



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL POLITÉCNICA
"ANTONIO JOSÉ DE SUCRE"
VICE -RECTORADO PUERTO ORDAZ
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
MÉTODOS AVANZADOS DE CALIDAD

PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD

Profesora: Ing. Scandra Mora

PUERTO ORDAZ, MAYO DE 2010

Integrantes:

González, Crismary

Malavé, Sabrina

Navea, Laura

Triviño, Rafael

Zane, María G.

Introducción

La planificación es la primera función de la dirección. Esta se orienta al futuro y crea las directrices para toda la organización, si no se planifica correctamente, se perderán recursos, energías y reputación, lo que nos puede llevar al fracaso.

Planificar significa prepararse para el cada cambio, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño, por lo cual es necesario conocer y aplicar los elementos que intervienen en el proceso de planeación. Es un proceso gerencial de desarrollar y mantener una dirección estratégica que pueda alinear las metas y recursos de la organización con sus oportunidades cambiantes de mercadeo.

Planificación

Se refiere a las acciones llevadas a cabo para realizar planes y proyectos de diferente índole. En este proceso se pueden cambiar muchas cosas con el tiempo ya que una planificación tiene que ser exacta en lo que se quiere lograr; para que quede como se desea.



Importancia de la Planificación



- **Dinámico:** que no termina con el establecimiento de un plan, sino que supone un reajuste constante entre medios y fines.



- **Facilitador:** que prepara un conjunto de decisiones que deben ser aprobadas y ejecutadas por los sectores implicados.



- **Integral:** donde se relacionan todos los elementos de una manera sistemática e interdependiente.



- **Práctico:** encaminado básicamente a la acción.



- **Anticipador:** Intenta predecir y pronosticar el futuro para acomodar la acción.



- **Instrumental:** un medio dirigido al logro de los objetivos.

¿POR QUÉ PLANIFICAR?



➤ Evaluar el pasado y el presente para asegurar el mejor futuro posible.

➤ Determinar el curso de actuación más objetivo y más prudente, dadas las circunstancias expresadas en el anterior.

➤ Llevar a cabo la acción y vigilar los resultados.

VENTAJAS

Ayuda a la dirección a determinar sus estrategias para adaptarse y relacionarse con los entornos de cambio, tanto internos como externos.

Desarrolla cursos de actuación que ofrezcan algún elemento de consistencia que sea apreciable para los directores, el personal y los clientes.

Ofrece la información necesaria para que se puedan tomar decisiones significativas.

Ayuda a asegurar la coordinación entre los elementos de la organización.

DESVENTAJAS

Planificar por el sólo hecho de planificar, sin comprobación efectiva de los resultados.

