

# Calidad y Competitividad

EJ. EFRAIN QUINTERO RIOS,  
DOCENTE DE ESUFA

**E**n el diario vivir es común oír y hablar sobre calidad. Que éste producto o aquél es de buena o mala calidad. Al confrontar nuestra apreciación sobre determinado objeto o servicio con el de otras personas sobre el mismo tema, encontramos con sorpresa que difiere bastante. Lo que para unas personas es de calidad, para otras puede no serlo.

Esto se debe a que el concepto que tenemos sobre calidad es bastante subjetivo, es decir, depende más del sujeto que emite el concepto que del mismo objeto en sí. Para poder hablar de calidad, primero que todo debemos tener una definición clara y objetiva sobre calidad, que dependa del objeto o servicio y no de la persona.

Aquí nos encontramos con otro problema, ya que en la literatura universal existen muchos conceptos y definiciones sobre calidad, dependiendo del objeto o servicio que se quiere evaluar. Sin embargo, me inclino por aquella que dice que **\*EL OBJETO CUMPLA CON LAS CARACTERÍSTICAS QUE DICE TENER.**

Vamos a profundizar un poco sobre esta definición con algunos ejemplos:

Si nos dicen que un bombillo funciona con 110 voltios, consume una potencia de 60 vatios y dura 500 horas y cumple con eso, entonces el bombillo es de calidad.

Si determinado alimento, el fabricante nos dice que debe mantenerse refrigerado a 5 grados centígrados, y que antes de una fecha

determinada de vencimiento el producto no se ha deteriorado, y efectivamente eso se cumple, entonces se dice que es de calidad.

Si en una institución educativa, para un programa educativo determinado, se promete cierto pensum académico con determinados objetivos y perfiles para el egresado, y eso se cumple, entonces el programa en cuestión es de calidad.

En los tres ejemplos mencionados debe haber una o más características y/o propiedades principales que no pueden cambiar o "negociar" y otras secundarias que sí pueden variar.

Ahora bien, si falla una de las propiedades principales el producto o servicio es de mala calidad, pero si no cumple con una de las características secundarias no podemos afirmar categóricamente que es de mala calidad. Debemos abonarle también propiedades que no están escritas pero que descubrimos con el uso, ( crema para las manos y que increíblemente ayuda a combatir la impotencia ).

En el caso del programa académico sino se cumple a cabalidad con el pensum, pero se realizan algunos talleres, conferencias, visitas técnicas, etc. Que no estaban escritas al comienzo del proceso, no podemos afirmar que el servicio es de mala calidad, sino todo lo contrario.



Podemos resumir hasta aquí, que para poder hablar de calidad, se requiere tener claro el concepto y analizar el servicio o producto con detenimiento sin personalismos ni favoritismos.

El problema no termina aquí, con las nuevas tendencias mundiales de apertura, integración, pactos regionales y globalización, ya no es suficiente que un producto o servicio tenga calidad, sino que además entra a jugar otra característica muy importante, estamos hablando de la "COMPETITIVIDAD".

Dos o más productos pueden tener la misma calidad, pero al de menor costo se dice que es más competitivo y así sucesivamente.

En el ejemplo del bombillo, cincuenta fabricantes cumplen con las mismas características: 110 voltios, 60 vatios y una duración de 500 horas, pero el que logre fabricarlo a menor precio se impondrá sobre sus competidores.

Por lo tanto, ya no es suficiente prestar servicios o fabricar productos con calidad, ya que si no es competitivo, simplemente ... ¡ desaparece ...!

Surge ahora un problema mayor: como ser competitivo sin desmejorar la calidad?

Como en el caso de la calidad, también existen muchas fórmulas y conceptos sobre la competitiv-

dad, pero podemos resumirlo en tres aspectos: inversión, capacitación e investigación. Analizaremos a continuación cada uno de estos ítems.

**INVERSIÓN.** Básicamente esta dirigida a la infraestructura, sistemas de comunicación rápidas (crucial en un mundo globalizado), actualización tecnológica (con tecnología de punta).

**CAPACITACIÓN.** De nada sirve realizar grandes inversiones si el personal no está capacitado para utilizarlas. Debe ser continua, específica, pero también con cierto tinte de transversalidad.

**INVESTIGACIÓN.** Quizás la más relevante y determinante de las tres. Comunidad que no investiga, deja de ser competitiva y por lo tanto tiende a desaparecer. Sin embargo, es la que menos se le dedica recursos y tiempo, debido a que los resultados son a largo plazo y no tenemos la suficiente paciencia para lograrlos.

Mucho se ha especulado y escrito sobre la investigación, aunque es el factor primordial para la competitividad poco se le presta atención y eso se debe a que la investigación es una actitud cultural y sabiendo que la cultura no nace de un día para otro, debemos comenzar por sembrar una **CULTURA DE INVESTIGACIÓN!**

