

PROGRAMA GESTIÓN INTEGRAL DE LA CALIDAD SEGUNDA ETAPA

DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE CALIDAD EN PYMES

Ing. Juan Carlos Gómez Gascón
Director del Programa
Facultad de Ingeniería
Universidad Nacional de Cuyo

ABSTRACT

El presente trabajo es el resultado de una encuesta a efectos de diagnosticar el nivel actual de la Calidad en productos, procesos y personas, tanto en el ámbito de la producción como en el de servicios en pequeñas y medianas empresas en la Provincia de Mendoza.

Cubre cinco aspectos: Capacitación en General, Interpretación de la Calidad, Gestión de la Calidad, Temática Empresarial y Relación con la Universidad; los tres primeros altamente vinculados y objeto del trabajo mismo, en tanto que los dos últimos de carácter complementario.

Se trata de un típico trabajo de base a partir del cual se han identificado varios cursos de acción, dos de los cuales se encuentran en desarrollo.

A modo de síntesis del trabajo realizado cabe concluir:

- *Que en materia de calidad lo más difundido ha sido la Gestión de Calidad, particularizada en el Control de Calidad, circunscripto al campo de los productos.
- *Que las acciones en materia de Calidad sobre las personas no han sido y aun no lo son relevantes.
- *Que la difusión de la Calidad debe instrumentarse en el ámbito educativo.
- *Que debe incrementarse la capacitación como mecanismo natural de transferencia tecnológica, pero mejorando la Calidad del discurso pedagógico.

INTRODUCCION

Esta segunda etapa del Programa Gestión Integral de la Calidad, desarrollado en la Universidad Nacional de Cuyo con el apoyo de la Fundación UNC (FUNC) y la Facultad de Ingeniería, tuvo por objeto, a la par que difundir el concepto de la calidad, efectuar el diagnóstico sobre el nivel actual de la calidad en productos, procesos y personas, tanto en el área de la producción como en la de servicios en pequeñas y medianas empresas en la Provincia de Mendoza.

A este fin se instrumentó una encuesta, la cual fue ejecutada por alumnos de la Universidad Nacional de Cuyo y cuyos resultados y análisis es objeto del presente trabajo.

Las empresas a encuestar fueron seleccionadas tratando de obtener una muestra representativa en forma integral, esto es manteniendo un número equilibrado de empresas por rama de actividad, por tamaño y ubicación geográfica, tanto en el ámbito de la producción como en el de servicios.

Este equilibrio no se manifiesta en el número de empresas encuestadas que elaboran productos, que son el 69,7% de la muestra, respecto de las que brindan servicios y que constituyen el resto, esta proporción es deliberada y tiene el propósito de conocer con mayor detalle el sector manufacturero y su posición en el mercado externo.

Para su elaboración fueron capacitados cuarenta y ocho alumnos de distintas Unidades Académicas, que respondieron a la convocatoria oportunamente efectuada. Esta capacitación, mas allá del objetivo específico perseguido, significó profundizar la penetración del tema en el ámbito estudiantil.

Con anticipación al inicio de la tarea de encuestar, se remitió a las empresas seleccionadas una comunicación, en forma postal, en la cual se explicaba el objetivo del proyecto y su alcance y características.

El grado de efectividad de este procedimiento fue muy bajo, solo un 15% de los encuestados, aproximadamente, manifestó haber recibido dicha nota.

Sobre este aspecto queda el interrogante respecto del sistema de distribución, para el cual se recurrió a ENCOTESA o bien en la recepción de las mismas por las empresas y su sistema de distribución interno.

A las empresas visitadas y que respondieron a la encuesta se les obsequio dos números del Boletín Informativo sobre temas de la Calidad, que integrantes del equipo del Programa prepararon para favorecer la difusión de este temática en las mismas.

Es el propósito de una etapa posterior de este Programa elaborar documentación que, con el apoyo de técnicas audiovisuales y con una adecuada metodología de instrumentación, facilite la difusión y capacitación en las empresas de los aspectos relativos de la Calidad.

Atento a esto se ha ordenado la exposición de la información obtenida avanzando desde la capacitación en general hacia la capacitación en calidad con un paso intermedio por la Calidad y su gestión, a efectos de que facilite cualquier estudio posterior que en esta documentación se apoye.

