

GESTION DE OPERACIONES / GESTIÓN DE CALIDAD

Lic. Luís Alejandro Román Pérez¹

MsC Giovani Alejandro Pablos Solís²

RESUMEN

El presente Trabajo Investigativo se realizó en la Empresa ABC. Se hizo un estudio del Sistema de Gestión Empresarial, haciendo hincapié en el Sistema de Gestión de la Calidad.

Se comprobó que no está implementado el mismo, que no se aplican las normas ISO 9000 de Calidad, lo que dificulta el buen funcionamiento y desarrollo de la Gestión Empresarial de la Corporación.

Palabra Clave: Calidad .Gestión.Estrategia.

¹ Profesor Adjunto. Especialista en Gestión Económica: inventario@tu.cubalse.cu

² Profesor de la Universidad: geovanips@ult.edu.cu

INTRODUCCION

La estrategia empresarial explícita los objetivos generales de la empresa y los cursos de acción fundamentales, de acuerdo con los medios actuales y potenciales de la empresa, a fin de lograr la inserción óptima de ésta en el medio socio-económico.

Es el equilibrio entre los recursos y destrezas de una organización, las oportunidades y riesgos ambientales que se le presentan y los propósitos que se desean cumplir.

La estrategia empresarial es la dialéctica de la empresa con su entorno.

La estrategia empresarial consiste en elegir las áreas de negocio en las que la empresa intenta presentarse y asignar recursos de modo que de esta se mantengan y desarrolle en estas áreas de negocios.

Las estrategias son programas de acción generales y despliegues de recursos para lograr objetivos completos, la determinación de objetivos básicos a largo plazo de una empresa, de políticas principales y la adopción de cursos de acción y asignación de recursos necesarios para alcanzar las grandes metas de la organización.

El proceso que, a través de la anticipación de los cambios en el entorno y las acciones imprevistas de oponentes inteligentes trata de integrar objetivos y políticas y establecer las acciones para alcanzarlo, orientando la organización de recursos.

De todas estas definiciones se puede concluir que la estrategia es el conjunto de acciones que llevan a la fijación en el mediano y largo plazo de objetivos, políticas, la asignación de recursos para lograr metas trascendentales de una empresa, en la búsqueda de una mejor posición competitiva y una respuesta efectiva al entorno.

En la estrategia descansa el esfuerzo empresarial, y conlleva a éste a la reflexión de cómo alcanzar el desarrollo futuro, cuando con estrategias adecuadas aprovecha las oportunidades que le ofrece el entorno.

La decisión, en una corporación firmemente establecidos, algunos aspectos de ese patrón de decisiones pueden ser inalterables, tales como el compromiso de la calidad, con la tecnologías avanzada o bien con algunas materias primas, o con las buenas relaciones laborales. Otros aspectos de la estrategia, como la línea de producción, el proceso de manufactura, y de la práctica y el estilo de ventas, han de modificarse antes o al tiempo que el mundo esté cambiando. Las determinantes básicas del carácter de una compañía, si se institucionaliza con conciencia, podrán subsistir en la compañía, y lograrán conformar, con su consiguiente asignación de recursos, la naturaleza de cambios sustanciales al hacer elecciones sobre mercados y productos.

La interdependencia de propósitos, políticas y acción organizada resulta de gran importancia para la especificidad de una estrategia en particular, y, sobre todo, para su capacidad de identificar ventajas competitivas. Es la unidad, la coherencia y la consistencia interna de las decisiones estratégicas de una compañía lo que la ubica en su medio, y por lo tanto, le confiere su identidad, su capacidad de movilizar sus fuerzas y su posibilidad de éxito en el mercado. La interrelación de un conjunto de metas y políticas que se conforman a partir de la amorfa realidad del medio en que se ubica la compañía.

