

LOGÍSTICA INTEGRAL Y CALIDAD TOTAL: FILOSOFÍAS ESTRATÉGICAS EN LA CREACIÓN DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES

(Integral and total quality logistics: strategic philosophies in value creation on organizations)

Recibido: 07/12/2015 Revisado: 16/01/2016 Aceptado: 22/01/2016

Nava, Juan

Universidad Privada Dr. Rafael Bellosos Chacín, URBE, Venezuela

juancarlos.navachacin@gmail.com

RESUMEN

Ante los retos de la globalización, la logística integral y la calidad total son herramientas clave en las organizaciones inteligentes. Debido al entorno cambiante, estas empresas necesitan innovarse en sus procesos de gestión, ofreciendo al cliente el servicio o producto deseado con el fin de mantenerse en el mercado. El presente artículo tiene como objetivo: analizar la logística integral y calidad total como herramientas estratégicas en la creación de valor y ventajas competitivas en las organizaciones. Para este propósito se realiza un estudio descriptivo, documental, orientado a indagar las técnicas logísticas apropiadas a las mejoras de resultados, en conjunto con los modelos de gestión que otorgan una posición ventajosa y sostenible. Se encuentra sustentada en la revisión bibliográfica con autores como: Valencia (2013), Carro y González (2013), Villarreal (2012), López (2001), otros. Como resultado de este análisis, estas herramientas representan para las organizaciones el motor que impulsa la generación de valor, convirtiéndolas en ventajas competitivas, enfocadas en la mejora continua así como la excelencia.

Palabras clave: logística, calidad, estrategia.

ABSTRACT

Given the challenges of globalization, integrated logistics and total quality are key concepts in learning organizations, due to the changing environment need to innovate in their management processes offering the customer the desired product or service, in order to stay in business. This article aims: To analyze the integral and total quality logistics as strategic tools in the creation of value and competitive advantages in organizations. For this purpose a descriptive documentary study aimed to investigate the appropriate improvements results in conjunction with management models that provide an advantageous position and sustainable logistics techniques are performed. Supported by the literature review by authors: Valencia (2013), Carro and Gonzalez (2013), Villarreal (2012), Lopez (2001), and others. As a result of this analysis, these tools represent for the organizations the engine that drives the creation of value, making them competitive advantages, focused on continuous improvement and excellence.

Keywords: logistics, quality strategy.

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años, la economía global aporta especial interés a la optimización de las organizaciones, gracias a los avances en las Tecnologías de la Información y la Comunicación, así como por el desarrollo de las competencias del capital humano. Con esto, se da paso al desarrollo de estrategias que se enfocan en el proceso administrativo de manera eficiente, eficaz y efectivo, con el fin de generar más rentabilidad en las empresas.

En este sentido, los líderes y sus colaboradores requieren tener la capacidad de identificar los factores críticos que se dan dentro de su cadena de valor, con la finalidad de llevar a cabo la aplicabilidad de las herramientas en las áreas que esta amerite, gestionando oportunamente las siguientes áreas: el suministro, almacenamiento, distribución y otros, para así mantener la competitividad y satisfacer las demandas actuales. Para ello, la logística integral como enfoque sistémico permite la integralidad y consecución de las acciones a emprender a todo el flujo logístico hacia el logro de la misma.

Ahora bien, los líderes encargados de gestionar la calidad en las organizaciones, se ven en la necesidad de implementar cambios en sus procesos, con la finalidad de poder garantizar la excelencia de sus productos, permitiéndole con ello la satisfacción de sus clientes, esta filosofía relacionada a la gestión de calidad, se fundamenta en unos modelos los cuales, poseen principios y criterios definidos que son adaptables a la empresa, donde su fin es proporcionar la confianza adecuada de los clientes por medio de la calidad de los productos o servicio a través de los controles que implemente.

En este orden de ideas, la investigación que se presenta está estructurada en diferentes tópicos. En primer lugar, la Logística Integral como enfoque sistémico, su proceso logístico, el flujo logístico y otros aspectos relacionados; en segundo lugar, la Calidad Total, sus orígenes, control de calidad, los principios y modelos de gestión, además de la dimensión estratégica.

El propósito central del artículo es el análisis de la logística integral y calidad total como filosofías estratégicas en la creación de valor en las organizaciones, hacia la construcción del conocimiento científico y su aplicabilidad en las Ciencias Gerenciales para el logro de Organizaciones inteligentes en relación a la realidad cambiante y la globalización.

INTRODUCCIÓN A LA LOGÍSTICA INTEGRAL

Las sociedades acuden a la solución de sus vicisitudes como forma de supervivencia, por ello la logística se ha transformado hacia perspectivas integradoras a fin de encarar los cambios desde los ámbitos locales, nacionales e internacionales, así como la incertidumbre que estos pueden ocasionar en un mercado mundial dinamizado por la interconexión que propician las Tecnologías de la Información y Comunicación.

