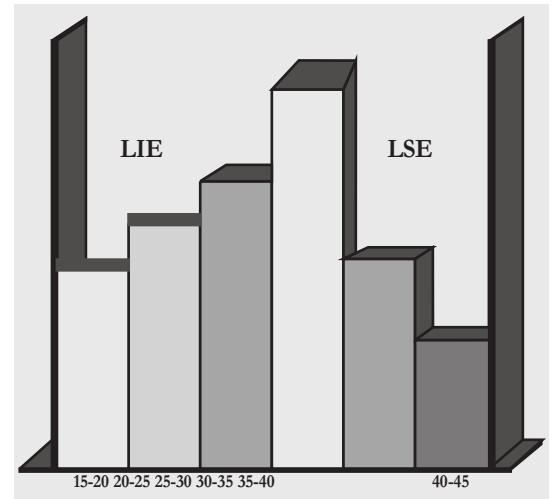


Figura 8.10

Estratificación.

Edad de operarios del sector producción.



- ~~el descubrir~~ las verdaderas relaciones de causa-efecto es la clave de la resolución eficaz de un problema,
- ~~las relaciones~~ de causa-efecto casi siempre muestran variaciones, y
- ~~es más~~ fácil ver la relación en un diagrama de dispersión que en una simple tabla de números.

El análisis de un diagrama de dispersión consta de un proceso de cuatro pasos:

1. Elaborar una teoría razonable.
2. Obtener los pares de valores y dibujar el diagrama.
3. Identificar la pauta de correlación.
4. Estudiar las posibles explicaciones.

Las pautas de correlación más comunes son:

- ~~correlación~~ fuerte positiva (Y aumenta claramente con respecto a X)
- ~~correlación~~ fuerte negativa (Y disminuye claramente con respecto a X)
- ~~correlación~~ débil positiva (Y aumenta algo con respecto a X)
- ~~correlación~~ débil negativa (Y disminuye algo con respecto a X)
- ~~correlación~~ compleja (Y parece relacionarse con X pero no de un modo lineal)
- ~~correlación~~ nula (no hay relación entre X e Y)

Errores comunes son no saber limitar el rango de los datos y el campo de operación del proceso y perder la visión gráfica al sintetizarlo todo en resúmenes numéricos. En la figura 8.11 vemos la representación gráfica mediante un diagrama de dispersión para el estudio de la relación entre estatura (Y) y peso (X) de una muestra de 60 personas, según la siguiente tabla:

		Talla		
		1,55-1,65	1,65-1,75	1,75-1,85
peso	50-55	2	1	0
	55-60	2	2	1
	60-65	1	3	2
	65-70	1	10	8
	70-75	4	5	5
	75-80	2	3	8

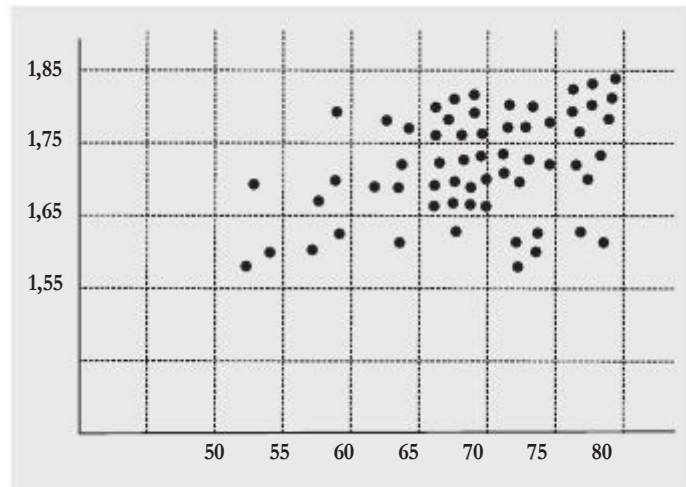


Figura 8.11
Diagrama de dispersión. Relación peso-estatura.

Gráficos de Control

Supongamos que se desea controlar un proceso de fabricación de producto sustituto del cuero curtido que se obtiene recubriendo un tejido con polímero. Periódicamente se toman muestras de la producción y se pesan. Cada muestra consta de cinco cuadrados de una superficie de medio metro cuadrado y se toman un total de 25 muestras. Para cada una de ellas, se calcula la media de los cinco pesos y la dispersión de su distribución (la de peso mayor menos la de menor).

Datos de una serie de muestras de un proceso de fabricación de tejido recubierto con polímero

Muestra	n Número de elementos de la muestra					m (media)	s (dispersión)
	1°	2°	3°	4°	5°		
1	14,0	12,6	13,2	13,1	12,1	13,00	1,9
2	13,2	13,3	12,7	13,4	12,1	12,94	1,3
3	13,5	12,8	13,0	12,8	12,4	12,90	1,1
4	13,9	12,4	13,3	13,1	13,2	13,18	1,5
5	13,0	13,0	12,1	12,2	13,3	12,72	1,2
6	13,7	12,0	12,5	12,4	12,4	12,60	1,7
7	13,9	12,1	12,7	13,4	13,0	13,02	1,8
8	13,4	13,6	13,0	12,4	13,5	13,18	1,2
9	14,4	12,4	12,2	12,4	12,5	12,78	2,2
10	13,3	12,4	12,6	12,9	12,8	12,80	0,9
11	13,3	12,8	13,0	13,0	13,1	13,04	0,5
12	13,6	12,5	13,3	13,5	12,8	13,14	1,1
13	13,4	13,3	12,0	13,0	13,1	12,96	1,4
14	13,9	13,1	13,5	12,6	12,8	13,18	1,3
15	14,2	12,7	12,9	12,9	12,5	13,04	1,7
16	13,6	12,6	12,4	12,5	12,2	12,66	1,4
17	14,0	13,2	12,4	13,0	13,0	13,12	1,6
18	13,1	12,9	13,5	12,3	12,8	12,92	1,2
19	14,6	13,7	13,4	12,2	12,5	13,28	2,4
20	13,9	13,0	13,0	13,2	12,6	13,14	1,3
21	13,3	12,7	12,6	12,8	12,7	12,82	0,7
22	13,9	12,4	12,7	12,4	12,8	12,84	1,5
23	13,2	12,3	12,6	13,1	12,7	12,78	0,9
24	13,2	12,8	12,8	12,3	12,6	12,74	0,9
25	13,3	12,8	12,0	12,3	12,2	12,72	1,1
TOTAL						323,50	33,8

La comparación gráfica de los datos del proceso con límites de control calculados estadísticamente se denomina gráfico de control, tal como se muestra en la figura 8.12.

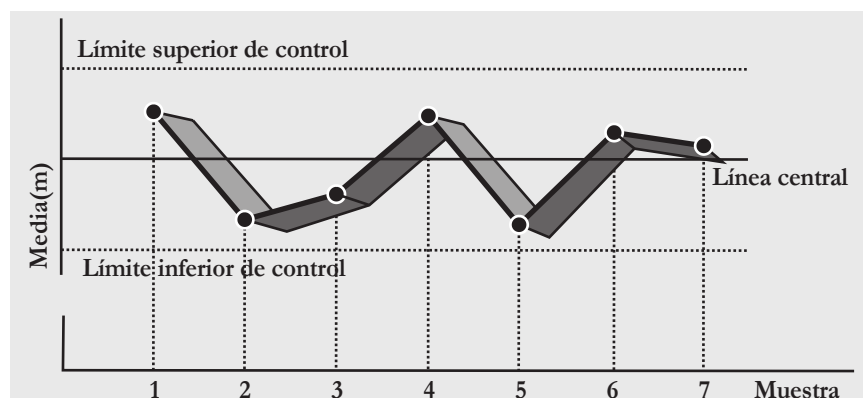


Figura 8.12

Gráfico de control.

Líneas principales del gráfico.



Las variaciones de un proceso de fabricación pueden tener su origen en causas aleatorias (al azar exclusivamente) o en causas asignables (causas concretas que se pueden encontrar). Un proceso que sólo está sujeto a causas aleatorias se dice que está en condiciones de control estadístico.

Cuando las variaciones de un proceso de fabricación sobrepasan las condiciones de control estadístico se supone que han aparecido causas no aleatorias y, por lo tanto, es preciso buscarlas y corregirlas. Un proceso puede encontrarse en condiciones de control estadístico y producir unidades fuera de las especificaciones, pero mantenerse en condiciones de control estadístico puede que sea la mejor manera de que el producto se ajuste a unas especificaciones determinadas. Los límites superior e inferior de control definen el campo de las condiciones de control estadístico. Cuando una muestra cae fuera de este campo quiere decir que se han introducido causas no aleatorias en el proceso.

A su vez, si al tomar una muestra se observa que su media cae fuera de los límites, puede indicar que ha ocurrido un cambio no aleatorio que quizás afecte al producto. Puede que lo más adecuado sea examinar si ha habido un cambio en las materias primas o en los ajustes de la máquina que hayan provocado que el proceso, que se encontraba bajo control estadístico, se haya salido de ese estado.

En cambio, si la dispersión de una muestra es la que sale de los límites de control, indicará que la uniformidad del proceso se ha modificado. También, en este caso, habrá que analizar si hubo cambios en los aspectos del proceso que pueden afectar a su uniformidad (cambio de materiales, incrementos o decrementos de velocidad, etc.)



Si una fábrica de elaboración de embutidos -en la imagen chorizos de El Mordisco en estacionamiento- se diseña un proceso de fabricación basado en productos de cerdo y el control de las muestras pone de manifiesto que algunas de las medidas de las rosca caen fuera de las condiciones de control estadístico, esto puede indicar que ha ocurrido

un cambio no aleatorio que quizás haya afectado al producto. Lo adecuado entonces será examinar si ha habido un cambio en las materias primas o en los ajustes de la máquina o en las habilidades del personal que haya provocado que el proceso, que se encontraba bajo control estadístico, se haya salido de este estado.

Despliegue de la Función Calidad -QFD-

El Despliegue de la Función Calidad (conocido por QFD por sus siglas en inglés de *Quality Function Deployment*) constituye una guía e indica los medios necesarios para llevar a cabo la Calidad Total. De este modo, el conjunto mantiene una solidez y todo tiene una explicación. El método QFD es indispensable si se quiere aplicar de manera concreta y eficaz la Calidad Total, y si se quieren evitar en especial, o al menos minimizar, los problemas. Del mismo modo que no se puede aplicar una ley sin los decretos, no se puede poner en práctica la Calidad Total sin el QFD. Sin lugar a dudas, el QFD exige un cambio de mentalidad y comportamiento que resulta lo más difícil en su implementación.

EL **despliegue de la función calidad**, como se conoce en español, es una metodología para concebir, configurar y desarrollar un producto o servicio a partir de las necesidades de los clientes. En ellas participan todas las áreas implicadas en la empresa.

La relevancia del QFD para la empresa actual se deriva de la capacidad para ayudar a la organización en anticipar necesidades funcionales del potencial usuario y llegar al detalle en cada etapa del desarrollo y realización del producto. El QFD supone ahorro y mejora de la competitividad porque:

- ~~Reduce~~ o elimina cambios en la ingeniería del producto.
- ~~Reduce~~ el tiempo de desarrollo del producto con la consiguiente liberación de mano de obra que podrá emplearse en otras tareas.
- ~~Reduce~~ problemas de lanzamiento de producto.
- ~~Mejora~~ la calidad y fiabilidad, reduce quejas por defecto de calidad, garantías, etc.
- ~~Favorece~~ la orientación de trabajo hacia el usuario y mejora la aceptación del producto en el mismo.
- ~~Aprovecha~~ mejor las oportunidades detectadas por el área de Marketing.
- ~~Disminuye~~ los costos de desarrollo y fabricación.
- ~~Favorece~~ la productividad de los técnicos y otros operarios.
- ~~Mejora~~ la toma de decisiones y la orienta estratégicamente al mercado.

La idea principal de la metodología QFD consiste en que la empresa inserte la perspectiva del cliente respecto a la utilidad o valor que espera conseguir al adquirir un producto o servicio en la propia visión y estrategias del producto fabricado. La creencia principal es que la calidad no se da por accidente, debe ser planeada. La planeación de la calidad es el proceso de preparación para alcanzar objetivos de calidad.

El mapa de la planeación de la calidad de Juran consiste en los siguientes pasos:

- ~~Identificar~~ quién es el cliente.
- ~~Determinar~~ las necesidades de los clientes.
- ~~Traducir~~ esas necesidades al lenguaje de la compañía.
- ~~Desarrollar~~ un producto que pueda responder a esas necesidades.
- ~~Optimizar~~ las características del producto de forma que cubran tanto las necesidades de la empresa como del cliente.
- ~~Desarrollar~~ un proceso que pueda producir el producto.
- ~~Optimizar~~ el proceso.
- ~~Probar~~ que el proceso puede producir en condiciones normales de operación.
- ~~Transferir~~ el proceso de operación.

QFD hace que se beneficien las empresas a través de una mejor comunicación y trabajo en equipo entre todos los que intervienen en el proceso de producción (entre marketing y diseño; diseño y producción, producción y proveedores). Los objetivos del producto se comprenden mejor y también se interpretan durante el proceso de producción. El uso de despliegue de la función de la calidad determina las causas de satisfacción del cliente, lo que la convierte en una herramienta útil de la gerencia general para el análisis competitivo de la calidad del producto. La productividad, así como las mejoras en la calidad, generalmente son secuelas del QFD. El despliegue de la función calidad reduce el tiempo para el desarrollo de nuevos productos y permite que las empresas simulen los efectos de las ideas y conceptos de los nuevos diseños.

En el proceso de despliegue de la función calidad se utiliza un conjunto de matrices para relacionar la voz del cliente con las necesidades técnicas, requerimientos de componentes, planes de control del proceso y operaciones de manufactura de un producto.

La primera matriz de planeación de requerimientos del cliente, representada en la figura 8.13, es la base de la idea del despliegue de la función calidad. Demuestra la razón por la que esta matriz a menudo se conoce como la casa de la calidad.



