

IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS DE CALIDAD EN PYME'S

Amor del Carmen Estrella Alcaraz (1), Dra. Rosa María Ortiz Hernández (2)

1 [Licenciatura en Ingeniería Ambiental, Universidad de Guanajuato] | Dirección de correo electrónico: [pazeroma@gmail.com]

2 [Departamento de Ingeniería Química, División de Ciencias Naturales y Exactas, Campus Guanajuato, Universidad de Guanajuato] | Dirección de correo electrónico: rosamar1006@hotmail.com]

Resumen

La calidad en las empresas actualmente es más que una meta, es un requisito para que la empresa exista y permanezca en el mercado. Su objetivo es la satisfacción plena del cliente con el producto. Es un concepto fuertemente ligado a la competitividad y productividad de las empresas. Las herramientas de calidad son utilizadas para la mejora de la misma y, por lo tanto, aumentar la competitividad y productividad. Para conocer la realidad de las pymes en Guanajuato se aplicó una encuesta a varias pymes de diferentes giros presentes en la región. La encuesta se realizó para conocer los aspectos de aplicación de herramientas de calidad, además de competitividad y productividad. Después se elaboraron gráficas con los resultados obtenidos y se concluyó que las empresas en el estado conocen y aplican herramientas de calidad.

Abstract

The quality of the enterprises at present is more than a goal, it is a requirement for the company to exist and remain in the market. Its aim is full customer satisfaction with the product. It is strongly linked to the competitiveness and productivity of enterprises concept. Quality tools are used to improve it and, therefore, increase competitiveness and productivity. To know the reality of SMEs in Guanajuato It was applied a survey to several different field of operation SMEs in the region. The survey was conducted to know the aspects of application of quality tools, in addition to competitiveness and productivity. Then they were drawn graphs with the results and concluded that companies in the state know and apply quality tools.

Palabras Clave

Pymes, herramientas de calidad, competitividad, productividad, economía,

INTRODUCCIÓN

Marco de las pymes

Pyme es el acrónimo de pequeña y mediana empresa. Se trata de la empresa mercantil, industrial o de otro tipo que tiene un número reducido de trabajadores y que registra ingresos moderados. [1]

Las empresas micro, pequeñas y medianas son el segmento económico que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado en el mundo; por esta razón este tipo de empresas es relevante. Se puede afirmar que el 90%, o un porcentaje superior de las unidades económicas totales, está conformado por las micro, pequeñas y medianas empresas. [2]

En La Unión Europea y en USA representan el 95% de las unidades económicas y proveen más del 75% de los puestos de trabajo. [3]

Pese a ser una definición global cada país se puede aplicar una definición distinta de Pyme.

La Tabla 1 indica los criterios para la definición de las micro, pequeñas y medianas empresas en México, realizado por Secretaría de Economía.

En la economía mexicana se estima que el 98% de las empresas son pequeñas o medianas y se catalogan en: comercios, servicios e industria. [4] Las MIPYMES aportan alrededor del 34.7% de la Producción Bruta Total y generan 73% de los empleos. [3]

En Guanajuato se tienen las unidades económicas de comercio, servicios y manufactura. De las 180 250 unidades cuantificadas en 2014, el 95% es micro empresa, mientras que el 4.4% es pequeña y el 0.4% mediana, lo cual es el porcentaje casi total de las unidades económicas, lo que indica que la economía del estado depende prácticamente de estos porcentajes. Los Clúster Clave del estado son: agroindustrial, productos químicos, automotriz, cuero-calzado, proveeduría y textil-moda. En Guanajuato se busca la calidad y competitividad de las empresas.

Tabla 1. Criterios para la definición de las micro, pequeñas y medianas empresas en México.