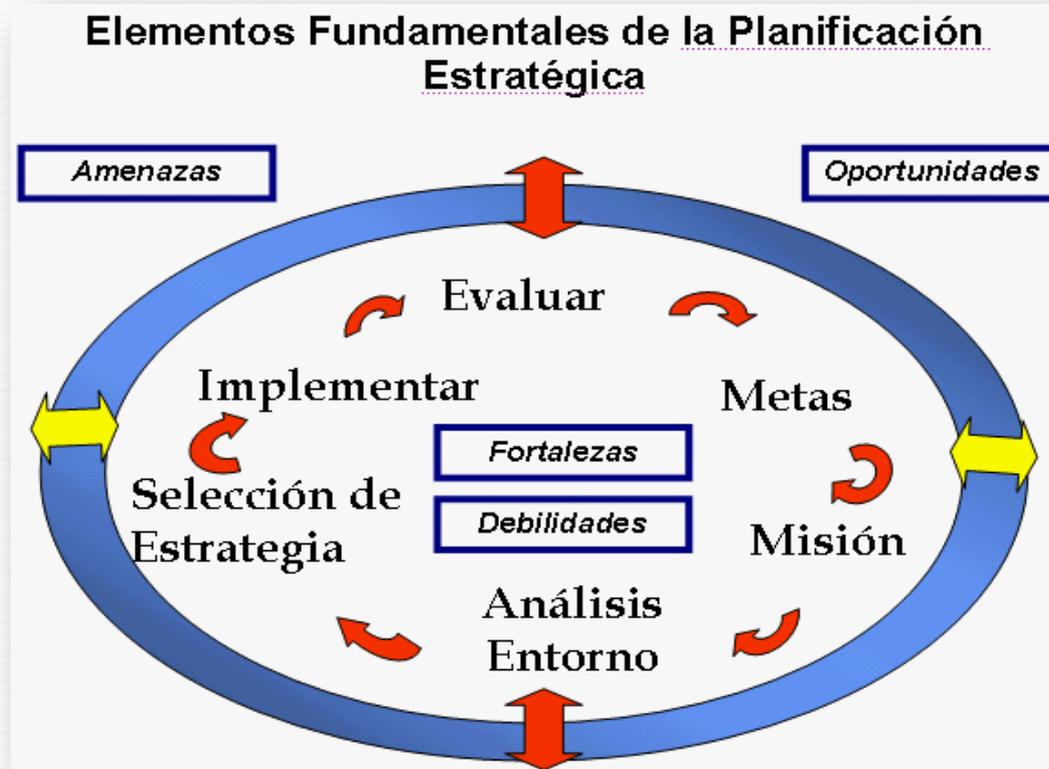
Los beneficios derivados de los resultados planificados pueden no superar el gasto (en términos de recursos tanto humanos como financieros) del desarrollo del plan.

La planificación crea demoras cuando se intenta poner en marcha la aplicación de proyectos.

La aplicación reduce la creatividad, la espontaneidad y la innovación.

Planificación Estratégica

La planificación estratégica es un proceso que involucra a todos los miembros de la organización en el desarrollo de coincidencias entre el estado actual de la misma y su visión, su misión y sus valores fundamentales, con el propósito de centrar el interés en las actividades tácticas en el momento presente y en el futuro.



Se puede definir la Planificación estratégica como un proceso y un instrumento

Proceso

Conjunto de acciones y tareas que involucran a los miembros de la organización en la búsqueda de claridades respecto a su quehacer.

Instrumento

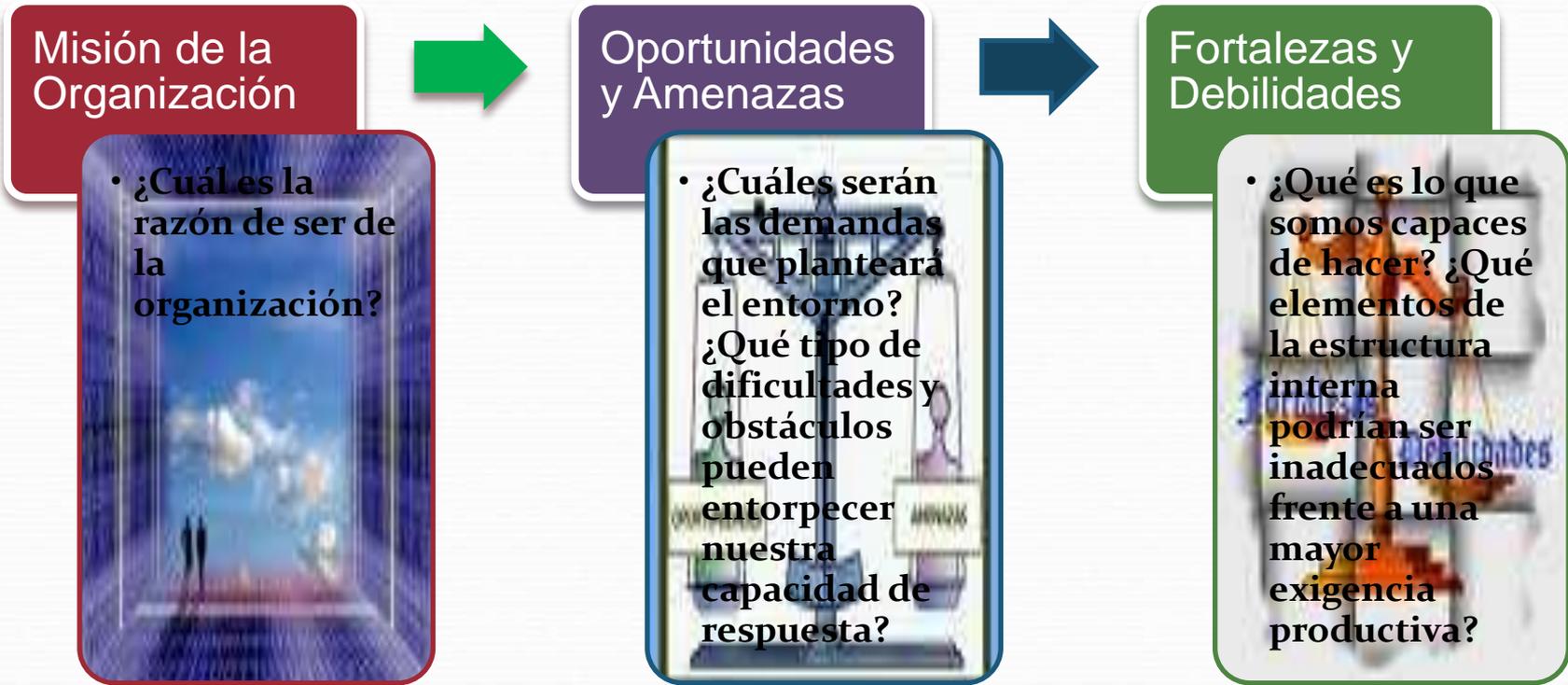
Marco conceptual que orienta la toma de decisiones encaminada a implementar los cambios que se hagan necesarios.