En correspondencia con el desarrollo de cada uno de los temas precedentes se ha efectuado una interpretación de la información expuesta en el mismo. En los comentarios se ha tratado preferentemente de resaltar los aspectos mas significativos en el marco del propósito de este trabajo, pero consideramos que la información disponible da posibilidad a un análisis mas detallado.

la por alumnos de la
s objeto del presente

obtener una muestra
numero equilibrado de
fica, tanto en el ámbito

uestadas que elaboran
brindan servicios y que
pósito de conocer con
externo.

s de distintas Unidades
nente efectuada. Esta
significo profundizar la

emitió a las empresas
explicaba el objetivo del
solo un 15% de los
ota.

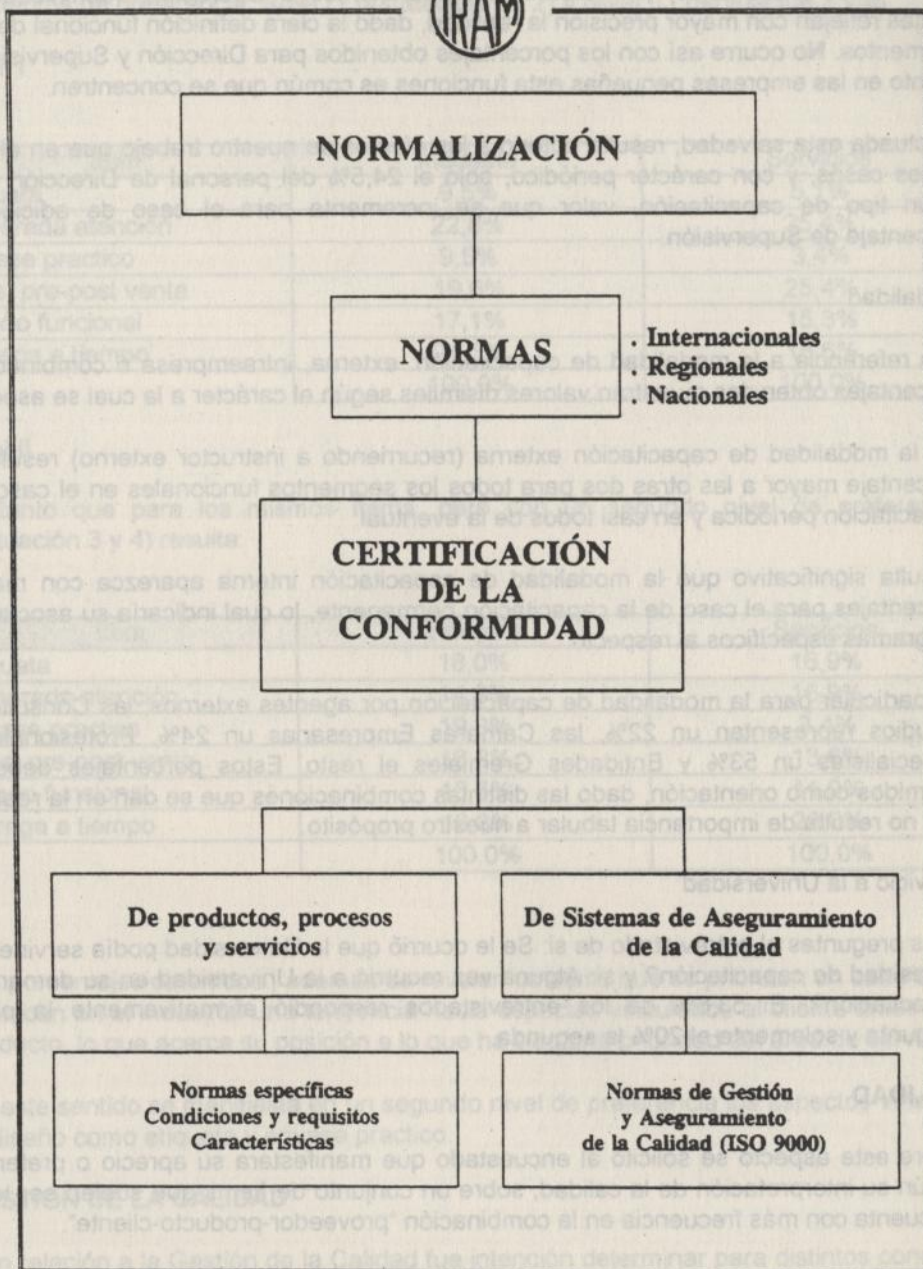
de distribución, para el
mas por las empresas y

s obsequio dos números
grantes del equipo del
en las mismas.

orar documentación que,
cuada metodología de
presas de los aspectos

tenida avanzando desde
un paso intermedio por la
io posterior que en esta

mas precedentes se ha
ismo. En los comentarios
ificativos en el marco del
disponible da posibilidad



Donde las cantidades para cada segmento son excluyentes entre si, esto significa que si es permanente no es periódica o eventual, lo que implica que el saldo para completar el 100%, en cada valor, es carencia de capacitación.

