

cositas

1. Evolución de la filosofía de la calidad. a) Inspección: -Reactivo, -Detectar errores y corregirlos de modo que aquellos productos no cumplieran las especificaciones eran desechados o reparados. Supuso elevados costes y no considerar las actividades de prevención ni planes de mejora. b) Control de calidad: Reactivo, se aplican por primera vez en el control de calidad en cada fase del producto y se centra en el proceso, corrigiendo errores una vez aparecidos. c) Aseguramiento de calidad: Preventivo, con pilares básicos de prevención y planificación, productivo y evita errores generando la calidad desde los orígenes del proceso, en vez de esperar hasta el final. d) Preventivo, abarca todos los aspectos de la empresa con una planificación avanzada en busca de la eficiencia.

2. Definición de calidad. Es una satisfacción de las expectativas u necesidades de los clientes, conforme a especificaciones técnicas, cumpliendo las características prometidas, en busca de la excelencia organizativa, filosofía de la mejora continua y máxima eficiencia, también calidad-precio. Su ampliación se basa en la calidad del producto a la calidad total. Ishikawa: diseño, fabricación y venta de productos o servicios con una calidad determinada que satisface a quien los use.

3. Costes y calidad. Una mejora en la calidad debe tener un coste justificable mediante un incremento de precio o volumen de ventas esperado.

a) Costes de calidad. -De prevención: planificación calidad, formación personal, evaluación y supervisión de proveedores y mantenimiento preventivo. -De evaluación: auditorías, inspección de la recepción de materiales, pruebas de producto e inspección final. b) Costes de no calidad. a) Costes fallos internos. -Fallos del sistema: desperdicios de materias primas, excesos de inventario, tiempos muertos e inactividades no programadas. -Fallos del producto: productos rechazados/devueltos, productos usados como B y productos reelaborados. -Fallos externos: productos defectuosos no identificados y vendidos. 1) Costes de no calidad: reclamados por el cliente y no reclamados por cliente. 2) Costes tangibles: costes de asistencia, reparación, envío etc 3) Costes no intangibles: mala fama para el producto y la empresa (pérdida de imagen). c) Costes sobre calidad.

4. Gestión de calidad. La gestión de la calidad = dirección calidad = TQM. Es un sistema que se implanta en la empresa como medio para conseguir los objetivos de calidad, caminando hacia la mejora continua en todos los niveles organizativos, utilizando todos los recursos disponibles al menor coste posible.

PRINCIPIOS/HERRAMIENTAS. a) a) Liderazgo: compromiso de la dirección demostrable a los ojos de los empleados./ compromiso escrito, apoyo actividades de mejora, financiación y comités de calidad. b) Gestión de personas; compromiso de todos miembros empresa, formación y flujos de información/ circulación de información, sistema de sugerencias, equipos de trabajo, sistemas de reconocimiento empleados, equipos calidad, plan de formación individual, formación para el puesto y programa de formación general. c) Planificación calidad: definición de objetivos y acciones para conseguirlo/ definición de misión y visión, política de calidad, objetivos calidad, plan estratégico, control y mejora de planes. d) Info. y análisis: evaluación continua para mejorar la calidad de la empresa a través del establecimiento de indicadores, sistema de evaluación y uso de herramientas de calidad que permitan si se cumplen los objetivos/ auditoría de calidad, evaluación del desempeño, costes de calidad uso de indicadores, actv. de auto. herramientas básicas de calidad. e) Gestión de procesos: para elaborar eficientemente productos/servicios identificando y mejorando los procesos que lo elaboran/manual de calidad, procedimientos del sistema de calidad, instrucciones de trabajo, ISO 9001. f) Gestión de proveedores: gestión de las relaciones con proveedores/ auditoría de calidad a proveedores, evaluación, formación y acuerdos de calidad concertada. g) Enfoque basado en cliente o grupos de interés: todo debe realizarse pensando en la satisfacción del cliente/ gestión reclamaciones, seguimiento de cliente e identificación de sus necesidades. g) Diseño de los departamentos afectados que participan en procesos de diseño de producto y servicio./ especificaciones productos, ACV de un producto.