Una demostración de tal interés progresista en los profesionales de esta disciplina se refleja en las alternativas de producción creadas por la empresa Toyota. Una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial surgió el sistema TPS (Sistema de Producción Toyota en inglés), que constituyó una de las formas de producción más eficientes en el mundo y que hoy en día es utilizada para la manufacturación de diversidad de productos. Esta experiencia formuló un antes y un después en la evolución de la Logística Integral.

En ese sentido, en un sencillo pero no simple concepto, Anaya (2011) define la logística integral como “el control del flujo de materiales desde su fuente origen del aprovisionamiento hasta colocar el producto terminado en el mercado”, de acuerdo con los requerimientos del cliente, con la finalidad de cubrir sus expectativas y teniendo como premisas dos condiciones básicas:

- Máxima rapidez en flujo del producto: Ligada al control lead-time.
- Mínimos costes operacionales: lo cual se obtiene a través de procesos operativos eficientes.

A las anteriores afirmaciones se puede sumar que su mayor orientación está dirigida a “eliminar todas actividades que no agregan valor en todo el proceso productivo” (Valencia, 2013), pues de su práctica como manufactura esbelta le permite incidir en las áreas de sobreproducción, esperas, inventario, transporte, defectos, desperdicio de procesos, movimientos innecesarios y subutilización de la capacidad de los empleados. Sumado a lo anteriormente mencionado, la referida autora explica que va mucho más allá, pues su filosofía también se basa en un modelo de negocio que “valora la comprensión de las personas y los factores que las motivan”.

Al respecto, Villarreal (2012) enfatiza sobre la importancia de la logística integral en el contexto globalizado del mercado actual. Esta consiste en la creación de valor, por medio de la aplicación de la misma, en la cadena de suministros, permite la construcción de los elementos que sustentan la competitividad de las empresas. Por ello, refiere el mencionado autor:

“La creación de valor a través de la logística integral en la actualidad, requiere de la revisión de todos los eslabones de la cadena de suministros, incluyendo la de clientes así como de proveedores, con la finalidad de identificar los factores críticos de éxito que puedan perjudicar directamente la competitividad. Como áreas de oportunidad, esos factores pueden favorecer el logro de los objetivos globales de la organización. De ahí la obligación de identificarlos, darles seguimiento y cumplimiento”.

Todo ello con la finalidad de garantizar los resultados, de los cuales destaca: El margen de beneficio, mejoras en los plazos de entrega, obtención de la calidad del producto en todas las fases del proceso productivo o servicio para así lograr la satisfacción del cliente. En pocas palabras, es la regla del juego sobre lo que deben trabajar las organizaciones para garantizar su éxito en un entorno cada vez más demandante.

FLUJO LOGÍSTICO

En la empresa clásica, independientemente del sector en que desarrolle su actividad, existen cuatro grandes flujos asociados a la red logística: las personas, el dinero, los materiales y la información.

Valencia (2013) expone que el flujo logístico está relacionado con el movimiento de todos los componentes, desde la obtención del producto hasta la adquisición por parte del consumidor, así como los flujos físicos de mercancías y los flujos de información, es decir, el sentido de esos flujos es hacia y desde el cliente final.

El sistema integral logístico se subdivide a su vez en tres subsistemas o procesos: aprovisionamiento, producción y distribución, ligados directamente al desarrollo cronológico del flujo de materiales a través de la empresa de manera flexible y rápida. En primer lugar, el proceso de aprovisionamiento, según Carro y González (2013) “es responsable de la gestión de materiales entre los puntos de adquisición y las plantas de procesamiento que posea”. Entre sus principales características se pueden nombrar las siguientes: abastecer al cliente de la cantidad que precisa en el momento oportuno, minimizar el coste de adquisición para obtener el máximo beneficio y minimizar el coste integral de aprovisionamiento para obtener la máxima rentabilidad.

Para Acevedo (2012), el abastecimiento está representado por todas aquellas actividades que permiten que se movilicen desde los puntos proveedores hasta la empresa, las materias primas, materiales, piezas y componentes que se requieren. Este sistema está básicamente representado a su vez por el movimiento de dichos materiales desde el almacén de materias primas hasta los de producción, abarcando las actividades de transporte, manipulación, almacenaje, manejo de inventarios, control de la calidad, entre otras. En este sentido, las empresas que requieren el buen funcionamiento del sistema de abastecimiento necesitan mantener todas sus actividades logísticas sincronizadas, con la finalidad de crear valor e incrementar su productividad.

En este orden de ideas, Monterroso (2012) hace la reflexión que todo sistema productivo, para mantener su continuidad operativa, necesita obtener del resto de la cadena de suministro una serie de insumos, a partir de los cuales se realizarán las operaciones productivas. La forma de gestionar esos insumos debe ser secuencial, basada siempre en la priorización o la necesidad que en ella se establecen o cuando las áreas operativas lo requieran. Por lo tanto, con el abastecimiento se facilitan estos recursos y así adquiere una importancia fundamental en el desempeño de una organización, condicionando los costos operativos y la capacidad de respuesta al consumidor para garantizar el cumplimiento de sus expectativas.