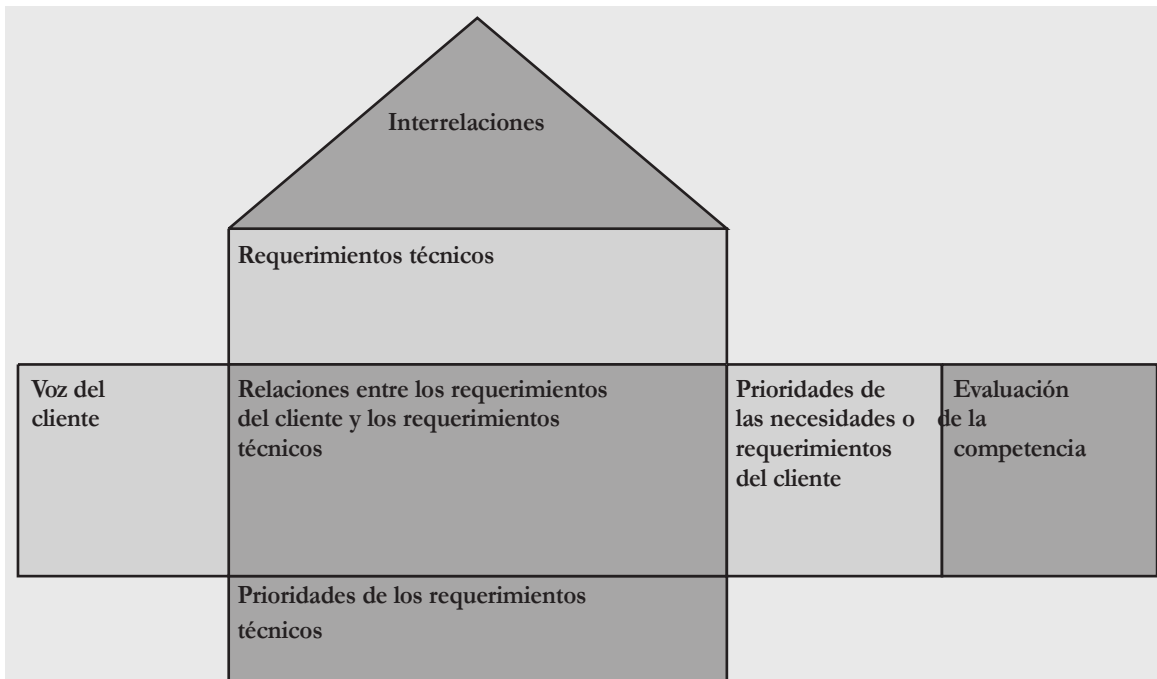


Figura 8.13

Construcción del despliegue de la función calidad (casa de la calidad)

La construcción de la casa de la calidad está constituida por seis pasos básicos:

1. Identificar las necesidades del cliente.
2. Identificar las necesidades técnicas.
3. Relacionar las necesidades del cliente con las necesidades técnicas.
4. Llevar a cabo una evaluación de productos competidores.
5. Evaluar las necesidades técnicas y desarrollar objetivos.
6. Determinar qué requerimientos técnicos serán desplegados en el resto del proceso de producción.

Como forma ilustrativa y a modo de ejemplificar la metodología de la casa de la calidad y del proceso QFD, se presenta a continuación la tarea de diseñar y desarrollar un nuevo libro de texto, por ejemplo de administración de operaciones. Repasaremos atentamente cada uno de estos pasos.

Paso 1: identificar las necesidades del cliente.

Se pueden utilizar varios métodos para recolectar información válida del cliente. Dos requerimientos principales pueden ser *llenar las necesidades de instrucción* y *mejora la capacidad de aprendizaje del estudiante*. Estas especificaciones no son especificaciones técnicas sino necesidades del cliente.

La voz del cliente es el insumo primordial del proceso QFD. El paso más vital y difícil en el proceso de capturar la esencia de los comentarios de los clientes. Sus propias palabras son vitalmente importantes para evitar malas interpretaciones de los diseñadores e ingenieros.

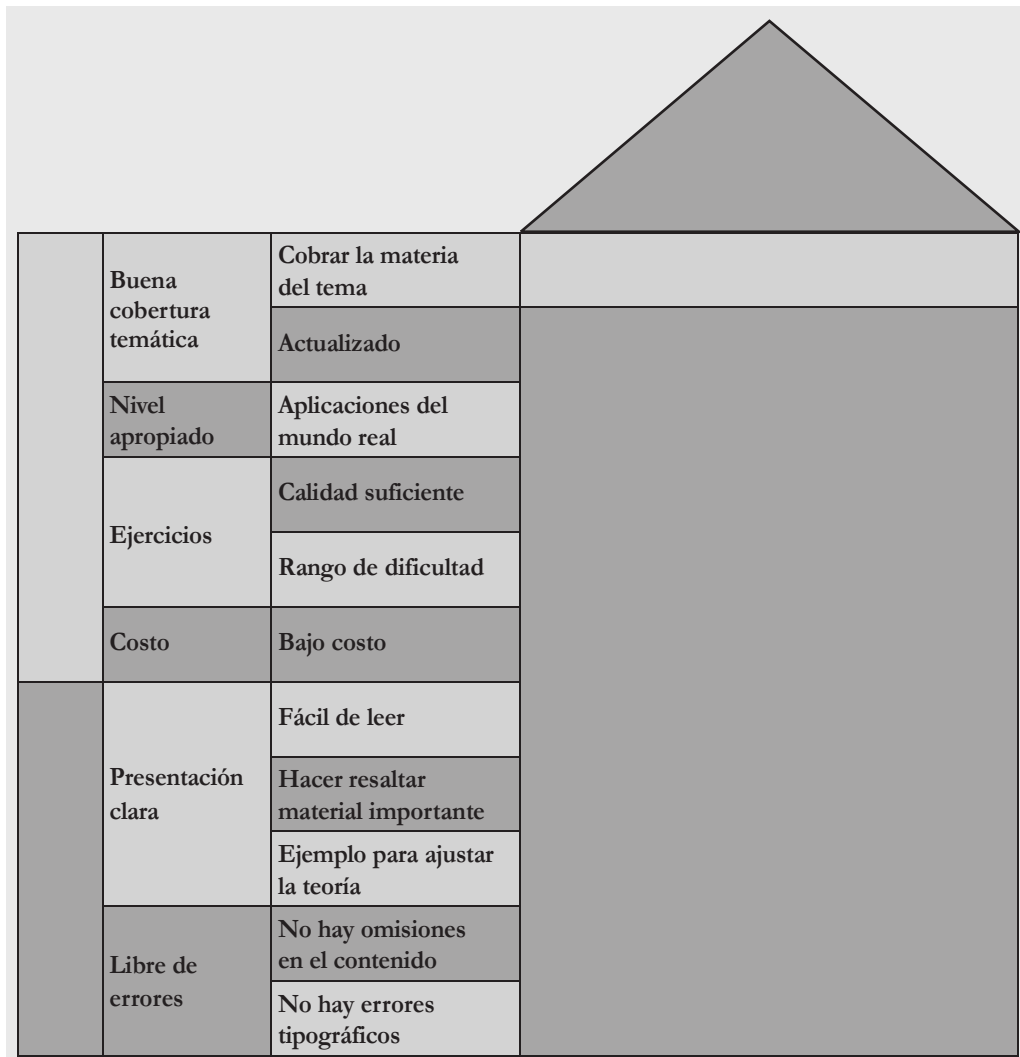


Figura 8.14
 Construcción del despliegue de la función calidad. *Voz del cliente.*

Paso 2: lista de los requerimientos del producto necesarios para cumplir con las necesidades del cliente.

Los requerimientos del producto son características de diseño que describen las necesidades del cliente expresadas en el lenguaje del diseñador y del ingeniero. Deben ser medibles ya que el resultado es controlado y comparado con metas objetivo. Esencialmente, los requerimientos técnicos son los “cómo” mediante los cuales la empresa responderá a los “qué”; es decir, los requerimientos de los clientes. El autor del libro deberá tomar en cuenta diversas características técnicas, incluyendo la cantidad de literatura de investigación que se cite.

El techo de la casa de la calidad muestra las interrelaciones entre cualquier par de requerimientos técnicos. Diversos símbolos identifican estas relaciones. Un esquema típico de simbología es la que denota una relación muy poderosa o una relación débil. Estas relaciones indican respuestas a preguntas del tipo: “¿cómo un cambio en la característica del producto afecta a otros?” y una evaluación de los intercambios posibles entre una característica y otra. Por ejemplo, si se incrementa una característica del libro del texto como la cobertura de la literatura popular, se podría incrementar el número de preguntas de análisis que pueden incluirse en el libro; sin embargo, probablemente se aumentará el tamaño del libro, por lo que existen poderosas relaciones entre estas características. Este proceso matricial anima a visualizar las características colectivamente y no individualmente en la figura 8.15, en donde se agrega esta información.



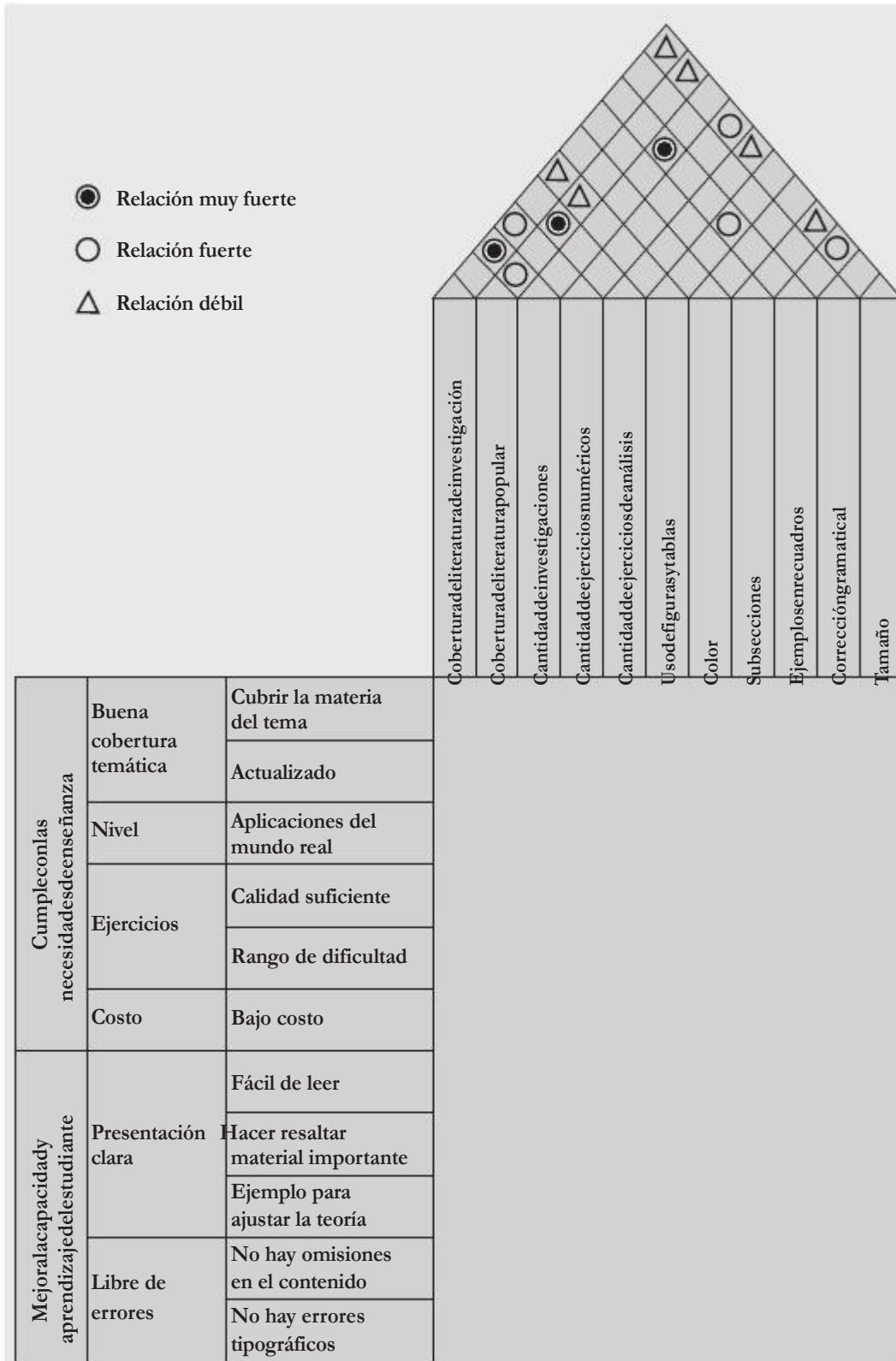


Figura 8.15
 Construcción del despliegue de la función calidad. Interrelaciones entre requerimientos técnicos.

Paso 3: desarrollar una matriz de relación entre las necesidades del cliente y las necesidades técnicas.

Las necesidades del cliente se enlistan hacia abajo en la columna de la izquierda, mientras que las necesidades técnicas se describen en la parte superior. En la matriz, los símbolos indican el grado de relación, de manera similar en la que se utilizó en la parte del techo de la casa. El propósito de la matriz de relación es mostrar si las necesidades técnicas finales encaran adecuadamente las necesidades del cliente.

Si un requerimiento técnico no afecta a ninguna necesidad del cliente, pudiera parecer como redundante, o que los diseñadores pudieran haber omitido alguna necesidad importante del cliente. Por ejemplo, “la cantidad de literatura de investigación citada en el libro” de texto tiene una poderosa relación (ya sea positiva o negativa) con las necesidades del cliente de “cubrir el material temático”, en la figura 8.16 se muestra un ejemplo de esta relación.