	Estratificación					
	Micro		Pequeña		Mediana	
Sector	Personal	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Personal	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Personal	Rango de monto de ventas anuales (mdp)
Industria	De 0 a 10	Hasta \$4	De 11 a 50	Desde \$4.01 hasta \$100	51 a 250	Desde \$100.1 hasta \$250
Comercio	De 0 a 10	Hasta \$4	De 11 a 50	Desde \$4.01 hasta \$100	31 a 100	Desde \$100.1 hasta \$250
Servicios	De 0 a 10	Hasta \$4	De 11 a 50	Desde \$4.01 hasta \$100	51 a 100	Desde \$100.1 hasta \$250

Calidad, competitividad y productividad

En palabras de *Kaoru Ishikawa*, Calidad es diseñar, desarrollar, manufacturar y mantener un producto o servicio que sea económico, útil y satisfactorio para el consumidor. Una de las maneras de alcanzarla es con el uso de herramientas de calidad. Herramienta de calidad se define como: Cualquier gráfico, dispositivo, software, estrategia o técnica que apoye la misión de la gestión de calidad [5], la cual siempre estará enfocada hacia la mejora continua de la calidad [6].

Este concepto va de la mano con la competitividad, refiriéndose competitividad como: "la posición de una empresa en relación con las demás; se pone de manifiesto por su capacidad para producir bienes y servicios en unas condiciones de precio-prestaciones equiparables o superiores a las de sus rivales, que le permitan mantener o ganar cuota en los mercados nacionales e internacionales". [7]

Es una referencia de la capacidad de respuesta y de anticipación de la organización ante las demandas y necesidades del entorno. [8]

La competitividad interna se refiere a la capacidad de organización para lograr el máximo rendimiento de los recursos disponibles, como personal, capital, materiales, ideas, entre otros así como a los procesos de transformación. Al hablar de la competitividad interna nos viene la idea de que la empresa ha de competir contra sí misma, con expresión de su continuo esfuerzo de superación. [9]

La productividad se refiere a la capacidad de las empresas para hacer más con menos; es una medición de la eficiencia con que se realizan los procesos para producir los bienes o servicios así como para distribuirlos.

En este marco es posible definir la competitividad de una empresa como la capacidad para satisfacer las expectativas de sus clientes y proveedores de mejor manera que otros competidores. Se manifiesta en la calidad y la diferenciación del producto o servicio, el precio y los términos de pago y en la comercialización, e incluye entre otros, la productividad, la calidad de sus productos y servicios, la investigación y desarrollo y de manera destacada los aspectos de capital humano y relaciones laborales, que es donde finalmente se cimienta la competitividad. [10]

Con base a las referencias expuestas con respecto a las Pymes y su calidad, en esta investigación se desea saber si las empresas conocen y aplican herramientas de calidad, y si estas han contribuido a elevar la productividad y competitividad de las mismas.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se aplicó una encuesta que consta de tres partes. La primera contiene datos generales de la empresa, así como del trabajador encuestado; su antigüedad, edad y puesto.

La segunda y tercer parte se componen de 12 afirmaciones que conforman 2 bloques de identificación: Aplicación de herramientas de calidad y Competitividad y Productividad. Se utilizó

una escala Likert para su análisis y evaluación. El nivel de validez de la encuesta es de .87, siendo esta la segunda vez que se aplica esta encuesta.

La población de estudio fue conformada por trabajadores de las distintas empresas y con distintos cargos en el estado de Guanajuato, que hacen un total de 71 empresas encuestadas de distintos giros.

Se capturaron y analizaron las afirmaciones a través de Excel y se elaboraron gráficas correspondientes a cada una de ellas, eligiendo para esta investigación aquellas gráficas que muestran información relevante en esta investigación.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El 8.45% de las empresas encuestadas pertenecen al giro industrial, el 4.22% al giro comercial y el 60.5% al giro de servicios. El porcentaje restante corresponde a las empresas que se involucran en varios giros.

