

“La Calidad como componente estratégico de la competitividad en las Pymes”



27 de abril de 2006

Ing. Gonzalo Blasina

EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO

“**CALIDAD**”

un cambio de cultura

Calidad de Producto

Control Estadístico de la Calidad

Aseguramiento de la Calidad

Gestión Total de la Calidad / Calidad Total



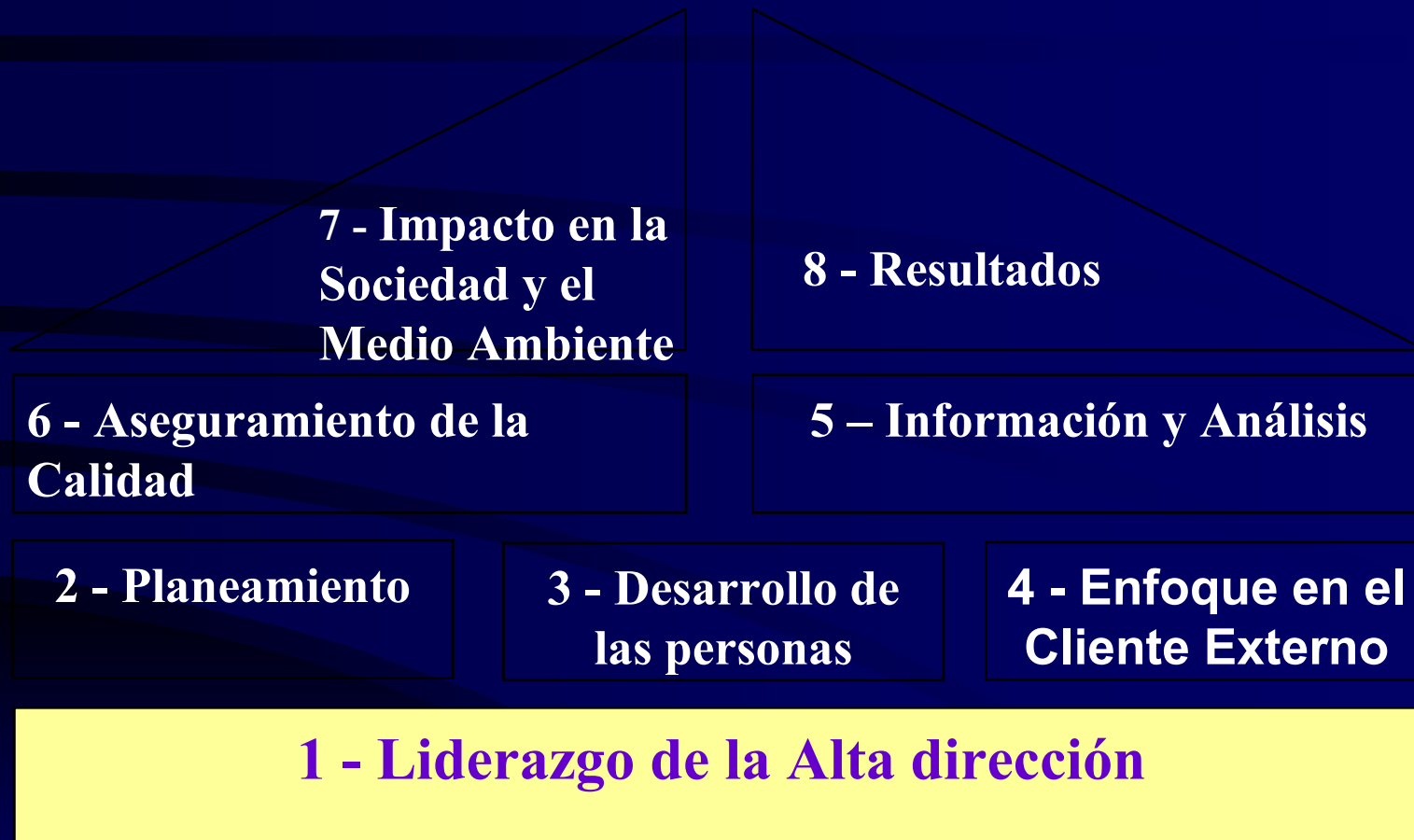
“Hoje, o êxito de uma organização está diretamente vinculado à implantação de uma cultura de mudança e de aperfeiçoamento contínuo. É importante assumir desafios constantes, sempre em busca de inovações e criatividade”.

Jorge Gerdau Johannpeter
Qualidade RS - Presidente

Modelos de Mejora Continua o de Excelencia

*Una invitación a mejorar el
enfoque de la gestión*

Modelo de Mejora Continua



ÁREAS DE EVALUACIÓN

Org. GRANDES

PYMES

1. Liderazgo de la alta dirección **1. Liderazgo**

2. Planeamiento

3. Desarrollo de las personas

2. Desarrollo de las Personas

4. Enfoque en el cliente externo

3. Interés por el cliente externo

5. Información y análisis

6. Aseguramiento de la Calidad *4. Administración y mejora de procesos*

7. Impacto en la sociedad y el medio ambiente

8. Resultados

5. Resultados

MARCO CONCEPTUAL

**La filosofía de la Calidad Total
puede definirse como:**

- Satisfacción de los clientes**
- Mejora continua de los procesos**
- Desarrollo del personal**

Dr. Kaoru Ishikawa

MARCO CONCEPTUAL

Dicha filosofía se sustenta en cinco principios esenciales:

- Compromiso de todos, empezando por la Dirección.**
- Participación activa y voluntaria de todo el personal.**
- Sinergia a partir de valores y propósitos conocidos y compartidos.**
- Organización y Sistemas centrados en la prevención y la mejora continua.**
- Aprendizaje y realización personal de todos los involucrados.**

MARCO CONCEPTUAL

***Se define la Gestión Total de Calidad
como:***

***Actividad sistemática y científica
que involucrando a TODA la
organización se focaliza en la
satisfacción de los clientes.***

Dr. Noriaki Kano

Pienso que todavía estamos a tiempo...

Lo que hay que cambiar es la mentalidad de los directivos de las empresas. Las reglas que siguen usando hoy, eran efectivas en un mundo no globalizado, en un mundo con exceso de demanda y escasez de oferta, en un mundo sin tanta incertidumbre y que evolucionaba mucho más pausadamente.

El mundo ha cambiado y por ello para poder competir tenemos que adaptarnos y usar nuevas reglas. Pero lo más difícil es dejar de usar las reglas antiguas, porque los directivos actuales las consideran dogmas que no están dispuestos ni siquiera a replantearse.

POR CONSULTAS O INFORMACIÓN ADICIONAL:

INSTITUTO NACIONAL DE CALIDAD

Rincón 528 Piso 1

Telfax : 915 10 69 *

e - mail : secretaria@inacal.com.uy

www.inacal.org.uy