Calidad

¿Qué es?

Anticiparse a las expectativas, deseos y necesidades de los clientes (y restantes partes interesadas), asumiéndolas y generando productos y servicios con la capacidad requerida para satisfacerlas plenamente, aceptando su juicio como única medida de la calidad realmente conseguida.

¿Para qué sirve?

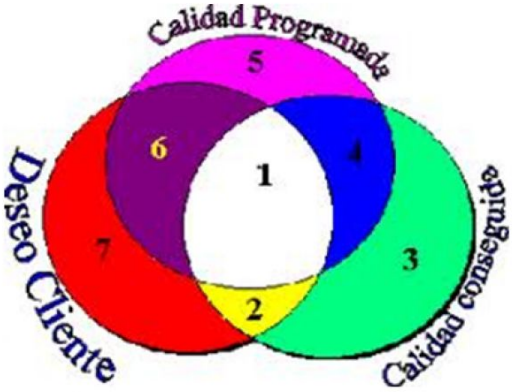
Como ventajas añadidas que generará a medio y largo plazo una gestión de la calidad correctamente enfocada, eficaz y eficiente, destacan las siguientes:

- Menor coste operativo y mejor aprovechamiento de los Recursos Humanos y medios disponibles.
- Substituye progresivamente la reacción a problemas habidos y cuyos efectos ya han sufrido los ciudadanos, por la prevención de los problemas futuros.
- Incrementa la buena imagen de la Organización, prestigiando a todas las personas que trabajan en ella.
- Fortalece la adhesión de los clientes de la Organización
- A través de la participación de los clientes mediante el aporte de sugerencias y la formulación de quejas y reclamaciones fundamentadas, incorpora un importante potencial de mejora continua, tanto correctiva como preventiva.



Explicación

La calidad como factor inherente a la actividad humana ha existido desde siempre, con un nivel de desarrollo más o menos intenso según las necesidades y circunstancias. Por ejemplo, en la tumba de Rekh-Mi-Re descubierta en Tebas (Egipto) y datada en el año 1.450 antes de Cristo apareció lo que muchos consideran el tratado más antiguo de calidad, en este grabado se describe cómo un inspector egipcio procede a comprobar la perpendicularidad de un bloque de piedra con ayuda de una cuerda y bajo la atenta mirada de un cantero (se ha descubierto que los aztecas de América Central procedían de forma similar).



La calidad, en lo que se refiere a su formato precursor de las características actuales, apareció en la década de 1920 ligada al control de calidad, y desde ese momento ha ido evolucionando y desarrollándose hasta llegar a su estado actual.

1.-Años 50. Aptitud según **estándares**: Se utiliza fundamentalmente la inspección de productos terminados

2.-Años 60. Aptitud de **uso**: Análisis para satisface las necesidades existentes en el mercado (clientes)

3.-Años 70. Aptitud de **coste**: Control preventivo y correctivo para alcanzar la calidad al menor coste posible

4.-Años 80. Aptitud para satisfacer **necesidades latentes**: Productos para las que aparecerán a medio plazo

5.-Concepción actual: La calidad es un concepto complejo pero fácil de comprender, multidimensional, que presenta numerosos aspectos y se presta a múltiples enfoques adaptados a la situación, condiciones y estrategia de cada organización concreta.

- Calidad concertada con proveedores, clientes y demás partes interesadas
- Satisfacción preferente de necesidades latentes
- Controles eminentemente preventivos, y excepcionalmente correctivos
- Resultados que satisfagan a todas las partes interesadas: Clientes, Empleados, Dirección, Accionistas, Administraciones, Habitantes del entorno, Sociedad en general, Cualquier otra parte que en cada caso sea procedente
- Autocontrol y evaluación sistemáticos y permanentes como soportes fundamentales de la mejora continua
- Generación permanente de valores añadidos para clientes y demás partes interesadas
- Orientación de la calidad como componente esencial para competir en el mercado global.

