



Marzo 2016 - ISSN: 1988-7833

PROPUESTA DE UN MODELO DE CULTURA DE CALIDAD Q-CUALLI, COMO UNA FILOSOFÍA DE VIDA

Mtro. Ricardo Guarneros García

Profesor de Tiempo Completo,
Dirección de Carrera de Desarrollo de Negocios, área mercadotecnia;
Universidad Tecnológica de Huejotzingo. México
rikardogg@gmail.com

Mtro David Mendieta Flores

Profesor de Tiempo Completo,
Dirección de Carrera de Desarrollo de Negocios, área mercadotecnia;
Universidad Tecnológica de Huejotzingo. México
dmendietaf04@hotmail.com

Mtra. Ana Laura Leal Ortega

Profesor de Tiempo Completo,
Dirección de Carrera de Desarrollo de Negocios, área mercadotecnia;
Universidad Tecnológica de Huejotzingo. México
libelulaana@outlook.com

RESUMEN

Se presenta la propuesta del modelo de cultura de calidad Q-Cualli como una filosofía de vida, se explica que representa el nombre, el logo y sus elementos, el esquema y las partes que lo componen: los Cualli, los Amocualli y los Kórima; ejemplos de sus publicaciones, y donde se publican en forma electrónica.

Este modelo es una invitación para un cambio personal en principio, y en general de los mexicanos, buscando un detonante para una modificación positiva de nuestra cultura, y por lo tanto de nuestra sociedad; tan simple como tomar conciencia que si iniciamos el cambio con pequeñas acciones, a la postre rendirán frutos y un mejor país.

ABSTRACT

The proposed model of quality culture Q - Cualli as a philosophy of life is presented , he explained that represents the name , logo and its elements, the schema and component parts : the Cualli , the Amocualli and Kórima ; Examples of publications, and where are published electronically.

This model is an invitation for personal change in principle and in general of Mexicans looking for a trigger for a positive change in our culture, and therefore of our society ; as simple as becoming aware that if we start the change with small actions , ultimately bear fruit and a better country.

PALABRAS CLAVES

Filosofía, calidad, Q-Cualli, Modelo, Cultura, Vida

KEYWORDS

Philosophy, quality, Q-Cualli, Model, Culture, Life

PROPUESTA DE UN MODELO DE CULTURA DE CALIDAD Q-CUALLI, COMO UNA FILOSOFÍA DE VIDA.

Durante este estudio recabamos información con la cual estructuramos el modelo de cultura de calidad denominado Q-CUALLI, que esperamos impacte a los mexicanos con las partes que lo componen como los "Cualli" (lo bien hecho), los "Amocualli" (lo mal hecho), "Kórima" (participación y compromiso); la propuesta del modelo y ejemplos modelo de publicaciones, así como donde se pública.

ESQUEMA DE LA PROPUESTA

La propuesta de la presente investigación consiste en diseñar un:

MODELO DE CULTURA DE CALIDAD

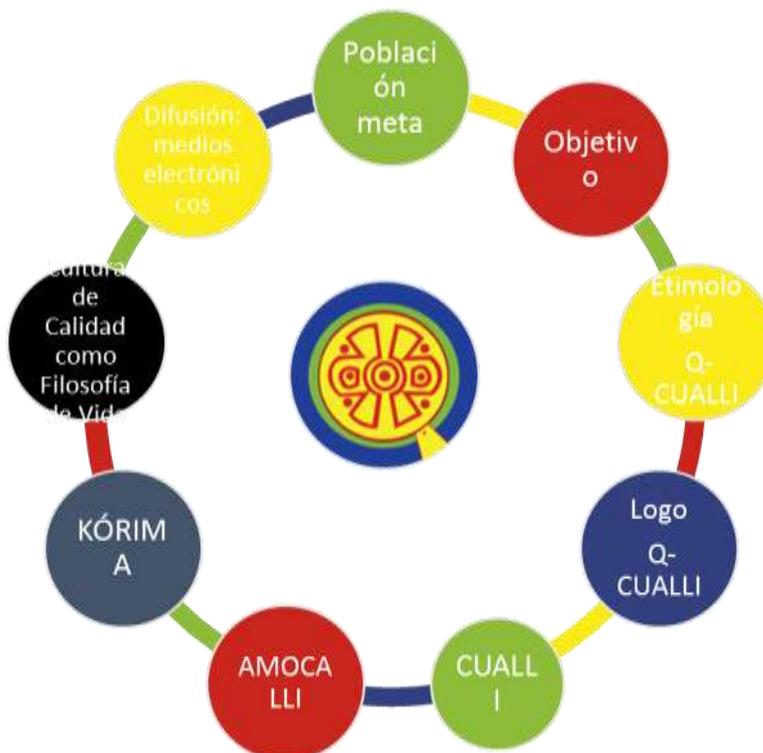
Al cual se le ha denominado:

