



CRITERIOS DE CALIDAD

- **OBJETIVO:**

Mostrar y dar a conocer los principios de
calidad



CRITERIOS DE CALIDAD

- **ORIENTACIÓN** clara hacia los estudiantes, empleadores, empresas, sociedad (clientes, usuarios...)
- **MEJORA CONTINUA** en base a revisiones periódica de todo
- **LIDERAZGO** y ejemplo de los directivos
- Análisis y mejora de los **PROCESOS** y medición y comunicación de los resultados conseguidos
- **COMUNICACIÓN** en todos los sentidos (no sólo INFORMACIÓN)
- **BENCHMARKING** con organizaciones de referencia
- Trabajo en **EQUIPO y PARTICIPACIÓN** de las personas
- **MOTIVACIÓN** claro del esfuerzo de las personas
- **HECHOS Y DATOS** decisiones basadas en hechos y datos



ORIENTACION AL CLIENTE

La MISIÓN de la Organización debe incluir:

- Entender las necesidades del cliente.
- Desarrollo de capacidad para satisfacerlas

CLIENTE:

- INTERNO
- EXTERNO



MEJORA CONTINUA (KAIZEN)

MEJORAMIENTO CONTINUO MEDIANTE
CAMBIOS PEQUEÑOS Y GRADUALES QUE
INVOLUCREN A TODOS LOS NIVELES
ORGANIZACIONALES DE LA COMPAÑIA

MEJORA: La creación organizada de un cambio beneficioso



MEJORA CONTINUA

- Largo plazo y larga duración
- Pasos pequeños
- Continuo e incremental
- Gradual y constante
- Todos
- Solidarios, esfuerzos de grupo
- Mantenimiento y mejora
- Conocimiento convencional
- Requiere poca inversión pero gran esfuerzo en mantenerlo
- Util en economías de crecimiento lento
- Basada en personas

INOVACION Y REINGENIERIA

- Corto plazo
- Pasos grandes
- Intermitente y no incremental
- Abrupto
- Selección de unos pocos
- Ideas y esfuerzos individuales
- Chatarra y reconstrucción
- Invasión tecnológica, nuevas teorías
- Requiere gran inversión y pequeños esfuerzos en mantenerlo
- Mejor adaptada en economías de crecimiento rápido
- Basada en la tecnología



LIDERAZGO DE LA DIRECCION

EL CAMBIO CULTURAL SOLO PUEDE LOGRARSE A TRAVES DEL LIDERAZGO Y DEL COMPROMISO DE LA DIRECCION

- A menos que la dirección esté convencida del valor y la importancia de un Sistema de Calidad Total este no puede empezar, ni un cambio real puede tener lugar en la organización.
- Es el compromiso y liderazgo de la Dirección el que da soporte al proyecto.
- Este compromiso y liderazgo debe transmitirse a través de toda la línea jerárquica por medio de un plan de acción