De las 71 encuestas aplicadas, 51 mostraron una respuesta afirmativa (“Totalmente de acuerdo” y “de acuerdo”) a la aplicación de herramientas de calidad para identificar áreas de oportunidad de la empresa, esta cantidad equivale al 71.83% del total. (Gráfica 1)

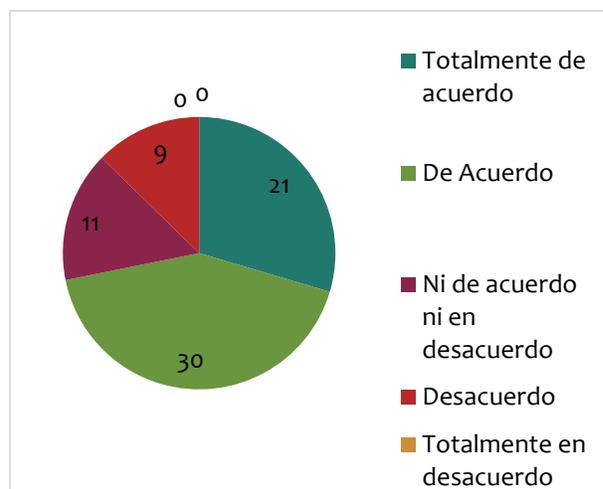


GRÁFICO 1: Las herramientas utilizadas por la empresa han permitido identificar áreas de oportunidad de la misma.

El 74.64% de las empresas implementan alguna herramienta de calidad en la empresa, como se indica en el Gráfico 2.

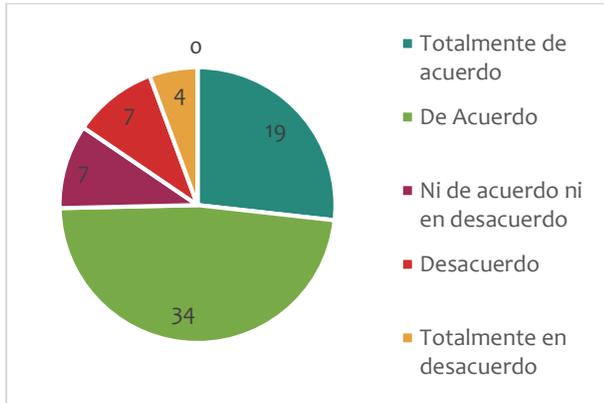


GRÁFICO 2: Se implementa alguna herramienta de calidad en la empresa.

Una de las herramientas más utilizadas es la llamada 5s ya que el 63.38% de las empresas aplican este método (Gráfico 3).

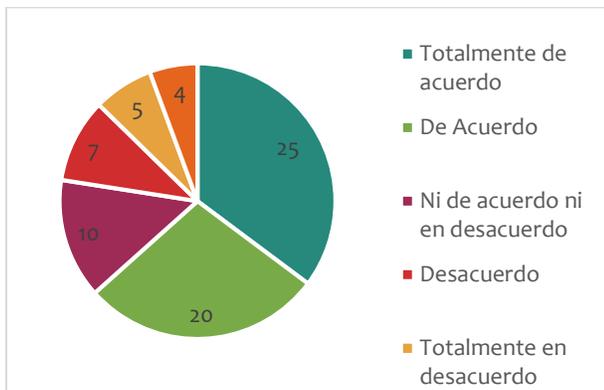


GRÁFICO 3: La empresa utiliza 5's (orden, limpieza, clasificación, normalización y mantener la disciplina)

El 45% de las empresas capacitan al personal constantemente al uso de herramientas de calidad. (Gráfico 4)

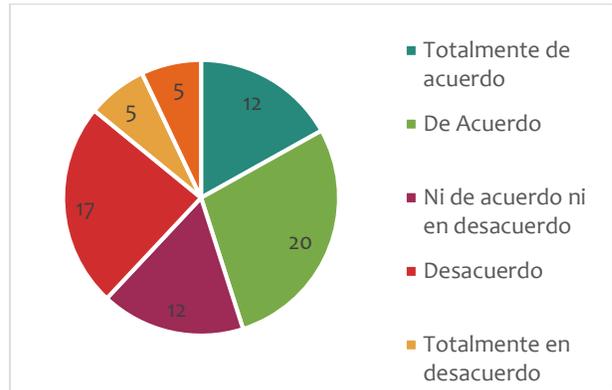


GRÁFICO 4: El personal es capacitado constantemente al uso de herramientas de calidad.