Q-CUALLI, COMO UNA FILOSOFÍA DE VIDA

El Modelo se ha estructurado en ocho ejes, a saber:

- Población meta
- Objetivo
- Etimología Q-CUALLI
- Logo Q-CUALLI
- Los CUALLI – lo bueno
- Los AMOCUALLI – lo malo
- Los KÓRIMA - participar
- Cultura de Calidad como Filosofía de Vida
- Difusión a través de medios electrónicos

Esquema 1. Modelo de Cultura de Calidad Q-Cualli, como una Filosofía de Vida



Fuente: Elaboración propia (Guarneros, 2014)
INVESTIGACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO



Imagen 01. Imagotipo

Cualli en lengua náhuatl significa "bueno, bien, lo mejor, hacerlo bien. (Ver Imagen 01) El nombre "Cualli" implica una personalidad muy ordenada, con clara actitud de servicio fundada en su propio sentido común pero buscando siempre expandir sus límites en busca de su crecimiento personal. (Ver Imagen 02 y 03)



Imagen 02. Logo Q-Cualli

Q-Cualli 01-02-2014-001-004

Q-Cualli

Cualli en lengua náhuatl significa:
"bueno, bien, lo mejor, hacerlo bien."

El nombre "Cualli" implica una personalidad muy ordenada, con clara actitud de servicio, fundada en su propio sentido común, pero buscando siempre expandir sus límites en busca de su crecimiento personal.

<https://sites.google.com/site/qcualli> <https://www.facebook.com/Qcualli>



Imagen 03. Publicación Q-Cualli



Imagen 04. Logo "Q"

La "Q" es la representación internacional de Calidad, en inglés Quality, por lo tanto el nombre Q-Cualli, es la representación de un nuevo modelo de vida, entre lo bien hecho, lo bueno y la calidad; como persona en una sociedad con calidad de vida. (Ver Imagen 04 y 05)

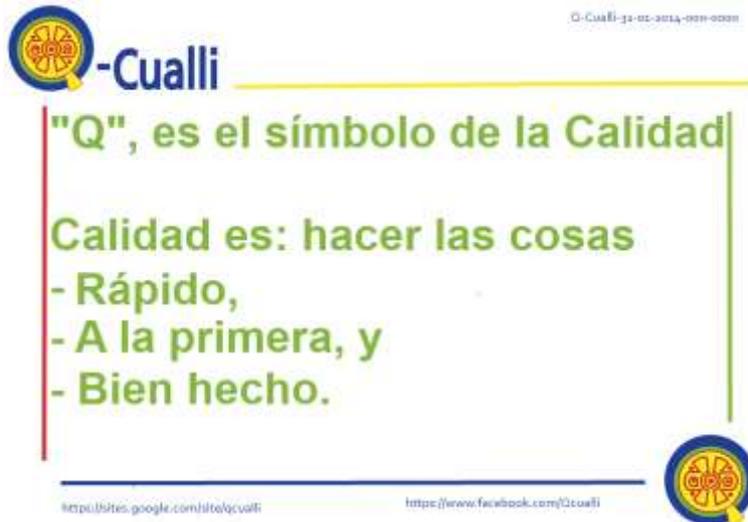


Imagen 05. Publicación "Q"

También se incluyó en el logo un carácter prehispánico "Ishtli Yollotl", que significa "Mente y corazón, la totalidad del ser humano". Esto se debe, porque es imperante, para mejorar la calidad de vida, incluir la mente y el corazón de cada persona para cumplirlo. (Ver Imagen 06)



Imagen 06. Logo Ishtli Yollotl

Igualmente la tilde de la "Q" aparece tripunteada, haciendo referencia a las tres partes que integran el modelo.