El mismo autor nos comenta que el encargado del área de abastecimiento tiene como responsabilidad la búsqueda y adquisición de materias primas y materiales de empaques necesarios para el proceso productivo, previo a ello se debe hacer la búsqueda de proveedores adecuados para dar cumplimientos con las necesidades de los clientes internos, entre las actividades de la gerencia de abastecimiento se pueden mencionar las siguientes: compras, recepción, almacenamiento y gestión de inventarios.

En este orden de ideas, según Mora (2011), abastecimiento significa satisfacer los clientes internos y externos, entregándoles de forma oportuna los productos y servicios que se le están solicitando a bajo precio, al mismo tiempo con los niveles de calidad requeridos por las organizaciones.

Por su parte, Pau (2001) comenta que el abastecimiento es parte de la logística integral que abarca desde el proveedor hasta la utilización de los materiales. Se comprende por tanto las funciones de compras, recepción, control de entradas, almacén, así como el stock de materiales para producción con el objetivo de minimizar los costos de los materiales en el momento de su consumo.

Valencia (2013) plantea que el proceso de producción “gestiona las operaciones de fabricación de las diferentes plantas”. Sus objetivos se resumen en: proporcionar el producto al proceso de distribución en las condiciones de calidad, cantidad y plazos exigidas; minimizar el coste de elaboración y minimizar el coste global de la producción hasta el momento de pasar a distribución consiguiendo rentabilidad.

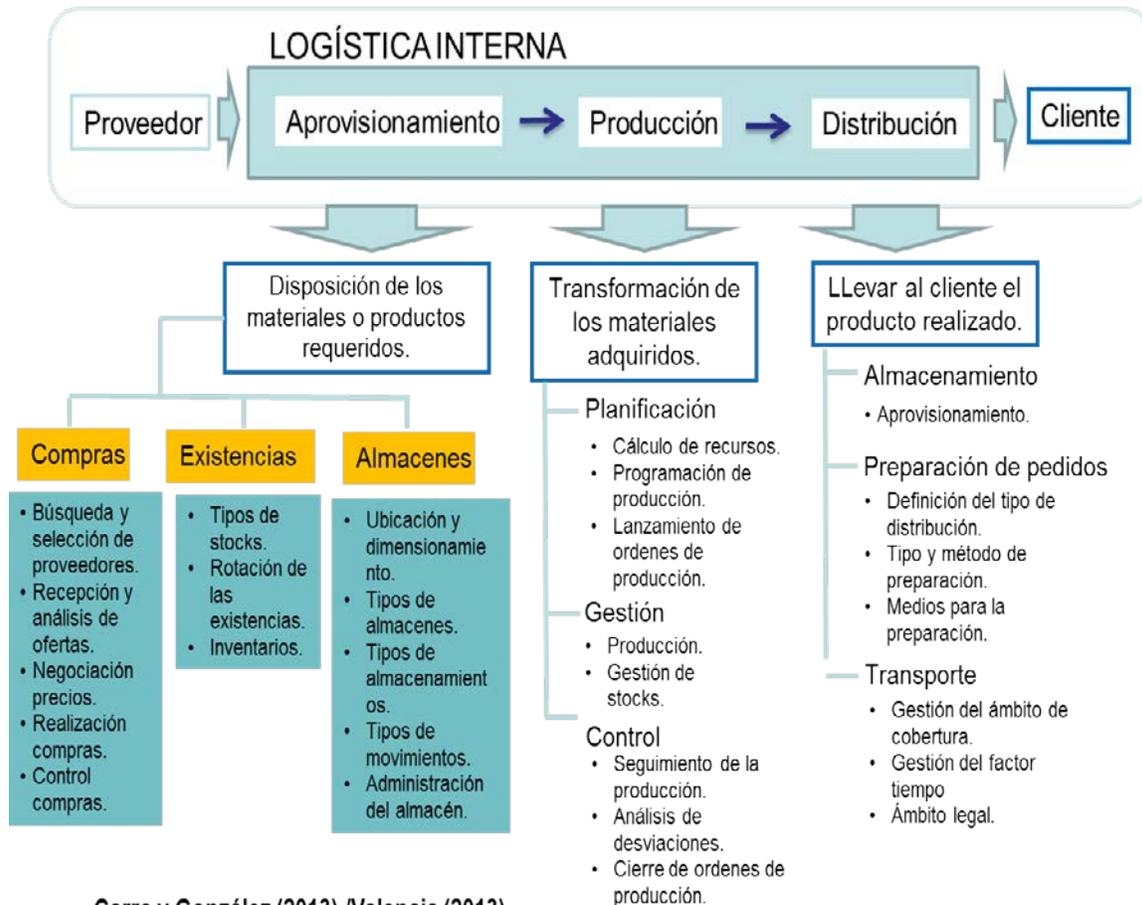
El proceso de distribución comprende la gestión de materiales entre las plantas seleccionadas y puntos de consumo con el propósito de llegar justo a tiempo, minimizar los costes de distribución, minimizar el coste total de distribución física hasta el momento que llega al cliente.