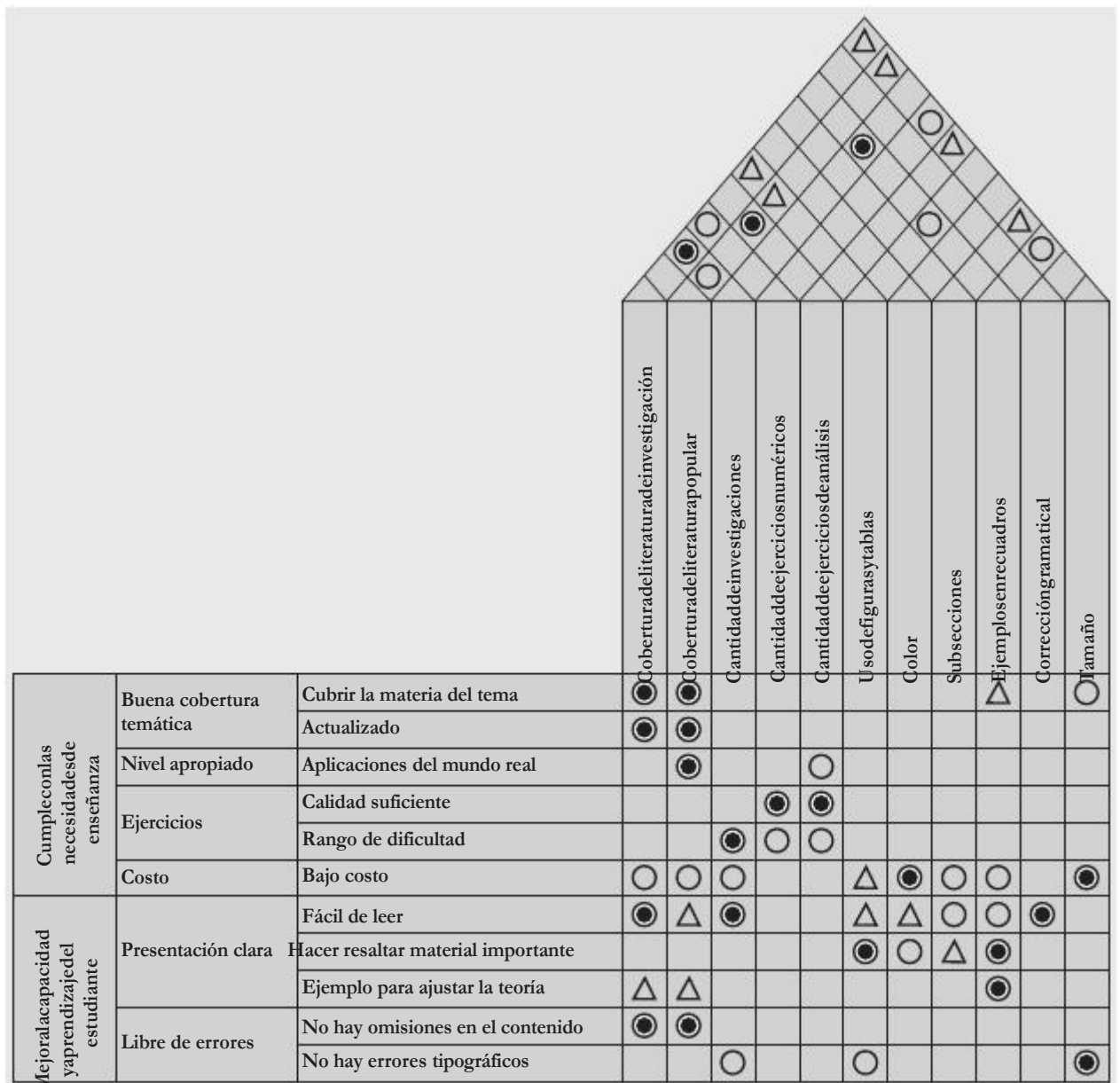


Figura 8.16

Construcción del despliegue de la función calidad. Matriz de relación entre las necesidades del cliente y las necesidades técnicas.



Paso 4: Agregar evaluación del mercado y puntos clave de venta. Identificar las clasificaciones importantes de cada una de las necesidades del cliente y evaluar los productos relacionados con ella.

Las clasificaciones de importancia del cliente representan las áreas de interés más importantes y son las expectativas más elevadas expresadas por los clientes. La evaluación competitiva resalta los puntos fuertes y débiles absolutos de los productos de la competencia.

En el diseño de un libro de texto, el autor y el editor pudieran encontrar que dos libros importantes de la competencia A y B son débiles en aplicaciones, en tanto las investigaciones de clientes a los instructores revelan que las aplicaciones serían un atributo muy deseable. Al enfocarse en este atributo y utilizarlo como punto clave de venta, el autor y el editor obtienen una ventaja competitiva tal y como se puede observar en la figura 8.17.

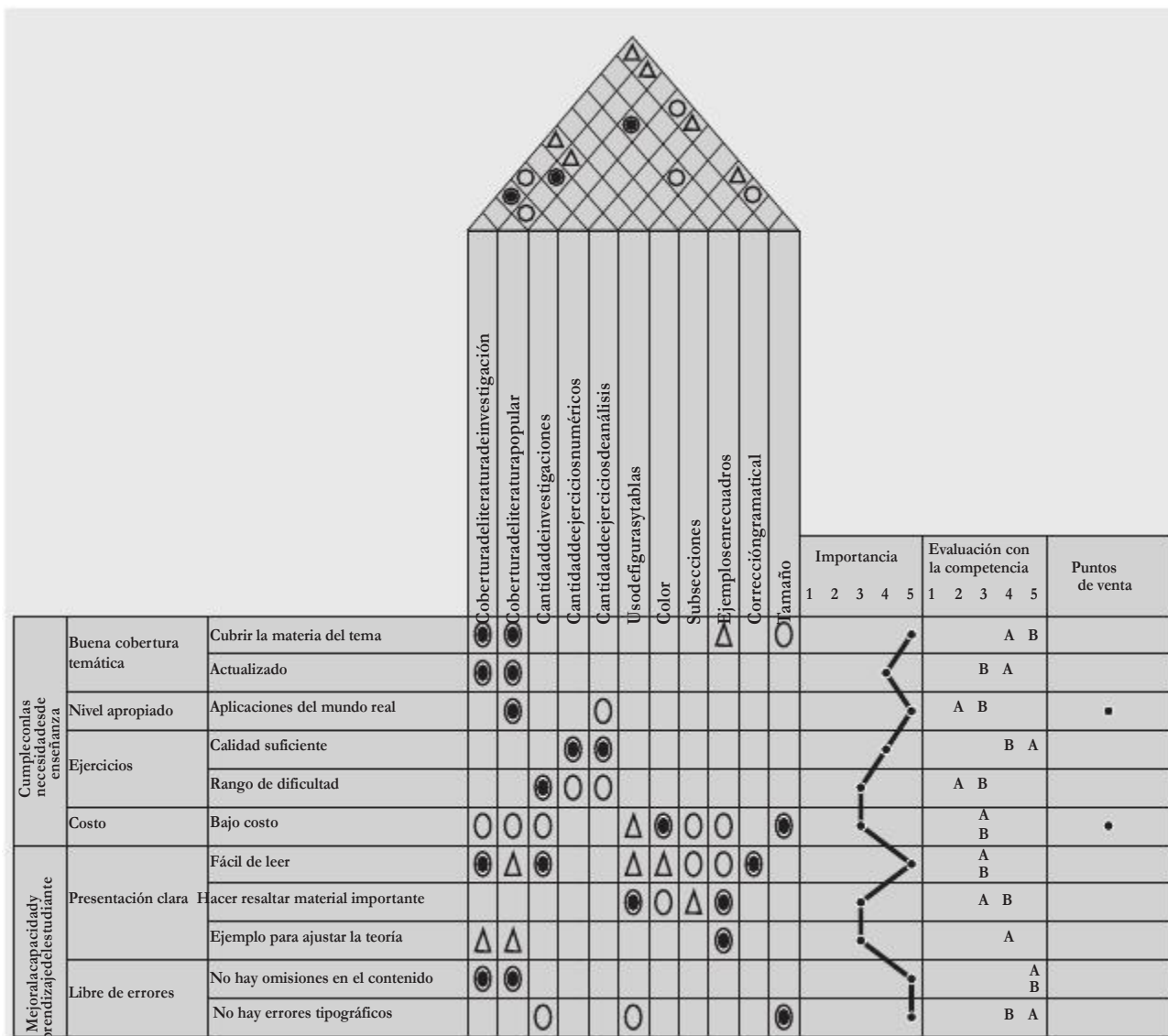


Figura 8.17

Construcción del despliegue de la función calidad. Agregado de evolución del mercado y puntos de venta.

Paso 5. Evaluar los requerimientos técnicos del producto de la competencia y desarrollar objetivos.

El diseño de procesos que producen y ofrecen bienes y servicios tienen impacto significativo en el costo (y por lo tanto, en la rentabilidad), flexibilidad (la capacidad de producir el tipo y la cantidad apropiada de productos conforme cambian la demanda y las preferencias del cliente) y la calidad de la producción. Los procesos estandarizados establecen la consistencia en la producción. Por ejemplo, para producir un utilitario muy pequeño como el Campo Móvil, Crespí Competición tuvo que desarrollar procesos de manufactura totalmente nuevos porque ninguno de los procesos existentes permitía fabricar un producto tan pequeño, robusto y preciso como lo exigía el diseño.

Sin embargo es posible que los procesos estandarizados no cubran las necesidades de los diferentes segmentos de los clientes. En la actualidad, muchas empresas utilizan una estrategia de personalización en la que ofrecen productos diseñados ex profeso al gusto de cada cliente para cumplir las preferencias individuales a precios comparables con aquellos artículos que se producen de manera masiva.

El diseño de un proceso comienza con su propietario. El dueño de un proceso puede ser una persona, un equipo, un departamento o un equipo multifuncional, se sugiere un enfoque básico para el diseño de procesos:

1. Identificar el producto o servicio: qué trabajo hago.
2. Identificar el cliente: para quién es el trabajo.
3. Identificar el proveedor: qué necesito y de quién lo obtengo.
4. Identificar el proceso: qué paso o tareas se realizan, cuáles son los insumos y productos de cada paso.
5. Probar el proceso para que no tenga errores: cómo puedo eliminar o simplificar tareas, qué dispositivos poka-yoke puedo utilizar.
6. Desarrollar medidas y controles, así como objetivos de mejora: cómo evalúo el proceso, cómo lo mejoro.

Los pasos 1 a 3 se ocupan de preguntas como “cuál es el propósito del proceso, de qué manera el proceso crea satisfacción en el cliente y cuáles son los consumos y productos esenciales del proceso”. El paso 4 se concentra en el diseño real del proceso mediante la definición de las tareas específicas para transformar los insumos en productos. El paso 5 se enfoca en hacer que el proceso sea eficiente y capaz de ofrecer alta calidad. Por último, el paso 6 asegura que el proceso se supervisa y controla en el nivel de proceso y/o de retroalimentación continua con el cliente y en el uso de esta información para controlar y mejorar el proceso.

Método Taguchi

En los años ochenta, Genichi Taguchi desarrolló en Japón un método aproximado para calcular las pérdidas que ocasiona a la sociedad un producto de mala calidad. En su definición de la calidad deja claro este concepto: “(evitar) la pérdida que un producto causa a la sociedad después de embarcarlo, excepto las pérdidas causadas por funciones intrínsecas”.

Para Taguchi, la pérdida para la sociedad incluye:

- ~~Costos~~ incurridos por no cumplir el producto con las expectativas del cliente.
- ~~Costos~~ por no cumplir el producto con las características de funcionamiento.
- ~~Costos~~ ocasionados por los efectos peligrosos secundarios causados por el producto.

La mayoría de los problemas de calidad son el resultado de un mal diseño de producto y de proceso. Por lo tanto, se necesitan herramientas para señalar esas áreas. Al respecto, Taguchi desarrolló una técnica de calidad dirigida al mejoramiento tanto del diseño del producto como del proceso. Se podría asegurar que en las empresas manufactureras, el Método Taguchi se puede aplicar en el cumplimiento de las especificaciones de un producto.

Para comprender el Método Taguchi son importantes tres conceptos muy importantes: consistencia de la calidad, factor de pérdida de la calidad, y especificaciones de objetivo.

El Método Taguchi busca hacer productos y procesos con calidad robusta. Los productos con calidad robusta son aquellos que se pueden producir en forma uniforme y consistente en condiciones ambientales y de manufactura adversas. La idea es quitar los *efectos* de condiciones adversas en lugar de remover las causas.



Taguchi sugiere que el remover los efectos es a veces más barato que eliminar las causas y más efectivo para producir un producto consistente. Así las pequeñas variaciones en materiales y procesos no destruyen la calidad del producto.

El autor también ha definido lo que él llama función de pérdida de calidad. Una Función de Pérdida de Calidad (QLF) (por sus siglas en inglés de *Quality Loss Function*) identifica todos los costos asociados con la baja calidad y muestra la manera en que éstos se incrementan cuando el producto difiere de lo que exactamente pidió el cliente.

Estos costos incluyen no solamente la insatisfacción del cliente sino también los costos de garantía y de servicio, los costos por la inspección interna, reparación y desperdicio y los costos que se describen como costos de la sociedad.

Muchas empresas quedan satisfechas o conformes cuando las características de calidad de un producto quedan dentro de las especificaciones. Según este modelo clásico, erróneamente se piensa que mientras estemos dentro de la tolerancia, no existen pérdidas asociadas.

La figura 8.18(a) supone, por ejemplo, que las especificaciones de un determinado producto es 0,600 +/- 0,003. Esta figura muestra una función de pérdida de calidad como una curva que se incrementa en forma rápida que toma la forma general de una fórmula cuadrática simple:

$$L = D^2 C$$

donde:

L = pérdida

D^2 = cuadrado de la desviación del valor objetivo

C = costo de evitar la desviación

Todas las pérdidas de la sociedad debido al bajo desempeño se encuentran incluidas en la función de pérdida. Mientras menor sea la pérdida, más deseable es el producto y mientras más alejado se encuentre el producto del valor objetivo, más severa es la pérdida.

Genichi Taguchi además observó que la manera tradicional de ver las especificaciones (el producto es bueno si cae dentro de los límites de tolerancia) es demasiado simplista. Como se muestra en la figura 8.18(b), la calidad orientada a la conformidad produce más unidades alejadas del objetivo; por lo tanto, la pérdida (costo) es mayor en términos de satisfacción del cliente y beneficios para la sociedad.

El valor objetivo es una filosofía de mejoramiento continuo para lograr un producto exactamente como el objetivo.



Software

Existen varios programas informáticos disponibles en el mercado para trabajar en control estadístico de procesos y todos ellos incluyen al Método Taguchi como una de sus principales aplicaciones.

P.ej. vea el software SPC-Inspector de CGG-Soft.