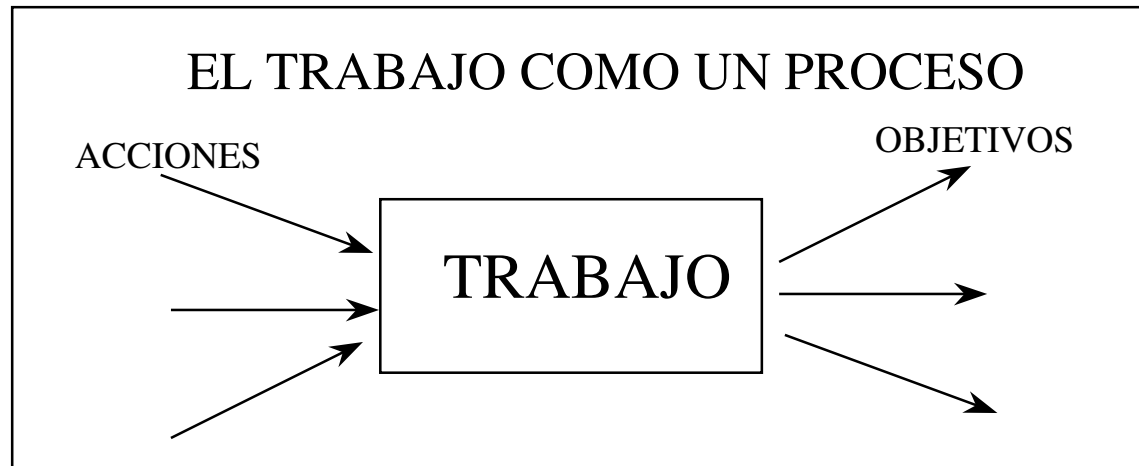


FUNCIONES DE LA DIRECCION

- ELABORAR **EL PLAN DE LA ORGANIZACIÓN** RELACIONADO CON LA CALIDAD
- **DEFINIR SUS NECESIDADES**, METODOS Y UTILES QUE FACILITEN EL PUNTO DE PARTIDA
- FOMENTAR LA **COMUNICACION, MOTIVACION Y FORMACION** DE TODO EL PERSONAL
- **ORIENTARSE AL CLIENTE** NO AL PRODUCTO
- ESTABLECER LAS RELACIONES **CLIENTE-PROVEEDOR INTERNO**
- FOMENTAR LAS **RELACIONES HORIZONTALES** A LO ANCHO DE LA organización QUE GARANTICEN LA CALIDAD



SIGNIFICADO DEL PROCESO



Un proceso es una mezcla de entradas añadiendo valor para que la salida sea más valiosa que la suma de las entradas.

Los procesos existen para la satisfacción del cliente



COMUNICACION

- Antes de comenzar cualquier proceso de cambio, la Dirección de la ORGANIZACIÓN, debe comunicar a todo el personal:
 - Las políticas y procedimientos que se van a seguir.
 - Objetivos.
 - Cambios a realizar.
 - Ventajas que suponen los cambios.
- Si los empleados no entienden el proceso, está condenado al fracaso.
- La información no debe fluir de arriba hacia abajo, sino en todas las direcciones.



COMUNICACION

- Los diferentes departamentos no deben ser compartimentos estancos, sino que la información debe fluir entre ellos.
- Establecer un proceso para abordar las propuestas de mejora (sugerencias).
- Tener en cuenta la opinión de todos los colaboradores.



BENCHMARKING

ES

- Es un proceso progresivo para la mejora de las estrategias, costumbres, procesos, servicios y productos, midiéndose respecto al "**mejor de la categoría**" tanto en el interior como en el exterior de la organización.
- Un proceso continuo de **comparación de los productos y servicios** respecto a los competidores más fuertes o respecto aquellas organizaciones reconocidas como líderes.
- La **búsqueda de las mejores costumbres** que llevan a una realización superior.
- Un proceso de cambio de gestión.
- Una oportunidad para la innovación y la creatividad.
- Una manera de añadir la experiencia de otras organizaciones a la nuestra.



BENCHMARKING

NO ES

- Espionaje administrativo
- Una solución rápida.
- Simplemente copiar.
- Un análisis en movimiento.
- Un remedio para todos los males.
- Una manera de reducir personal.
- Únicamente un esfuerzo para reducir costes.
- Una visión estilo libro de cocina.



BENCHMARKING

- **BENCHMARKING INTERNO**

Es utilizado para hacer comparaciones entre elementos organizacionales de la misma organización.

- **BENCHMARKING COMPETITIVO**

Es utilizado para comparar con los competidores directos en el ámbito de la educación.

- **BENCHMARKING FUNCIONAL**

Es utilizado para comparar funciones semejantes en otras administraciones que no compiten en nuestro mercado.