A su vez, establece que las actividades logísticas son fundamentales durante los procesos antes mencionados. Se consideran cuatro actividades primordiales, junto a otras cuatro de apoyo dentro del flujo logístico:

1. El proceso de pedidos,
2. gestión de Inventarios,
3. transporte,
4. servicio al cliente,
5. compras,
6. embalaje,
7. tratamiento de mercancías y,
8. gestión de la información.

A continuación, se ilustra de manera gráfica la interpretación dada al flujo logístico en la logística integral:

Gráfico 1. Flujo Logístico en la logística integral



Carro y González (2013) /Valencia (2013)

Fuente: Carro y González (2013) y Valencia (2013).

LA LOGÍSTICA INTEGRAL COMO FILOSOFÍA PARA CREAR VALOR

Con respecto a la creación de valor, Bonmatí (2011) señala que debe ser el objetivo de toda buena gerencia. Antes, el objetivo fue sido la maximización del beneficio y ahora ha sido sustituido por el de creación de valor, si el beneficio obtenido supera el costo de los recursos implicados, se puede decir que se ha creado valor.

El valor de la empresa es el valor del conjunto de elementos, materiales, inmateriales y humanos que la integran. Este valor se crea cuando la utilidad o riqueza que genera es lo suficientemente grande para cubrir el costo de todas las fuentes de financiamiento de los recursos invertidos en el negocio. Esto, según Villarreal (2012), está muy relacionado con la cadena de valor del negocio, de acuerdo a la estrategia del negocio para consolidar ventajas competitivas.

¿Cuándo crea valor una empresa y para quienes?

Según Féliz (2013), la empresa crea valor para sus accionistas así como para sus clientes, para este último se da cuando sube el valor de las acciones o capital colocado. Toda forma de creación de valor debe ir encaminada hacia este objetivo. Para el cliente lo hace creándole unas altas expectativas de valor y proporcionándole altos niveles de satisfacción, a través de estrategias de marketing y con el soporte de políticas de calidad, orientadas a captar y a mantener clientes.

La creación de valor para la empresa se obtiene por la continua práctica de la mejora continua de los procesos, sistemas y políticas.

Desde el punto de vista de la gerencia de mercado, la prioridad es anteponerse al cambio de los eventos primero que la competencia, con la finalidad de incrementar la permanencia e intentar apuntalar el liderazgo del mercado. Desde lo organizacional, la finalidad es garantizar que está presta para afrontar la sucesión de cambios necesarios al mercado y generar esa capacidad como una ventaja competitiva.

Para que una empresa subsista en el mercado debe superar a sus competidores y para lograr esto debe alcanzar niveles adecuados de competitividad. En las empresas se debe tener claro que existen y se mantienen porque hay un grupo de consumidores, clientes, usuarios o como los queramos denominar que seleccionan el servicio o bien que les cubra sus necesidades o requerimientos.

Desde este planteamiento nace una de las razones de la ventaja competitiva, como lo es la capacidad para producir u ofrecer productos y servicios que posean características que los hagan atractivos para los consumidores. Según Koenes (1997), una ventaja competitiva constituye un factor diferencial en las características de una empresa que permite que sus productos sean considerados por los consumidores como únicos y categóricos.

En este sentido, las empresas pueden tener diferentes ventajas ante otras, pero para que estas sean competitivas deben permitir un aumento en su rentabilidad, un mejor desempeño, perdurar en el tiempo y, de ser posible, deben ser difíciles de igualar y para esto. Crece Negocios (2015) sugiere que las empresas deben buscar un liderazgo en costo y una ventaja diferencial “hasta hacerla más duradera y significativa”.

Continúa el citado autor: “La logística integral no es una moda sino una auténtica pieza fundamental para la consecución de ventajas competitivas, ellas deben estar basadas en la optimización de los costos y en los tiempos de atención al cliente”.

Teniendo más claro qué es una ventaja competitiva y la creación de valor de una empresa, se hace oportuno puntualizar que en la medida que la empresa logre interactuar en cada una de sus áreas con una visión de logística integral (y a la vez se extienda a otras cadenas de negocios o sectores) se podrá decir que la empresa está en rumbo hacia una ventaja competitiva.

Según Villarreal (2012), las empresas que están relacionadas con la producción de un bien o servicio deben mantener una actitud proactiva, con la finalidad de aplicar estrategias dirigidas a la creación de valor en el negocio.

Este mismo autor señala que las empresas, al definir su estrategia competitiva, deben ubicar en sus procesos cuáles elementos son activadores de costos y de valor. De allí que se debe identificar dentro de la cadena de valor cuáles son las acciones que deben realizarse para fortalecer la logística integral. El citado autor expresa:

“Son pocas las pequeñas y medianas empresas que invierten en su logística integral, tecnología e innovación dado que la consideran como una inversión muy costosa en relación al esquema de ingresos de sus empresas. Las empresas grandes son las que invierten en tecnología y desarrollo de producto con la finalidad de posicionarse en los mercados”.