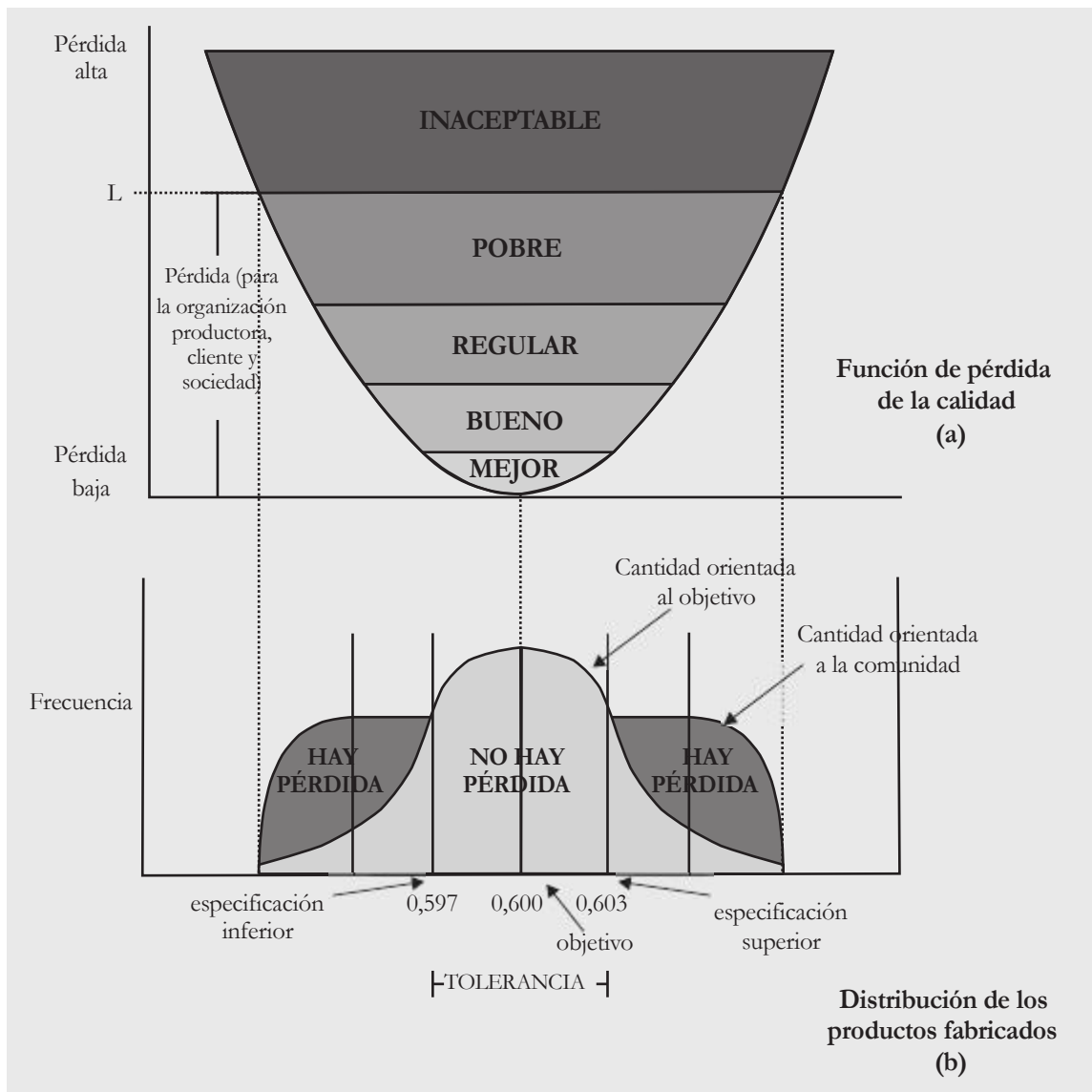


Figura 8.18

(a) *Función de calidad.* (b) *Distribución de los productos fabricados.*

Taguchi apunta al objetivo porque los productos fabricados cerca de las especificaciones aceptables inferior y superior acarrearán una mayor función de pérdida de calidad.

Modelo de Kano

A fines de la década de los 70's Noriaki Kano de la Universidad Rika de Tokio, enunció su modelo para la calidad en el cual basado en el estudio de la Teoría de la Higiene-Motivación de Herzberg, redefine la noción de calidad. Anteriormente la mayoría de las definiciones de calidad eran lineales y en una sola dimensión; por ejemplo, buena o mala, peor o mejor, pequeña o grande, en función de la pérdida que representa para la sociedad. A partir de su modelo, Kano integra la calidad en dos dimensiones que son:

1. Grado en el cual el producto o servicio se desempeña.
2. Grado en el cual la intención de uso se satisface.

La relación de los parámetros de la calidad del desempeño y la satisfacción al cliente en una gráfica de dos ejes puede definir la calidad en una manera más sofisticada. La correlación de la calidad en los dos ejes definida por Kano nos lleva a diferentes definiciones de calidad; por ello, su modelo nos conduce a un nivel que no está disponible en el modelo de calidad en una sola dimensión.

Si graficamos las dos variantes propuestas por Kano tendremos que los diferentes tipos de necesidades y expectativas de los clientes causan diferentes respuestas, de donde se puede clasificar la calidad en tres diferentes tipos que son: la calidad básica, la calidad en el desempeño y la calidad excitante.

Calidad básica. La dinámica de la calidad básica indica que si algunos requerimientos del cliente no se cumplen causan una gran insatisfacción; pero si son cubiertos, no tienen un gran efecto en la satisfacción del cliente. La razón es que este tipo de calidad está implícita en el producto esperado por el cliente. Un ejemplo muy claro se presenta cuando entramos a un restaurante para comer y esperamos que exista un lugar para sentarnos; si no existe nos sentimos insatisfechos y por otro lado el que exista gran cantidad de lugares para sentarse no contribuye a incrementar nuestra satisfacción.

En la industria automotriz, el cliente espera vehículos que sean seguros al manejar, sin ruidos ni chillidos -por mencionar algunas características- pero que cumplan estas condiciones no genera satisfacción; sin embargo cuando no se cubren algunos de estos requerimientos implícitos, el efecto es devastador en la reputación del fabricante.

Una manera de medir la insatisfacción es la violación de estos atributos de calidad básicos y los índices ligados son las quejas de los clientes, información de garantías, reportes de cosas equivocadas (IGW, por sus siglas en inglés: *things-gone-wrong*) y otros reportes de fallas.

Calidad en el desempeño. Un segundo tipo de requerimientos del cliente es el que genera satisfacción en forma proporcional al desempeño del producto. Este tipo es conocido como calidad en el desempeño y generalmente causa una respuesta lineal. A mayor nivel de desempeño mayor nivel de satisfacción. Volviendo al caso del restaurante, el cliente espera que su orden sea tomada en forma rápida y precisa, y que sea entregada en un razonable periodo de tiempo. En la medida que el restaurante cumpla estas necesidades será la medida de la satisfacción que percibirá el cliente.

En la industria automotriz, el cliente espera un vehículo con un rendimiento de combustible, con una potencia de motor y con una capacidad de carga definidas. Alguien que adquiere un vehículo pequeño y económico estará más satisfecho mientras mejor sea el rendimiento de combustible y menores los gastos de mantenimiento.

Normalmente el cliente expresa sus necesidades relativas al desempeño cuando se le pregunta. Esta información es llamada la Voz del Cliente porque son las cosas de las cuales le gusta hablar y para medirlas utilizamos herramientas de investigación como encuestas y evaluaciones de desempeño del producto.

Calidad excitante. El tercer tipo de calidad genera gran satisfacción a cualquier nivel de ejecución. Esta es conocida como calidad excitante y se genera cuando el cliente recibe características o atributos que no esperaba o no pensaba que fueran posibles. En el caso del restaurante, si por cuenta de la casa se ofrece una copa de licor o un postre, el cliente se sorprende en forma placentera.

En la industria automotriz, el cliente no espera que el vehículo cuente con sistema de posicionamiento global (GPS), batería libre de mantenimiento o asientos eléctricos, pero experimenta gran placer y satisfacción cuando los descubre durante su experiencia con el vehículo.

Los atributos excitantes causan una respuesta exponencial del cliente y, acumulando las pequeñas mejoras adicionales, incrementan la lealtad de los clientes para con el producto, la calidad excitante es la razón principal de por qué los clientes seleccionan una compañía específica como opción predeterminada y vuelven a comprar en repetidas ocasiones.

El Modelo de Kano es útil para percibir las dos dimensiones de la calidad en aplicaciones reales. Los requerimientos no siempre caen 100% en una de las clasificaciones de calidad, pero pueden dar respuesta a casos en los cuales la calidad del desempeño de los productos es excelente y sin embargo, a pesar de los esfuerzos, no tienen una alta penetración en el mercado.

Por otro lado, aquel viejo adagio que dice que “el cliente siempre tiene la razón”, puede no ser útil, cuando entramos en el terreno de los atributos excitantes. Generalmente el cliente no los define en las encuestas porque no los conoce. Para poder generarlos, las empresas deben dirigir adecuadamente sus recursos creativos para identificar ideas e innovaciones que causen la calidad excitante, ya que es la única manera de mantenerse como proveedor predeterminado por los clientes

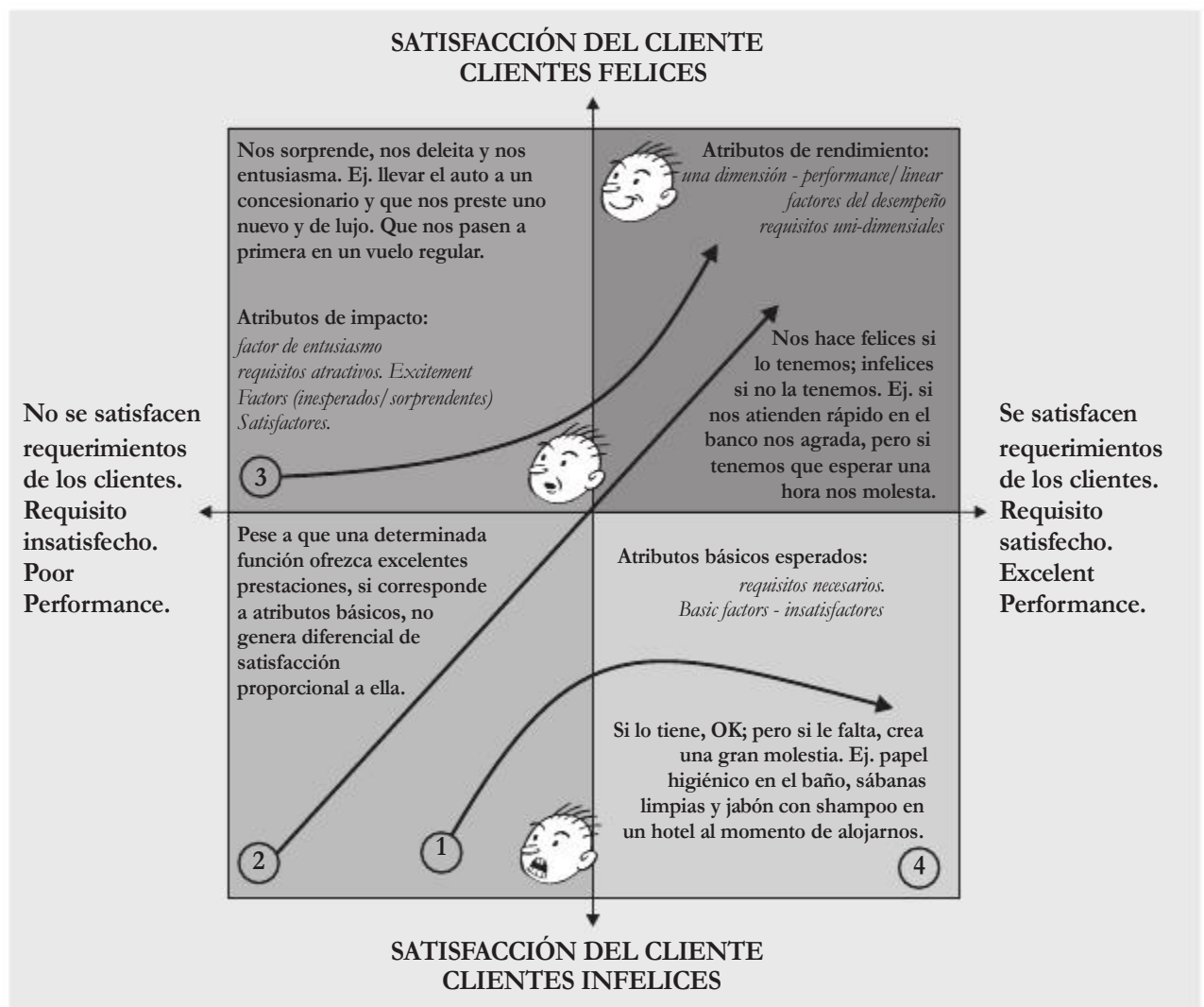


Figura 8.19
Modelo de Kano





CALIDAD Y LOS COSTOS

Para comprender mejor la relación entre estos dos aspectos, se partirá del ejemplo de encontramos con una empresa que fabrica televisores. El diseñador ha introducido una innovación en el sistema de conexión interna de la antena. Esta innovación tiene un fallo importante que corregirlo en la fase de diseño es relativamente barato. Si se supone que un diseñador muy experimentado repasa en profundidad todo el trabajo de su departamento en sus distintas fases y descubre la posible fuente de futuros problemas, éste podrá pedir entonces a su colaborador que vuelva a diseñar el dispositivo. Quizás con una pequeña inversión de unidades monetarias en horas del diseñador se habrá resuelto el problema.

Sin embargo, puede suponerse también que la falla pasa desapercibida. Entonces, se encargan componentes a los proveedores para fabricar una prueba piloto y se elaboran unas cuantas unidades del producto las que se someten a prueba. Si la prueba está bien diseñada para simular el funcionamiento del televisor en el mercado, es posible que la falla de la conexión interna de la antena sea detectada durante esta prueba. Cuando esto ocurra, será preciso rediseñar el producto como antes, pero también informar a los proveedores de que se les comprarán otros componentes; además, habrá que rediseñar la prueba piloto realizada, fabricar otra serie y llevar a cabo una nueva prueba. En este caso, el problema de calidad habrá sido resuelto con un costo que puede alcanzar cifras muy superiores al caso anterior y se habrá perdido un tiempo que puede ser una limitante para la introducción del producto en el mercado.

Otra posibilidad consiste en estudiar qué podría ocurrir si la empresa no realizase una prueba suficientemente completa de sus productos, antes de lanzarlos al mercado, y no detectase el problema de la desconexión interna de la antena en su nuevo modelo. En este caso, el producto sería objeto de un lanzamiento para el que se dispondría de un stock considerable de unidades terminadas. En la fábrica, se habría acumulado un stock de componentes y se habrían organizado distintas cadenas de montaje. El lanzamiento habría sido precedido de una campaña publicitaria. El producto sería adquirido por consumidores que lo habrían visto funcionar en las casas de electrodomésticos y solicitarían que se les enviara a su casa, recibiendo generalmente con el embalaje de la empresa, tal como salió de la fábrica. Algunos aparatos llegarían al domicilio del cliente y no podrían ser puestos en funcionamiento, mientras que en otros la avería se produciría unos días más tarde, al ser movido el aparato por el usuario de un sitio a otro.