El presente Trabajo Investigativo se realizó en la Empresa ABC, la misma se inició en el año 1994. A partir del mes de mayo del 2006 funciona como una Sucursal con la representación de 4 líneas de negocios: Sol, Talnen, Cotriz y Dait que contemplan un total de 8 unidades, los cuales dirigen sus actividades comerciales principalmente del mercado.

Hasta el mes de julio del año 2005 la dirección administrativa de las distintas líneas de negocios se realizaban centralmente, desde las Sociedades y funcionaba en el territorio una Representación que tenía una misión de control

Funciona como una Sucursal con una Dirección Ejecutiva totalmente plana al no existir niveles intermedios entre el Director General y los Gerentes de Unidades, creándose las direcciones funcionales de: Economía, Comercial, Recursos Humanos, Servicios Generales e Inversiones, Informática y Fiscalización y Control.

A pesar de su corta existencia, pretende acometer ya el proceso de perfeccionamiento empresarial pues constituirá un factor clave para superar las debilidades y deficiencias internas, continuar la búsqueda de mayores niveles de eficiencia y recibir los beneficios, pero a la vez comprometerse con los retos y obligaciones de este sistema:

1. El proceso de preparación de los trabajadores en cuanto a los principios y principales características del proceso de Perfeccionamiento Empresarial ha garantizado un adecuado dominio y sobre todo la participación del colectivo de trabajadores en el diagnóstico.
2. Los trabajadores y los directivos conocen la necesidad y la importancia del cambio. Entre las transformaciones que se reportan como necesarias para acometer de inmediato tenemos cambio en la estructura de la Sucursal, en los métodos y estilos de dirección, una mayor organización de la producción de bienes y servicios, que posibilite un incremento de la productividad, así como una mayor organización del salario.
3. Lograr un significativo incremento de la productividad y del salario devengado a partir de mayores niveles de producción como consecuencia de una mejor organización del trabajo, mejora en la atención al hombre, en los métodos y estilos, así como una mayor participación de los trabajadores en el proceso de dirección. Cambios organizativos al interior de la entidad y gestionar integralmente los sistemas que lo componen.
4. Garantizar el desarrollo de un sistema empresarial organizado, disciplinado, ético, participativo, eficaz y eficiente, que genere mayores aportes a la sociedad y que la entidad se convierta en una organización de alto reconocimiento social

INFORMACIONES ESPECÍFICAS DE LA EMPRESA ABC

Datos de la entidad:

1. Corporación de Comercio y Servicios ABC.
2. Las principales Producciones y Servicios que se realizan en la empresa.
 - Efectuar el almacenaje, la distribución y comercialización mayorista y minorista de productos y mercancía.
 - Prestar servicios de fotografía y otros afines.

- Prestar servicios de catering a terceros.
 - Producir y comercializar de forma mayorista y minorista productos alimenticios, pan, dulces.
 - Brindar a domicilio los servicios de entrega, postventa, reparación y mantenimiento de mercancía.
 - Emitir, cargar y comercializar de forma mayorista y minorista tarjetas prepagada y desechables sujetas a las regulaciones legales vigentes que le sean aplicables.
3. La Sucursal cuenta con un total de 366 trabajadores, los cuales se encuentran vinculados, al sistema de pago por resultados.

Misión:

Nos dedicamos a la comercialización de artículos para el consumo personal, para el hogar y para empresas, instituciones y organismos, así como a la prestación de servicios en los negocios inmobiliarios, automotriz, transitarios, constructivos, gastronómicos, financieros, de inversiones y de tecnología; nos distinguimos por la profesionalidad de nuestros trabajadores y la calidad en todo lo que hacemos.

Visión:

Ser una organización de avanzada dentro de las empresas de comercio y servicios en Cuba.