Contempla dos aspectos

Describir lo que la organización debería ser en el futuro

Determinar cómo se logrará que la organización alcance ese futuro deseado.

Una función instrumental de la Planificación Estratégica es hacer un balance entre tres tipos de fuerzas, que responden a su vez distintas preguntas:

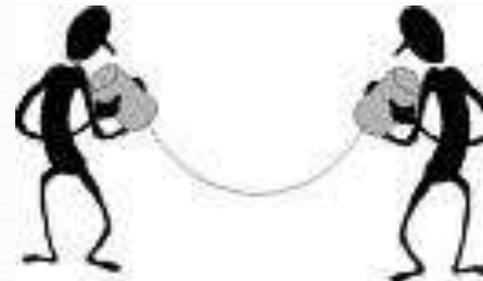


BENEFICIOS DEL PLAN ESTRATÉGICO



Mejora el desempeño de la organización

Permite enfrentar los principales problemas de las organizaciones



ETAPAS DE UN PLAN ESTRATÉGICO

Enfocar la planificación hacia los factores críticos que determinan el éxito o fracaso de una organización.

Diseñar un proceso de planificación que sea realista



ESTRUCTURA DE UN PLAN ESTRATÉGICO



MISIÓN

Debe ser básicamente amplia en su alcance para que permita el estudio y la generación de una vasta gama de objetivos y estrategias factibles sin frenar la creatividad de la gente.

Componentes principales que deben considerarse en la estructuración de la misión:



Clientes - ¿quiénes son los clientes de la institución?

Productos o servicios - ¿cuáles son los productos o servicios más importantes de la institución y en qué forma deben ser entregados?

Mercados - ¿compite la institución geográficamente?

Preocupación por supervivencia y mejoramiento.

Preocupación por imagen pública - ¿cuál es la imagen pública a la que aspira la institución?



VISIÓN

Se puede definir de la siguiente manera:

- **Definición de la razón de ser de la organización.**
- **La declaración amplia y suficiente de donde quiere que su organización este dentro de 3 o 5 años.**



Para la redacción de la visión de futuro se deben considerar los siguientes elementos:

.Debe ser formulada por líderes

.Dimensión de tiempo



.Amplia y detallada

.Positiva y alentadora

Debe ser realista en lo posible

. Comunica entusiasmo

.Proyecta sueños y esperanzas

.Incorpora valores e intereses comunes



VALORES CORPORATIVOS

Son el conjunto de principios, creencias, reglas que regulan la gestión de la organización. Constituyen la filosofía institucional y el soporte de la cultura organizacional.

