



**I. ANÁLISIS DE PARETO PARA EL CONTROL DE LA CALIDAD**

El principio de Pareto es un fundamento empírico que establece que el 80% de los problemas de una organización, provienen del 20% de las causas. En el ámbito corporativo se utiliza este principio para identificar cuáles son las principales causas de algún problema en específico.

Es de mucha utilidad elaborar un Diagrama de Pareto para identificar las causas más probables de un problema y aquellas causas que realmente poco influyen en el mismo.

**Ventajas:**

Elaborar un Diagrama de Pareto es de mucha utilidad para las empresas, ya que:

- Ayuda a concentrar esfuerzos en las causas que tendrán mayor impacto en caso de ser resueltas.
- Proporciona una visión clara de las causas más relevantes de un problema.
- Facilita la comunicación con otros miembros de la organización acerca de las principales causas, efectos y costo de errores.

**Pasos para la elaboración de un Diagrama de Pareto.**

Para poder ilustrar de mejor manera los pasos a seguir para la elaboración de un Diagrama de Pareto, utilizaremos un ejemplo concreto.

**1.) Determinar el problema**

Spongamos que una empresa ha identificado que existen muchas quejas en un centro telefónico de atención al cliente por el largo tiempo de espera.

**2.) Determinar las posibles causas**

Al reunirse con los operadores y realizar un estudio, la empresa identifica que las posibles causas de estas demoras son las siguientes:

1. Falta de suficientes operadores.
2. Operadores no contestan el teléfono cuando deben hacerlo.
3. Operadores no entienden el requerimiento del cliente.
4. Clientes dominan y alargan la llamada innecesariamente.

**3.) Recolección de datos**

Al identificar el problema, la empresa ha solicitado a sus operadores que registren el número de veces que no entienden el requerimiento del cliente y aquellas veces que los clientes dominan y alargan la llamada innecesariamente. Adicionalmente, se ha contratado un software que controla las llamadas que se pierden por falta de disponibilidad de operadores y aquellas llamadas que entran pero no son contestadas debido a que el operador no se encuentra en su puesto de trabajo. Se obtuvo que la frecuencia de las causas de demora en la contestación de llamadas es la siguiente:

CAUSA	Frecuencia
Falta de suficientes operadores	172
Operadores no contestan el teléfono	73
Operadores no entienden el requerimiento del cliente	61
Clientes dominan y alargan la llamada innecesariamente	19
Otros	10

**4.) Cálculo de Acumulados**

Después de recopilar los datos, la empresa ordena las causas de los más frecuentes y calcula el número y porcentaje acumulado de los casos por cada causa, como se detalla a continuación:

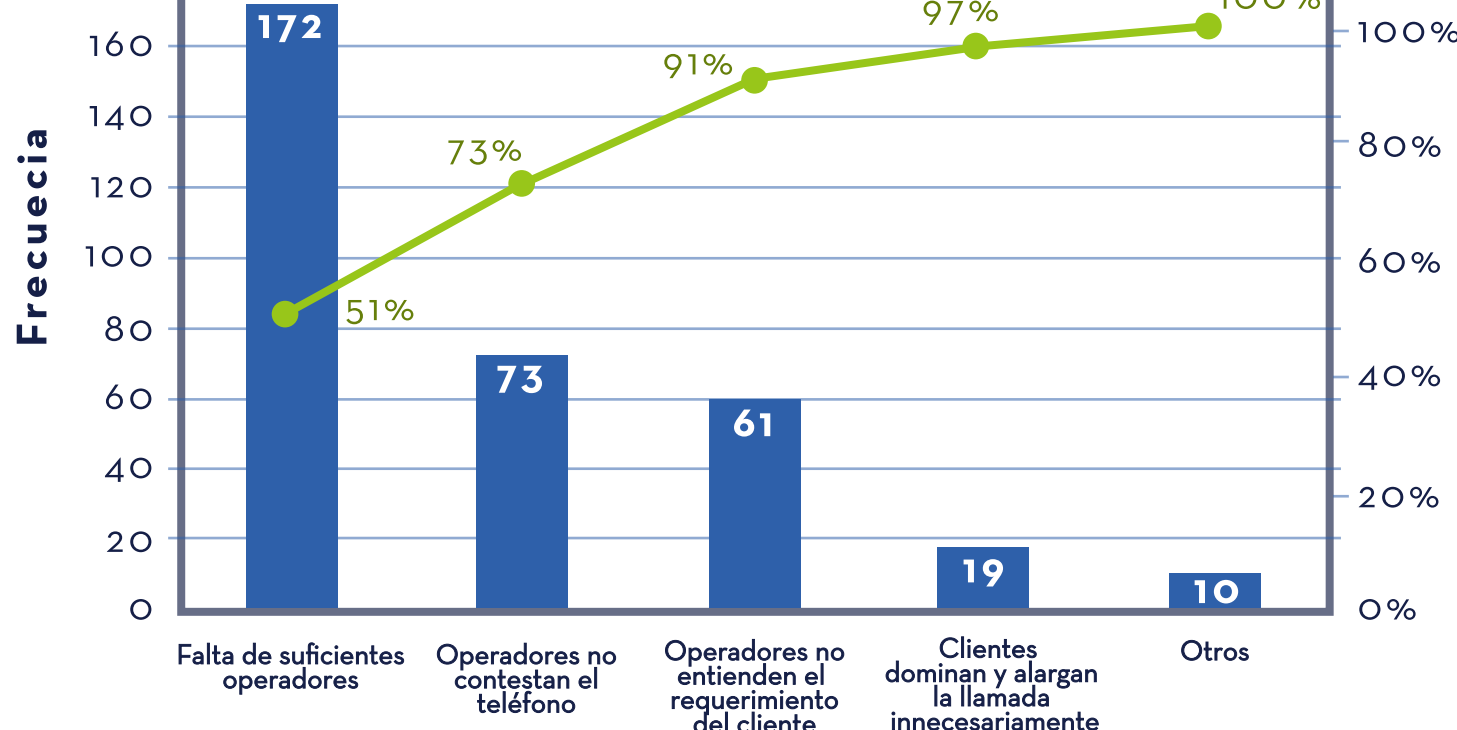
CAUSA	Frecuencia	Acumulado	% Acumulado
Falta de suficientes operadores	(b) 172	172	51%
Operadores no contestan el teléfono	(c) 73	(f) 245	(e) 73%
Operadores no entienden el requerimiento del cliente	(d) 61	(a) 306	91%
Clientes dominan y alargan la llamada innecesariamente	19	325	97%
Otros	10	(g) 335	100%