Como en el ámbito del mercado y de las organizaciones, los cambios son cada vez más rápidos y profundos, el concepto de calidad ha continuado y continuará evolucionando y expandiéndose; y por ello se le han ido incorporando nuevos niveles entre los que cabe destacar los dos siguientes:

- Ajustes a la cultura corporativa, que consiste en llevar el flujo de la producción desde su punto de arranque (el trabajador individual), a través de los esfuerzos de equipos sobre calidad y costes, hasta la situación del producto dentro de la estrategia corporativa.
- Ajuste con el entorno social y global, enfoque centrado en el mercado que se extiende desde la aptitud para requerimientos latentes hasta la satisfacción de las necesidades del entorno donde vive el cliente.

Hay una presión creciente para mejorar la aptitud en relación con el entorno de trabajo de los empleados (entorno social) y con el entorno externo de la fábrica (entorno global), y lógicamente van apareciendo e incorporándose otros nuevos en el futuro.

La satisfacción total y permanente del cliente es y será cada vez más una necesidad insoslayable para cualquier organización: Las que no la consigan y mantengan desaparecerán, porque sus clientes sencillamente dejarán de comprar sus productos y/o servicios. Sólo las organizaciones líderes en calidad aumentarán su cartera de clientes y su cuota de mercado. Consecuentemente sólo ellas permanecerán, crecerán y serán rentables.

La calidad no tiene un punto final, porque busca, en última instancia, la utopía de la excelencia en todo su ámbito (perfección absoluta y duradera); pero el nivel de excelencia varía de forma creciente con el tiempo, lo que en la práctica la hace inalcanzable al menos de forma permanente.

-Principios de calidad: Se aceptan ocho principios como principios de gestión de la calidad, y que son:

1.- Enfoque al cliente: Comprender sus necesidades y expectativas actuales y futuros para sobresatisfacerlas

2.- Liderazgo: Líderes que establezcan propósito, orientación e implicación en el logro de objetivos

3.- Participación del personal: Compromiso con los objetivos para aplicar sus conocimientos y habilidades

4.- Enfoque basado en procesos: Organización eficaz y eficiente de actividades y recursos, mediante procesos

5.- Enfoque de sistema para la gestión: Interrelacionar todos sus procesos como un sistema integrado

6.- Mejora continua: Como objetivo permanente para alcanza la excelencia

7.- Enfoque basado en hechos para la toma de decisión: Basarse en datos reales para decidir

8.- Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: Establecer relaciones mutuamente beneficiosas

que aumenten la capacidad de ambas partes para crear valor

-Errores a evitar en relación con la calidad:

En relación con la calidad, existen evidentemente conceptos erróneos, algunos de ellos muy extendidos entre quienes no conocen su concepto y ámbito:

- Calidad significa lujo, brillantez, bondad, lo mejor. **No**, calidad significa satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.
- La calidad nace en el departamento de calidad de la organización. **No**, la calidad nace en todas las personas, organismos y actividades de la organización.
- Los problemas de calidad sólo afectan al departamento de calidad de la organización. **No**, los problemas de calidad son problemas de diseño, de producción, de administración, del servicio posventa, de software, de hardware, etc. y afectan a toda la organización y a los clientes.
- Los problemas de calidad de los productos los origina sólo la mano de obra directa de trabajo. **No**, sólo los errores controlables por la mano de obra directa de trabajo son responsabilidad de ésta; los errores no controlables por la mano de obra directa son responsabilidad de la dirección.
- La calidad puede implantarse de forma sencilla en cualquier organización. **No**, solo si la cultura de la organización considera al cliente como su activo más importante, y además la alta dirección asume el liderazgo en el proyecto de implantar la calidad a nivel organización, se obtendrá el éxito esperado.
- Los conceptos relativos a la calidad son complejos y difíciles. **No**, la calidad es ante todo la aplicación del sentido común.
- El máximo nivel de calidad de una organización consiste en cumplir todos los compromisos que haya adquirido con clientes, proveedores, administración, etc. **No**, ese es el mínimo nivel de calidad.

-¿Qué exige la calidad?