Valores:

- **Fidelidad**
- **Honor**
- **Profesionalidad**
- **Creatividad**
- **Orientación al cliente .**
- **Trabajo en equipo.**

Estos valores se definen por la conceptualización y se mide su observancia por los comportamientos típicos que aparecen a continuación:

Valor	Conceptualización	Comportamientos típicos
Fidelidad	A la lealtad a nuestro pueblo, a la Patria.	<ul style="list-style-type: none"> • Actuar de manera ejemplar en el cumplimiento de los deberes laborales, políticos y sociales. • Defender la Patria.
Honor	El más severo cumplimiento de nuestros deberes para con la Patria, mantener una alta	<ul style="list-style-type: none"> • Alta reputación como trabajador • Obrar con honradez y honestidad. • Comprometido con el colectivo, la entidad y el pueblo. • Trato honesto a los clientes.

	reputación y respeto ante los demás y con nosotros mismos.	<ul style="list-style-type: none"> • Combatir el delito y la corrupción. • Cumplir la palabra empeñada y los compromisos contraídos. • Respetar para ser respetado • Comportamiento digno y libre de soberbia.
Profesionalidad	Desempeñar nuestras actividades con calidad, precisión y eficiencia; superarnos constantemente, estimularlo en los demás; y lograr resultados superiores en nuestra gestión.	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con el máximo de calidad y eficiencia los objetivos propuestos. • Consagrarse al trabajo • Actuar oportuno en el desempeño de su trabajo. • Actualizar constantemente los conocimientos. • Utilizar las nuevas tecnologías • Promover el uso racional de los recursos
Creatividad	Obrar con originalidad, la necesaria flexibilidad y sensibilidad ante el trabajo y cada tarea; estar convencido de que todo lo logrado siempre puede mejorarse.	<ul style="list-style-type: none"> • Innovador. • Sensible y creativo • Original en la solución de los problemas. • Perfeccionar permanentemente lo logrado. • Buscar nuevas opciones.
Orientación al cliente	Interpretar y satisfacer las necesidades e intereses de los clientes, por ser estos nuestros principales colaboradores.	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad en el servicio. • Comprometidos con nuestros clientes. • Respuestas ágiles a sus necesidades. • Trato respetuoso. • Comunicación efectiva y afectiva • Estudio constante de sus intereses.
Trabajo en equipo	Integración y aprovechamiento del potencial intelectual y los valores del colectivo para elevar la eficiencia y calidad de la actividad que se realiza.	<ul style="list-style-type: none"> • Participación y compromiso del colectivo en la toma de decisiones. • Conocer y aprovechar las potencialidades intelectuales y los valores del colectivo. • Aprender de los demás. • Trabajar en equipo como un modo de actuar cotidiano • Descentralización adecuada del trabajo.

Existe el objeto social empresarial

- Tiene validez práctica, no se realizan actividades no previstas en el objeto empresarial por lo que no requiere de una modificación.
- No todas las operaciones mercantiles que aprueba el objeto empresarial son desarrolladas por la empresa, las causas de las desviaciones existentes es debido que la organización no cuenta con la tecnología adecuada para un buen desarrollo del algunos servicios.

La misión y las funciones generales permiten desarrollar los principales aspectos previstos en el objeto social.

Resultado de los principales indicadores directivos:

N o.	Indicador	U/M	Plan año 2009 (enero/31)	Real año 2009 (enero/31)	Desviación	%
1.	Total de Ventas	MP	1017.21	1086.51	69.30	106.8
2.	Utilidad del Período (Pérdidas)	MP	181.19	184.21	3.02	101.7
3.	Costo Merc. Vendita	MP	567.67	647.48	79.82	114.1
4.	Gasto total/ Ingreso Total		0.575	0.602	0.03	104.7
5.	Cantidad de Trabajadores	UNO	368	366	-2	99.5
6.	Fondo de salario	MP	126.37	116.286	-10.09	92.0

Líneas de Conducta: ADAPTATIVA

Siguiendo la Línea de Conducta Adaptativa, la Sucursal deberá:

- Desarrollar el sistema logístico interno.
- Utilizar herramientas informáticas para la toma de decisiones
- Perfeccionar el proceso de implementación del Control Interno.
- Incrementar las ofertas de bienes y servicios teniendo en cuenta la demanda existente.
- Lograr un crecimiento extensivo, fundamentalmente en aquellos municipios donde la Empresa ABC no está representada.
- Lograr el cumplimiento de los indicadores establecidos para la aplicación del Sistema de Estimulación.

