

Pensamiento y Actitud de Calidad.

La calidad y la productividad ya no se pueden lograr a través de un pacto rígido entre las personas que participan en una compañía o institución, buscando su beneficio particular, sino como una consecuencia de la implantación consistente, constante y congruente de sistemas que benefician a quién depende de la existencia de dicha organización. El objetivo primordial de una compañía o institución es la generación y distribución de riqueza que se obtiene a través de la **satisfacción a los clientes y el desarrollo de una capacidad de respuesta**, como consecuencia de la participación de todos los colaboradores de la compañía o institución.

La competitividad es responsabilidad de todos los que participan y colaboran en una organización y no de un departamento o grupo de personas, todos somos parte del sistema llamado compañía o institución.

Pero la pregunta es ¿Cómo entender y lograr la calidad? ¿En qué direcciones debe encaminarse la compañía o institución y sus colaboradores para ser de Calidad?

En primer lugar, la calidad y la productividad consecuencia del trabajo del Ser Humano una vez que ha sido desarrollado y entiende que cada mejora es una oportunidad para crecer y ser parte de un sistema mayor. La calidad no es responsabilidad exclusiva de un departamento (de calidad o aseguramiento de la calidad) o área de producción, sino debe ser un propósito claro de todos como parte de nuestra naturaleza humana.

“Todos queremos esta mejor continuamente

En segundo lugar, la productividad debe entenderse como la consecuencia de la Calidad. Una compañía o institución que genera bienes o servicios de Calidad, será siempre una compañía o institución productiva ya que además de “hacer más con menos”, dichos productos estarán “bien hechos”, y por supuesto, serán “cada vez mejores”. De esta forma se satisface al mercado y se define así, el carácter dinámico del concepto de Calidad y Productividad.

“Hacer lo que se debe de hacer, hacerlo bien y cada vez mejor”

Debe entender que ser productivo no implica producir más, sino producir lo que un mercado necesita (calidad de diseño), hacerlo bien (calidad de producción) y mejorar constantemente.

“La calidad habla de prevenir hechos no deseados, más que corregirlos

En tercer lugar, la Calidad es un concepto dinámico ya que depende de las necesidades reales o latentes de los clientes.

“La Calidad habla de cumplir con lo que el cliente quiere o espera”

En el pasado, el productor definía la calidad de su producto y suponía que las necesidades y expectativas del mercado eran homogéneas e invariables (concepto estático), pero ahora la calidad la define el cliente y el verdadero reto está en poder satisfacer todas las necesidades y expectativas heterogéneas y cambiantes de todos y cada uno de los que forman un mercado. Lo que hoy satisface a un cliente no necesariamente lo satisfará mañana.

“La calidad es una percepción del cliente”

En cuarto lugar, la calidad es sistemática, es decir, que un producto es el resultado de la calidad obtenida en cada uno de los procesos que intervienen en la elaboración de dicho producto, por tanto, la calidad es responsabilidad de todos en la organización (incluyendo a los proveedores).

Una organización de calidad no es aquella que produce más, sino aquella que es capaz de responder en el menor tiempo posible y a un costo racionalmente económico, a una expectativa cambiante del mercado de manera consistente en el corto y mediano plazo.

Calidad = Un nuevo ESTILO DE DIRECCION
Calidad = MEJORA PERMANENTE de productos y servicios
Calidad = Cumplir con los REQUISITOS DEL CLIENTE
Calidad = CONOCER AL CLIENTE
Calidad = PARTICIPACION DE TODOS
Calidad = SER COMPETITIVO
Calidad = CAPACIDAD DE RESPUESTA

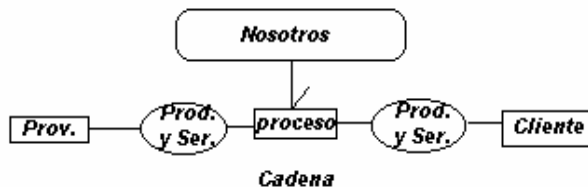
Pensamiento y Actitud de Calidad.

1. Calidad Primero.

- La Calidad debe ser la prioridad número uno.
- De nada sirve producir más, eliminar el desperdicio, reducir el inventario, reducir costos, si no hay calidad.
- Todos los que participan en una compañía o institución deben tener muy claro que la responsabilidad de la Calidad es de todos.

2. Estar ubicado adecuadamente.

- Todos somos parte de un proceso y de una cadena.



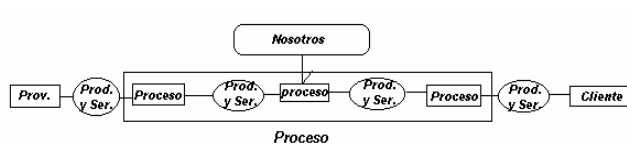
3. Calidad es el balance de QCDSMSMM.

