

INTRODUCCIÓN

Para las empresas de cualquier sector en la industria, ha comenzado una época en la que finaliza lo que el autor Hernando Mariño (Mariño Navarrete, 2003) llama “la preocupación clásica de las organizaciones” y comienza una en la que las funciones que desempeña la organización no cobran importancia por el resultado en sí mismo, sino por el proceso a través del cual se realizan, ya que como explica el autor Jairo Sánchez (Sánchez Quintero, 2006) existe una estrecha relación entre la calidad de un producto y los procesos que llevan a su producción.

Para lograr esto, la organización se ve enfrentada no solamente a comprender las necesidades de sus clientes sino que debe asegurar que las metas de la organización estén conectadas con estos requisitos. Es entonces cuando el concepto de calidad se convierte en marco de acción para toda la organización, ya que puede observarse que el cliente juega un papel trascendental para la organización: “Es entrada debido a que los procesos de una organización ocurren gracias a los requisitos, necesidades, demandas y/o expectativas de los clientes y es salida en cuanto los productos o servicios se elaboran para lograr como resultado su satisfacción” (Sánchez Quintero, 2006).

La calidad nunca es un accidente, según afirma el autor Francisco Vilar (Vilar Barrio, 1997), esta nace de una evaluación interna de cada uno de los procesos que lleva a cabo la organización y requiere del liderazgo activo de todos y cada uno de sus miembros.

Las organizaciones de hoy, se enfrentan a la necesidad de darse cuenta de la importancia de la estandarización de sus procesos a partir de normas que garanticen y finalmente generen un cambio cultural en toda la organización, logrando a través de esta nueva forma de actuar y pensar, mantenerse en un nivel competitivo adecuado, esto gracias a que, como explican los autores Andrés Senlle y Guillermo Stoll (Senlle & Stoll, Calidad Total y Normalización, 1994), las normas nacen como un complemento a los requisitos de los clientes, al asegurar que estos se cumplan.

Un sistema de gestión de calidad, no es únicamente seguir una norma y cumplir con diferentes requisitos establecidos por la misma. Más allá de eso, constituye una forma de distinguirse positivamente de la competencia, permite potenciar la comunicación interna y mejorar las relaciones entre los diferentes procesos organizacionales y la información que estos consumen, comparten y generan.

Ya que se habla de un sistema, es importante establecer que su funcionamiento depende del correcto flujo de información entre sus componentes, por lo tanto es necesario hacer uso de herramientas que garanticen que la información sea oportuna, completa, actual y consistente.

Entre múltiples herramientas se encuentra el software, presente en todas las áreas del conocimiento logrando eficiencia y eficacia en la manera como se realizan funciones de todo tipo. En el caso de la gestión de la calidad representa un recurso que permite garantizar la continuidad del proceso, además de hacerlo más simple, preciso y confiable.

En este trabajo se busca mediante la información disponible, comprender el funcionamiento de una empresa a través de la creación de modelos de sus procesos, logrando de esta manera apoyar la gestión de su información, todo esto con el objetivo que la organización mantenga su nivel competitivo en el sector al que pertenece.

Para lograr este objetivo se requiere inicialmente entender los conceptos necesarios que rodean a un SGC que es finalmente a quien se va a apoyar en su funcionamiento. Luego, es necesario obtener suficiente información y modelarla de manera que se puedan establecer los requerimientos del sistema a diseñar. Finalmente, se debe elaborar el diseño de un sistema software, generado a partir de una metodología de ingeniería de software, que permita su futura implementación.

El diseño de un sistema de software facilita el crecimiento y la expansión de la organización, a la vez que aporta gran valor a la misma en la medida en que permite recolectar, manipular, almacenar y administrar la información, que actualmente constituye un activo estratégico de la empresa de hoy.