Exige conseguir que los clientes perciban la calidad de los productos y servicios de la organización como un valor añadido respecto a las organizaciones competidoras, que les lleve a preferirlos y adquirirlos frente a los de la competencia. Si solo se satisfacen las necesidades, el cliente tiene pocos motivos para volver a comprar el producto o servicio. Si además de las necesidades se satisfacen expectativas, se crea o aumenta en el cliente la fidelidad a la organización.

Ello supone que todos los niveles y recursos humanos vean a la organización desde la óptica del cliente, que la cultura de la organización sea el 100% de clientes totalmente satisfechos, y que la excelencia en la atención al cliente sea un factor estratégico fundamental para adquirir, mantener e incrementar la ventaja competitiva.

¿Qué debería hacer la organización?: Como mínimo deberá:

1.-Asumir la satisfacción total del cliente como su factor estratégico esencial.

2.-Incorporar a su cultura la excelencia en la calidad, asegurando que sus recursos humanos disponen permanentemente de las capacidades, motivación y formación requeridas.

3.-Implantar íntegramente la dinámica de satisfacción total del cliente:

- Los clientes tienen y tendrán deseos, expectativas y necesidades
- La organización adquiere conocimiento de ellos
- La organización genera / adecúa sus productos para satisfacerlos plenamente
- El cliente percibe la calidad de la organización
- El cliente aumenta su fidelidad a la organización
- La organización consigue más clientes y realiza más operaciones por cliente
- La organización asegura sus beneficios y crecimiento.

4.- Alcanzar el liderazgo y permanecer como organización líder en calidad.

El éxito en la implantación de un sistema de calidad debe alcanzarse y mantenerse en todas las fases del ciclo de vida del Sistema, siendo especialmente relevantes las fases de:

- Elección del modelo o estándar de referencia para el Sistema de Calidad que se desea
- Planificación del Sistema de conformidad con el modelo elegido
- Desarrollo y documentación del Sistema planificado
- Implementación del Sistema documentado
- Gestión, control, mantenimiento y mejora continua del Sistema implantado

Si quiere conocer otros conceptos de gestión, puede acceder a la plataforma abierta y gratuita http://sugestion.quned.es/ que es un proyecto de Responsabilidad Social Intelectual de la Cátedra de Calidad de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).

Ejemplos prácticos

-En la siguiente dirección puede acceder a ejemplos de manuales de calidad: http://www.docstoc.com/results/?q=Manual+De+Calidad

-En la siguiente dirección puedes acceder a ejemplos de memorias EFQM de calidad: http://www.qnavarra.com/premio-navarro/memorias-de-ganadores/



Aplicaciones y soportes frecuentes

REDER	Algunas Aplicaciones	Algunos Soportes Observables
R	Medición y estándares de calidad	Indicadores de calidad
E	Planificación del sistema de calidad	Política de calidad, Plan de calidad

REDER	Algunas Aplicaciones	Algunos Soportes Observables
D	Documentar acciones de calidad	Manual de calidad, procedimientos
E	Comprobación de datos	Registros de calidad, No conformidades, Autoevaluación
R	Mejora del Sistema de Calidad	Acciones correctivas, Planes de mejora, Buenas Prácticas...

Cuestiones clave para autoevaluar **Puede reflexionar sobre algunos aspectos de la aplicación de la calidad (máxima = 100)**

¿El sistema de calidad está orientado a proveedores, clientes y demás partes interesadas?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Se mide la satisfacción de los clientes?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Se mide la satisfacción de las demás partes interesadas?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Se realizan controles preventivos para conocer el cumplimiento del sistema de calidad?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Se llevan a cabo acciones correctivas cuando se detectan disfunciones en la calidad?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Se realizan revisiones periódicas del sistema de calidad?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Se llevan a cabo acciones de mejora como consecuencia de las revisiones anteriores?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿El sistema de calidad genera valor para los clientes?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿El sistema de calidad genera valor para los otros grupos de interés?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿El sistema de calidad aporta competitividad a la organización?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Información adicional del autor

Autor: Ángel Muñoz Alamillos	Cargo: Profesor titular Departamento Economía Aplicada UNED
Empresa/organización: UNED	
Actividad: Educación Superior e Investigación	Contacto: www.uned.es