Es por esta razón que son las grandes empresas las que van a la cabeza de la industria, marcando una ruta clara en la exportación, la comercialización y el encadenamiento con otras empresas de forma asociada.

Hoy día es de suma importancia para una empresa lograr el producto perfecto que necesita el cliente, en el momento requerido, al costo correcto, con el mejor precio y sobre todo con la calidad establecida en sus estándares, teniendo claro que la obtención del mismo es una meta que deben lograr todos los involucrados, desde el proveedor hasta que llega a las manos del consumidor. La clave está en optimizar la producción para la provisión del bien y servicio, considerando la distribución, fabricación, compra y aprovisionamiento, con el objetivo de dar respuestas de una forma integrada.

Se comparte lo señalado por Villarreal (2012), quien indica que para poder lograr empresas competitivas, estas deben transformarse, invertir en tecnología, ser más flexibles y dar respuesta rápida al mercado. Los altos ejecutivos en las organizaciones desempeñan un rol importante para lograr la competitividad empresarial, para ello es necesario poseer una alta competencia gerencial, con una visión futurista que le permita visualizar y entender la situación actual para así tomar decisiones acertada.

Por su parte, Anaya (2011) afirma:

“La búsqueda de ventajas competitivas no tendría sentido si no se basase en un empeño permanente de la empresa en satisfacer plenamente las necesidades planteadas por sus cliente o, en otras palabras, dar el servicio que el mercado requiere; o como se dice habitualmente, conseguir la excelente del servicio”.

Conocer las necesidades y las preferencias de los clientes es importante para delinear la logística de planeación de producción. Ante esto, se deben abordar adecuadamente tres aspectos interrelacionados del mismo, como son la demanda del servicio, la meta del servicio y, por último, el nivel de servicio al cliente. Lo anteriormente explicado deriva a rearmar el esquema tradicional de distribución, es por esto que las empresas deben

definir una filosofía de servicio, expresada en términos de: actitud, organización y responsabilidad que abra paso al establecimiento de una estrategia de servicio.

En este sentido, si las empresas visualizan las acciones desarrolladas de manera aislada es difícil captar la estructura del sistema como un todo, es decir, no se va a lograr establecer claramente cómo alguna acción puede impactar o afectar otras actividades. Se tiene que tener claro que el resultado de una serie de actividades es más que la suma de las partes individuales, el esfuerzo debe visualizarse de manera integrada y esto es lo que debe traducirse como logística integral, donde la clave está en optimizar la producción para la provisión del bien y servicio, considerando la distribución, fabricación, compra y aprovisionamiento, con el objetivo de dar respuestas de una forma integrada.

INTRODUCCIÓN A LA CALIDAD TOTAL

Los antecedentes históricos de la calidad total se remontan a Japón luego de la Segunda Guerra Mundial, donde este país tuvo la necesidad de vender sus productos internacionalmente para reconstituirse. Para ello, varios ingenieros, con la ayuda del Dr. Edward Deming, empezaron a estudiar los conceptos de calidad y su aplicabilidad de acuerdo a la teoría creada por su visitante, con el propósito de lograr productos de calidad y de la manera más económica.

Según Rubio y otros (2012), esta “designa el conjunto de atributos o propiedades de un objeto que nos permite emitir un juicio de valor acerca de él; en este sentido se habla de la nula, poca, buena o excelente calidad de un objeto”.

Ahora bien, expone Camisón y otros (2013):

"Un sistema de calidad total es la estructura funcional de trabajo acordada en toda la compañía y en toda la planta, documentada con procedimientos integrados técnicos y administrativos efectivos, para guiar las acciones coordinadas de la fuerza laboral, las máquinas y la información de la compañía y planta de las formas mejores y más prácticas para asegurar la satisfacción del cliente".

La administración de la calidad total ha sido un elemento innovador como nueva forma de conocimiento acerca de los procesos de administración. Por medio de estos las compañías poseen la pretensión de mejorar el concepto de la calidad en sus productos y servicios, sino de la fuente principal que los crea, el capital humano y todo lo que le rodea. Este método tiene como prioridad buscar la calidad a largo plazo, poniendo a los empleados en un punto de responsabilidad y eficiencia en todos sus niveles, con una meta administrativa a largo plazo.

PRINCIPIOS DE LA CALIDAD TOTAL

Camisón y otros (2013) afirman que el sistema de calidad total posee unos principios definidos, estos son: orientación al cliente, actitud basada en la prevención, inversión en mejora de la calidad, mejora continua, control total de la calidad y orientación al sistema, compromiso de la dirección y compromiso de los trabajadores.

Todo ello incide bajo la premisa de que la calidad debe estar inmersa tanto en el diseño del producto como en el proceso, por lo cual, estos principios abarcan un sistema integrativo que es lograr la excelencia. Aunado a ello, desde la práctica de la alta dirección hasta el personal es corresponsable de las actividades gestionadas durante el proceso de calidad total, por lo que se clasifica como un proceso colaborativo.

