

# **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 la calidad en los servicios

### **3.- La aplicación de la Calidad en los Servicios**

#### **3.1 Identificación de nichos de servicios**

Cuando se establece una Norma, la alta dirección debe asegurar la determinación de las necesidades y las expectativas de los clientes, y poder satisfacerlas, para que la organización desarrolle su sistema de gestión de la calidad orientado a esa satisfacción.

Se lograría la satisfacción de las necesidades del cliente cuando:

- 1) El cliente considere que se han logrado los objetivos de formación moral, ética, social, intelectual, científica y profesional con el mayor aprovechamiento.
- 2) Las partes involucradas del sistema, cumplan con eficacia su función en forma dinámica y en continuo mejoramiento y desarrollo.
- 3) La sociedad perciba que sus requerimientos han sido alcanzados y sus previsiones logradas.

Puede considerarse que desarrollar un sistema de gestión de la calidad orientado a la satisfacción del cliente en un ámbito educativo impone contemplar y anticipar las necesidades primordiales y las expectativas de evolución a corto, mediano y largo

plazo, tanto de los educandos actuales, de los que se incorporen sucesivamente, como del sistema en su totalidad.

La Globalización impera hoy en día y significa la combinación de sociedad, finanzas y tecnología de una nación con el resto del mundo; también como la participación del mundo en la solución de las necesidades de los pueblos socialmente más atrasados, para que puedan incorporarse con éxito al mercado mundial.

Este fenómeno ha traído como consecuencia que la competitividad de las empresas y se basa en la utilización de la investigación y desarrollo y de los recursos humanos en sistemas de innovación localizados en diversos países (OCDE, 1992).

La sociedad ha experimentado cambios en sus valores y hoy se enfatizan valores como la calidad de los productos, la competencia, la responsabilidad pública, la transparencia y la eficiencia. El usuario asume en propiedad su rol de “cliente” y exige bienes y servicios de calidad, incluyendo una educación que satisfaga sus expectativas.

Por ello, desarrollar una metodología que permita identificar nichos económicos, se requiere a nivel regional, sectorial, nacional o global, donde intervienen las fases de exploración, análisis y planeación estratégica.

Estás fases se estructuran con la siguiente metodología:

- Exploratoria: está compuesta de la identificación del grupo objetivo, el tipo de negocio factible, e identificación preliminar de la existencia de mercados para los productos o servicios del negocio factible.
- Análisis: se visualiza la construcción de la cadena de valor, la descripción de los actores participantes y sus relaciones, el análisis de mercado y sus demandas, identificar nichos en donde las instituciones pueden ser un eslabón de la cadena de valor y requerimientos para incorporarse a los nichos detectados.
- Planeación estratégica: es describir la matriz FODA que pueden intervenir en un nicho de mercado identificado, así como integrarse a la cadena de valor, Formular el plan estratégico para incorporar a las PYMES a la cadena valor bajo análisis.

Con los nichos del mercado, las instituciones educativas pueden visualizar aspectos particulares de las necesidades de los clientes, y así ofrecer sus servicios y productos, de una forma más directa, cubriendo las expectativas de la población hacia la cual están dirigidas.

### **3.2. características y perfil de los servicios de la institución**

Una institución educativa puede tener diferentes características respecto a los servicios que ofrece, y estas son desde los jardines de niños hasta las instituciones de enseñanza superior. Y cada nivel tiene características distintas pero en común la educación, enseñanza ó capacitación.

Todas ellas muestran un nivel de servicio encaminado a satisfacer a los clientes, sin embargo no contar con alguna constituye una debilidad. Y esto en un sistema de calidad, que permite una oportunidad de mejora.

Los servicios de la institución serán por demás aquellos que facilitaran la interacción con los clientes en este caso los alumnos, dichos servicios van desde las instalaciones, seguridad, iluminación , biblioteca, Internet, cafetería , servicios escolares, entre otros.