Planificación de la calidad

La planificación de la calidad ofrece un enfoque orientado a la estrategia empresarial. Es esencial para un eficaz y manejable proceso de mejora de la calidad. Esto incrementa la diferencia entre la teoría de la planificación general y la planificación de la calidad, y esto ya es una mejora.



Crear conciencia de la crisis de la calidad, del papel de la planificación de la calidad y la necesidad de revisar el enfoque de la planificación de la calidad.

Establecer un nuevo enfoque de la planificación de la calidad.

Suministrar información de cómo planificar la calidad, utilizando el nuevo enfoque.

Asistir al personal de la empresa para planificar nuevamente los procesos repetitivos, que poseen deficiencias de calidad inaceptables

Asistencia del personal para utilizar el dominio resultante en la planificación de la calidad, para evitar crear problemas crónicos nuevos.



PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA CALIDAD

Se enfoca en los clientes

Los líderes determinan los factores críticos para el éxito

Las metas y objetivos se orientan a los procesos y a los resultados.

Los objetivos se basan en información, y dependen del análisis de los patrones

Enfoque en los procesos

Hay alineación entre factores críticos para el éxito, misión, visión, metas y objetivos

Las actividades de mejora se centran en las tareas críticas para alcanzar el éxito.

Las actividades de mejora se dan en el interior de las áreas funcionales y entre las mismas.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA TRADICIONAL

Su punto de interés no está definido

Los líderes ignoran cuales son los factores críticos para el éxito

Las metas y los objetivos se orientan solo a los resultados.

Las metas y los objetivos podrían basarse en corazonadas o suposiciones

Enfoque en los productos.

No existe alineación

Las actividades de mejora carecen de enfoque

Las actividades de mejora se presentan casi siempre al interior de las áreas funcionales.

¿POR QUÉ PLANIFICAR PARA LA CALIDAD?

La planificación ofrece la capacidad de ser proactivos, anticipar futuros eventos y establecer las acciones necesarias para enfrentarse positivamente con ellos. El Sr Ivancevich (1994) da tres razones de por qué es necesario planificar:



Disminución del espacio de tiempo entre las decisiones y los resultados que se obtienen de esas decisiones



.Incremento de la complejidad de las organizaciones



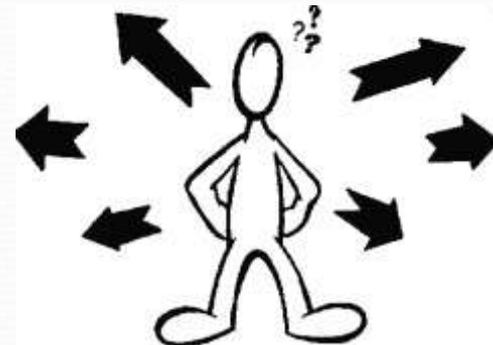
Incremento de la competitividad internacional

¿QUIÉN ES RESPONSABLE DE PLANIFICAR PARA LA CALIDAD?

En la planificación estratégica clásica, es la alta dirección la que tiene esta responsabilidad. Está centralizada en cuanto a forma y ejecución. Las divisiones o departamentos tienen la responsabilidad de poner en práctica los resultados del desarrollo de la misión, objetivos y estrategias de la organización. Este no parece ser un mecanismo apropiado para dirigir una organización orientada, fundamentalmente, hacia la calidad. Resulta significativo que las organizaciones orientadas hacia la calidad desarrollen y apliquen prácticas de planificación estratégica descentralizadas.



shu0002 www.fotosearch.com



Tipos de planes de calidad

La planificación estratégica: Desarrollar plan a largo plazo.



La planificación táctica: Objetivos intermedios y dirección de las áreas específicas de la organización.

La planificación de operativa: orientación a corto plazo, tratan con la eficacia.