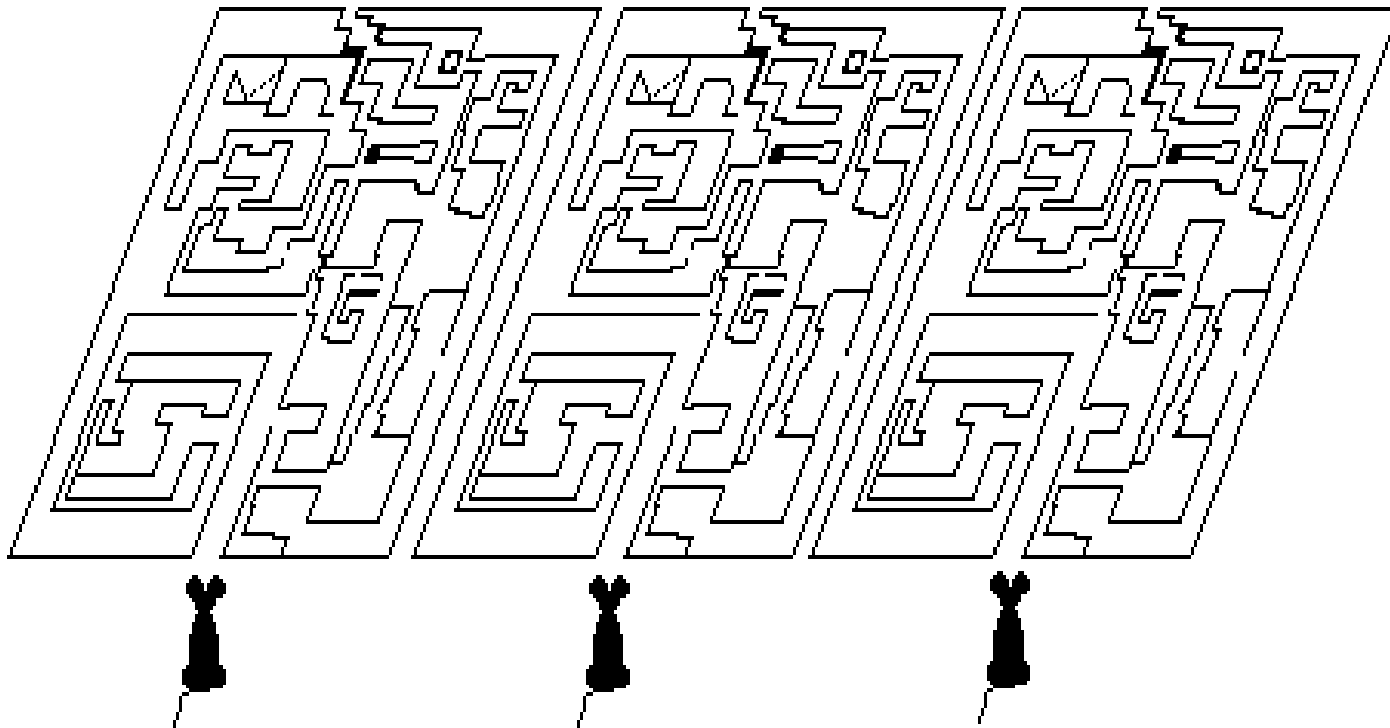


TRABAJO EN EQUIPO

Todo conjunto de personas puede pasar por un proceso de evolución que le lleva desde el estado de grupo informal hasta el de equipo eficiente.