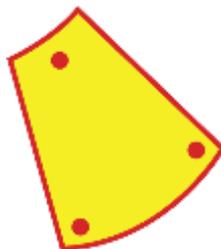


Imagen 06. Tilde tripunteada

Por otro lado tenemos su antónimo que sería Amocualli, que significa “no bueno, mal hecho”, esta para poder trabajar con las virtudes de los mexicanos, evitando los vicios con el AMOCALLI. (Ver Imagen 07)

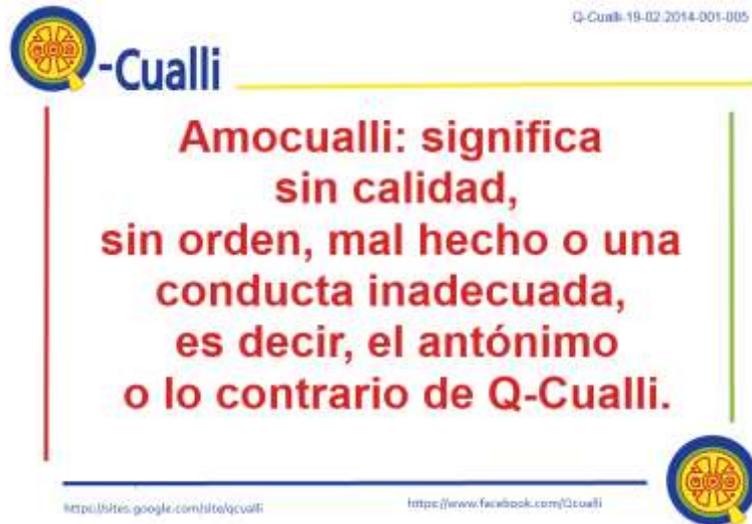


Imagen 07. Publicación Amocualli

Ente sentido tenemos “Kórima”, en idioma Tarahumara, esta expresión designa una tradición de compromiso social, basada en la ayuda y el apoyo mutuo en situaciones de necesidad o dificultades; por lo tanto representa colaboración y reciprocidad, hacia una mejora en la calidad de vida. (Ver Imagen 08)



Imagen 07. Publicación Amocualli

PROPUESTA DEL MODELO

El modelo consiste en promocionar la cultura de calidad Q-Cualli, haciendo hincapié en la participación – LOS KÓRIMA - , en engrandecer lo bueno – LO CUALLI – y eliminar lo malo – LOS AMOCUALLI -. Va dirigido a todos los mexicanos, llevando el mensaje del proyecto de una forma útil y accesible para todos, a manera de carteles publicados de momento; por medios electrónicos, para lo que se diseñó una página web oficial donde se publica integra la investigación, publicaciones en redes sociales como Facebook, google+, twitter y You Tube. (Ver anexos 1, 2, 3, 4 y 5).

El modelo Q-Cualli se centra en recuperar, y aplicar lo mejor de nuestra sociedad, buscando la mejora de calidad de vida, en la buena convivencia social; y está basado en tres aspectos centrales: los Cualli, los Amocualli y Kórima.

Los Cualli

Los Cualli, lo bueno, buscan enaltecer los valores y virtudes de la sociedad, basándose en tres conceptos principales:

Disciplina
Actitud
Respeto

Asimismo es ocupar todo aquel refrán o dicho popular que ayude a impulsar ese cambio de cultura, no importando su origen, lo importante es que sirve para despertar la conciencia y cambia la actitud hacia un cambio. (Ver Imagen 08, 09, 10 y 11)



Imagen 08. Publicación Cualli



Imagen 09. Publicación Cualli



Imagen 10 Publicación Cualli



Imagen 11. Publicación Cualli

Los Amocualli

Los Amocualli, "lo malo", buscan lo contrario, contravenir los vicios más fuertes de la sociedad, con dos conceptos:

Corrupción
Ignorancia
Conformismo

Por su parte hay conceptos y estereotipos que denigran nuestra imagen, pues no todos somos así, hay que evitarlos y de ser posible eliminarlos de nuestra idiosincrasia. (Ver Imagen 12, 13, 14 y 15)



Imagen 11. Publicación Amocualli

Imagen 12. Publicación Amocualli

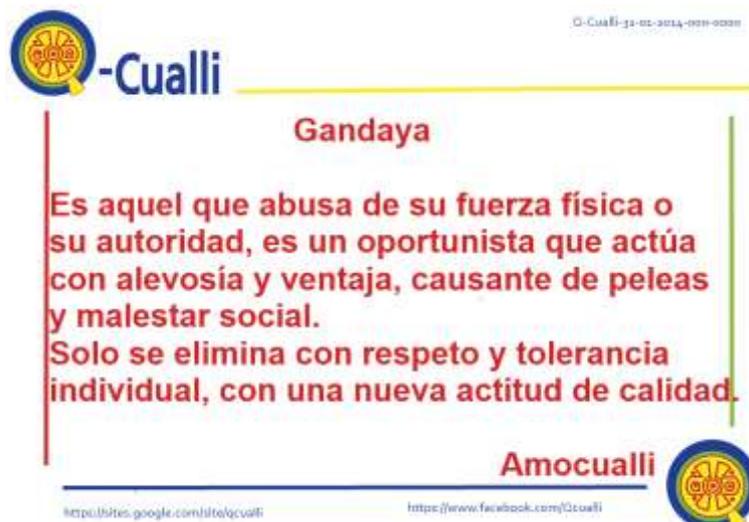


Imagen 13. Publicación Amocualli

Q -Cualli-26-03-2014-001-018



-Cualli

La Fábula de los cangrejos...