Importancia de la planificación de la calidad en el contexto empresarial

Una de las razones por la cual se hace importante planificar la calidad, es por el motivo de que muchas empresas tienen que hacer frente a graves pérdidas y desechos cuyo origen principal radica en las deficiencias del proceso de planificación de la calidad. De las cuales podemos mencionar:

1° **Perdida de Venta**

2° **Costos de la mala calidad**

3° **Las amenazas de la sociedad**



Proceso general de la planificación de la calidad



Análisis del entorno: Se lleva a cabo un análisis DAFO (Debilidades y Amenazas, Fuerzas y Oportunidades, tanto internas como externas)

Misión de la calidad: Proporciona dirección a la organización y una indicación a todas las partes interesadas de lo que es importante para la organización.

Establecer una política de calidad: Debe estar relacionada con el compromiso y creencia positiva en las filosofías, principios y prácticas de la calidad.

Cuando se desarrolla una política de calidad, es necesario considerar:

- ¿Quiénes son, qué son y donde están los clientes?
- ¿Qué productos o servicios necesitan y cuándo?
- ¿Cuáles son las intenciones de los competidores y qué indica su política de calidad?
- ¿Cuál es el enfoque de la misión de calidad?
- ¿Quién debería estar involucrado en el desarrollo de la política de calidad y quién va a liderar su Formación?
- ¿Debe involucrarse a los proveedores?



Generar los objetivos estratégicos de calidad: Un objetivo es una meta a lograr. Un objetivo debe, poder determinar, ser operativo, y poderse medir

Escoger los planes de acción de calidad: Formulan los cursos o estrategias planificadas que son necesarias para cumplir tareas de calidad

Aplicación de la estrategia de calidad: Una de las fases más importantes del proceso de planificación de la calidad es su aplicación.

Los aspectos de la aplicación de la estrategia, incluyen: educación y formación, participación, cultura y tecnología, proceso, autoridad/poder, estructuras compensatorias, estructuras organizativas



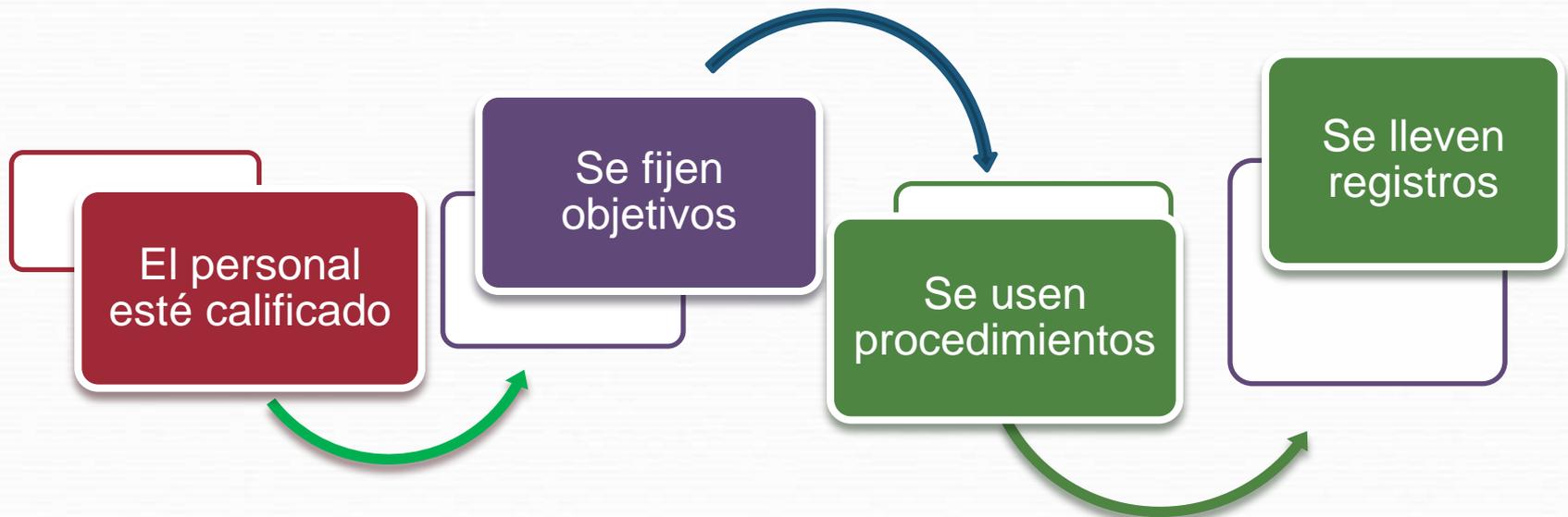
Control y evaluación de la actuación de la calidad: Los planes de calidad requieren un continuo control para asegurar su efectividad. Esto significa desarrollar sistemas de control a todos los niveles del plan.