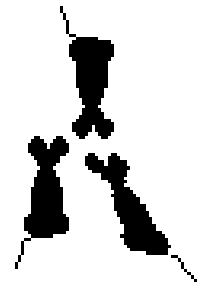
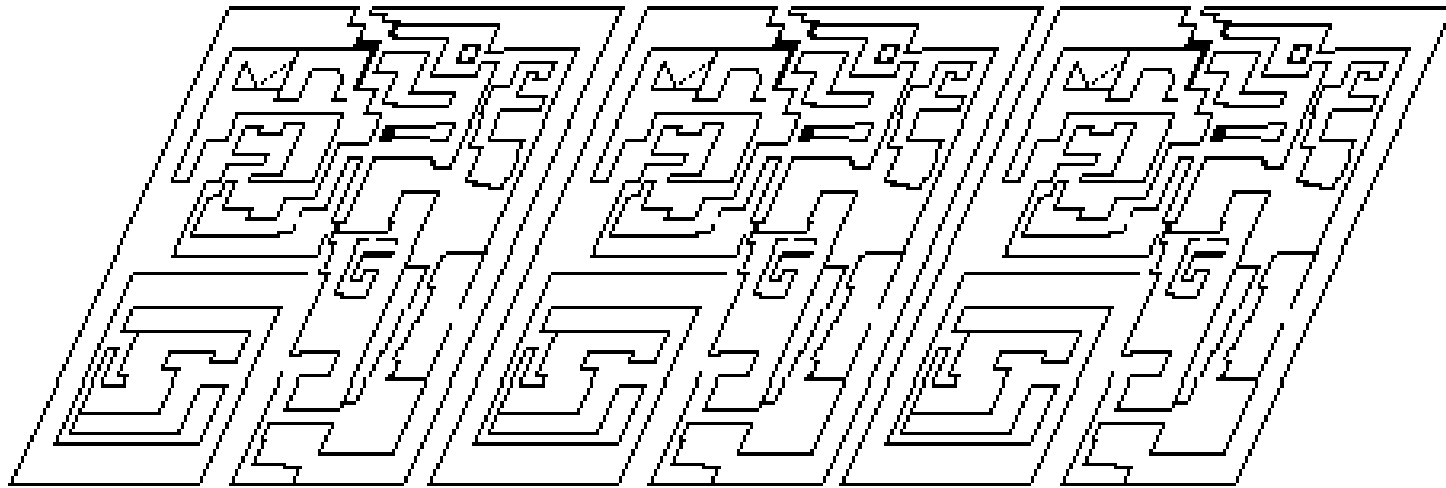