- Materializar la informatización en los procesos de Gestión de la Sucursal.

Problema Estratégico:

Si continúa el incumplimiento de los compromisos de pagos a proveedores, la inestabilidad en los suministros de la BTA y proveedores nacionales, la no aprobación de las inversiones que permitan un crecimiento extensivo, se mantiene el deterioro de la imagen comercial de unidades y Puntos de Ventas así como el sistema informático de Contabilidad no certificados y se mantienen las insuficiencias en el aprovisionamiento interno, en la implementación del Control Interno y en el uso de las herramientas informáticas en la toma de decisiones, además de no tener aplicado el Sistema de Estimulación, no contar con el transporte necesario para la gestión empresarial, el deterioro del equipamiento tecnológico, así como no tener Certificada la Contabilidad, no podrá sostenerse el creciente cumplimiento de los planes de ventas anuales, emplear la profesionalidad y preparación de nuestros entrenadores e instructores, utilizar nuestra Estructura Plana de Dirección, mantener una elevada preparación política e ideológica del personal así como potenciar el uso del Manual de Procedimientos para todas las actividades y un buen nivel de especialización por líneas de negocios; para aprovechar plenamente la capacitación del personal, el incremento de la demanda, el crecimiento extensivo en los municipios donde la Organización está representada, el Sistema de Estimulación que está aprobado, potenciar la aplicación de las nuevas regulaciones con respecto a las Relaciones Monetario Mercantiles Internas, así como materializar la política de la Corporación de automatizar todos los procesos de la organización.

Solución Estratégica:

Si se mantienen el creciente cumplimiento de los planes de ventas anuales, la calidad de nuestros entrenadores e instructores profesionales, utilizar nuestra Estructura Plana de Dirección, mantener una elevada preparación del personal así como, un buen nivel de especialización por líneas de negocios para aprovechar plenamente la existencia de la capacitación del personal, el crecimiento de la demanda, la posibilidad de expansión a los municipios donde la Organización no está representada, potenciar la aplicación de las nuevas regulaciones con respecto a las Relaciones Monetario Mercantiles Internas, así como materializar la política de la Corporación de automatizar todos los procesos de la organización, se contribuirá a minimizar el efecto del incumplimiento de los compromisos de pagos a proveedores, la inestabilidad en los suministros de la BTA y proveedores nacionales, la no aprobación de las inversiones que permitan un crecimiento extensivo, el deterioro de la imagen comercial de nuestras unidades y Puntos de Ventas así como Sistema de Contabilidad no certificados e integrales y superar no tener certificada la contabilidad, las insuficiencias en el aprovisionamiento interno, en la implementación del Control Interno y en el uso de las herramientas informáticas en la toma de decisiones, además de no tener aplicado el Sistema de Estimulación, no contar con el transporte necesario para la gestión empresarial, el creciente deterioro del equipamiento tecnológico para la producción de pan y dulces, cajas registradora, post, etc.

AREAS DE RESULTADOS CLAVE

- ✦ Gestión Económica - Financiera.
- ✦ Promoción y Comercialización.
- ✦ Gestión de los Recursos Humanos.
- ✦ Desarrollo de las Inversiones.
- ✦ Informática y Comunicaciones

OBJETIVOS GENERALES DE LA ORGANIZACION.