El 59.15% sabe que su empresa no es la única que vende el producto o servicio. Sin embargo, como se indica en el Gráfico 5 el 84.5% afirma que su empresa es de calidad por los productos que ofrece.

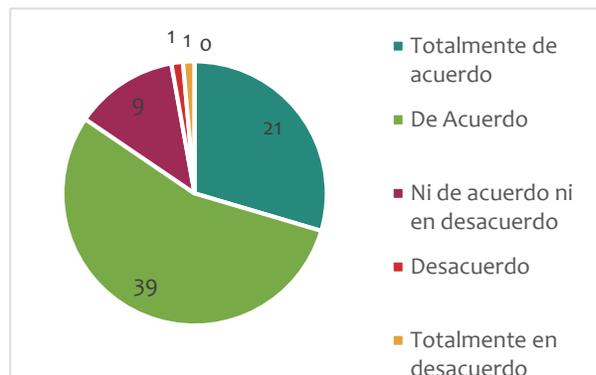


GRÁFICO 5: Es una empresa de calidad por los productos que ofrece

De las encuestas realizadas el 53.52% identifican áreas de oportunidad y, además, tienen algún mecanismo para medir la satisfacción del cliente, lo cual indica que se pone atención constantemente a la mejora del producto o servicio.

CONCLUSIONES

Se puede afirmar que las pymes encuestadas conocen y aplican al menos una herramienta de calidad.

La investigación mostró que las empresas generalmente aplican más de una herramienta de calidad. Estas empresas se consideran competitivas por los productos de calidad que ofrecen a pesar de saber que hay otras empresas en la región que son del mismo giro.

El panorama general de las pymes en Guanajuato es la búsqueda de la calidad en ellas para aumentar la competitividad y la productividad.

La calidad involucra tanto aspectos internos del proceso como la satisfacción del cliente al tener el producto ofrecido.

AGRADECIMIENTOS

Mi más profundo y sincero agradecimiento a la Dra. Rosa María Ortiz, asesora de esta investigación por el seguimiento, la atención y orientación hacia la misma, además de la motivación y el apoyo recibido a lo largo de este periodo. Igualmente agradezco a las personas encuestadas y a todos los que con su ayuda colaboraron en la realización del presente trabajo.

REFERENCIAS

- [1] Pyme. Recuperado de: <http://definicion.de/pyme/>
- [2] Instituto Nacional de Estadística y Geografía. MICRO, PEQUEÑA, MEDIANA Y GRAN EMPRESA ESTRATIFICACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS. Recuperado de: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce-2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf
- [3] Plan Nacional de Desarrollo 2013 - 2018. México: Gobierno de la Republica. Recuperado de <http://pnd.gob.mx/wp-content/uploads/2013/05/PND.pdf>
- [4] ¿Qué son las Pymes? Recuperado de: http://www.pepeytono.com.mx/novedades/2010/07/que_son_las_pymes
- [5] Quality Tool. Recuperado de: <http://www.businessdictionary.com/definition/quality-tool.html>
- [6] Definición de Gestión de Calidad. Recuperado de: <http://www.definicionabc.com/economia/gestion-de-calidad.php>
- [7] Fernández Sánchez, E, Montes Peón, J. M., Vázquez Ordaz, C. J. (1997). Universidad de Oviedo
- [8] Luna Correa, J. E. (2012) INFLUENCIA DEL CAPITAL HUMANO PARA LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN EL SECTOR MANUFACTURERO DE CELAYA, GUANAJUATO. Universidad de Celaya. Recuperado de: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/jelc/competitividad-empresarial.html>
- [9] Clery Aguirre A, G. (2010). Capítulo II: el soporte competitivo. En A, G. Clery Aguirre. Calidad total como estrategia competitiva. Caso empresa de servicios. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/calidad-total-como-estrategia-competitiva-caso-empresa-de-servicios/>
- [10] Macías H. S. LA IMPORTANCIA DE LAS PYMES PARA EL MERCADO MEXICANO. Recuperado de: http://profesorailianacamacho.yolasite.com/resources/IMPORTANCIA_PYMES.pdf