Según Escudero (2011), la calidad de las materias primas son evaluables cuando la prioridad principal es la calidad del producto. Para este caso, se deben analizar las muestras recibidas aplicando por supuesto los patrones de calidad para cada uno de los productos. Al mismo tiempo, se deben evaluar las características técnicas y las pruebas de funcionamiento de las máquinas en caso de que aplique, este caso es de vital importancia para ser valorado en las organizaciones, ya que permiten obtener mayor continuidad operativa de las máquinas, y por supuesto más rentabilidad.

En este orden de ideas, según Ferrin (2010), una de las cualidades de un producto debe ser su calidad, entendida como el conjunto de características que definen su eficacia y durabilidad en el tiempo, dicho de otro modo, los aspectos y atributos que aseguran que las propiedades del producto son las mejores y que este satisfaga plenamente las necesidades para las cuales fue creado.

Por su parte, Mauleón (2012) considera que la calidad tiene un costo y que el exceso de la calidad no deseada no se aprecia. De acuerdo al autor, la calidad tiene un valor intrínseco, en este sentido se puede comentar que la calidad en el proceso de compras tiene un valor muy importante que define y garantiza la continuidad operativa en las organizaciones a través de la calidad del producto, que se adquiere por el proceso de comprar y que impactará tanto en la productividad como la rentabilidad de las organizaciones.

ESTABLECIMIENTO DE LA CALIDAD TOTAL Y CONTROL DE CALIDAD

Para llevar a cabo el sistema de calidad total se toma en cuenta una serie de actividades que se incorporan en el proceso, según Camisón y otros (2011), además del control de calidad necesario a través del cumplimiento a los estándares de calidad de acuerdo a la norma ISO.

Según los autores mencionados, estos son los principios:

- “(a) La optimización del diseño de productos y procesos que permitan evitar defectos desde el principio, y cumplir los requisitos deseados por el cliente;
- (b) El establecimiento de un ciclo periódico de planificación, control y mejora de la calidad (...);
- (c) La formalización y estandarización de los procesos, así como su documentación, buscando asegurar el cumplimiento de las mejores prácticas preestablecidas (...),

(d) El aseguramiento de la fiabilidad del sistema y de sus componentes mediante programas adecuados de mantenimiento y verificación;

(e) La seguridad y la prevención de riesgos laborales. La aplicación de los principios de prevención y fiabilidad no sólo se entiende referida a los productos, sino también a los procesos (...);

(f) La auditoría del sistema de calidad para comprobar su eficacia, en primera instancia por la propia empresa, luego por segundas partes y actualmente por terceras partes (entidades de certificación) (...)."

Basándose en estos principios, el control de calidad total es primordial. La familia ISO 9000 constituye un conjunto coherente de normas y directrices sobre gestión de la calidad que se han elaborado para asistir a las organizaciones, de todo tipo y tamaño, en la implementación y la operación de sistemas de gestión de la calidad (SGC) eficaces, así como llevar el control de los mismos incluyendo aspectos relacionados a la seguridad, medioambiente, riesgos.

MODELOS DE GESTIÓN DE CALIDAD

En la actualidad, todas las organizaciones requieren la adopción de un sistema de calidad total que les permita mejorar su eficacia ante las exigencias de la época, motivo por el cual es indispensable la gestión de un modelo como instrumento de autoevaluación para la búsqueda de la excelencia y mejora continua. Un modelo es una descripción simplificada de una realidad que se trata de comprender, analizar o modificar.

El primer modelo, el modelo Deming, nace en Japón en 1951 y recoge la aplicación práctica de las teorías japonesas del control de calidad total (TQC). Nieves y Ros (2006) afirman que sus catorce principios de evaluación son:

- “1. Visión, misión, propósito;
2. Filosofía gerencial;
3. Evitar el someter a los sujetos a la inspección masiva como medida de motivación para la productividad;
4. El precio no será el único factor que se considere para realizar una compra;
5. Perfeccionar;
6. Capacitación;
7. Liderazgo;
8. Clima organizacional;
9. Derribar las barreras que existen entre las diferentes áreas de la organización;

10. Eliminar los lemas, exhortaciones y metas meramente numéricas para los trabajadores;
11. Eliminar los estándares de producción y las cuotas numéricas;
12. Eliminar los obstáculos;
13. Instituir programas de entrenamiento y;
14. Transformación organizacional”.

Además, los autores mencionados precisan que su misión es la creación de un sistema organizativo, entre sus 7 criterios está el liderazgo visionario, cooperación interna y externa así como un aprendizaje que facilite prácticas en la gestión de procesos. Esto lleva a una mejora continua de procesos, productos y servicios, satisfacción del trabajador, cliente y supervivencia; su enfoque se centra en el control estadístico basados en evidencia, la resolución de problemas y ciclos de desempeño.

Por su parte, López (2001) incluye el Ciclo de Mejora PDCA (Planifique, haga, verifique y actúe), que consiste en una serie de cuatro elementos que se llevan a cabo sucesivamente. En honor a la memoria del Dr. Deming, la comunidad científica e ingenieros de Japón crearon el premio Deming con el propósito de estimular a las empresas. Entre las compañías japonesas que han obtenido estos premios se pueden nombrar a: Nissan, Toyota, Hitachi.