1. Asegurar el cumplimiento de los Ingresos, Aportes, índice costos y gastos por ingresos.
2. Elevar y preservar la moral de los cuadros y trabajadores de la Sucursal en el enfrentamiento a las indisciplinas, el delito y las manifestaciones de corrupción.
3. Incrementar al 90% el nivel de satisfacción de nuestros clientes.
4. Lograr niveles de inventarios que se correspondan con el cumplimiento de los planes de ventas.
5. Incrementar las inversiones en un 41 % hasta el 2009.
6. Informatizar los procesos de Gestión de la Sucursal
7. Alcanzar el 95% de los trabajadores con idoneidad

OBJETIVOS ESPECIFICOS POR AREAS DE RESULTADO CLAVE.

- ✦ Gestión Económica - Financiera.

Objetivo Estratégico:

- Elevar la eficiencia económica financiera.

Indicadores:

1. Asegurar el cumplimiento del Plan de aporte y el índice costos y gastos por ingresos comprometido con el país en nuestro Plan de Negocio.
 2. Continuar la instrumentación del programa de eficiencia energética y administración de la demanda eléctrica para incrementar la eficacia en la utilización de estos recursos.
- ✓ Cumplir con el presupuesto de portadores energéticos asignado para cada unidad y dirección.
 - ✓ Alcanzar un índice de consumo de portadores energéticos de 0.015, tomando las medidas de ahorro necesarias.

3. Elevar la efectividad en el enfrentamiento a las indisciplinas, el delito y las manifestaciones de corrupción.

- ✓ Certificar la Contabilidad.
- ✓ Perfeccionar la implementación de la Resolución 297/03 de Control Interno 2009.
- ✓ Incrementar en un 20% el número de inspecciones, controles y supervisiones a las unidades de negocios.
- ✓ Cumplir al 100% con el Plan de Auditorías previstas para el año.

Estrategias:

1. Perfeccionar el sistema de Control Interno sobre el uso de los recursos.
2. Determinar e implementar nuevas vías para la reducción de los gastos.

👉 Promoción y Comercialización.

Objetivo Estratégico No. 1:

- Elevar el nivel de preferencia por el servicio de La Empresa ABC en nuestros clientes.

Indicadores

1. Incrementar el nivel de satisfacción de nuestros clientes a un 90%.
2. Disminución en un 20% del número de quejas y reclamaciones recibidas.
3. Disminuir en un 10% el número de devoluciones de efectivo a clientes.

Estrategias:

1. Lograr estabilidad de los productos de Alta demanda.
2. Desarrollar Campañas para Fechas Especiales (14 de Febrero, Día de las Madres, Verano, Fin de Año).
3. Desarrollar Actividades Promocionales de conjunto con los proveedores nacionales.
4. Diseñar e implementar un Sistema de Calidad.
5. Perfeccionar y desarrollar mecanismos y procedimientos que permitan medir nivel de satisfacción del cliente y calidad de los servicios.
6. Fiscalización del cumplimiento de las políticas y normativas de la Protección al Consumidor.

Objetivo Estratégico No. 2:

- Lograr niveles de inventarios que se correspondan con el cumplimiento de los planes de ventas.

Indicadores

1. Alcanzar un índice de Rotación de Inventario de 4.5 rotaciones.
2. Aprobación del 100% de las compras que realicen las unidades a los proveedores nacionales.
3. Solución al inventario de avería

Estrategias:

1. Desarrollar un sistema logístico interno integral.
- 🚧 Desarrollo de las Inversiones.

Objetivo Estratégico:

- Elevar el nivel de desarrollo de la Comercialización en función del crecimiento de la demanda.

Estrategias

Desarrollo del proceso inversionista para la construcción de 2 nuevas tiendas y Puntos de Ventas.

- 🚧 Informática y Comunicaciones

Objetivo Estratégico:

- Consolidar los sistemas Informáticos como herramientas para la toma de decisiones.

Indicadores

1. Alcanzar un crecimiento de un 10% en la Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC).
2. Introducir soluciones informáticas para la toma de decisiones (Mind Manager, Microsoft Outlook, Excel – 2007).
3. Lograr la Tierra Física del equipamiento tecnológico según programa de inversiones.

Estrategias

Fiscalizar la Política de la seguridad informática y las comunicaciones.

