

MODELOS Y SISTEMAS DE CALIDAD EN LA EDUCACIÓN

OBJETIVO GENERAL

El alumno analizará, la importancia de brindar productos y servicios con calidad; así como estudiar los fundamentos, autores y corrientes de la calidad para lograr la eficiencia y eficacia organizacional y el impacto en su imagen

TEMAS Y SUBTEMAS

OBJETIVO PARTICULAR

El alumno conocerá los conceptos fundamentales de la calidad

1. CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE LA CALIDAD

1.1 Calidad y Sistemas de Gestión de Calidad

Desde los inicios de la revolución Industrial en Inglaterra la calidad de los productos fue y ha sido una parte fundamental de la industria de bienes o servicios. En el transcurso del tiempo se han desarrollado formas para asegurar que la calidad sea un estándar, para ello se crearon normas y sistemas de referencia.

La calidad se puede conceptualizar como un conjunto de cualidades o propiedades que caracterizan una cosa o a una persona, en un nivel cuantitativo y cualitativo que le dotan de una ventaja competitiva en un mercado, y que lo identifican como un producto o servicio para el cliente o usuario, al cual cubrirá su necesidad y satisfacción.

Por ello la evolución de la calidad, es relevante para su desarrollo y se enmarca de la siguiente manera:

- 1900: Calidad en manos del operador
- 1910: Calidad responsable del capataz
- 1930: Inspector del control de calidad
- 1940: Control estadístico de la calidad
- 1960: Control total de la calidad
- 1980: Administración de la calidad
- 1990: Sistemas de calidad

Los modelos de calidad en el mundo, que se han establecido, se conforman por:

- W. Edwards Deming
- Joseph Juran
- Phillip Crosby
- Ishikawa
- Arman Feigenbaum
- Genichi Taguchi
- Modelo Japonés
- Normas ISO-9000-2000

La calidad hoy en día se define como la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, que cambian constantemente y se actualizan con el tiempo.

Todo empieza con la visión de la gerencia, que debe estar involucrada con los procesos de mejora, gestión de calidad y con la estrategia.

En la educación se ubican los procesos de calidad con la definición de cliente como son los padres quienes pagan por una educación ó son lo alumnos quienes la reciben, donde los clientes son ambos. Si se aplica la definición de calidad, la Escuela quien ofrece los servicios, oferta educativa, instalaciones, etcétera, esto llega al cliente, el cual visualizará sus necesidades y para su elección, además de expresar su necesidad cubierta y requerimientos.

En la educación es formar mejores a los seres humanos en cantidad y calidad de conocimientos como las destrezas para aplicarlos y ofrecer servicios educativos a los estudiantes como una educación de calidad, que va en función de las expectativas del estudiante o las del mercado que los empleará cuando se conviertan en egresados.

Las percepciones referentes a la calidad en la educación tienden a ser muy subjetivas y a depender de intereses personales. Desde los alumnos que cuentan con diferentes aspiraciones, los académicos que buscan que la educación sea conforme a su conocimiento, y los empresarios que buscan empleados capacitados para realizar bien su trabajo.

Existe un debate entre considerar al estudiante como cliente o materia prima, que es de importancia contemplarlo, para definir el rumbo de la evaluación de la calidad. La

satisfacción del alumno no puede ser percibida sino hasta que se convierte en egresado y logra desarrollarse en el mundo laboral y puede ir desde que consigue su primer empleo hasta el momento en que se jubila.

Así que en lo subsecuente, no debe de extrañarse que la institución educativa sea vista como una empresa y como tal aplicarán todos los conceptos que en ellas se manejan, lo interesante será acondicionarlo en la manera correcta.

Según la American Society for Quality Control calidad es: la totalidad de funciones y características de un producto que determinan la capacidad para satisfacer las necesidades de un grupo de usuarios (Larrea, 1991). Contemplada la calidad desde un concepto estratégico, quien define la calidad día con día, es el cliente.