El control es necesario para realizar evaluaciones estratégicas y operativas del plan de calidad. Éstas comprueban la viabilidad y eficacia del plan de calidad diseñado versus los resultados de la aplicación



SISTEMAS DE CALIDAD NATURALES:

En cualquier organización siempre existen actividades de Calidad realizada con mayor o menor formalidad. Por esta razón siempre existe una organización



Es prácticamente imposible, que una organización pueda funcionar sin aplicar algunos de los criterios de Calidad pues una ignorancia total de los mismos puede determinar que la empresa sea simplemente no viable.

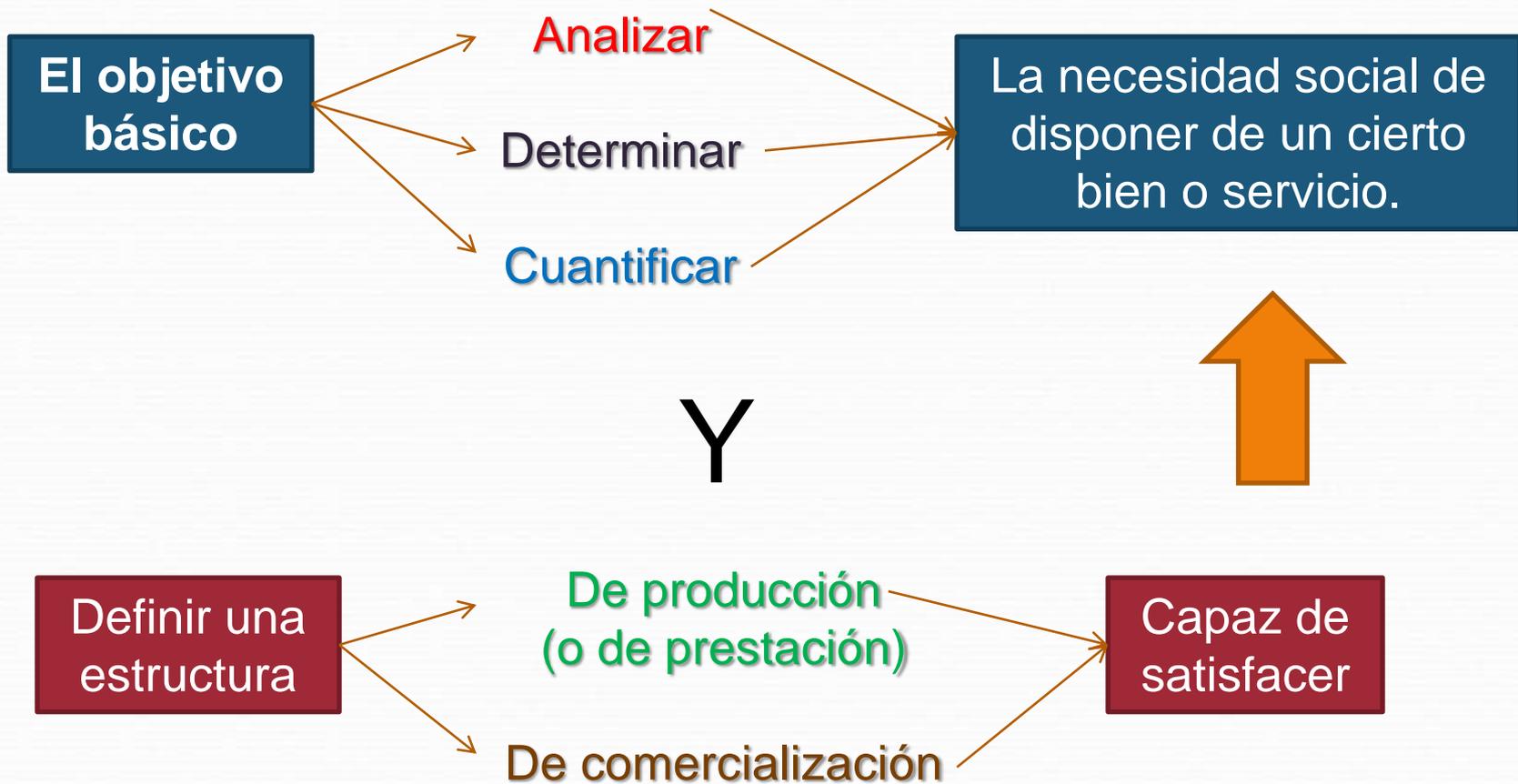
Es decir “siempre existe un sistema de calidad natural” que permite cumplir al menos con algunos requisitos elementales.