Sobre estos porcentajes, los valores correspondientes a Operación, Administración y Ventas reflejan con mayor precisión la realidad, dado la clara definición funcional de estos segmentos. No ocurre así con los porcentajes obtenidos para Dirección y Supervisión por cuanto en las empresas pequeñas esta funciones es común que se concentren.

Efectuada esta salvedad, resulta notorio a los efectos de nuestro trabajo que en el mejor de los casos, y con carácter periódico, solo el 24,5% del personal de Dirección recibe algún tipo de capacitación, valor que se incrementa para el caso de adicionar el porcentaje de Supervisión.

Modalidad

Con referencia a la modalidad de capacitación: externa, intraempresa o combinado, los porcentajes obtenidos muestran valores disimiles según el carácter a la cual se asocie.

Así la modalidad de capacitación externa (recurriendo a instructor externo) resulta con porcentaje mayor a las otras dos para todos los segmentos funcionales en el caso de la capacitación periódica y en casi todos de la eventual.

Resulta significativo que la modalidad de capacitación interna aparezca con mayores porcentajes para el caso de la capacitación permanente, lo cual indicaría su asociación a programas específicos al respecto.

En particular para la modalidad de capacitación por agentes externos, las Consultoras o Estudios representan un 22%, las Cámaras Empresarias un 24%, Profesionales y/o Especialistas un 53% y Entidades Gremiales el resto. Estos porcentajes deben ser asumidos como orientación, dado las distintas combinaciones que se dan en la realidad y que no resulta de importancia tabular a nuestro propósito.

Servicio a la Universidad

A las preguntas al entrevistado de si: Se le ocurrió que la Universidad podía servirle en su necesidad de capacitación? y si: Alguna vez recurrió a la Universidad en su demanda de capacitación?. El 53,6% de los entrevistados respondió afirmativamente la primera pregunta y solamente el 20% la segunda.

CALIDAD

Sobre este aspecto se solicito al encuestado que manifestara su aprecio o preferencia, según su interpretación de la calidad, sobre un conjunto de ítems que suelen ser tenidos en cuenta con más frecuencia en la combinación "proveedor-producto-cliente".

La medida de la preferencia fue expresada utilizando una escala de valores numéricos decrecientes a asociar con su menor aprecio.

Cabe acotar que en ningún momento se hizo mención de definición alguna de Calidad en la intención de no modificar su percepción al respecto.

En la intención de una primera aproximación se agruparon las respuestas en dos segmentos de preferencia: Nivel I (puntuación 1 y 2) y Nivel II (puntuación 3 y 4).

Nivel I

Item	Industria	Servicios
Etiqueta	9,5%	5,1%
Esmerada atención	22,8%	25,4%
Envase practico	9,5%	3,4%
Ases. pre-post venta	19,6%	25,4%
Diseño funcional	17,1%	15,3%
Entrega a tiempo	21,5%	18,6%
	100,0%	100,0%

Nivel II

En tanto que para los mismos ítems, pero con un segundo nivel de preferencia (puntuación 3 y 4) resulta:

Item	Industria	Servicios
Etiqueta	18,0%	16,9%
Esmerada atención	14,6%	16,9%
Envase practico	19,3%	3,4%
Ases. pre-post venta	16,3%	13,6%
Diseño funcional	15,5%	11,9%
Entrega a tiempo	16,3%	28,8%
	100,0%	100,0%

Los porcentajes obtenidos , además de revelar los ítems que se priorizan en cada ámbito, destacan en el industrial una tendencia hacia aspectos vinculados al cliente antes que al producto, lo que acerca su posición a lo que ha sido una prioridad del área de servicios.

En este sentido se manifiesta en un segundo nivel de preferencia los aspectos vinculados al diseño como etiqueta y envase practico.