En estos casos, el televisor sería devuelto a la tienda y de ella a la empresa fabricante que se vería obligada a reparar gratuitamente los aparatos. Podría ocurrir que, si no se ha revisado el diseño de inmediato, algunos aparatos tuviesen que ser reparados más de una vez durante el período de garantía. Finalmente, el fabricante detectaría el problema, procedería a rectificar el diseño, efectuaría cambios en el proceso de fabricación, tendría que tirar cientos de componentes y pedir con urgencia otros, y se vería obligado a reclamar los aparatos que hubiese en el canal de distribución. En estas condiciones, el costo del problema habría alcanzado decenas de veces por encima del primer caso y el desprestigio en el mercado sería importante. El cuadro evolución de los costos en función de la calidad muestra estas conclusiones.

<i>Evolución de los costos en función de la calidad</i>	
<i>Fase en que se detecta un problema de calidad</i>	<i>Costo de resolver el problema (orden de magnitud)</i>
Fase de diseño	X
Fase de lanzamiento de la producción	10 X
Fase de fabricación	100 X
Fase de servicio posventa	1.000 X
Fase de reclamos de producto (recuperarlo y corregirlo)	10.000 X

Este ejemplo ilustra el impacto en los costos que tiene la calidad. A lo largo de un proceso de producción, hay centenares de puntos en que algo puede hacerse mal. Lo más barato es evitar que algo se haga mal, la opción siguiente más barata es detectar lo antes posible los errores.

La gente cree que la calidad cuesta demasiado, pero en realidad le cuesta mucho menos que lo que uno piensa. La responsabilidad de las personas que intervienen en todas las fases del proceso productivo es la mejor forma de evitar errores o de detectarlos pronto. En definitiva, el término costo de calidad o, mejor dicho, costo de la no calidad, determina cuánto le cuesta a la empresa no tener calidad.

Es sabido que para conocer algo y luego mejorarlo, debe haber una medición previa. Por lo tanto, dentro de la mejora de la calidad se debe tener implementado un sistema adecuado que informe de los costos en los que se está incurriendo y los que provocarán el rechazo de los productos por parte de los consumidores.

Philip Crosby, en su “matriz de madurez en la gestión de la calidad”, afirma que, cuando una empresa no ha entendido que la calidad es una herramienta de la Dirección y sigue manteniendo la idea que es algo que compete exclusivamente al departamento de control de calidad, es muy probable que los problemas de calidad le estén costando una cifra equivalente al 20% de las ventas.

Muchas empresas desconocen la importancia de los costos asociados a la calidad porque suelen quedar repartidos entre una gran variedad de partidas (compras, mano de obra, transportes, ventas, etc.) y nunca se reúnen cuantificándolos. Aunque llegar a esa cifra puede ser muy difícil y en algunos casos imposible de calcular, es deseable disponer de información de costo de la calidad para poder identificar áreas prioritarias y fijar objetivos.

Por lo tanto, es imperiosa la necesidad que tiene la empresa de revisar muy de cerca estos costos y los efectos que originan al no brindar los productos la calidad requerida.

<i>Conceptos de costos asociados a la calidad</i>			
<i>Costos por fallas internas</i>	<i>Costos por fallas externas</i>	<i>Costos de control de la calidad</i>	<i>Costos de prevención de calidad</i>
Costos de desechos	Costos por atender reclamos	Costos de verificación del aprovisionamiento	Costos de la política de calidad
Costos de trabajos de reparación	Costos de devolución o reclamos	Costos de inspecciones	Costos de formación del personal para la función de calidad
Costos de ensayos dobles	Costos de reparación por garantía	Costos de amortización y	Costos de los programas de mejora de la calidad
Costos de instalaciones paradas	Descuentos hechos al cliente a causa de fallas	instrumentos de inspección	Costos del planeamiento del proceso y la recolección de datos
Costos de pérdidas de rendimiento	Costos de los materiales consumidos en inspección	Costos de la mano de obra de control de calidad	

Ante la mayor parte de los problemas productivos que se presentan en las empresas, la aplicación de métodos estadísticos ayuda a conocer y situar en sus verdaderas e intrínsecas dimensiones de la mayoría de las cuestiones planteadas. En este campo, cabe destacar que los círculos de calidad japoneses se basan primordialmente en el control estadístico de la calidad y la formación dirigida hacia la dinámica del grupo y las técnicas de relaciones humanas. Puede decirse que los círculos se conciben únicamente como apoyo a la tarea fundamental de identificar y resolver los problemas internos.



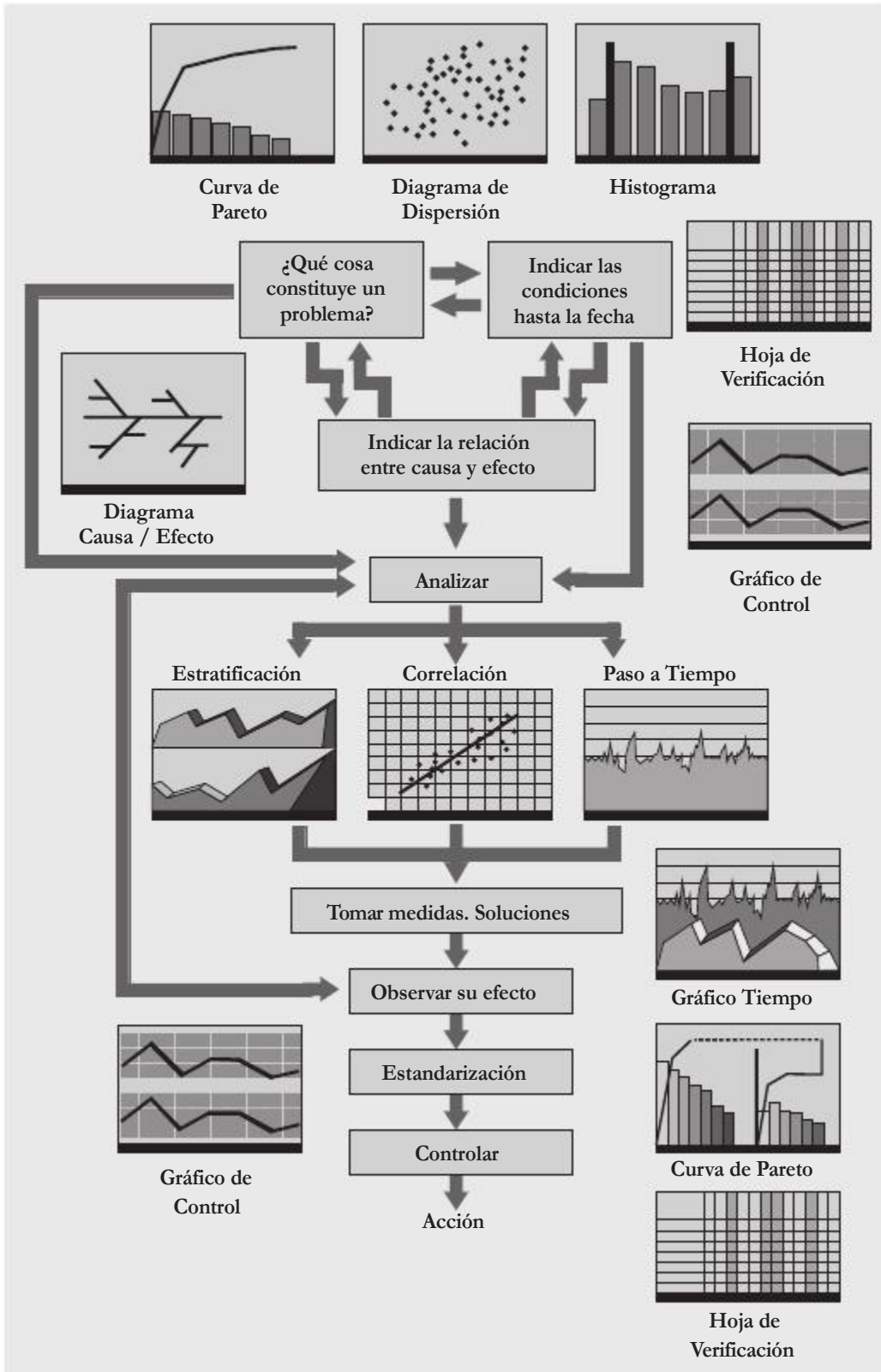


Figura 8.20
 Aplicación de métodos estadísticos a la resolución de problemas

PREMIOS DE LA CALIDAD

La Calidad ha evolucionado en el tiempo, tanto en el campo de las empresas como en la doctrina de administración. De hecho, han surgido en el mundo distintas organizaciones profesionales que han establecido los principios del Total Quality Management y la gestión global de la calidad en reemplazo de las normativas de inspección tradicionales.

La calidad como herramienta para el éxito en la gestión de empresas ha sido clave para el desarrollo de los modelos de gestión de calidad, siendo el primer modelo el de la Unión Japonesa de Científicos e Ingenieros (JUSE), cuya organización concede anualmente el Premio Deming a la Calidad desde 1951. En los Estados Unidos, desde 1987 se concede el Premio Malcolm Baldrige y es, en 1991, cuando se convoca por primera vez el Premio Europeo de la Calidad.

En la actualidad está en vías de convocarse el Premio Iberoamericano de la Calidad, aunque diversos países de esta región del mundo ya cuentan con premios nacionales de la calidad, como es el caso de la República Argentina.

Premio Edward Deming

El modelo japonés es el de la calidad a lo largo y ancho de la empresa (CWQC, por sus siglas en inglés, *Company Wide Quality Control*). En él se basa la Union of Japanese Scientists and Engineers (JUSE) para conceder los premios Deming.

El premio nacional de calidad de Japón se instituyó en 1951 y se le dio el nombre de Deming en honor al doctor Edward Deming, en reconocimiento a su labor en la difusión del control de Calidad.

El Premio Deming a la calidad ha sido clave para la implantación en Japón de la cultura de la Calidad Total y es considerado como el pionero entre los diferentes premios. Su modelo destaca la gran importancia que tienen los procesos implícitos en el funcionamiento de una organización para la calidad de la misma. Así, en su última versión dejan de considerarse los resultados económicos como indicadores exclusivos de la calidad.

La evaluación del Premio Deming no requiere que los participantes sigan un modelo previamente definido por el comité del premio. En lugar de esto, se espera que los participantes entiendan su actual situación, establezcan sus propios objetivos y que mejoren y transformen ellos mismos a toda la organización en su conjunto. Así pues, no solamente los resultados conseguidos y el procedimiento utilizado para conseguir los mismos es evaluado, sino también la efectividad que se espera conseguir en el futuro.



Internet

Visite <http://deming.org>, sitio oficial del Instituto Edward Deming para obtener más información del Premio Deming a la Calidad otorgado por JUSE.
-site en idioma inglés-



En el premio existen varias categorías. Para optar al mismo es necesario la realización de una memoria que es un documento que describe la promoción e implantación de actividades de control de calidad, desde el momento de su introducción hasta el presente, incluyendo los efectos o resultados obtenidos.

Este documento debe cubrir todas y cada una de las unidades de negocio en función de la estructura de la compañía candidata. La memoria corporativa debe detallar y describir cada uno de los diez criterios de que consta el premio, los que están agrupados en los siguientes diez capítulos:

1. **Políticas:** examina cómo se determinan las políticas de dirección de calidad y cómo son transmitidas a través de todos los sectores de la empresa. Es importante que éstas sean adecuadas y presentadas con claridad.
2. **Organización:** analiza los campos de responsabilidad y autoridad, cómo se promueve la cooperación entre departamentos y cómo se organiza la empresa para llevar a cabo el control de la Calidad.
3. **Información:** analiza cómo se recoge y transmite la información, tanto del interior como del exterior de la compañía, a través de todos sus niveles y organizaciones.
4. **Estandarización:** examina los procedimientos para el establecimiento, revisión y derogación de estándares y la forma en que se controlan y sistematizan, así como la utilización que se hace de los estándares para la mejora de la tecnología de la empresa.
5. **Desarrollo de recursos humanos:** observa cómo se enseña la filosofía del control de calidad y cómo reciben los empleados la formación en calidad, el grado en que el concepto de control de calidad y las técnicas estadísticas han sido comprendidas y son utilizadas.
6. **Actividades de aseguramiento de la calidad:** se estudia el sistema de dirección para la garantía de la calidad. Se analizan en detalle todas las actividades esenciales para garantizar la calidad y fiabilidad de los productos y servicios como por ejemplo el desarrollo de nuevos productos, análisis de la calidad, diseño, producción e inspección.
7. **Actividades de mantenimiento y control:** evalúa cómo se realizan las revisiones periódicas de los procedimientos empleados para el mantenimiento y mejora de la calidad. Analiza cómo se define la autoridad y responsabilidades sobre estas materias, y se examina la utilización de gráficos de control y otras técnicas estadísticas.
8. **Actividades de mejora:** examina cómo son seleccionados y analizados los problemas críticos a la calidad y cuál es la utilización que se hace de estos análisis.
9. **Resultados:** estudia los resultados producidos en la calidad de productos y servicios y cómo se implanta el control. Se examina si ha existido mejora en los productos y servicios suministrados desde el punto de vista de la calidad, del costo y la cantidad. Si en líneas generales la empresa ha mejorado -en conjunto-, no sólo en cuanto a la calidad y los beneficios, sino en el modo científico de pensar de los directivos y de sus empleados, la motivación y otros beneficios intangibles.
10. **Planes futuros:** el último capítulo evalúa 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.

Una comisión investigadora estudia cada una de las actividades, métodos, prácticas, sistemas y funciones de la empresa solicitante; analizando en forma rigurosa estos diez criterios. En función de las características de la misma, se puede acoger a una de las cinco posibilidades que ofrece el Premio Deming para presentarse a su evaluación:

1. **Premio a la persona** (*The Deming Prize for Individuals*): concedido a aquellas personas que hayan hecho contribuciones excepcionales en el estudio, aplicación y difusión de la calidad a lo largo y ancho de la empresa (CWQC) usando métodos estadísticos. En esta categoría sólo se admiten candidatos japoneses.

2. **Premio a las divisiones de las empresas** (*The Quality Control Award for Operations Business Units*): concedido a unidades de negocio de una compañía que haya alcanzado mejoras significativas en su rendimiento a través de la aplicación del control de calidad con el objetivo de conseguir el CWQC. Sólo se admiten candidatos japoneses.
3. **Premio a la empresa** (*The Deming Application Prize*): concedido a compañías o divisiones que hayan alcanzado mejoras significativas en su rendimiento a través de la aplicación del CWQC. También concedido sólo a compañías japonesas.
4. **Premio a empresas extranjeras** (*The Deming Application Prize for Overseas Companies*): concedido a compañías o divisiones de compañías no japonesas que hayan alcanzado mejoras significativas en su rendimiento a través de la aplicación del CWQC.
5. **Premio a la continuidad** (*The Japan Quality Medal*): concedida a compañías que hayan mejorado sustancialmente la implantación del CWQC, al menos cinco años después de ganar The Deming Application Prize. Se concede a compañías japonesas y no japonesas.