Un Servicio de Gestión y Control de la Calidad, debe contemplar el siguientes punto:

- Definir la misión del servicio
- Identifica el objetivo fundamental del Servicio y su razón de ser.
- Se consideran tres aspectos, qué hacemos, cómo lo hacemos y para quién lo hacemos.
- Ejecutar la política de calidad y poner en práctica los planes estratégicos de calidad de la docencia, investigación y servicios, con el objetivo último de hacer efectiva una estrategia de Calidad Total.

El servicio que ofrezcan las instituciones, permite encontrar fortalezas y debilidades, que permitan desarrollar planes estratégicos para que sus servicios sean óptimos para los clientes actuales y potenciales.

### **3.3. El perfil del cliente y percepción de los servicios de la institución por parte del cliente.**

El fin último de cualquier organización es satisfacer las necesidades de sus clientes y para poder cumplir con ello, es necesario identificarlos, saber quiénes pueden considerarse clientes nuestros.

Se pueden identificar dos tipos de clientes:

- Clientes internos: individuos o servicios dentro de la institución, que reciben los productos o servicios para utilizarlos.

- Clientes externos: son los clientes finales, los que disfrutan de los productos o servicios como organización.

Para identificar a los clientes basta con preguntarse ¿quiénes reciben nuestros productos o servicios?, El objetivo de esta pregunta es conseguir un listado de clientes a partir de la cual se debe tratar de establecer qué necesidades tienen esos clientes, qué esperan los clientes que se les ofrezca.

Para ello se pueden identificar una serie de pasos a seguir como:

- a) Identificación de procesos estratégicos, fundamentales y de soporte
- b) Construcción del mapa de procesos
- c) Asignación de procesos clave a sus responsables
- d) Desarrollo de instrucciones de trabajo de los procesos: estratégicos, que son aquellos que proporcionan directrices a todos los demás procesos y son realizados por la dirección o por otras entidades; fundamentales, atañen a diferentes áreas del Servicio y tienen impacto en el cliente creando valor para éste. Son las actividades esenciales del servicio, su razón de ser; soporte, dan apoyo a los procesos fundamentales que realiza un Servicio. Los procesos deben desarrollarse de forma que quede suficientemente claro qué pasos deben darse para realizarlo. Es decir, se hace necesaria una explicación, fase por fase, de las actividades que componen el proceso.

El perfil del cliente es muy importante contemplarlo, para conocer lo que se debe visualizar y hacer, y percepción de los servicios de la institución por parte del cliente, son los que determinaran el atractivo para el y el consumo o adquisición del producto o servicio.

### **3.4 Determinación de los criterios para servicios de calidad**

El servicio es un término capaz de acoger significados muy diversos. En el caso que nos ocupa hay que entender el servicio como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal, ya consista ésta en un producto o en un servicio.

La forma de poder establecer los significados de los servicios, se pueden generar por:

- Comunicación boca a boca: la opinión que se forma el potencial cliente depende de lo que oye decir sobre el servicio a otros consumidores.
- Necesidades personales: las características y circunstancias personales de cada cliente, que modifican las expectativas que puede llegar a crear.

- Experiencias anteriores: las expectativas que tienen los clientes que no han utilizado nunca el servicio no suelen ser las mismas que las de aquellos que ya han experimentado con el uso de ese servicio o con otro de características similares.
- Comunicación externa: se refiere a los mensajes directos e indirectos que lanzan las empresas a sus clientes, de los cuales merece la pena destacar el precio.

En la educación formal, por lo general los requisitos básicos de la enseñanza y en muchos casos las certificaciones de los aprendizajes están reglamentados. También la identificación de los requisitos de los clientes es de aplicación en la educación no formal, no cubierta por regulaciones que fijan contenidos mínimos.

En ambos casos, requisitos adicionales, no expresados por los clientes, pueden formar parte de medios tales como: publicaciones comerciales, reuniones informativas, folletos, propaganda en medios de comunicación. La información contenida en estos medios, eventualmente consultada por los clientes para tomar su decisión, se convierte en un requisito que el producto educación debe cumplir, al formar parte del compromiso asumido.