- 🚧 Gestión de los Recursos Humanos.

Objetivo Estratégico No. 1:

- Elevar sostenidamente la preparación y superación de los cuadros y trabajadores de la Sucursal.

Indicadores

1. Implementación del Sistema Automatizado UNUS.
2. Alcanzar el (85 %,90 %,95%) de los trabajadores con idoneidad.
3. Elaboración del expediente de Perfeccionamiento Empresarial.
4. Disminuir el índice de ausentismo en (2 %,1.5 % y 1%)
5. Lograr el óptimo funcionamiento de la Comisión de Cuadro de la Sucursal.

Estrategias

1. Desarrollar un sistema de preparación y superación de los recursos humanos en correspondencia con sus necesidades.
2. Perfeccionar el trabajo con la política de cuadros y la reserva que garantice la continuidad y desarrollo del trabajo.
3. Implementar un Sistema de estimulación moral y material que permita el incremento de la productividad y motivación de todos los trabajadores.

DIAGNOSTICO

Gestión de la Calidad

Calidad:

Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite apreciarla como igual, mejor o peor, que las restantes de su especie.

La calidad tiene como función el conjunto de todas las actividades a través de las cuales se alcanza la aptitud para satisfacer las necesidades sin importar quién las ejecuta.

La gestión de la calidad es la actividad por la cual se dirige a toda la función de la calidad. Según Arthur Anderson consiste en identificar, interiorizar, satisfacer y superar de forma continua las expectativas de los agentes relacionados con la organización, en relación con los productos y servicios que aquella que los proporciona.

La Gestión de la Calidad se basa en los siguientes principios, según las normas ISO 9000

- 1.- Organización enfocada al cliente
- 2.- Liderazgo
- 3.- Participación del personal
- 4.- Enfoque basado en proceso
- 5.- Enfoque de sistema para la Gestión
- 6.- Mejoramiento continuo
- 7.- Hechos para tomar decisiones
- 8.- Relaciones benéficas con los proveedores

Tiene como aspectos fundamentales la política y objetivos de Gestión, la estructura organizativa, responsabilidades a asumir, los procedimientos y

procesos, el sistema de información, los recursos (humanos, materiales y financieros), y las relaciones con el entorno.

La calidad se evalúa por el grado de satisfacción del cliente

La Gestión de la Calidad tiene como objetivo orientar las actividades de la organización para obtener y mantener el nivel de calidad del producto o servicio que se presta, siempre de acuerdo con las necesidades del cliente.

El Sistema de Gestión de la Calidad dirige y controla una organización con respecto a la calidad.

Tiene como requisitos generales:

- Identificar los procesos necesarios para el Sistema de Gestión de la Calidad y su aplicación a través de la organización
- Determinar la secuencia e interacción de los procesos
- Determinar los criterios y métodos necesarios para asegurar que , tanto las operaciones como el control de estos medio son eficaces
- Asegurar la disponibilidad de recursos e información necesarios para apoyar la operación y el seguimiento de estos procesos
- Implementar las acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua de estos procesos

SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD.

POLÍTICA Y OBJETIVOS DE CALIDAD.

POLÍTICA DE CALIDAD.

Implantar un Sistema de Gestión de la Calidad basado en las normas I S O 9000; para priorizar la satisfacción de las exigencias y expectativas de los clientes, estableciendo un estilo de negocio basado en planes y contrataciones rigurosas y abarcadoras que constituyan un compromiso entre clientes y proveedores; analizando cuidadosamente las inconformidades, introduciendo mejoras para garantizar la calidad de las producciones y servicios, así como el compromiso de los trabajadores a cumplir con lo establecido en el Sistema de Calidad.

OBJETIVOS DE LA CALIDAD.