Es denigrante... no tiene, ni debe seguir siendo así; como individuos debemos ser fuertes, pero unidos: ¡somos invencibles!

Amocualli



<https://sites.google.com/site/qcualli/> <https://www.facebook.com/qcualli>

Imagen 14. Publicación Amocualli

Q -Cualli-02-04-2014-001-018



-Cualli

Consumismo

Hemos creado un sistema que nos persuade a gastar el dinero que no tenemos, en cosas que no necesitamos, para crear impresiones que no durarán, en personas a las que no importamos, ni nos importan"

Amocualli



<https://sites.google.com/site/qcualli/> <https://www.facebook.com/qcualli>

Imagen 15. Publicación Amocualli

Los Kórima

Los “Kórima” (participación y compromiso) buscan establecer la tradición de compromiso social, basada en la ayuda y el apoyo mutuo en situaciones de necesidad o dificultades; por lo tanto representa colaboración y reciprocidad, hacia una mejora en la calidad de vida en las que todo participemos, puesto que a todos no afecta. (Ver Imagen 16, 17, 18 y 19)



Imagen 16. Publicación Q-Cualli

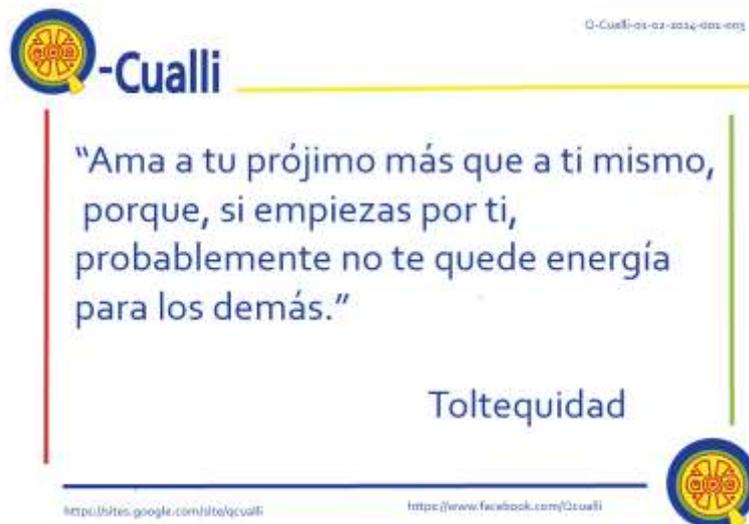


Imagen 17. Publicación Q-Cualli



Imagen 18. Publicación Q-Cualli

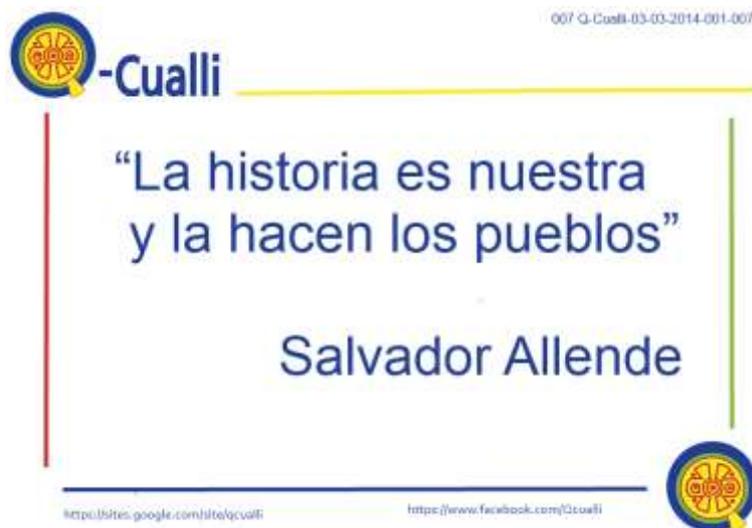
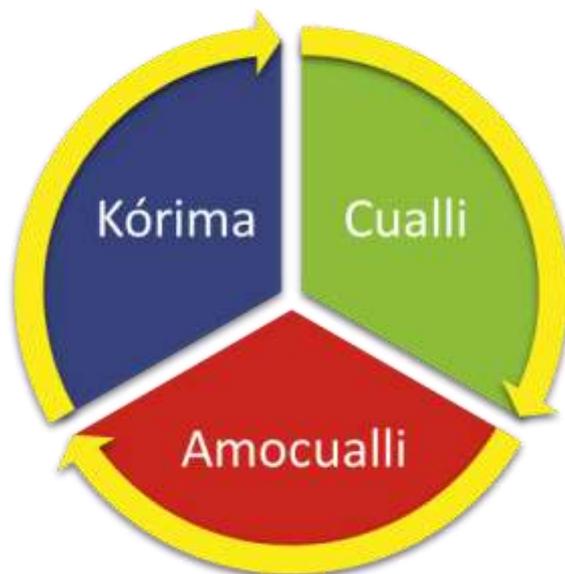