**Cálculo del Acumulado (a = b + c + d)**  
**Cálculo del % Acumulado (e = (f/g)\*100)**

**5.) Elaboración del Diagrama**

Para visualizar la información más fácilmente, la empresa elabora un Diagrama de Pareto con los datos obtenidos. En el primer eje de Y se fija la frecuencia de las diferentes causas, mientras que en el segundo eje X se fija el porcentaje acumulado.

**Causas de Demoras**



**6.) Análisis del Diagrama de Pareto**

Al analizar el Diagrama de Pareto, la empresa identifica que el 73% de las demoras se ocasionan porque existe una insuficiencia de operadores y debido a que los operadores no contestan el teléfono cuando deberían hacerlo. Por esta razón, la empresa decide concentrarse en resolver estas causas para minimizar la demora en contestaciones con el menor esfuerzo y recursos posible.

Con este ejemplo, se observa claramente que el análisis de Pareto es un método sencillo que se puede aplicar en diferentes situaciones para analizar las causas más probables de algún problema y así, concentrar esfuerzos de la manera más eficiente.



**II. IMPORTANCIA DEL CÓDIGO DE CONDUCTA EMPRESARIAL**

**¿QUÉ ES UN CÓDIGO DE CONDUCTA EMPRESARIAL?**

- Documento que contiene los principales valores, símbolos, lenguaje, historias y prácticas de la compañía, los cuales se ven reflejados en la forma en que sus directores, gerentes y administradores la conducen y cómo los colaboradores se desempeñan en la misma.
- El Código de Conducta Empresarial debe ir alineado con la misión, visión, valores corporativos y filosofía de la compañía.
- Debe formar parte de las políticas de la empresa y documentos internos de la misma como por ejemplo: Reglamento Interno, Política de Equidad de Género, Política de Ausentismo y Vacaciones, entre otras.

Independientemente de su tamaño, toda compañía debe desarrollar un Código de Conducta con el objetivo de crear una imagen exitosa ante sus colaboradores y clientes.

**Objetivos principales:**

1. Ayuda a la compañía a contar con lineamientos claros que establecen pautas de conducta que deben respetarse tanto por los directivos, como por los colaboradores en sus acciones diarias.
2. Permite eliminar prácticas corruptivas y anti-éticas que destruyen a la imagen de la compañía y de la sociedad en general.
3. Efectivizar los valores y principios éticos que rigen dentro de una compañía.

**Beneficios para la empresa:**

- Responde de forma clara lo que la compañía espera de sus colaboradores y viceversa.
- Ayuda a generar ventajas competitivas tanto a nivel interno como externo de la empresa.
- Los colaboradores se convierten en agentes de cambios y son más comprometidos con la organización.
- Permite detectar y mitigar riesgos a través de canales de comunicación y denuncia efectivos.
- Genera confianza en el ambiente de trabajo.

**La ética en una organización:**

1. Reduce los conflictos de los miembros que la conforman. A través del Código de Conducta, se crean mecanismos de solución de interés entre los miembros que son parte de la organización.
2. Mejora la imagen exterior de la compañía. Sus competidores la ven como un agente que desarrolla buenas prácticas y que está comprometido con su equipo de trabajo.
3. Agrega valor y confianza al giro de negocio que desarrolla la empresa. Así mismo, genera un impacto en la comunidad eliminando aquellas prácticas corruptivas.
4. Se enfatiza en el concepto de calidad de atención al cliente, procurando siempre garantizar los principios éticos que deben primar en una relación comercial.
5. Atrae mejor capital humano y por lo tanto optimiza el ambiente del equipo de trabajo y clima laboral.

