

Resumen

La calidad no es sólo un método o un proceso, también es una actitud y una forma de pensar. La psicología de la calidad es tan importante como la tecnología. Desde principios de la década del ochenta, se ha venido empleando la Gestión de la Calidad Total para revolucionar y revitalizar muchas empresas. Para el Centro Nacional de la Productividad y la Calidad de México (CNPC, México), esta nueva visión se refleja en la importancia que adquiere el funcionamiento de cada uno de los componentes de la empresa, dado que son factores claves para el alcance de los niveles de excelencia, dignificando la labor de todas las personas de la organización, así como la de los proveedores y clientes.

En los mercados actuales, el concepto de calidad trasciende las características físicas y funcionales de los bienes y servicios, incluyendo atributos que se relacionan con la gestión integral de la organización. Esta concepción está enmarcada en un ambiente muy competitivo, que demanda una cultura de gestión centrada en la satisfacción de clientes y usuarios mediante el constante mejoramiento de la calidad. La esencia de la Gestión de la Calidad, es el principio de la mejora continua, pues ella se centra en procesos e individuos por igual, y su objetivo es proporcionar una mayor calidad a menor costo.

Este trabajo presenta los resultados del diagnóstico realizado a un grupo de PyMEs del sector de la industria manufacturera afiliadas a CANACINTRA en Hermosillo, Sonora. Las fuentes de información fueron abordadas mediante el instrumento de encuesta aplicada a las empresas (medio interno) el cual permitió la auto-evaluación técnica, destinada a conocer las características de gestión en la calidad y productividad de las empresas que permitió medir los niveles de implementación de ambos conceptos así como también de la información presentada por la cámara que permitió medir la calidad externa de las empresas ante el cliente, a través, de los indicadores de satisfacción del cliente respecto de los productos ofrecidos por ellos.

Según CANACINTRA los clientes declaran un alto grado de satisfacción respecto de los productos y servicios ofrecidos, por su parte las empresas manifiestan en su auto evaluación, estar comprometidas con la calidad, además es posible destacar que los indicadores internos más deficientes, son los relacionados con Capacitación y Planificación Estratégica sobresaliendo la Medición y Análisis de la Calidad. Por su parte los clientes señalan la metrología como lo más deficitario y la calidad de materiales como lo más satisfactorio.

Los resultados de este estudio permitirán al Departamento de Administración de la Universidad de Sonora aprovechar el área de oportunidad que representan las pequeñas y medianas empresas manufactureras en Hermosillo, Sonora y ofrecerles apoyo y ayuda que les ayude mediante asesoría, capacitación y consultoría, aprovechar al máximo sus recursos mediante la efectiva implementación de la Gestión de la Calidad Total.