Seguidamente, el modelo Malcolm Baldrige se crea en Estados Unidos en 1987 con su concepto de calidad total-excelencia como método competitivo que, según Nieves y Ros (2006), “se basa en un sistema de liderazgo, planificación estratégica, enfoque hacia el cliente y mercado”.

Sus once valores son: visión de liderazgo, excelencia impulsada por el cliente, aprendizaje organizacional y personal, valoración de las personas y de los asociados, agilidad, orientación hacia el futuro, gestión para la innovación, gestión basada en hechos, responsabilidad social, orientación hacia la obtención de resultados y la creación de valor, perspectiva de sistema.

Su enfoque promueve el liderazgo del cliente en el apoyo a la organización, en índices y parámetros, en el benchmarking como forma de mantener ventaja competitiva. Su esquema comprende 7 criterios orientados en los resultados, de forma adaptativa y apoyados en una perspectiva para mantener el alineamiento de los objetivos en toda la organización. El Malcolm Baldrige National Quality Program (2006) precisa: “liderazgo, planificación estratégica, enfoque en el cliente y mercado, dimensión e análisis, recursos humanos, procesos, resultados económicos y empresariales”.

Por su parte, reconociendo la importancia de la calidad por parte de los países europeos, la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM), con apoyo de la Organización Europea para la Calidad (EOQ) y la Comisión Europea, crea en 1998 un modelo de Gestión de la Calidad EFQM. Para López (2001) “se caracteriza porque un

equipo (liderazgo) actúa sobre unos agentes facilitadores para generar unos procesos cuyos resultados se reflejarán en las personas de la organización, en los clientes y en la sociedad en general”.

Su objetivo enmarca la satisfacción de las necesidades de todos los stakeholders o grupos implicados en la empresa. Este concepto engloba a los clientes externos (resultados en los clientes), a los empleados (resultados en las personas), a los accionistas (resultados económicos) y a la sociedad en general (resultados en la sociedad).

Desde la perspectiva de Nieves y Ros (2006), posee ocho principios fundamentales: orientación de los resultados, orientación al cliente, liderazgo y coherencia de objetivos, dirección por procesos y hechos, desarrollo e implicación del personal, aprendizaje e innovación, desarrollo de alianzas o asociaciones y la responsabilidad social. De estos principios, se estructura en nueve criterios: 1. liderazgo; 2. política y estrategia; 3. personas; 4. recursos y alianzas; 5. procesos; 6. resultados relativos a los clientes; 7. resultados relativos al personal; 8. resultados relativos a la sociedad; 9. resultados clave.

En este orden de ideas, para lograr la autoevaluación de este modelo se incluye la denominada Matriz de Puntuación REDER (en inglés RADAR), que de acuerdo a Maderuelo (2002) es un “procedimiento utilizado por la EFQM para la valoración de las solicitudes al Premio Europeo de la Calidad (...) Afirma, que el esquema considera cuatro elementos que sintetizan lo que una organización necesita realizar: resultados, enfoque, despliegue y evaluación, revisión”.

Otro de los modelos es el iberoamericano por excelencia que posee una premisa similar al Modelo EFQM, según Nieves y Ros (2006), “tiene como misión conseguir resultados excelentes, no sólo con liderazgo sino con estilos de dirección y procesos adecuados, recursos, y clientes”, sus criterios son similares y parten de los principios del modelo ya mencionado.

De manera comparativa, se puede destacar que todos los modelos son parte importante en la gestión de calidad, la selección de cada uno estará de acuerdo a la organización y su filosofía de acuerdo al contexto que se esté viviendo. Todos ellos sirven de autoevaluación, se encuentran interrelacionados y conectados entre sí en la búsqueda de mejorar procesos, servicios o productos.

DIMENSIÓN ESTRATÉGICA DE LA CALIDAD TOTAL

Un modelo de referencia para la organización y gestión de una empresa permite determinar las líneas de mejora continua hacia las cuales deben orientarse los esfuerzos de la organización. Por tanto, estos constituyen un referente estratégico que identifica las áreas sobre las que hay que actuar y evaluar para alcanzar la excelencia.

Según Camisón y otros (2013), la dimensión estratégica de la gestión de la calidad total “es el primer rasgo diferencial que alude a la integración en el proceso estratégico, poniéndola al servicio de la misión y de los objetivos de la organización”. En

consecuencia, la calidad permite construir una posición competitiva, ventajosa y sostenible. Como toda estrategia, la gestión de la calidad total se caracteriza por su contenido y el proceso de implantación.

BASES METODOLÓGICAS

La investigación se clasifica como descriptiva, documental, centrada en el aspecto filosófico y doctrinario de la categoría estudiada, bajo un diseño monográfico donde la información recolectada se apoya en la interpretación, contraste y reflexión de las teorías con la finalidad de proporcionar un constructo teórico a la comunidad científica (Arias, 2012).