INDIVIDUALISMO



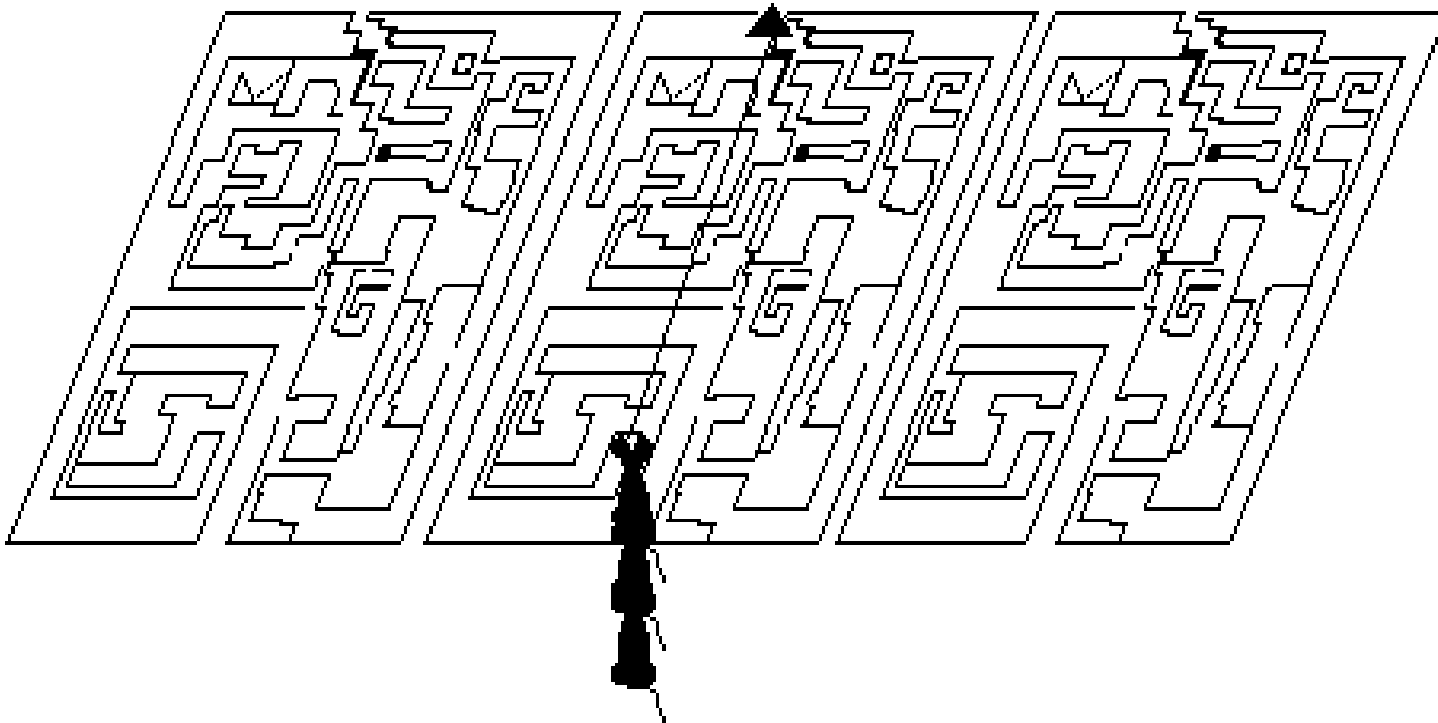


NEGOCIACIÓN





TRABAJO EN EQUIPO





MOTIVACIÓN

- ★ La Calidad Total puede ser un primer factor de integración y motivación de los recursos humanos de la organización.
- ★ Si los empleados observan como la calidad y la productividad aumentan continuamente, se fortalecerá en ellos un sentimiento de orgullo y de identificación con la organización.
- ★ La falta de motivación entre directivos y empleados es la primera y más grave causa de falta de calidad.
- ★ Hacer que todos los empleados mantengan ese interés por la calidad es una de las tareas más importantes de la gerencia.
- ★ **La motivación es un producto que se fabrica todos los días.**



PRINCIPALES FACTORES MOTIVACIONALES

- **RECONOCIMIENTO**
- **PROMOCION**
- **RETRIBUCION**



ACCIONES MOTIVADORAS

- * Situar el puesto y la función de cada uno en línea con los objetivos de la organización y hacer estos visibles para el trabajador.
- * Ubicar a la persona en un puesto de trabajo que se adapte a su perfil.
- * Promover acciones de formación y perfeccionamiento, elevando el nivel de conocimiento y estimulando el desarrollo.
- * Hacer comprender la importancia de la calidad y el coste de los errores.
- * Tratar a todos con consideración y respeto
- * Fomentar actividades de autocontrol.
- * Diversificar la tareas.
- * Delegar y confiar responsabilidades.
- * Adoptar un estilo de dirección participativa.



ACCIONES MOTIVADORAS

- ☞ Fomentar el trabajo en equipo.
- ☞ Solicitar ideas y sugerencias a todos los miembros de la organización.
- ☞ Informar de la marcha de la organización y de los cambios previstos.
- ☞ Informar acerca de las posibilidades de promoción.
- ☞ Hacer las observaciones negativas refiriéndose al trabajo, no a las personas.
- ☞ Felicitar a todos cuando los resultados son buenos.
- ☞ Buscar las oportunidades para dar reconocimiento a las personas por sí mismas, no únicamente por su trabajo.
- ☞ Organizar entrevistas individuales y periódicas con los colaboradores para intercambiar ideas sobre el trabajo



BENEFICIOS CUALITATIVOS

- **B° EXTERNOS**
 - Estudiantes satisfechos
 - Buena imagen de la Universidad
- **B° INTERNOS**
 - Integración y coherencia
 - Flexibilidad y dinamismo
 - Empleados satisfechos y motivados
 - Baja rotación del personal



BENEFICIOS CUANTITATIVOS

- **MAYOR VOLUMEN DE NEGOCIOS**
 - Incremento de alumnos
 - Aumento de contratos con empresas
 - Descenso de tasas de deserciones
- **AHORRO DE COSTES**
 - Gestión ausente de errores
 - Especialización
 - Participación activa del personal
 - Mejora de la productividad