La creciente competencia origina cambios en las necesidades y expectativas de los clientes. Los productos que ayer le parecían excelentes, hoy pueden no ser satisfactorios. Por otra parte, todas las empresas que pretenden subsistir en el mercado se están ocupando de mejorar continuamente, por lo que el precio de los productos tiende a ser muy similar entre las diferentes marcas, así que, para ganar clientes y retener a los actuales, las compañías requieren un elemento que les de ventaja competitiva. Ese elemento puede ser el servicio.

Pero, ¿Qué es el servicio?, existen varios conceptos asociados, en algunos de ellos se entiende al servicio como un resultado psicológico personal, en otros casos el servicio es visualizado como un proceso, por lo que su importancia depende del valor que el cliente le dé a la calidad del servicio. De cualquier forma, la calidad del servicio será evaluada por el cliente sobre la base de su percepción personal del servicio que recibe, comparada con el servicio que deseaba recibir, es decir, sus expectativas.

Existen diversos factores o características que hacen variar la calidad en el servicio, la cual se evalúa durante todo el proceso de servicio. Esta evaluación la hace el cliente por comparación entre lo esperado y lo obtenido. La necesidad de medir.

Si una empresa está seriamente decidida a enfocarse al cliente y mejorar el nivel de servicio que ofrece, es necesario que desarrolle medios objetivos para medir su desempeño.

Las mediciones permiten hacer muchas cosas a una compañía (Horovitz, 1993):

- Saber dónde se encuentra en relación con una referencia determinada;
- Comprobar la homogeneidad;
- Identificar los puntos fuertes y débiles;
- Centrar los esfuerzos,

- Dirigir y controlar el progreso,
- Cuantificar logros, y
- Aumentar el conocimiento de la calidad de servicio.

Tal como Deming dijo, lo que no se mide no se conoce. Ninguna empresa puede integrarse a la mejora continua si no tiene un pleno conocimiento de sus áreas de oportunidad. Entonces, es necesario medir, saber en que posición se encuentra la organización y si se está realizando algún progreso en comparación con los objetivos determinados.

En primera instancia, las medidas de desempeño de cualquier empresa deben dividirse en dos categorías (Butterfield, 1991):

- Medidas internas: Relativas al desempeño de los empleados y los procesos dentro de la organización, incluyendo, por ejemplo, índices de errores y productividad
- Medidas externas: Aquellos componentes de servicio que son percibidos por los clientes, por ejemplo, seguridad y tiempo de respuesta

Es evidente que las medidas internas están directamente relacionadas con las medidas externas, de hecho, reflejan las mismas cosas, pero desde diferentes perspectivas (el punto de vista de la organización y el punto de vista del cliente).

Las mediciones (Horovitz,1993), para alcanzar o mejorar con respecto a un determinado nivel de referencia son válidas en tanto que dicha referencia refleje con precisión las expectativas de servicio a los clientes. De no ser así, una compañía está creando la perfección sin propósito alguno: el elefante blanco, totalmente inútil, del proverbio. Si se trata de medir la Calidad en el Servicio, las mediciones solo adquieren significado al compararse con los resultados de encuestas de satisfacción al cliente.

Los estándares de servicio que establezca cualquier compañía, deben ser expresados en términos de que se le debe dar al cliente en cada momento de su relación con la compañía. Posteriormente, estos estándares pueden traducirse a otras medidas numéricas de operación interna y asignar una persona responsable de cumplir un determinado estándar. Especificar requisitos, sin vincularlos a miembros del personal o sin definir métodos de medición viables, es desperdiciar el tiempo.

También algunos de los postulados de la Teoría de la Calidad son:

- 1.- La calidad se basa en un solo principio
- 2.- Un principio no cambia es inmutable
- 3.- La calidad es un principio filosófico
- 4.- La calidad opera con tres aspectos básicos: *definición, orden y disciplina*
- 5.- La calidad es totalmente inmutable y tiene un valor absoluto
- 6.- La tecnología es totalmente evolutiva y tiene un valor relativo

Los Sistemas de Gestión de Calidad es una herramienta necesaria en cualquier empresa, ya que permite direccionar y establecer su actividad en la calidad.