GESTION DE LA CALIDAD

Con relación a la Gestión de la Calidad fue intención determinar para distintos conceptos, que seguidamente se detallan, si se realiza alguna acción de Prevención, de Control o la combinación de ambas; y su frecuencia expresada en el carácter de Permanente, Periódica o Eventual.

Tipos de acción

Para el ámbito manufacturero o industrial:

Concepto	Prev.	Control	Prev-Control
Conformidad cliente	21,1%	50,7%	28,2%
Servicio Post-venta	15,8%	57,9%	26,3%
Manutención clientela	21,2%	50,0%	26,8%
Eficiencia servicio	11,9%	56,7%	31,3%
Proced. operación	15,1%	45,3%	39,6%
Proveedores	10,6%	56,1%	33,3%
Asesor. al cliente	25,8%	38,7%	35,5%

Para el caso de Servicios se registra:

Concepto	Prev.	Control	Prev-Control
Conformidad cliente	8,0%	56,0%	36,0%
Servicio Post-venta	10,0%	65,0%	25,0%
Manutención clientela	17,4%	52,2%	30,4%
Eficiencia servicio	4,2%	50,0%	45,8%
Proced. operación	4,3%	52,2%	43,5%
Proveedores	9,5%	52,4%	38,1%
Asesor. al cliente	24,0%	36,0%	40,0%

Cabe resaltar que los porcentajes expuestos para cada concepto, en los distintos tipos de acción, suman el 100% y no comparan un concepto con otro.

En general la Gestión de la Calidad esta asociada, en la interpretación general al Control de Calidad, lo cual se pone en evidencia en los porcentajes obtenidos en forma específica, a lo que se suma los valores de la combinación: Prevención y Control.

Caracter

Con referencia a su frecuencia en términos de Permanente, Periódica o Eventual cabe observar:

Para el ámbito manufacturero o industrial:

Concepto	Perman.	Periodica	Eventual
Conformidad cliente	67,6%	25,4%	7,0%
Servicio Post-venta	63,2%	24,6%	12,3%
Manutención clientela	77,3%	18,2%	4,5%
Eficiencia servicio	74,6%	20,9%	4,5%
Proced. operación	73,1%	15,4%	11,5%
Proveedores	77,3%	16,7%	6,1%
Asesor. al cliente	68,9%	19,7%	11,5%

Para el ámbito de Servicios se registra:

Prev-Control
28,2%
26,3%
26,8%
31,3%
39,6%
33,3%
35,5%

Prev-Control
36,0%
25,0%
30,4%
45,8%
43,5%
38,1%
40,0%

los distintos tipos de

on general al Control
obtenidos en forma
on y Control.

ica o Eventual cabe

Eventual
7,0%
12,3%
4,5%
4,5%
11,5%
6,1%
11,5%

Concepto	Perman.	Periodica	Eventual
Conformidad cliente	68,0%	24,4%	8,0%
Servicio Post-venta	50,0%	35,0%	15,0%
Manutención clientela	63,6%	22,7%	13,6%
Eficiencia servicio	78,3%	13,0%	8,7%
Proced. operación	65,2%	13,0%	21,7%
Proveedores	55,0%	20,0%	25,0%
Asesor. al cliente	68,0%	24,0%	8,0%

Los valores precedentes ratifican las conclusiones anteriores en cuanto a la preeminencia del Control de Calidad como forma de la Gestión de la Calidad, dado que los mayores porcentajes se dan en el carácter de Permanente.

TEMÁTICA EMPRESARIA

En la intención de disponer de información que, además de complementar a la específica de la encuesta, sirviera para el contraste de algunas respuestas relativas a la capacitación y calidad antes comentadas, se dio la oportunidad a los encuestados de manifestar su opinión sobre aspectos temáticos globales de la empresa.

Se solicitó calificar a estos dentro de cuatro niveles de importancia decrecientes que fueron asociados a las calificativos de: Mucha (M), Bastante (B), Poca (P) y Ninguna (N), y cuyos porcentajes se detallan seguidamente:

Ítem	M	B	P	N
Entrenamiento Personal	46,4	30,9	17,3	05,5
Motivación del Personal	42,7	36,4	14,5	06,4
Materiales, Materia Prima	74,5	13,6	01,8	10,0
Información	41,8	33,6	16,4	08,2
Métodos de Trabajo	54,5	33,6	06,4	05,5
Maquinaria, Tecnología	50,0	30,0	10,0	10,0
Controles de Calidad	53,6	28,2	08,2	10,0
Estudio de Mercado	29,1	23,6	22,7	24,5
Análisis de la Competencia	33,6	30,0	21,8	14,5
Protección del Medio Ambiente	34,9	30,3	13,8	21,1
Proveedores (Control)	55,5	30,9	06,4	07,3
Estadísticas de Productividad	24,5	33,6	16,4	25,5
Prevención de Falla-Errores	40,4	32,1	16,5	11,0
Análisis de Costos	59,1	22,7	11,8	06,4

Estos valores corresponden a la totalidad de las empresas sin discriminar respecto de manufactureras o de servicios.