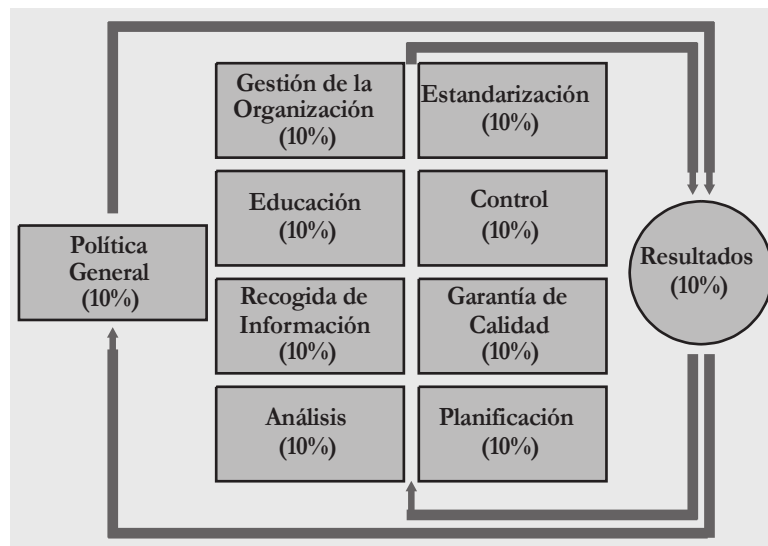


Figura 8.21
Premio Edward Deming. Configuración de las categorías.

En principio, cualquier empresa del mundo empresarial japonés puede acceder a este premio, aunque en la actualidad existe un apartado especial dedicado a compañías extranjeras. En el mismo, queda abierta la posibilidad de que cualquier empresa que no resida en Japón, tanto del ámbito privado como público, pueda optar por este premio.

Premio Malcolm Baldrige

El premio a la calidad Malcolm Baldrige, se creó en memoria del secretario de comercio norteamericano impulsor del mismo. Es poco conocido y utilizado fuera de los Estados Unidos, aunque su área de influencia es continental. Muchas multinacionales americanas lo utilizan como herramienta de evaluación y mejora.

El acta aprobada por el Congreso de los Estados Unidos ha elegido como responsable del programa al Instituto Nacional de Normalización y Tecnología (NIST; por sus siglas en inglés, *National Institute of Standards and Technology*) y administrador del mismo a la Asociación Americana para la Calidad (NQS; por sus siglas en inglés, *National Quality Association*). El premio, como la mayoría de los modelos, está en constante evolución y en su última versión ha cubierto los resultados económicos de la empresa, que han sido reenfocados hacia lo que requiere un sistema de gestión empresarial cuyo objetivo, además de la satisfacción del cliente, debe ser ante todo la eficiencia económica de la empresa, tal como lo indica la figura 8.22.



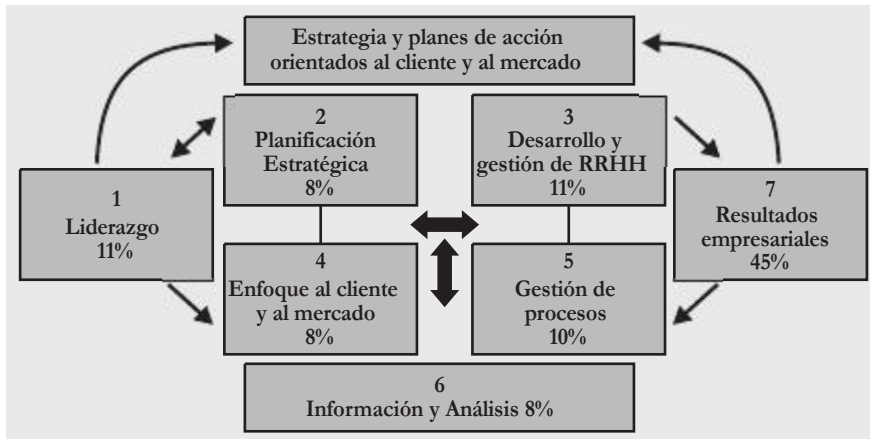


Figura 8.22

Premio Malcolm Baldrige. Configuración.

Pueden participar empresas norteamericanas y extranjeras cuya actividad empresarial se desarrolle en los Estados Unidos, con un mínimo de empleados del 50% de su plantilla total y al menos el 50% de sus activos inmovilizados en territorio estadounidense.

El Baldrige es una herramienta para evaluar la excelencia en la gestión de la empresa. Concede importancia al enfoque hacia el cliente y su satisfacción. En Estados Unidos el premio se ha convertido en un estándar que es seguido como referencia para la implantación de un sistema de gestión basado en la calidad total en las empresas.

Cada criterio del premio se basa en los siguientes conceptos y valores fundamentales:

- 1. Liderazgo:** la alta dirección debe fijar el rumbo en el que se moverá la organización el cual va encaminado a crear unos valores claramente enfocados hacia el cliente. En este sentido, los líderes deberán tener en cuenta los intereses de todos los accionistas, encaminando sus acciones hacia la consecución de la satisfacción de los mismos. La participación activa de la alta dirección se traducirá en una planificación de acciones y revisión de resultados, en la difusión de la calidad y el reconocimiento de logros y resultados de calidad excepcionales.
- 2. Enfoque hacia el cliente:** el cliente será quien juzgue la calidad y el funcionamiento de la organización. Así, toda la organización deberá tener en cuenta todo aquello que contribuya a dar valor al cliente y lo conduzca a estar satisfecho. Esto requiere no sólo entender las necesidades actuales de los clientes y satisfacerlas, sino también las futuras y ser capaz de anticiparse a ellas.



Internet

Visite <http://www.quality.nist.gov>, sitio oficial del National Institute of Technology de los Estados Unidos para obtener más información del Malcolm Baldrige Quality Program. -site en idioma inglés-



3. **Aprendizaje de la organización y su personal:** la mejora debe ser parte del trabajo diario de todos los departamentos y unidades de la empresa, buscando eliminar los problemas en su origen e identificando oportunidades para hacer las cosas mejor. Para ello hay que contar con las ideas de los empleados, los resultados de la investigación y desarrollo, las opiniones y sugerencias de los clientes, el *benchmarking* y cualquier otra fuente de información sobre la competencia o el mercado.
4. **Participación y desarrollo de los empleados y asociados:** la consecución de los objetivos operativos y de calidad requiere empleados comprometidos y bien formados. Para coordinar todos los programas de gestión de los recursos humanos y la integración del personal en los planes de negocio y en el proceso de planificación estratégica de la empresa.
La organización debe fomentar el trabajo en equipo bien sea internamente entre sus miembros, o externamente, con clientes, proveedores u otras organizaciones como universidades. En cuanto a las relaciones externas, la organización necesita construir relaciones con sus *parteners*. Cada día tiene mayor importancia el establecimiento de alianzas estratégicas que pueden permitir a la compañía entrar en nuevos mercados o establecer las bases para el desarrollo de nuevos productos o servicios.
5. **Agilidad de respuesta y flexibilidad:** para competir con éxito en los mercados actuales es necesario reducir los ciclos de desarrollo de productos y servicios, así como una mayor agilidad frente a las demandas de los clientes, los cuales, cada vez más, solicitan entre sus requerimientos el disponer de tiempos de respuesta más cortos.
6. **Orientación al futuro para lograr calidad y liderazgo:** en el mercado se requieren estrategias orientadas al futuro y el compromiso a largo plazo con proveedores, clientes, empleados y accionistas. Además, se requiere un enorme sentido de anticipación de los cambios que van a ocurrir, tanto de las expectativas de los clientes, segmentos de mercado, innovaciones tecnológicas, como legislación aplicable y actividades de los competidores.
7. **Gestión de la innovación:** el concepto de innovación es la clave para mejorar los productos, servicios y procesos de una organización y, a la vez, crea valor para los accionistas. La innovación no está restringida solamente al departamento de I+D, sino que debe soportar cada producto y cada proceso de la organización.
8. **Gestión basada en hechos:** la consecución de los objetivos operativos y de calidad en la empresa requiere de una gestión de procesos basada en una información confiable. Las decisiones deben tomarse tras recoger y analizar toda la información relevante.
9. **Responsabilidad pública:** los líderes de la organización deben asumir la alta responsabilidad que tienen ante la sociedad, de manera que deben ser modelo a seguir. Así, hay valores que los líderes deben promover dentro de la empresa, trabajando para que formen parte de la manera de trabajar de sus empleados. Estos valores son: ética en los negocios, salud pública, seguridad, protección medioambiental y difusión de los valores de la calidad.
10. **Orientación a los resultados y generación de valor:** el éxito de la gestión de la empresa lo determinan los resultados alcanzados. Estos resultados deben ser satisfactorios para todas las partes interesadas por la actividad de la empresa tales como clientes, empleados, accionistas, proveedores, socios, el público en general y la comunidad donde está radicada.
11. **Perspectiva del sistema:** por último, los criterios del modelo Malcon Baldrige ofrecen una perspectiva completa del sistema de gestión de la empresa, cuya base está formada por siete criterios.

A continuación presentamos una breve descripción de las siete categorías incluidas en el Premio Baldrige, con los puntos máximos que se pueden obtener.

1. **Liderazgo (125 puntos):** contempla cómo la alta dirección crea y mantiene un sistema claro y visible de valores y objetivos, centrándose en los intereses de los clientes y accionistas, junto con una forma de dirección participativa que guíe todas las actividades de la empresa hacia la excelencia. Se evalúa cómo la empresa integra sus responsabilidades públicas con sus valores y prácticas de calidad.



2. **Planificación estratégica** (85 puntos): evalúa la planificación estratégica y de negocio y el despliegue de los planes, así como también la evaluación del seguimiento que se hace de los mismos.
3. **Enfoque al cliente y al mercado** (85 puntos): evalúa las relaciones de la empresa con los clientes y el conocimiento que tiene de los requerimientos de los clientes y de los factores clave del sector del mercado al que pertenece la empresa.
4. **Información y análisis** (85 puntos): evalúa el alcance, utilización y gestión de los datos y la información que subyace a los sistemas de gestión de la compañía.
5. **Desarrollo y dirección de los recursos humanos** (85 puntos): evalúa la eficiencia de la compañía para conseguir que los empleados desarrollen todo su potencial y consigan así los objetivos operativos y de calidad de la empresa.
6. **Gestión de procesos** (85 puntos): examina los aspectos clave de la gestión de procesos, incluyendo el diseño orientado hacia el cliente, los procesos productivos y de entrega del servicio, los servicios de soporte y la gestión de suministros de todas las unidades.
7. **Resultados empresariales** (450 puntos): evalúa los resultados de la empresa y las mejoras en todas las áreas clave del negocio tales como satisfacción del cliente, resultados operativos, financieros y de penetración en el mercado, recursos humanos, proveedores y empresas asociadas y resultados. También se examinan los resultados relativos a los competidores.

Premio Europeo de la Calidad

La Fundación Europea para la gestión de la Calidad (EFQM; por sus siglas en inglés de *European Foundation for Quality Management*) se fundó en 1988 para promocionar la gestión de la calidad total en Europa. Es una entidad sin fines de lucro con más de 600 miembros que pertenecen a 32 países europeos.

En 1991, la EFQM ideó y desarrolló el Premio Europeo a la Calidad con el apoyo de la Comisión Europea, con el fin de crear conciencia de la gestión de la calidad para proveer de motivación y ayudar a las organizaciones.

En enero de 1997, la EFQM comenzó el proceso de revisión y mejora de los criterios del Modelo Europeo de Excelencia Empresarial, para ello se constituyó el grupo director para el desarrollo del modelo, formado por quince expertos procedentes de ocho países europeos. El primer borrador del nuevo Modelo Europeo de Calidad fue concluido a mediados de 1998.

La información procedente de esta evaluación se analizó a finales de 1998 y principios de 1999. Como resultado de esta evaluación, se realizaron varias revisiones al borrador inicial. El nuevo modelo fue aprobado por la EFQM a comienzos de 1999, y fue presentado en la reunión anual de la Fundación celebrada en Ginebra (Suiza), el 21 de abril de 1999. Este modelo es empleado en las candidaturas al Premio Europeo de la Calidad a partir del año 2000.

El modelo de la EFQM es una herramienta para la gestión de la calidad que posibilita orientar la organización hacia el cliente, siendo uno de sus frutos la sensibilización del equipo directivo y del staff en pos de la mejora de sus productos y/o servicios. Es un modelo de autoevaluación que sirve para realizar un diagnóstico de la empresa evaluando todos los procesos que intervienen en ella, permitiendo identificar los puntos débiles y fuertes de la organización, las áreas de mejora y medir el progreso en el tiempo. Es una excelente herramienta para la concreción de planes estratégicos y objetivos, tanto a corto como a largo plazo.

El modelo EFQM puede ser útil también como un instrumento de aprendizaje organizativo que permite mejorar la calidad, productividad y competitividad de las empresas; ya que dentro del aprendizaje organizativo incluye el proceso de diagnóstico, y a partir de éste se va adquiriendo experiencia para transformar las empresas.

La estructura del modelo esta representada por nueve cajas agrupadas en agentes, facilitadores y resultados. Las cajas muestran los criterios que sirven para evaluar una organización hacia la excelencia. Cada uno de los criterios va acompañado de unos subcriterios. En los fundamentos del modelo se encuentra una herramienta de medición denominada RADAR, cuyo objetivo es medir los resultados, el enfoque, el despliegue y la evaluación y revisión de los criterios. En ella se establece lo que la organización debe realizar, pero nunca cómo debe realizarlo. Con estos criterios se formuló el nuevo modelo

El premio abarca dos modalidades específicas:

~~Galardones~~ **Europeos de la Calidad:** se otorgan anualmente a varias empresas que demuestran la excelencia en la gestión de la calidad.

~~Premio~~ **Europeo de la Calidad:** se entrega anualmente a la mejor empresa entre las galardonadas.

Al principio el premio era otorgado a grandes empresas por lo que debió reformularse en 1994, creándose nueve categorías. En la actualidad se conforma por Sector Público (lanzado en Berlín en 1995) y el premio a Pequeñas y Medianas Empresas (creado en 1996).

