



Calidad sostenible, calidad a largo plazo

Rafael Sánchez

Cuando por alguna razón hemos explorado el concepto de calidad, lo más sencillo ha sido buscar su definición en un diccionario, en un libro de calidad o incluso en la norma ISO 9000 de conceptos y vocabulario de los sistemas de gestión de la calidad. De esta forma, no tenemos que adentrarnos tanto en pensamientos filosóficos, los cuales, por alguna extraña razón, evitamos tanto.

Una muestra de este tipo de definiciones se presenta a continuación: ***“Calidad: grado en el que un conjunto de características es capaz de satisfacer las necesidades del cliente”***. Esta definición, aunque completa, es todavía un tanto insípida y poco accesible, y nos exige un poco más de exploración.

Al hacer el respectivo análisis del concepto de calidad, lo primero que viene a nuestra mente es un producto de características y atributos superiores, capaz de satisfacer nuestras necesidades específicas y que quisiéramos adquirir si su precio es razonable. Evidentemente, alguien que esté buscando un automóvil, un libro o un artefacto electrónico preferirá siempre aquel que sea de excelente calidad, si el precio no constituye un obstáculo. De la misma forma que con los

productos bienes, cuando pensamos en los servicios de buena calidad, casi instantáneamente un sentimiento de agrado y de satisfacción de alguna forma es activado en nuestro cerebro; así, un servicio de limpieza, médico, de mensajería o cualquier otro tipo de servicio es bien recibido por cualquier persona cuando estos son de calidad.

Todo lo anterior parece indicar que en realidad, independientemente de que se trate de un bien o de un servicio, los seres humanos estamos en busca de algo más que un producto superior; parece que en el trasfondo, estos bienes y servicios son solo medios para alcanzar otra cosa que está más allá, y que corresponde a un fin último, a un fin mayor: **mejor nivel de calidad de vida**. En realidad, no queremos solo los objetos de valor o servicios de buena calidad, sino el nivel de calidad de vida que podemos obtener al utilizarlos; por esto nos atraen tanto, porque son capaces de darnos un nivel de calidad de vida mayor, un nivel en el que nos sentimos satisfechos y confortables. Basta analizar tan solo algunas de las ocho dimensiones de la calidad para terminar de interiorizar esta idea: durabilidad, ¿acaso no sería mejor la calidad de vida de aquellas personas que no tienen que preocuparse por que sus artefactos se deterioren en el corto plazo?; estética, ¿un bien o servicio tendrá el mismo efecto en la calidad de vida de las personas si su apariencia es grotesca?; confiabilidad, ¿un aparato que siempre funciona cuando se requiere no le daría una mejor calidad de vida a su propietario? Es claro que el concepto subyacente bajo la palabra calidad está completamente asociado al nivel de vida de las personas.

La anterior ampliación del concepto de calidad le da un giro importante hacia una dimensión diferente, en la que el enfoque, más que asociarse a la causa (productos superiores), se asocia al efecto (calidad de vida superior), y es entonces cuando la variable del tiempo entra en la ecuación, pues aquellos productos de alta calidad que generan solo beneficios económicos directos en el corto plazo, podrían tener características o contemplar procesos que afectan el desempeño ambiental o que perjudican a las personas y a las sociedades en el largo plazo, lo cual indudablemente constituye un ataque directo al nivel de calidad de vida de las personas.

No contemplar posibles efectos negativos en el largo plazo de productos que en el corto plazo muestran desempeños aceptables, solo confirma una miopía en el entendimiento del concepto de calidad, pues se estarían contemplando situaciones en un horizonte muy cercano y desestimando aquello que pueda ocurrir a posteriori y que puede afectar la forma en que vivimos.

Queremos una calidad de vida superior no solo hoy, sino también mañana, pasado mañana, después de eso y siempre, por lo que nuestros esfuerzos deberán ser sostenidos en el tiempo y enfocados en otros elementos que den soporte a este objetivo, ya no solo considerando los efectos directos sobre el cliente final, sino también el impacto ambiental y social. Los costos de la mala calidad de los bienes y servicios ya no deberán ser calculados solo en función de los costos de reemplazos, reparaciones, clientes perdidos y garantías, como tradicionalmente se ha hecho, sino además en términos de los daños a los ecosistemas y en función

de los efectos negativos en las personas y sociedades. De esta forma, un producto de alta calidad deberá ser contemplado desde una perspectiva en la que los tres componentes: personas, ambiente y economía son tomados en cuenta. Un desequilibrio en esta ecuación trae efectos adversos que inciden directamente en el deterioro de la calidad de vida en el largo plazo.

Cada vez que estemos a punto de comprar algún bien o servicio, será válido preguntarnos si este producto tiene calidad solo en el corto plazo, o si me dará calidad de vida en el largo plazo también; pensemos si estaremos enriqueciendo a un proveedor por productos que dañarán mi calidad de vida en el mediano y largo plazo.

Si una organización pretende existir en el largo plazo, deberá entender que el futuro se construye en el presente y que esto solo se logra a través de la sostenibilidad de sus operaciones. Es insensato pensar que los beneficios económicos se podrán sostener solos, independientemente del contexto social y ambiental. Recordemos que los mismos clientes y proveedores que en este momento compran y venden “productos de corto plazo” son quienes en el futuro serán afectados por los elementos ambientales y sociales adversos, resultado del desequilibrio. Por esto, la relación ganar/ganar/ganar de los tres elementos deberá siempre estar adecuadamente balanceada.

La pregunta que surge es: ¿cómo es posible lograr este equilibrio cuando tenemos productos que fueron concebidos y creados con un enfoque diferente y donde las

consideraciones siempre fueron de corto plazo? La respuesta no es sencilla, pues nuestra forma de vida actual se ha moldeado desde esta perspectiva. Afortunadamente, la naturaleza humana permite el cambio, la evolución, lo cual es y ha sido durante miles de años, la clave de nuestra existencia.

Una posible forma de abordar el tema es mediante un enfoque tradicional en el que los esfuerzos se orientan a la mitigación de los efectos nocivos de los actuales productos y procesos; por ejemplo, mediante la reparación, la reutilización y el reciclado. Esto, aunque ha traído muchos beneficios y ha logrado equilibrar ligeramente la balanza sociedad/ecología/economía, aún es insuficiente y podría ocurrir que en muchos casos no sea posible alcanzar el punto de balance esperado.

Un enfoque modernista se orienta, más bien, hacia un ataque pro-activo desde la misma conceptualización de los bienes y servicios, y esto se hace a través de actividades de diseño robusto, en las que cada producto es concebido desde el inicio tomando en consideración los efectos e impactos (tanto de sus procesos productivos como de su utilización) que estos tienen sobre el desempeño económico, el desempeño ambiental y el desempeño social, y en términos generales, sus impactos en el nivel de calidad de vida.

Herramientas de diseño que en el pasado estaban orientadas solo a los requisitos específicos del cliente, ahora incluyen elementos ambientales y sociales, como el caso del QFD (“Quality Function Deployment”). Los diseños robustos de Taguchi,

que solo consideraban las características de los productos, ahora pueden empezar a contemplar otras variables que aseguren la sostenibilidad. Las herramientas DFSS (“Design for Six Sigma”) ahora incluyen también metodologías orientadas a los aspectos ambientales y sociales. Así como estas metodologías, muchas otras más están adaptándose y evolucionando para este cambio de enfoque. El mensaje es claro: la calidad sostenible, la calidad de largo plazo, deberá incorporarse desde el principio al diseño del producto.

Basado en “The Triple Top Line” by Larry R. Smith, de la revista Quality Progress, February 2004