Cabe acotar que también se efectuó el procesamiento por separado de esta información a los fines de determinar se existían diferencias notables con la información agrupada. Esto en general se manifiesta en aquellos ítems que son mas sensibles al ámbito industrial y remarcado por el mayor porcentaje de participación de estas en el total.

De los ítems tratados cabe particularizar el de "Proveedores (control)" y el de "Control de Calidad" en su correspondencia con el tema Gestión de la Calidad.

El porcentaje de "Proveedores (control)" para su primero y segundo nivel: (M) y (B) resultan muy próximos a los del concepto "Proveedores" en su acción de Control y Prev-Contr. respectivamente, lo cual da solidez a las cifras y comentarios efectuados.

Consideraciones similares pueden efectuarse para el segundo ítem "Control de Calidad", sin que esto signifique excluir otras comparaciones.

RELACION CON LA UNIVERSIDAD

Este último tuvo por objeto obtener información que permita en el futuro establece una estrategia para la instrumentación, en el ámbito empresario, de planes y programas de las temáticas en consideración, sin que esto limite su aprovechamiento para otros emprendimientos.

Se solicito a los encuestados manifestaran su preferencia sobre qué rubros entablarían una relación con la Universidad en beneficio para su empresa, utilizando una escala de valores decrecientes.

En la tabla siguiente se detalla para cada rubro los porcentajes para el primero y segundo nivel de preferencia:

Rubro	Nivel 1	Nivel 2
Servicios Tecnológicos	17,2	11,5
Investigación y Desarrollo	17,8	14,5
Diagnostico y Ensayos	10,8	19,1
Consultoría y Asesoría	17,8	14,5
Becas, Pasantías, Pract. Rent	08,3	07,6
Formación de Recursos Humanos	15,3	13,7
Intercambio de Inform. C y Tecn.	12,7	19,1
	100,0	100,0

Se privilegia, y con una relativa paridad, los rubros que implican prestaciones tecnológicas sobre procedimientos, procesos y/o productos; resulta significativo el bajo

porcentaje de "Formación de Recursos Humanos" lo cual estaría en correspondencia con lo expuesto al final del tema de CAPACITACIÓN en lo relativo a la poca predisposición de recurrir a la Universidad para resolver su necesidad de capacitación.

CONCLUSIONES

A modo de síntesis de lo expuesto y sin que esto signifique agotar el tema cabe mencionar:

- *Que existe un desconocimiento sobre la Calidad en sus distintas acepciones o definiciones.

- *Que en materia de calidad lo mas difundido ha sido la Gestión de la Calidad, que se ha particularizado en el Control de Calidad.

- *Que el Control de Calidad ha estado circunscripto, históricamente, al campo de los productos.

- *Que se observa en la actualidad una extensión del Control de Calidad hacia los procesos que, preferentemente, involucran personas (atención esmerada, entrega a tiempo, est.).

- *Que las acciones en materia de calidad sobre las personas no se consideran relevantes, esto como expresión implícita que se corresponde con la realidad al presente.

- *Que complementando la consideración anterior, la difusión de la Calidad debe instrumentarse en el ámbito educativo, con lo cual se revertirá el orden actual (primero los productos, luego los procesos y finalmente las personas).

- *Que la difusión de la Calidad en las empresas, al presente, reconoce distintas motivaciones, entre las que prevalecen:

- El nivel de exigencias del mercado en que actúa.
- El nivel de profesionalización de su organización.
- La inquietud, visión o formación de los directivos.

- *Que esta tendencia se esta revirtiendo rápidamente en el marco de las nuevas reglas de juego.

- *Que debe incrementarse la Capacitación como mecanismo natural de transferencia tecnológica, pero mejorado la Calidad del discurso pedagógico.