Imagen 19. Publicación Q-Cualli

CONSIDERACIONES FINALES



Este modelo aplica a todos los mexicanos, esperando que hasta pueda ser un ejemplo latino. Se pretende se interesen personas de todas las edades sin distinción de sexo, y se replique por el valor contenido en los medios electrónicos, el valor e impacto de las publicaciones y de los videos. Asimismo impacte a todos niveles sociales, pues la consideración principal, es un cambio que nos involucre a todos, porque a todos nos afecta.

Por otro lado, se le va a dar seguimiento al proyecto, se va a continuar publicando y editando ahora videos, mantenerse en las redes sociales, y presentaciones públicas del proyecto; para que posteriormente evaluar su impacto como parte de la siguiente fase de la investigación.

RESTRICCIONES

Por ningún motivo este proyecto considerara temas religiosos, políticos, que afecten o denigren a ciertos grupos, considere información falsa y atente contra integridad de alguna persona. El único autorizado y responsable de la publicación en nombre de Q-Cualli, es el autor del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- 1) Bartra Roger (ed.) (1987). La jaula de la Melancolía. México. Editorial Grijalbo.
- 2) Cantú Humberto. (4ª. ed.) (2011). Desarrollo de una cultura de calidad. México, Mc Graw Hill.
- 3) Centro de Investigaciones Antropológicas de México. (6ª. ed.) (1985) Esplendor del México Antiguo. México. Editorial del Valle de México
- 4) Cohen Bruce (1ª. ed.) (1992) Introducción a la sociología. Estados Unidos. Mc Graw Hill.
- 5) Coordinación General de Universidades Tecnológicas (1ª. ed.) (2006) Universidades Tecnológicas. México. Banco de México.
- 6) Coordinación General de Universidades Tecnológicas (Ed.) (1991) Libro Azul. México. CGUT
- 7) Díaz Guerrero Rogelio (4ª. Ed.) (2010) Psicología del Mexicano. México. Trillas
- 8) Gutiérrez Humberto. (2ª. ed.) (2005) Calidad total y productividad. México, Mc Graw Hill.
- 9) Gutiérrez Mario. (2ª. ed.) (2012) Calidad, conceptos administrativos del control total de calidad. México, Limusa.
- 10) Hamdy A. Taha. (9ª. Ed.) (1995) Investigación de Operaciones. México Alfaomega.
- 11) Hernández, Sampieri Roberto, Carlos Fernández – Collado, Pilar Baptista Lucio. (ed.)(2008). Metodología de la investigación. México, Mc Graw Hill.
- 12) Imai, Massaki. (1ª. ed.) (1989) El Kaizen, La clave de la ventaja competitiva japonesa. Japón. Compañía Editorial Continental.
- 13) Olivares Socorro, González Martín (1ª. ed.) (2009) Psicología del trabajo. México. Grupo Editorial Patria.
- 14) Oppenheimer Andrés (1ª. ed.) (2010) ¡Basta de historias! la obsesión latinoamericana con el pasado y la clave del futuro. México. Debate
- 15) Paz, Octavio. (2ª. ed.) (1987). El laberinto de la soledad. México. Fondo de cultura económica.
- 16) RIUS Del Rio Eduardo (1ª. ed.) (1978) La revolucioncita mexicana. México. Serie Campoabierto
- 17) Rofer Francisco (ed.) (1986) Compendio general de México a través de los siglos. México. Editorial del Valle de México
- 18) Salzman, Z. (ed.) (1997). Antropología: Panorama General. Cuba: Publicaciones Culturales.
- 19) Senge (ed.) (1992). La Quinta Disciplina. Argentina. Gránica editores.
- 20) Suárez Manuel. (1ª. ed.) (2007) El Kaizen: La filosofía de una mejora continua e innovación incremental detrás de la administración por calidad total. México. Panorama.