CONSIDERACIONES FINALES

La logística integral es una herramienta estratégica que posibilita la administración del flujo de materias primas, materiales, producto en proceso, producto final e información, desde la fuente de la materia prima pasando por el lugar de producción hasta el punto final de consumo, con el producto correcto, en la cantidad requerida, en las condiciones adecuadas, en el lugar preciso, al tiempo justo, a un costo razonable, con un excelente servicio.

En particular, la utilización del flujo logístico iniciado por la información como elemento de retroalimentación desde el cliente a todos los componentes de la cadena de suministros es necesaria para la reorientación de productos, procesos y servicios, con el objetivo final de una rápida adaptación a las necesidades cambiantes de la demanda. En general, las empresas para poder lograr una integración completa del proceso logístico, deben basarse en la logística integral, herramienta que le permite a través del flujo de información y logística generar valor.

Para que las empresas sean competitivas deben transformarse, invertir en tecnología, ser más flexibles y dar respuesta rápida al mercado. Por ello, el camino hacia un futuro cada vez más competitivo se enmarca en la implementación de herramientas estratégicas que han sido estudiadas y optimizadas en la actualidad.

Es importante reiterar que dentro de la logística integral se debe considerar el sistema de gestión de calidad para lograr asegurar la satisfacción de las necesidades de sus clientes, ya que la aplicabilidad de este sistema se planifica y mejora continuamente el desempeño de los procesos bajo un esquema de eficiencia, eficacia y efectividad, que a su vez permita alcanzar ventajas competitivas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acevedo, N. (2012). *La Logística Moderna y la Competitividad Empresarial*. Cuba. Ispjae.
- Anaya J. (2011). *Logística Integral. La Gestión Operativa de la Empresa*. España. Ediciones Esic.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación*. Venezuela. Editorial Episteme.

- Bonmatí, J. (2011) El Valor de una Empresa y la Creación de Valor en esa Empresa. Cont4bl3. Número 39. (Pp. 10-12).
- Camisón, C.; Cruz, S. y González, T. (2013). Gestión de la Calidad, Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas. España. Pearson Educación.
- Carro, R. y González, D. (2013). Logística Empresarial. Argentina. Centro de Documentación de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional del Mar de Plata.
- Crece Negocios (2015) Qué es una ventaja competitiva. Documento en línea. Disponible en: <http://www.crecenegocios.com/que-es-una-ventaja-competitiva>. Consulta: 13/09/2015.
- Escudero, M. (2013). Gestión de aprovisionamiento, Ediciones Paraninfos, S.A. Tercera edición Madrid, España.
- Félix M. (2013) Creación de Valor y Gestión Cadena Suministro. Documento en línea. Disponible en: <http://www.eoi.es/blogs/scm/2013/04/18/creacion-de-valor-y-gestion-cadena-suministro-9/>. Consulta: 10/09/2015.
- Ferrin, A. (2007). Gestión de stocks en la logística de almacenes. España. Editorial Fundación Confemetal.
- Koenes, A. (1997). La ventaja Competitiva. España. Ediciones Díaz de Santos.
- López, R. (2001). Modelos de Gestión de Calidad. Documento en línea. Disponible en: <http://www.jesuitasleon.es/calidad/Modelos%20de%20gestion%20de%20calidad.pdf>. Consulta: 06/08/2015.
- Maderuelo, J. (2002). Gestión de la calidad total. El modelo EFQM de excelencia. Medifam. Volumen 12, número 10. (Pp. 41-54).
- Malcolm Baldrige National Quality Program (2006). Modelo de excelencia en la gestión Malcolm Baldrige. Perú. Praxis.
- Mauleon, M. (2012). Logística y costos. España. Ediciones Díaz de Santos.
- Monterroso, E. (2012). El Proceso Logístico y la Gestión de la Cadena de Abastecimiento, DF, México.
- Mora, L. (2011). Gestión logística integral. Colombia. Ecoe Ediciones.
- Nieves, C. y Ros, L. (2006). Comparación entre los modelos de gestión de calidad total. X Congreso de Ingeniería de Organización. Septiembre, España.
- Pau, J. y Navascues, R (2001), Manual de logística integral, Ediciones Díaz de santos, S.A. Madrid



Rubio, I.; González, A. y Sandate, P. (2012). La administración de la calidad total y círculo de control de calidad. Documento en línea. Disponible en: <http://www.eumed.net/ce/2012/que-es-calidad-total.pdf>. Consulta: 02/08/2015.

Valencia (2013). Filosofía de la Gestión Logística. Documento en línea. Disponible en: <http://www.eafit.edu.co/social/proyectos/PublishingImages/Filosof%C3%ADa%20de%20la%20gesti%C3%B3n%20log%C3%ADstica.pdf>. Consulta: 03/08/2015.

Villarreal, F. (2012). Logística integral: una alternativa para crear valor y ventajas competitivas en las pequeñas y medianas empresas (pymes) del sector calzado. Nova Scientia. Volumen 4, número 8. (Pp. 165-202).