El nuevo Modelo Europeo de Calidad se elaboró partiendo de cinco requerimientos generales: fácil de emplear, holístico y abierto, robusto, flexible e innovador y coherente con el anterior Modelo Europeo de Calidad. Por ello es que no se ha planteado como una ruptura al anterior modelo, sino como una mejora del mismo al mantener intactos los conceptos fundamentales en los que se basaba el anterior, garantizando así la continuidad de las estrategias derivadas del empleo del mismo. Las razones por las que la EFQM decidió llevar a cabo una revisión del modelo son:

~~Añadir~~ nuevas áreas, tales como las relaciones de asociación (*partnership*), la innovación y la gestión de los conocimientos.

~~Poner~~ más énfasis en las relaciones con el cliente y en la gestión de los procesos orientados al cliente.

~~Resaltar~~ la importancia del ciclo de mejora de Deming (*Plan, Do, Check, Act*).

~~Adaptar~~ el modelo a todo tipo de organizaciones, tanto públicas como privadas, como sin fines de lucro.

El nuevo Modelo incluye una pequeña modificación en la representación gráfica de los criterios y las relaciones entre ellos. Además de recoger los nuevos criterios, también incluye flechas indicando cómo los agentes conducen a los resultados y cómo el aprendizaje y la innovación conducen a la mejora de los agentes.



Internet

Visite <http://www.efqm.org>, sitio oficial de la European Foundation for Quality Management.
-site en idioma inglés-



En líneas generales, el nuevo modelo, cuyo nombre oficial pasa a ser Modelo de Excelencia de la EFQM, cambia poco respecto del anterior, modificando alguno de los subcriterios para adaptarse a los objetivos anteriormente señalados. Aunque en un principio el grupo director para el desarrollo del modelo apostó por un cambio más profundo, incorporando incluso dos nuevos criterios, al final se impuso la opción de mantener una más clara continuidad con el modelo anterior.

Los cambios más significativos son los siguientes:

- **Alianzas**: en el contexto del nuevo modelo se entienden las relaciones de asociación (*partnership*) como el empleo por parte de la organización de recursos y capacidades externas, como un medio de apoyar su política y estrategia. Dichas alianzas pueden realizarse con proveedores, con clientes u otras organizaciones.
- **Procesos y cliente**: el nuevo modelo trata de dar más énfasis al cliente y a la gestión de procesos orientados al mismo. Intenta mejorar la claridad de los criterios relativos a la gestión de procesos.
- **Conocimientos, aprendizaje e innovación**: se concede mayor peso a los conocimientos, al aprendizaje y a la innovación. Para ello, se han incorporado referencias a los conocimientos, la innovación y el aprendizaje en los criterios donde resulta relevantes.

Uno de los cambios más importantes es la introducción del concepto RADAR para la autoevaluación del modelo, haciendo énfasis en la importancia del ciclo de la mejora *Plan-Do-Check-Act*. Las siglas de RADAR hacen referencia a resultados (*results*), enfoque (*approach*), despliegue (*deployment*), evaluación (*assessment*) y revisión (*review*).

Los resultados son los logros que se obtienen gracias al enfoque y despliegue de los agentes, y se recogen en los criterios relativos a resultados del Modelo Europeo de Calidad. El resto de elementos (enfoque, despliegue, evaluación y revisión) se abordan en los criterios de agente.

El **enfoque** se refiere al planteamiento que la organización hace del criterio, así como las relaciones entre las políticas y procesos relativos al mismo, y el resto de procesos y resultados. El **despliegue** cubre cómo y en qué medida el enfoque es puesto en práctica en la organización. La **evaluación** y **revisión** cubren cómo la organización mide y revisa la efectividad del enfoque y del despliegue, y cómo se mejoran.

Como ya se ha indicado, estos elementos coinciden con las etapas del ciclo de la mejora continua *Plan-Do-Check-Act*, siendo el enfoque equivalente al **Plan**, el despliegue equivalente al **Do** y la evaluación y acción equivalentes al **Check** y al **Act**. El modelo EFQM de Excelencia se divide en nueve criterios, en los cuales existen subcriterios, que son:

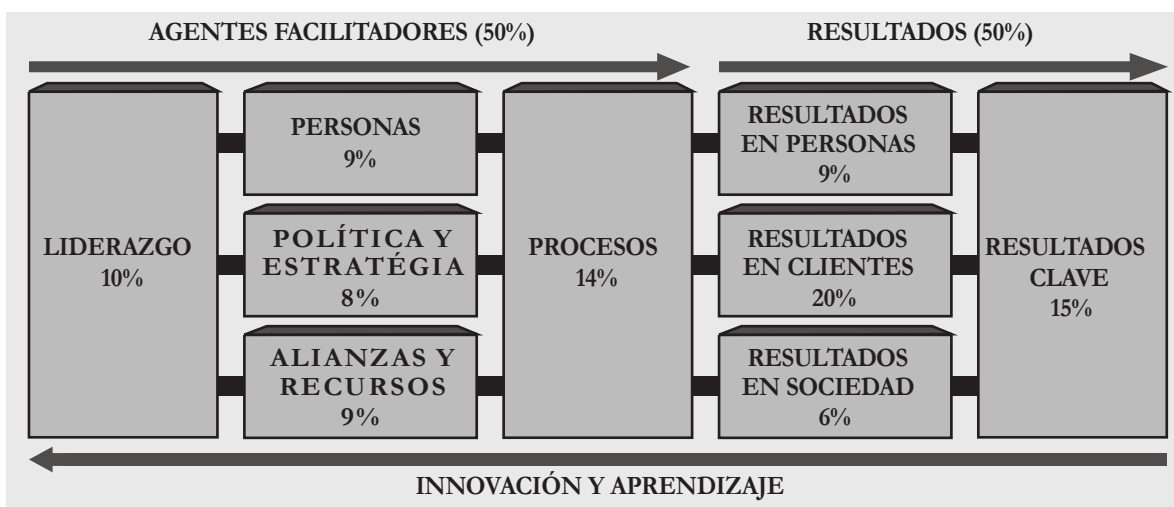


Figura 8.23

Nuevo modelo definitivo EFQM de Excelencia

Criterio 1. Liderazgo. Cambia la expresión gestión de la Calidad Total por el término excelencia para dar un alcance más amplio y no limitarlo al ámbito de la calidad.

Criterio 2. Política y estrategia. Resalta la importancia que las necesidades y expectativas de todas las personas con intereses en la organización tienen en la elaboración de la política y la estrategia. También en el aprendizaje y la creatividad en el desarrollo de la política y estrategia.

Criterio 3. Personas. Da mayor énfasis a la gestión de los conocimientos de las personas.

Criterio 4. Recursos y Alianzas. Incorpora un subcriterio dedicado a las alianzas que incluye los aspectos relativos a gestión de proveedores. Además, se refuerza la importancia de los conocimientos de la organización.

Criterio 5. Procesos. Centrado en la gestión de los procesos orientados al cliente. Desarrolla cómo la organización identifica las necesidades y expectativas de los clientes y cómo se gestionan los procesos orientados al cliente, tales como el desarrollo de nuevos productos y servicios, la producción y entrega de productos y servicios y la gestión de las relaciones con los clientes.

Criterio 6. Resultados relativos a los clientes. No sólo se refiere a las mediciones directas de satisfacción del cliente sino otras de diferente forma con el objeto de clarificar el contenido que actualmente tienen.

Criterio 7. Resultados relativos al personal. Los cambios son los mismos y por las mismas razones que se han expuesto en el criterio 6.

Criterio 8. Resultados relativos a la sociedad. Hace el enunciado de este criterio más aplicable para las organizaciones del sector público o sin fines de lucro, para las que se pretende que el nuevo Modelo sea totalmente aplicable. Además, se introduce en este criterio la medida de la percepción de todos aquellos individuos u organizaciones con interés en la organización. En este apartado entrarían los accionistas, proveedores y empresas con las que existen alianzas, entre otros stakeholders.

Criterio 9. Resultados clave. Evalúa los resultados de la empresa y las mejoras en todas las áreas clave del negocio, tales como satisfacción del cliente, resultados operativos, financieros y de penetración en el mercado, recursos humanos, proveedores y empresas asociadas y resultados. También se examinan los resultados relativos a los competidores.

Para la autoevaluación se a ideado un nuevo concepto en cuanto a la puntuación habiéndose desarrollado la mencionada tarjeta RADAR. De este modo, el sistema de puntuación se basa en los mismos principios sobre los que se ha desarrollado el nuevo modelo. Existe una matriz RADAR para los agentes y otra para los resultados. Para las autoevaluaciones se recomienda que las organizaciones establezcan sus propias ponderaciones por criterio según las prioridades de su negocio.

Modelo Iberoamericano de Excelencia en la Gestión

El Premio Iberoamericano de la Calidad es un programa oficial de la Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno basado en el Modelo Iberoamericano de Excelencia en la Gestión que es gestionado por FUNDIBEQ (Fundación Iberoamericana para la Gestión de la Calidad). Entre sus funciones, esta institución dicta sus bases, recibe postulaciones, administra equipos internacionales de evaluadores y determina el jurado.

Al Premio Iberoamericano de la Calidad pueden acceder las organizaciones iberoamericanas tanto públicas como privadas. Hasta el año 2008, más de 55 organizaciones han sido premiadas gracias al trabajo de más 1000 evaluadores de 17 países que colaboran de forma altruista con la Fundación.

Este premio es desarrollado gracias a la colaboración de los premios nacionales y regionales asociados de los diferentes países de Iberoamérica y tiene por objeto:



- ~~Reconocer~~ la calidad de las organizaciones premiadas en el contexto internacional y con ello contribuir a que la comunidad iberoamericana sea considerada un entorno de calidad, donde encontrar los mejores proveedores, aliados y oportunidades de inversión.
- ~~Estimular~~ el desarrollo de las organizaciones iberoamericanas, ofreciendo un modelo que permite compararse con organizaciones excelentes a nivel internacional.
- ~~Promover~~ la autoevaluación y la focalización hacia la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente y de las partes interesadas.
- ~~Difundir~~ las mejores prácticas de las organizaciones ganadoras y con ello facilitar la mejora de otras organizaciones.

El Modelo Iberoamericano de Excelencia en la Gestión fue implantado en 1999 y cuenta con los siguientes procesos facilitadores:

1. **Liderazgo y estilo de gestión:** analiza cómo se desarrollan y se ponen en práctica la cultura y los valores necesarios para el éxito a largo plazo, mediante adecuados comportamientos y acciones de todos los líderes.

Estudia cómo se desarrolla y se pone en práctica la estructura de la organización, el marco de los procesos y su sistema de gestión necesarios para la eficaz ejecución de la política y la estrategia.
2. **Política y estrategia:** analiza cómo la organización desarrolla su misión y su visión, las pone en práctica a través de una clara estrategia orientada hacia los distintos agentes y personas con quien interactúa, y está apoyada con programas adecuados.
3. **Desarrollo de las personas:** analiza cómo la organización desarrolla, conduce y hace aflorar el pleno potencial de las personas de forma individual, en equipo o de la organización en su conjunto, con el fin de contribuir a su eficaz y eficiente gestión.
4. **Recursos y asociados:** analiza cómo la organización gestiona sus recursos internos; por ejemplo, los financieros, de información, de conocimientos, tecnológicos, de propiedad intelectual, materiales y recursos externos; incluidas las asociaciones con proveedores, distribuidores, alianzas y órganos reguladores, con el fin de apoyar la eficiente y eficaz gestión de la misma.



Internet

Visite <http://www.fundibeq.org>,
sitio oficial de la Fundación
Iberoamericana para la Gestión
de la Calidad.

-site en idioma español-



5. **Clientes:** analiza cómo la organización diseña, desarrolla, produce y sirve productos y servicios y cómo gestiona las relaciones, con el fin de satisfacer plenamente las necesidades y expectativas de sus clientes actuales y futuros.
6. **Resultados de clientes:** hacen referencia a lo que está consiguiendo la organización en relación con sus clientes externos.
7. **Resultados del desarrollo de las personas:** lo que está consiguiendo la organización en relación con el desarrollo de las personas.
8. **Resultados de Sociedad:** lo que la organización está consiguiendo en cuanto a satisfacer las necesidades y expectativas de la sociedad local, nacional e internacional.
9. **Resultados globales:** lo que está consiguiendo la organización en relación con su proyectado desempeño y en la satisfacción de las necesidades y expectativas de cuantos tienen un interés financiero o de otra índole en la misma.

Premio Nacional a la Calidad

El Premio Nacional a la Calidad fue instituido en 1992 por la ley 24.127, como respuesta a una necesidad claramente expuesta. En sus fundamentos que destacan:

1. La incertidumbre económica como factor desalentador de inversiones en procesos de mejoramiento de la calidad y causa de una pérdida global de competitividad de nuestro país a nivel internacional y el consecuente deterioro de la calidad de vida de los argentinos.
2. La necesidad de instrumentos que incentiven y canalicen la voluntad y capacidad demostradas por la sociedad para elevar los niveles de producción y que la sociedad ha dado muestras de su capacidad y voluntad de elevar los niveles de producción y calidad hacia emprendimientos concretos, difundiendo, a la vez las ventajas competitivas que habrán de obtenerse a través de los mismos.
3. Que un instrumento de este tipo se establece, entonces, no como una mera competencia sino como un medio para generar modelos que sirvan de guía a todos los actores de la vida económica nacional, en un camino que debe conducir al país y a sus habitantes a una calidad de vida superior.



Internet

Visite <http://www.premiocalidad.org.ar>
sitio oficial de la Fundación Premio
Nacional de la Calidad.
-site en idioma español-

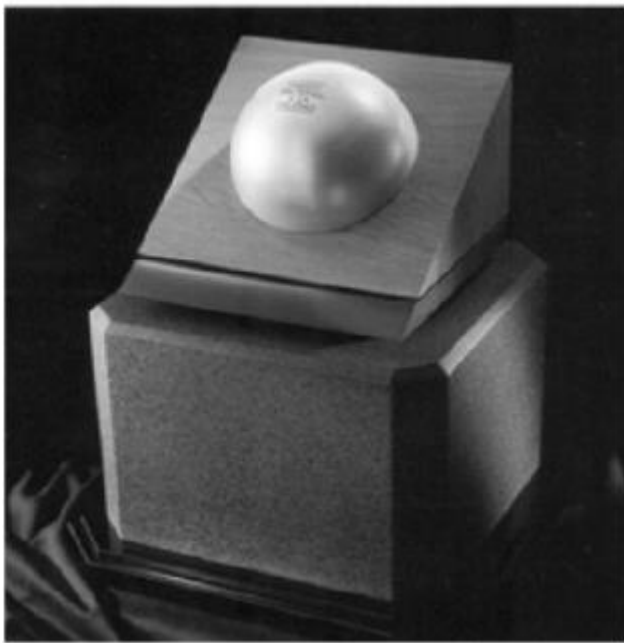


Es así que esta ley del año 1992, en su artículo 2º, establece como objetivo del Premio: “la promoción, desarrollo y difusión de los procesos y sistemas destinados al mejoramiento continuo de la calidad en los productos y en los servicios que se originan en el sector empresario y en la esfera de la administración pública, a fin de apoyar la modernización y competitividad de esas organizaciones”.