- En la actualidad la calidad del producto (bien o servicio) no se define exclusivamente a través de sus características y funciones, sino es el resultado de un balance adecuado entre las siguientes variables, a lo largo de toda la cadena productiva.

Q =	Calidad o características propias del producto.
Qn =	Cantidad o volumen de producción.
C =	Costo del mismo. El balance entre valor y precio.
D =	Disponibilidad. Tiempos de entrega.
S =	Seguridad en todo.
M =	Moral y actitud. Ambiente de trabajo.
S =	Servicio y acciones hacia el cliente bien planeadas.
M =	Mantenimiento y seguimiento.
M =	Medio ambiente, tanto ecológico como socioeconómico.

4. Concepto de cliente.

- Aceptar que el cliente es lo más importante para la organización y que de la percepción.
- El cliente define la calidad que desea.
- El cliente no puede sufrir con el producto (bien o servicio) que le damos.
- La responsabilidad de una insatisfacción por parte del cliente es siempre del proveedor o proceso anterior.
- Se pueden diferenciar a los clientes por su posición dentro de las cadenas:
 - Cliente Externo: El que compra, usa o recibe el producto (bien o servicio). Es el cliente tradicional.
 - Cliente Interno: El que está dentro de la organización, es aquella persona que depende de mi trabajo y cuya satisfacción está en función de las acciones y actitudes propias.



- O también por su tipo:
 - Cliente tomador de decisiones
 - Cliente usuario o consumidor
 - Cliente beneficiario
 - Cliente directo
 - O por su estructura:
 - Persona
 - Organización
 - Red
- #### 5. Concepto de “Market In” vs “Product Out”.
- En un mercado cerrado, las empresas empujan su producto al cliente (“product out”) y lo más importante es el diseño y estrategias de ventas.
 - La calidad la define el productor y el cliente es obligado a aceptar el producto, debe conformarse con satisfacer únicamente sus necesidades básicas y nunca sus expectativas.
 - Hoy, las empresas deben generar productos atractivos a los clientes (Market In).l
 - Lo importante ahora es ganar mercado, con la conciencia de que la calidad la define el cliente.
 - No existe la lealtad al cliente.
 - Destacan ahora aquellas empresas que no solo ofrecen funciones básicas sino también funciones que satisfacen expectativas de los clientes.
- #### 6. Orientación hacia el consumidor vs orientación hacia el producto.
- Todo producto (bien o servicio) que la compañía o institución genera y otorga debe satisfacer una necesidad o expectativa de mercado.
 - El pensar de esta forma nos permite visualizar de manera distinta a la organización, su diversificación y flexibilidad ante os cambios dinámicos del mercado y percepciones del cliente.
 - Es un factor clave en la planeación de la organización ya que le permite enfocar sus esfuerzos al mediano y largo plazo.
- #### 7. Reconocer la existencia de la dispersión. La existencia del azar.

- Al momento de realizar algún tipo de medición, existe siempre una variación o dispersión en los resultados, por lo tanto, la conformidad o no conformidad de un producto depende del grado en que satisface un intervalo o rango de valores (tolerancia) y no un solo valor.
- Resulta fácil entender que no se obtendrán dos productos exactamente iguales aunque sean hechos por la misma persona, máquina, materia prima y métodos, y ambos pueden ser de alta calidad.
- Es muy importante garantizar proceso predecibles y poco dispersos.
- Las causas de variación pueden ser clasificadas en dos.
 - Causas del azar: Causas inherentes al proceso. Su eliminación no es fácil y depende de los niveles de tecnología de la organización
 - Causas de anormalidad: Causas asignables a uno o varios factores del proceso. Su eliminación depende de un buen análisis del proceso.

8. Habilidad de estratificar.

- Una persona de calidad busca particularizar todo tipo de situaciones y así, tomar acciones concretas. Llega hasta las causas últimas de los problemas, solucionando así, el problema y no su efecto.
- La habilidad de estratificar trae como consecuencia una mejor delegación de autoridad, ya que desarrollo una capacidad que permite descubrir variables que afectan los procesos, en lugar de culpar a las personas que laboran en estos.

9. Crear tecnología. Pasar de usuarios a creadores e innovadores.

- Es necesario solucionar problemas y/o mejorar áreas de oportunidad para que el pensamiento de calidad se demuestre con hechos.
- El pensar con calidad implica una constante actividad de mejora y por tanto de generación de tecnología, ya que, todo problema solucionando o situación mejorada, le da ventajas competitivas a la organización y las personas (sin importar el tamaño de dicha solución).

“Pensar y actuar con calidad es mejorar continuamente y por lo tanto, generar tecnología”

Fuente: Ricardo Hirata Okamoto. “Pensamiento de Calidad y sus Herramientas”. México, 1997.