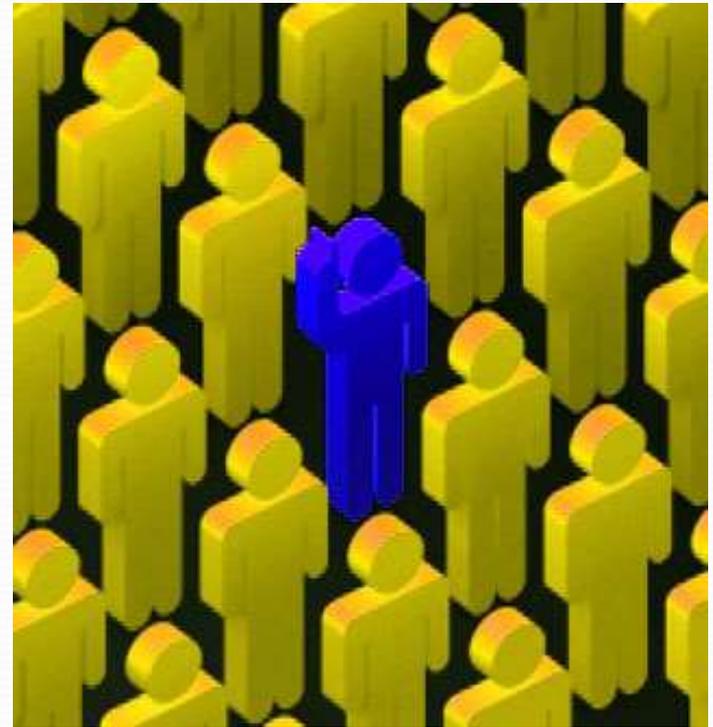
Pero tener en cuenta sólo algunos de los criterios de Calidad o aplicarlos parcialmente, no da suficientes garantías para que la calidad de la producción se mantenga en el tiempo. En general los sistemas de calidad naturales intentan prevenir solamente las fallas más importantes o frecuentes.



ANÁLISIS DEL MERCADO:



En el término más básico, un análisis de mercado es un estudio de un problema en particular o una oportunidad de mercado, de las necesidades de un mercado objetivo que requiere solucionar un problema o una oportunidad y de las ideas para el mercadeo de un producto en particular o un servicio que satisfaga las necesidades de un mercado objetivo.



¿Cuándo se debe de realizar un análisis de mercado?

- 
- Cuando se está iniciando un negocio

- 
- Cuando se está entrando a un mercado nuevo

- 
- Cuando este usted considerando agregar un producto nuevo o servicio

¿Por qué debe usted realizar un análisis de mercado?



• Para minimizar el riesgo de su negocio



• Para entender los problemas y las oportunidades



• Para identificar las oportunidades de ventas .