Al hablar de un sistema de calidad, se enfoca a un programa de calidad que va acompañado de la presidencia, dirección o gerencia general y deben participar en el programa de calidad, condición previa para llevar a cabo el sistema administrativo de la operación, enfocado a los factores básicos de la operación, a saber: persona, actividad, documento, equipo e instalación, recursos y productos, servicios y resultados.

De acuerdo a la Teoría de la calidad, siempre existe y debe existir en cualquier sistema los siguientes principios: definición, orden y disciplina, es decir el porque? y el para que?, es decir, la causa, proceso y efecto.

Así pues tenemos que es necesario un programa de la calidad y un sistema administrativo de la operación, teoría y practica, causa y efecto, acción y reacción, filosofía y tecnología. Siempre van ligados, nunca van separados y cuando esto sucede tarde que temprano, lo practico empieza a fallar, por desgaste, cansancio, tensión, rechazo etc. De esta manera el programa debe ser constante y continuo siempre enfocado a atención y servicio de la persona sea empleada o cliente. La calidad inicia en la persona y termina en la persona.

El sistema de gestión, es un esquema general de procesos y procedimientos que se emplea para garantizar que la organización realiza todas las tareas necesarias para alcanzar sus objetivos, con los procesos, comportamientos, herramientas que permiten su visión, que le permite a la empresa alcanzar un nivel de madurez.

Administrar es el sistema que le permite a la persona controlar sus propias oportunidades de realizar en su existencia todo su ser, eso a través de la calidad. Así pues la calidad en la administración es la causa y la administración de la calidad es el efecto. En lo primero se ejerce un valor y el lo segundo se controla la cualidad de ese valor. En lo primero se busca saber hacer bien las cosas (filosofía) y en lo segundo saber controlar las oportunidades del hacer (tecnología).

Toda administración implica un sistema simple o complejo, lo que busca un sistema en la administración es controlar las oportunidades que se generan en la gestión del sistema. Ahora que es lo que pretende el concepto de calidad total, simplemente que

la gestión del sistema abarque a todo y a todos en el universo de la empresa. Todos y todo debe estar contemplado en el sistema administrativo de la operación. El sistema es pues total y netamente operativo, es decir se basa en la gestión sistemática y controlada de la operación.

Un sistema administrativo de la operación total puede y debe controlar en forma natural a la persona misma, a la gestión o actividad de la persona, a los documentos que la persona en su actividad desarrolla y requiere, a los equipos e instalaciones que el sistema ofrece, los recursos necesarios y suficientes para la gestión de la empresa, los productos base de toda la operación y por último los resultados obtenidos de todo el proceso en el universo de la empresa.

1.2 El Directivo y el sistema de Calidad

El origen de las estructuras tradicionales se basa en la fragmentación de procesos naturales, producto de la división del trabajo (Taylor), y posterior agrupación de las tareas especializadas resultantes en áreas funcionales o departamentos. En estas estructuras tradicionales; ningún director de área es el único responsable del buen fin de un proceso, ya que la responsabilidad está repartida por áreas y en una misma transacción intervienen varias áreas.

La alta dirección quien debe mostrar su compromiso con el cambio, de apoyarlo y mantenerlo, además de contar con la visión estratégica y el enfoque correcto para no perder el camino, que se ha planteado como meta, donde se generan los compromisos de una empresa y su personal.

Dentro de los elementos para el manejo de la empresa y la calidad se tienen:

El elemento más importante la Productividad.

El elemento más importante para la productividad es la Calidad

El elemento más importante para la Calidad, es un Sistema de Calidad

El elemento más importante para el Sistema de Calidad, son las Personas
Sin duda uno de los aspectos más importantes y básicos para que una empresa pueda alcanzar un nivel de competitividad, es poder obtener una integración eficiente de las personas que en ella laboran con los recursos físicos y materiales necesarios.

Buscar continuamente la integración de las personas para el máximo aprovechamiento de sus capacidades, la satisfacción de las necesidades humanas y el mantenimiento de las relaciones cordiales entre todo el personal, ha sido una de las premisas que permite ser competitivos tanto en el ámbito nacional como en el ámbito internacional.