Una cuestión fundamental previa a la mejora de procesos es la medición. Y se hace necesario establecer una serie de elementos relacionados con el proceso que se desea medir.

Los pasos a seguir son el desarrollo de criterios e indicadores, diseño de un calendario de recogida de datos, recolección y codificación de datos. Para ello se definen criterios e indicadores para cada proceso:

- Criterio: aspecto no medible del proceso que interesa evaluar (buen servicio, Calidad percibida, Auditorías de servicios, Gestión de sugerencias). Se realiza un plan de recolección de datos, donde se explicitan las fechas en que deben ser recolectados los datos de cada indicador así como la persona encargada de esa recolección.
- Indicador: variable medible relacionada directamente con el criterio. Una vez recolectada la información de los indicadores se procede a la monitorización de los mismos, lo cual resulta muy útil para su análisis. La monitorización se realiza mediante cuadros de mando, que son herramientas que muestran toda la información relevante de un indicador en un espacio reducido.

A partir del análisis de los datos cualitativos y cuantitativos se analiza cada uno de los procesos fundamentales y se plantean acciones de mejora para perfeccionar los procesos.

### **3.5. Evaluación del desempeño del grupo de servicios al cliente**

La organización debe determinar, recopilar y analizar los datos apropiados para demostrar la adecuación y la eficacia del sistema de gestión de la calidad y para evaluar dónde pueden realizarse mejoras continuas del sistema de gestión de la calidad. Esto debe incluir a los datos generados por las actividades de medición y seguimiento y por cualquier otra fuente relevante.

El análisis de los datos debe proporcionar información sobre:

- a) Satisfacción del cliente
- b) Conformidad con los requisitos del producto
- c) Características y tendencias de los procesos y productos incluyendo las oportunidades para llevar a cabo acciones preventivas
- d) Proveedores

Se establece que la organización educativa tiene que recopilar los datos apropiados que surgen de todas las mediciones, seguimientos, auditorías internas y cualquier otro que sea considerado útil para conocer si el sistema de gestión de la calidad está funcionando eficaz y eficientemente.

La determinación adecuada y la estructura de los datos a recopilar es muy importante ya que la información resultante de ellos debe ser tal que permita proporcionar la información explicitada.

Se sugiere que la Dirección de la Organización Educativa proporcione los medios para analizar estadísticamente los datos recopilados, creando el ámbito adecuado de trabajo participativo de todo el personal involucrado para compartir ideas y proponer mejoras.

La organización debe mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de la calidad por medio de la utilización de la política de la calidad, objetivos de la calidad, resultados de las auditorías, análisis de datos, acciones correctivas y preventivas y la revisión por la dirección.

La política de la calidad de la organización educativa, los objetivos de la calidad establecidos, los resultados de las auditorías, los análisis de datos provenientes de mediciones sistemáticas, las acciones correctivas y preventivas y la revisión por la dirección, deben ser utilizadas como medios para la mejora continua de la eficacia del sistema de gestión de la calidad.

La Organización Educativa, una vez que analizó las causas de la ocurrencia de no conformidades, puede muy bien planificar y realizar los cambios necesarios para que no se presenten las condiciones que puedan originar una no-conformidad nuevamente en otro momento. La acción correctora puede comprender el cambio del manual de calidad, de los procedimientos, instrucciones y otra documentación relevante. Convenientemente la organización educativa debe planificar y documentar un procedimiento que garantice que se haga un seguimiento de las modificaciones para asegurar que sean efectivas.

#### ACTIVIDADES:

##### **El alumno realizará los siguientes pasos de investigación**

Instrucciones:

- 1) Si tu como una empresa tendrías que ofrecer tus servicios , sobre que giro estaría tu negocio
- 2) ¿Qué elaborarías para una campaña y dar a conocer tu producto?
- 3) ¿Cómo sería el eslogan de los servicios?
- 4) Elabora tu informe