• Para planificar su mercadotecnia/o mensaje de venta

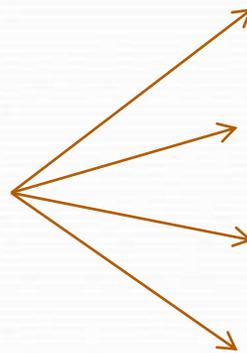
PROCESO PARA REALIZAR UN ANÁLISIS DE MERCADO.

PASO 1

Entendiendo las Condiciones del Mercado



Esto le dará a usted la información básica acerca



Del mercado completo.

El tamaño

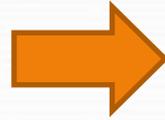
La competencia

Los clientes.

Identificar las Oportunidades de Mercado

PASO 2

**Esto le dará
una
información
más
específica
acerca**



De sus problemas potenciales u
oportunidades en un mercado
objetivo

Sobre crecimiento.

Tendencias actuales y
futuras.

Factores externos y más
información sobre sus
competidores.

**Desarrollar Estrategias
Dirigidas a un Mercado**



**Aquí es en donde la investigación de mercado le
marca el camino.**

**Le ayudara a encontrar las oportunidades de
crecimiento para su negocio.**

**Entendiendo el mercado y conociendo las
oportunidades que se encuentran disponibles,
usted podrá crear una estrategia que lo separara
de sus competidores.**

PASO 3

Análisis del producto

Para dar a conocer un producto o servicio primero debemos conocer y dominar sus características técnicas así como su aplicación en el entorno del mercado y la necesidad que tiene los posibles clientes en utilizar el servicio o producto.



Desde el punto de vista de la empresa el producto es aquello que comprará nuestro cliente.

Sabemos que un cliente compra si tiene una necesidad no cubierta, o un deseo por satisfacer, y sabe, o cree, que pagando una cantidad de dinero por un producto o servicio resolverá su problema.



El introducir un producto o servicio solo se justificara si se ha identificado plenamente una necesidad, por que por lo regular en el mercado donde te encuentres existen productos o servicios iguales o similares, por tal motivo debemos identificar la necesidad y ajustar el producto a lo que requiere el cliente.

Hay que analizar con detalle como satisface el producto una necesidad del mercado



DESARROLLO DEL CONCEPTO DEL PRODUCTO.



El producto debe tener una serie de características o atributos que lo identifiquen y, preferiblemente, los diferencien de los demás productos que compiten por satisfacer la misma necesidad.

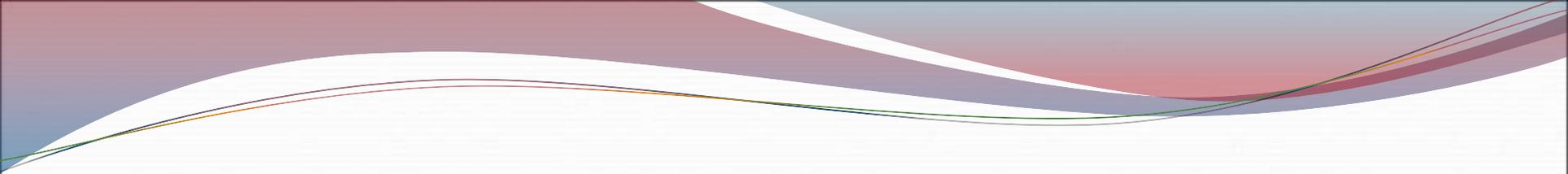
El concepto de producto debe definir:



Conclusiones

El logro de un buen desempeño requiere de elegir la mejor estrategia, para ello se debe de crear una cultura de Calidad en la organización que la lleve a la práctica.

Para que una Planeación Estratégica sea comprensible por cualquier persona de la organización, los directivos deben de crearla sin ambigüedades, de forma coherente; para lograr eso ellos deben tener muy bien claro dos situaciones: el nuevo reto al que se enfrentan y al hecho que una vez iniciada la ejecución ya no se puede volver a reparar en detalles que se les olvido considerar a un principio.



**MUCHAS GRACIAS
POR SU ATENCIÓN**