La calidad de los productos o servicios de cualquier empresa está sustentada en la capacidad de mantener operando establemente sus sistemas de trabajo, y para poder lograrlo, se necesita contar con personas motivadas y capacitadas para desarrollar un buen trabajo.

A continuación se mencionan algunos de los valores culturales que base de un desempeño de excelencia para cualquier trabajador:

- Puntualidad,
- Enfoque hacia el Cliente
- Conciencia de Costos
- Enfoque Empresarial
- Orientación al Crecimiento

Una cultura vigorosa es una poderosa fuerza que impulsa el desempeño sobresaliente. Las características del desempeño laboral corresponden a los conocimientos, habilidades y capacidades que se espera que una persona aplique y demuestre al desarrollar su trabajo como:

1. Adaptabilidad
2. Comunicación
3. Iniciativa
4. Conocimientos
5. Trabajo en Equipo.
6. Estándares de Trabajo.
7. Desarrollo de Talentos.
8. Potencia el Diseño del Trabajo
9. Maximiza el Desempeño

Esto permite a las personas que lideran grupos de trabajo un buen desempeño, que van aunados a como deben actuar con buen juicio, madurez y sentido común.

Y en este sentido las personas como directivos y por otro lado el sistema de gestión permiten la funcionalidad administrativa del sistema de calidad.

Los sistemas de calidad, consisten en la evaluación de cómo y porqué se hacen las cosas. Donde las empresa, tienen una forma establecida o un sistema de hacer negocios.

La mayoría de los modelos de sistemas de calidad contemplan la responsabilidad social de la organización, y así cada vez las exigencias se incrementan para las organizaciones, requerimientos con los cuales se deben de cumplir para satisfacer las expectativas de las partes interesadas: empleados, sociedad, proveedores, clientes y accionistas.

Todo esto redunda en beneficios para las mismas organizaciones, los países, la sociedad y la modernidad del siglo XXI con la globalización y la tecnologías.

1.3 Calidad en el producto ó servicio

Cualquier organización, sea una universidad, empresa, cooperativa, entre otros, debe proponerse una finalidad, con una serie de metas que alcanzar, lo cual mantiene operante a la organización. Donde la administración se enfoca a la calidad de su producto ó servicio.

Por ello, es importante hablar de la administración, que es algo complejo y amerita una definición que sugiere la autora Parker Follett, Marx: la administración es el proceso de planear, organizar y controlar los esfuerzos de los miembros de la organización, y aplicar los demás recursos de ella para alcanzar las metas establecidas.

Como indica la definición para conseguir las metas de la organización, los gerentes deben cumplir con cuatro actividades básicas, sugeridas Henri Fayol en 1916: la planeación, la organización, la dirección y el control. Cada una de ellas es de vital importancia, por tal razón se le conoce como el enfoque anatómico de Fayol y se describen de la siguiente forma:

- Planificación: permite la formulación o el planeamiento o selección de las metas y objetivos generales y específicos de la organización, departamentos o divisiones, así como una programación con pasos sistemáticos para alcanzarlos. Los planes pueden ser desarrollados a corto, mediano y largo plazo, dependiendo de los niveles administrativos.
- Organización: una vez establecidas las metas, los gerentes deberán diseñar una organización y estructura adecuada para lograr el éxito, incluyendo la integración y capacitación del personal necesario para ejecutar el que es necesario para ejecutar el trabajo y definir el papel de cada uno de ellos deberá desempeñar.
- Dirección: esta ofrece a los gerentes una herramienta que tiene como fin lograr que los miembros de la organización trabajen para lograr alcanzar las metas y objetivos establecidos en la fase de planeación
- Control: para tener la certeza que el trabajo ejecutado no presente variaciones desfavorables con lo planeado, los gerentes deberán diseñar y aplicar un sistema de control que incluye tres elementos básicos: Estándares del desempeño, medición del desempeño actual y compararlo con los estándares establecidos y tomar medidas para corregir el desempeño que no cumpla con esos estándares.

La importancia de generar estrategias es un aspecto relevante de la calidad de un servicio o producto. El termino tiene su origen en el ambiente militar y del griego plasmado en dos publicaciones distintas los dos autores James Brian Quinn, de la

Escuela de Comercio Arnos Tuck, del Dartmouth College y Roger Everard, en el libro el Proceso Estratégico:

El vocablo “estrategos” inicialmente se refería a un nombramiento del general en jefe de un ejército. Más tarde, pasó a significar el arte general, esto es, las habilidades psicológicas y el carácter con los que asumía el papel asignado. En la época de Pericles (450 a.C.) vino a explicar habilidades administrativas (administración, liderazgo, oratoria, poder). Y ya en el termino de Alejandro de Macedonia (330 a. C.) el tiempo hacia referencia a la habilidad para aplicar la fuerza, vencer al enemigo y crear un sistema unificado de gobierno global.

Según Kennet, J. Albert, la utilización de las estrategias se hace necesaria desde el momento en el cual los hombres deben enfrentarse a una o más situaciones como las siguientes:

- Recursos limitados
- Incertidumbre respecto a la capacidad e intenciones del adversario
- Compromiso irreversible de los recursos
- Necesidades de coordinar las acciones a distancia y en el tiempo
- Incertidumbre acerca del control de la iniciativa
- La naturaleza fundamental de las percepciones reciprocas entre los adversarios
- Futuro incierto.

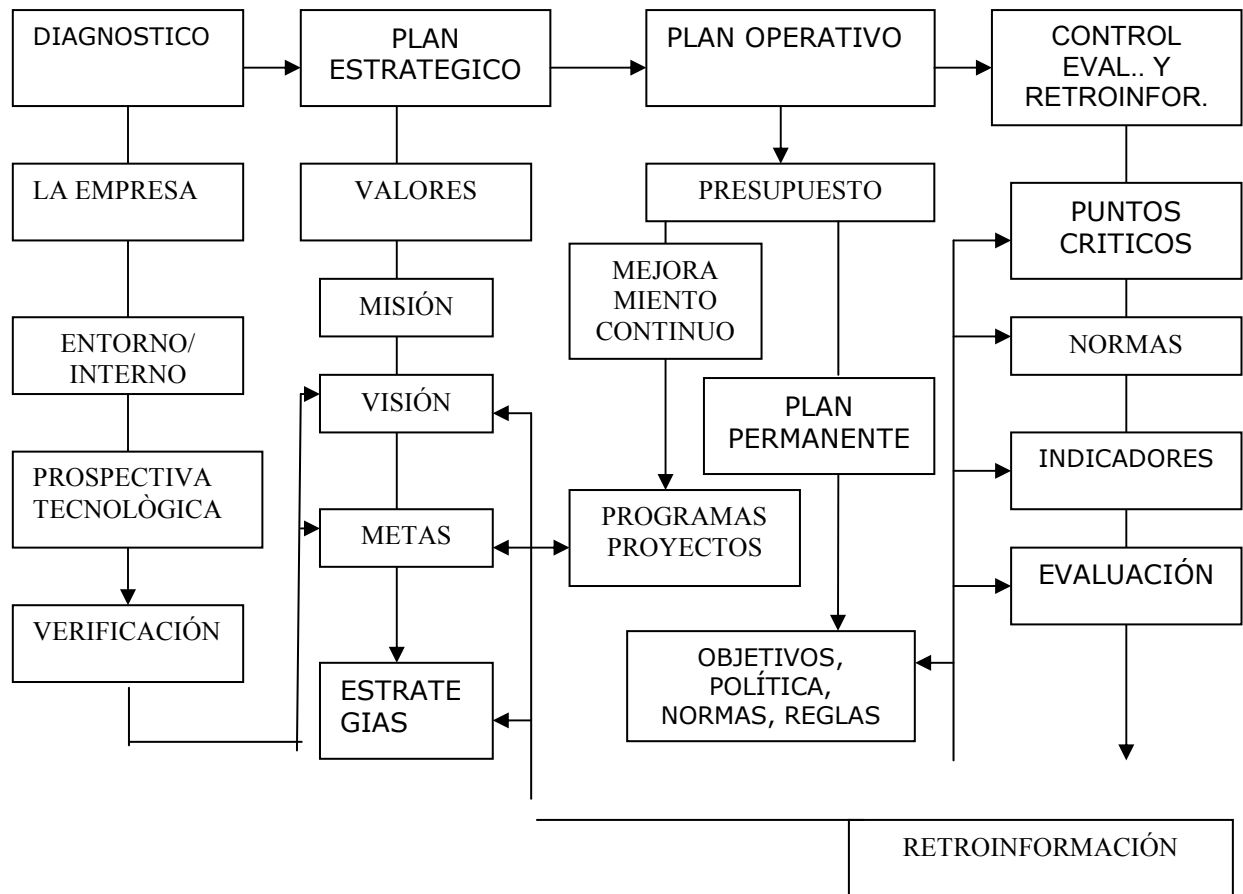
El concepto de estrategia comprende el propósito global de una organización, es decir, en el caso de una empresa privada, el fin de lucro para satisfacer los inversionistas. No solo los beneficios, sino también otros factores entre los cuales están los costos que resultan de las decisiones tomadas.

Estrategia se puede definir como, un esquema básico y práctico de la organización para adaptarse a los eventos del entorno o para anticiparlos, generando una ventaja competitiva que le permita permanecer exitosamente en el mercado.

La administración estratégica es un proceso de planear, organizar, dirigir y controlar los esfuerzos de los miembros de la organización a través de esquemas básicos y prácticos, que permitan la suficiente flexibilidad para adaptarse o anticiparse a los eventos del entorno, con el fin de generar una ventaja competitiva que le garantice permanecer y crecer exitosamente en el mercado.

El Plan de Desarrollo Estratégico se encuentra integrado por, el Diagnóstico, la formulación del Plan Estratégico, la elaboración del Plan Operativo y, en fin, el Control, Evaluación y la Retroinformación.

PROCESO DE FORMULACIÓN E IMPLANTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO PARTICIPATIVO PARA LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD
 Mauro Destro Stimamiglio



Los pasos del proceso del plan estratégico se describe a continuación:

- 1) El proceso inicia con la elaboración de un documento breve en el cual se indican los eventos importantes de la empresa desde su fundación. La empresa debe ser conocida por todos sus integrantes.
- 2) Con herramientas adecuadas (análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas -FODA- u otras) se descubren los factores del macro y micro ambiente nacional e internacional que influyen positiva o negativamente en el desarrollo de la organización (Oportunidades y Amenazas). Se descubren

aquellos factores internos de la organización que influyen positiva o negativamente en el crecimiento orgánico de la misma (Fortalezas y Debilidades).

- 3) Es deseable efectuar un ejercicio de prospectiva tecnológica siempre y cuando ya no se encuentre a disposición. Esta acción permite tener una idea sobre el posible futuro de algunos aspectos tecnológicos de interés tanto en los productos como en los procesos. Varias son las herramientas a disposición (Delfi, lluvia de ideas, escenario, etc); lo importante es comenzar con premisas claras y bien fundamentadas
- 4) Se definen los Valores Corporativos para determinar el clima ambiental que se quiere para la organización. En otras palabras, se debe establecer reglas de las relaciones humanas dentro de la empresa.
- 5) Se prevé la formulación de la Misión que es la razón filosófica de la existencia de la empresa, la naturaleza del negocio en el cual se desarrolla su actividad.
- 6) Se usan las informaciones encontradas en los anteriores pasos, para el diseño de la Visión. Un análisis de las Oportunidades y Amenazas, factores externos (políticas, economía, desempleo, población, etc.), y de las Fortalezas y Debilidades, factores internos (finanzas, ventas, procesos, etc.) que influyen en el desarrollo de la empresa; más un ejercicio de prospectiva tecnológica. Los datos deben ser del momento en el cual se desarrolla la actividad de planeación.

Con ello se elabora la Visión, hacia donde quiere ir la organización, siendo una de las fases más importantes y delicadas, para obtener las estrategias o las metas estratégicas. De esta forma se elaborarán proyectos con el mejoramiento continuo que tendrán como fin aprovechar al máximo las oportunidades de mejorar actividades y procesos dentro de la organización.

1.4.- Calidad en la distribución

La calidad es un parámetro que sin lugar a dudas afecta todos las actividades de la empresa, ya sea de bienes ó servicios en cuanto a la distribución y frente a los consumidores o usuarios, pone en evidencia qué productos llegan de la mejor forma posible, reduciendo los peligros de manejos inadecuados, homogeneizando los procesos y ayudando a conservar el medio ambiente.

La distribución de un producto es una de las opciones más extendidas y menos arriesgadas en el mundo de los negocios, debido a las ventajas que implica y la diversidad de alternativas que ofrece.

También la distribución es la parte de la administración que se encarga de movilizar la cantidad de recursos necesarios, como la producción, así como la venta, de insumos productivos o bienes, que son tangibles o intangibles, con el fin de cubrir las necesidades de logística de las empresas en los tiempos y lugares precisos.

El sistema de distribución está integrado por el conjunto de recursos humanos, materiales y financieros propios o ajenos a la empresa, cuyo objetivo es colocar el producto terminado en los puntos de venta de la forma más efectiva y con el menor costo posible.

Para ello, se requiere de tomar decisiones referidas al diseño del sistema de distribución, localización de almacenes y puntos de venta, medios de transporte y rutas a utilizar, nivel de inventario a mantener, la organización de almacenes y manejo de materiales.

Aquí se puede preguntar: ¿cuál es la importancia que se da a la calidad en los mercados de precios?, el consumidor compra lo que puede, con el dinero que tiene, y cuando consigue juntarlo con el monto adecuado.

Las instituciones educativas plantean la calidad en su producto, con la distribución de cómo se ha consolidado a nivel competitivo respecto a otras instituciones, ubicación y accesos, posibilidades de servicios que ofrece, alcance a los usuarios, para que estos servicios lleguen al usuario que va a ser potencial consumidor del producto, que es la educación.

1.5 Calidad en los puntos de venta y calidad post venta

En la calidad muchas veces es difícil tener una referencia clara y respecto de puntos de venta y postventa en la educación quizás no sea la excepción, pero es también un reto muy importante. En general debemos de buscar las analogías es decir, en nuestro caso es posible que la venta en si se llame capacitación ó educación, con la medición de parámetros que se nos ocurra con la finalidad de cumplir nuestro objetivo. Sin embargo en servicio post venta no es tan claro.

Existen varios métodos que nos pueden ayudar a detectar las necesidades y expectativas de nuestro cliente ó clientes.

La detección de necesidades es a la vez una fase y una estrategia de evaluación diagnóstica:

- Fase porque se ubica como la primera etapa dentro de la planeación normativa, estratégica y táctica de una intervención preventiva; es la base del diseño y la operación de cualquier programa o proyecto.
- Estrategia porque implica un conjunto de procedimientos de investigación documental y de campo, dirigidos a analizar en sus dimensiones reales al problema de interés, en el contexto y en la población objetivos. Delimita las características, necesidades y demandas de la población objetivo y la distribución del problema a través del tiempo, a fin de incrementar la oportunidad y eficacia del plan de acción.

ACTIVIDADES

El alumno realizará los siguientes pasos de investigación

Instrucciones:

1) Realiza cinco encuestas entre tus conocidos sobre lo que ellos entienden por calidad, considerando los siguientes rubros (elabora tu cuestionario, para integrarlo en tu evaluación):

- concepto de calidad
- calidad de un producto o servicio (características)
- tipo de cliente
- precio-calidad-servicio
- adquisición del producto o servicio
- percepción del consumidor hacia el producto
- gusto, preferencia o necesidad
- actitud y conformidad
- evaluación del producto

2) Retoma un modelo de calidad e investiga sus preceptos y redacta un informe

3) De acuerdo al modelo de calidad trabajado, realiza un esquema o diagrama de una empresa del giro educativo que este a tu alcance para elaborarlo y justifícalo.