Dentro de un proceso evolutivo de la calidad, el que seguramente habrá de continuar, hoy pueden establecerse ciertos atributos que, sin ser excluyentes, resultan distintivos de una organización de calidad. Ellos son:

1. Un **liderazgo** ejercido con convicción y energía por el equipo de Dirección, comprometido con los valores de la excelencia, transmitidos a todos los niveles de la organización mediante el ejemplo permanente de su conducta.
2. Un **Sistema de Gestión** que asegura la mejora de los resultados a lo largo del tiempo, aplicando los conceptos, metodologías y herramientas para la calidad.
3. **Resultados** que satisfacen plena y consistentemente a todas las partes interesadas.

Precisamente, para discernir en qué medida las organizaciones que aspiran a obtener el Premio presentan estas características, y de ellas, cuáles lo logran en mayor grado, el proceso de elección se realiza en función de una serie de Criterios de Evaluación, básicamente aplicables a todo tipo de organización. No obstante ello, también se tiene en cuenta características distintivas de cada actividad o negocio.



DESCRIPCIÓN DEL TROFEO

El círculo, el cuadrado y el triángulo son, históricamente, las creaciones más perfectas del trabajo humano y los fundamentos simples y acabados de todas las obras de la imaginación artística y científica.

Estas figuras se corporizan en el trofeo del Premio Nacional a la Calidad para el Sector Privado.

El triángulo de madera representa la materia prima, los recursos naturales de los cuales el hombre hace uso para producir y crear. El acero de la semiesfera representa la transformación del recurso natural por el hombre.

Además, la oposición equilibrada entre el punto (la esfera) y el plano, entre lo curvo y lo recto, entre la madera flexible y el metal resistente, entre el continente y su contenido, simbolizan las infinitas combinaciones que el permanente desdoblamiento de lo real pone al alcance del hombre como productor.

En un nivel alegórico más complejo, la adaptación entre los materiales diversos empleados en su concreción, alude a la precisión tecnológica y a sus logros.

Criterios de evaluación para la asignación del Premio Nacional de la Calidad

<i>Criterio</i>	<i>Puntos</i>	<i>Porcentaje</i>
Vocación y compromiso	100	10%
Liderazgo del equipo de Dirección:	100	
Compromiso	55	
Valores	45	

<i>Criterio</i>	<i>Puntos</i>	<i>Porcentaje</i>
Sistema de Gestión	450	45%
Orientación hacia el cliente:	90	
Conocimiento de las expectativas actuales y futuras de los clientes	20	
Gestión de las relaciones con los clientes	25	
Administración de los reclamos y/o quejas de los clientes	15	
Compromiso de los clientes	10	
Determinación de la satisfacción de los clientes	20	
Gestión de la calidad:	30	
Valores	15	
Evaluación del grado de adherencia a los valores	5	
Organización	10	
Planeamiento estratégico:	40	
Proceso de planeamiento	25	
Planes	15	
Sistema de información:	60	
Obtención y registro de información	10	
Análisis de la información	10	
Uso de modelos de comparación	10	
Uso de los resultados del análisis para la mejora continua	30	
Recursos humanos:	90	
Planificación y gestión de recursos humanos	20	
Compromiso del personal y su reconocimiento	35	
Educación y capacitación del personal para el logro de la calidad	25	
Bienestar y satisfacción de personal	10	
Aseguramiento de la calidad:	120	
Diseño e introducción en el mercado de productos y servicios	35	
Elaboración y distribución de productos y servicios	25	
Procesos de negocios internos de apoyo	20	
Calidad de proveedores y subcontratistas	10	
Calidad de distribuidores, mayoristas y concesionarios	10	
Evaluación de la calidad de productos y servicios	20	
Responsabilidad social:	20	
Promoción de la cultura de la calidad en la comunidad	10	
Preservación del medio ambiente	5	
Otras acciones comunitarias	5	



<i>Criterio</i>	<i>Puntos</i>	<i>Porcentaje</i>
Resultados	450	45%
Satisfacción de los clientes:	200	
Resultados obtenidos en la satisfacción de los clientes	120	
Comparación de los resultados de satisfacción de los clientes	80	
Satisfacción del personal:	60	
Evaluación del bienestar y la satisfacción del personal	35	
Indicadores vinculados al compromiso y reconocimiento del personal	25	
Impacto sobre la sociedad:	40	
Resultados operativos:	150	
Resultados de la calidad de los productos y/o servicios	50	
Resultado del negocio	35	
Resultados de la calidad de los servicios de apoyo	25	
Resultados de la calidad de proveedores y subcontratistas	15	
Resultados de la calidad de distribuidores, mayoristas y concesionarios	25	
TOTAL	1.000	100%

El proceso de evaluación y elección es realizado por una Junta de Evaluadores que cuenta con total autonomía técnica y toda organización que compite por el Premio es evaluada objetiva y profesionalmente por este conjunto de especialistas recibiendo, independientemente del resultado del concurso, un detallado informe en el que se indican claramente sus fortalezas, aspectos a mejorar y las áreas en las que se recomienda realizar esfuerzos de mejora. El diseño del proceso de evaluación asegura la confidencialidad de la empresa participante. Aquellas que resultan premiadas disponen de todas las ventajas que le otorgan el reconocimiento público en el ámbito nacional y el prestigio propio del Premio Nacional a la Calidad.

<i>Empresas -del sector privado- que han obtenido el Premio Nacional de la Calidad</i>		
<i>Año</i>	<i>Empresa</i>	<i>Categoría</i>
1994	Xerox Argentina I.C.S.A. Cibie Argentina S.A.	Empresa grande del sector servicios Empresa mediana de producción de bienes
1995	Declarado desierto en todas sus categorías porque las empresas postulantes no alcanzaron las exigencias de las bases del premio. Igualmente, la Fundación otorgó Diplomas de Reconocimiento a la Mejora Continua a tres empresas que, habiéndose postulado también en 1994, demostraron avances en la práctica de la Calidad: ellas fueron: Ligget Argentina S.A. ; Close Up S.A. y una tercera que prefirió mantener la confidencialidad de su nombre.	
1996	Automoción Micromecánica S.A.I.C.	Empresa mediana de producción de bienes
1997	Siderar S.A.I.C. 3M Argentina S.A.C.I.F.I.A	Empresa grande de producción de bienes Empresa grande de producción de bienes
1998	YPF Lubricantes	Empresa grande de producción de bienes
1999	Lautrec Publicidad S.A.	Empresa mediana de servicios

<i>Empresas -del sector privado- que han obtenido el Premio Nacional de la Calidad</i>		
<i>Año</i>	<i>Empresa</i>	<i>Categoría</i>
2000	Taranto San Juan S.A.	Empresa mediana de producción de bienes
	Unilever de Argentina S.A. - División Limpieza y Cuidado Personal	Empresa grande de producción de bienes
	Hotel Inter-Continental Buenos Aires	Empresa grande de servicios
2001	Telecom Personal S.A.	Empresa grande de servicios
2002	Declarado desierto en todas sus categorías porque las empresas postulantes no alcanzaron las exigencias de las bases del premio.	
2004	Nextel Communications Argentina S.A.	Empresa grande de servicios Mención especial a la excelencia en la gestión educativa y el aporte a la comunidad
	Volkswagen Argentina S.A. - Centro Industrial Córdoba	Mención especial a la excelencia en gestión industrial
2005	Volkswagen Argentina S.A. - Centro Industrial Córdoba	Empresa grande de producción de bienes
	Taranto San Juan S.A.	Empresa mediana de producción de bienes
2006	Compañía Mega S.A.	Empresa grande de producción de bienes
	Grupo Los Grobo	Mención especial al liderazgo en la innovación del modelo aplicado al sector agropecuario
2007	Grupo Educativo Marín	Organización sin fines de lucro, grande, abierta a la comunidad
	Organismo Argentino de Acreditación	Mención especial a la excelencia en gestión integral
2008	Club de Amigos	Organización sin fines de lucro, mediana, que brinda servicios a sus asociados
	Profertil S.A.	Empresa grande de producción de bienes
	IBM Global Delivery Center Argentina	Mención especial a la excelencia en la gestión del conocimiento y del capital
2009	Embotelladora del Atlántico S.A. (EDESA)	Empresa grande de producción de bienes
	IBM Global Delivery Center Argentina	Unidad operativa de grandes empresas o corporaciones
	Nextel Argentina	Empresa grande de servicios
2010	Los Grobo Agropecuaria	
	Petroarsa	
	Temium Siderar	
2011	Interbanking S.A.	Empresa grande de servicios
	Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Organización sin fines de lucro, grande, que brinda servicios a sus asociados





El concepto de calidad se está entendiendo cada vez más en todo el mundo empresarial, abandonando el típico reducto de la planta de fabricación para llegar a toda la actividad humana.

En el sector de logística y distribución, la calidad es una pieza fundamental de la estrategia empresarial para hacer frente al recrudescimiento de los costos y a la dura batalla de la competencia. En la imagen, directivos de Petroarsa S.A, empresa de logística tucumana ganadora del premio Nacional de Calidad en el año 2010. Esta empresa galardonada se dedica a la

distribución de combustibles, lubricantes, fertilizantes y agroinsumos en el noroeste argentino. De cualquier manera, persiste en algunas empresas del sector una fuerte inercia de las ideas anticuadas de productividad y control de calidad como objetivos independientes.

En tanto considerado sector de punta de la economía nacional ya que conoce de varias crisis, el mercado de la logística y de la distribución exige de los directivos un esfuerzo que acepte el reto de convertir la calidad en el arma competitiva de sus empresas.

PUNTOS RELEVANTES

- ~~La~~ Administración de la Calidad Total considera tres principios: un enfoque centrado en el cliente, la participación del empleado y el mejoramiento continuo de la calidad.
- ~~El~~ punto de vista del consumidor acerca de la calidad suele definirse de diversas formas. Es posible que el cliente haga un juicio cuantitativo al decidir si un producto o servicio cumple con las características de diseño especificadas. Otras veces, pueden cobrar más importancia los juicios cualitativos acerca del valor, la adaptabilidad para el uso que el consumidor piensa darle, el soporte que se brinda para el producto o servicio y el aspecto estético. Una responsabilidad de TQM consiste en escuchar a los consumidores e informar sobre los cambios de sus percepciones en torno a la calidad.
- ~~La~~ calidad puede ser utilizada como arma competitiva. El diseño de alto rendimiento y la calidad consistente son prioridades competitivas asociadas a la calidad.
- ~~Todos~~ los empleados de la organización comparten la responsabilidad por la calidad. Entre los programas para la participación del empleado figuran el liderazgo en una cultura organizacional cambiante, el desarrollo individual, los premios e incentivos y el trabajo en equipo.
- ~~El~~ mejoramiento continuo implica la identificación de modelos (*benchmarks*) que hayan exhibido excelencia en la práctica, y la tarea de inculcar en los empleados un sentimiento de propiedad para que identifiquen continuamente todas las mejoras que deban hacerse en productos, servicios y procesos.
- ~~Las~~ siete herramientas genéricas para organizar y presentar datos referentes al mejoramiento de la calidad son: listas de verificación, histogramas, gráficas de barras, gráficas de Pareto, diagramas de dispersión, diagramas de causa y efecto y gráficas de control.
- ~~Los~~ premios a la calidad promueven, reconocen y publican las estrategias y logros, en términos de calidad, de destacados fabricantes, proveedores de servicios y empresas medianas y pequeñas.

TÉRMINOS CLAVE

~~Administración de la calidad total~~
~~Benchmarking~~
~~Calidad~~
~~Ciclo planear-hacer-comprobar-activar~~
~~Clientes externos~~
~~Clientes internos~~
~~Costos de evaluación~~
~~Costos de prevención~~
~~Despliegue de la función calidad (QFD)~~
~~Diagrama causa-efecto~~
~~Diagrama de dispersión~~

~~Gráfica de barras~~
~~Gráfica de Pareto~~
~~Histogramas~~
~~Kaizen~~
~~Lista de verificación~~
~~Mejoramiento continuo~~
~~Muda~~
~~Poka-yoke~~
~~Premios de la calidad~~
~~Premio Nacional de la Calidad~~

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adler, M. O. (coordinador) *Producción y Operaciones*. Ed Macchi. 2004.
- Chase, R.B. *Manual de la Producción y Operaciones para una Ventaja Competitiva*. McGraw-Hill / Interamericana de México. 2005.
- Crosby, P.B. *Quality is Free*. McGraw-Hill. Nueva York. 1979.
- Crosby, P.B. *Let's talk Quality*. McGraw-Hill. Nueva York. 1989.
- Deming, W.E. *Out of the Crisis*. Cambridge, MA. Center for Advanced Engineering Study, 1986.
- Gaither y Frazier. *Administración de Producción y Operaciones*. Int. Thomson. Madrid. 2000.
- Heyser, J.R. *How Puritan-Bennett used the House of Quality*. Sloan Management Review 34. 1993.
- Ishikawa, Kaoru. *Guide to Quality Control*. Asian Productivity Organization. Tokyo. 1972.
- Juran, J.M. y Frank Gryna, Jr. *Quality Planning and Analysis*. McGraw-Hill. Nueva York. 1980.
- Krajewski L. y Ritzman, L. *Administración de Operaciones. Estrategia y Análisis*. Adisson Wesley 2000.
- Neves, J.S. y Benham N. *Deming, Baldrige and European Quality Awards*. Quality Progress. 1994
- Shonberger, R.J. *Japanese Manufacturing Techniques*. Free Press. Nueva York. 1982.
- Sullivan, L.B. *The Power of Taguchi Methods*. Quality Progress, vol. 20, num. 6. 1987. p. 76-79.
- Want, E.C. *Business? You have two choices*. Business Week. Octubre de 1992. p. 58-59