La Dirección General establece los Objetivos de Calidad para mejorar el desempeño de la Organización. Estos objetivos van encaminados a mejorar el control de los factores técnicos, administrativos y humanos que afectan la calidad de los servicios que realiza, orientándolos hacia la reducción, eliminación y prevención de las no conformidades y hacia la obtención de la satisfacción de los clientes. Son cuantificables y coherentes con la Política de la Calidad.

Los objetivos se revisan mensualmente para chequear su cumplimiento, en el marco del Consejo de Dirección y los resultados se reflejan en las actas.

ORGANIZACIÓN FUNCIONAL Y ESTRUCTURAL QUE SE ADOPTA PARA ATENDER EL TEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD.

A partir de la Estructura Organizativa, se establecen las responsabilidades a cada nivel estructural. El Director General es el responsable de la implantación del Sistema de Gestión de la Calidad y crea el ambiente necesario para involucrar a todo el personal en el proceso. A su vez, establece la Política y los Objetivos de la Calidad, asigna los recursos necesarios para el buen funcionamiento del Sistema y se encarga de hacer la revisión del mismo con la Periodicidad que estime necesaria, encaminada como resultado final a mantener y aumentar la satisfacción del cliente, así como el logro de beneficios para la Sucursal.

El Director General nombra por resolución a la Directora Comercial como representante de la Dirección, para establecer, implementar y mantener los procesos necesarios para el Sistema de Gestión de la Calidad. Para ello se apoya en el Especialista de Gestión de la Calidad que le está adscrito.

En cada área de trabajo se designa un activista del Sistema de Calidad que tendrá las funciones de asesorar a la dirección de la misma en el cumplimiento de las tareas que corresponden cumplir y en la preparación de los trabajadores. La Dirección Comercial asumirá la capacitación de dicho activista.

Todo el personal que labora en la organización es responsable de cumplir con lo establecido en el Sistema de Gestión de la Calidad.

SOLUCIONES

- 1.-La entidad debe identificar todos los procesos necesarios en su Sistema de Gestión de la Calidad.
- 2.-Debe aplicar las normas ISO 9000
- 3.- Debe implementar la política de Calidad
- 4.- Debe crear el Consejo de Calidad
- 5.-Se debe realizar muestreos para efectuar una evaluación inicial de la calidad de los productos.
- 6.-Implementar el Sistema de Perfeccionamiento Empresarial y con ello el Sistema de Gestión de Calidad lo que contribuirá al mejor funcionamiento de la Empresa

CONCLUSIONES

La Empresa ABC no tiene identificado todos los procesos necesarios en su sistema de gestión de la calidad.

No se aplican las normas ISO 9000

La Empresa no posee la Política de Calidad.

- La estrategia de la entidad no coincide porque no existe Política de La Calidad.
- No se han establecido criterios de calidad en todas sus estructuras y actividades.
- No existen vías o mecanismos establecidos para comparar la calidad de los productos o servicios de los competidores líderes.
- No existe un sistema de calidad que prevea en los diferentes procedimientos la participación de la Organización Superior de Dirección, los clientes, proveedores, etc., como parte de su funcionamiento y definición.

En la organización no está creado el Consejo de Calidad.

En la organización no están creados los grupos de mejora de la calidad en las diferentes áreas y Unidades de negocios.

La entidad no tiene certificado, ni avalado su sistema de gestión de la Calidad.

No está documentada la distribución de responsabilidades en la empresa.

No existen políticas de compras ni de calidad.

Presentan deficiencias en los procedimientos para el tratamiento de faltantes y discrepancias por la calidad

BIBLIOGRAFÍA:

1. Koontz, Harold y Weihrich, Heinz. Administración, una perspectiva Global. Decimosegunda edición 2004
2. Koontz, Harold y Weihrich, Heinz. Elementos de la Administración. Quinta edición 1995.
3. Taylor, Grant, Gibrath. Administración Científica. 1903
4. Marc Gregor, Argyris. Desarrollo Organizacional .1962
5. Robbins, Stephen P. Administración Teórica y Practica. Cuarta edición. 1994

ANEXO

ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL

