



La Relevancia del QFD

Carlos Mora Venegas
Universidad de Carabobo
Venezuela

RESUMEN

Las organizaciones modernas no pueden descuidar a sus consumidores, se le debe prestar atención a todo aquello que le satisfaga sus necesidades y preocuparse la gerencia en encontrar respuestas, propuestas que hagan posible que la calidad y productividad sea una realidad en los países latinoamericanos. En este escrito, el Programa de Gerencia Calidad y Productividad del Área de Postgrado de la Universidad de Carabobo, no puede ignorar el que esta herramienta no sea utilizada por sus especialistas, de ahí la importancia de resaltar el alcance y repercusiones positivas del Despliegue de Función de la Calidad (QFD).

FUNDAMENTOS BÁSICOS, ALCANCE, RELEVANCIA Y REPERCUSIONES

La Asociación Latinoamericana de QFD (Quality Function Deployment) que significa Despliegue de la Función de Calidad, justamente al respecto de este tópico señala, que esto es, "transmitir" los atributos de calidad que el cliente demanda a través de los procesos organizacionales, para que cada proceso pueda contribuir al aseguramiento de estas características. A través del QFD, todo el personal de una organización puede entender lo que es realmente importante para los clientes y trabajar para cumplirlo.

Definitivamente, con ello se manifiesta una buena interrelación entre la función de mercadeo con Calidad, dado a que más que nadie la gerencia de mercados a través de sus investigaciones de mercadeo sabe a ciencia cierta cuáles son aquellos atributos que los consumidores demanda y tratar de satisfacerlas, analizando adecuadamente la tecnología con que se cuenta, sus procesos.

En el caso venezolano que nos concierne, esto todavía se manifiesta muy débil, dado entre sus principales razones, ausencia de tecnologías desarrolladas, propio de un descuido de sus empresas, especialmente de las Pymes, quienes compran tecnología producida en otros países y lo que desde luego conlleva a una dependencia que les afecta en su desarrollo, pudiendo evitárselo si se preocuparan a desarrollarla, apoyándose en las universidades, aspecto que también deja mucho que decir, por que éstas han descuidado a través de sus facultades de ingeniería el compromiso de que sus profesionales se preocupen de acuerdo a los conocimientos adquiridos a ayudar a desarrollarlas. Concretamente hay un gran vacío entre la vinculación de las universidades con las empresas.

A ello se agrega además, la ausencia en muchas empresas, de una buena cultura y filosofía de calidad, de su rol en los actuales escenarios, en donde ella constituye una gran ventaja competitiva, aunado también a la poca integración de Mercados con Producción, lo que afecta seriamente sus resultados al no tener mucha aceptación de sus productos o servicios.



Sabido es en nuestro entorno, que hay pocas empresas que cuentan con una gerencia de mercadeo y en donde todavía en algunas se mantiene más que un departamento de mercados uno de ventas.

Son pocas las empresas que le prestan atención a satisfacer las necesidades de los consumidores, lo que ha originado en muchas pérdidas de mercados conquistados, y les ha dado oportunidad a la penetración de empresas extranjeras a su conquista.

El Programa de Postgrado de Gerencia de la Calidad y Productividad, bajo mi coordinación, sabe de esta situación y ha estructurado en su prensa aquellas asignaturas que permitan proporcionar a los especialistas de calidad y productividad el rescate de este serio problema que ha afectado significativamente a muchas empresas.

Se hace énfasis en el análisis de los actores involucrados en el logro de la calidad, de los conocimientos que se requieren, de la realidad de los escenarios, tanto nacional, como internacional, de sus características, de lo que se necesita para ser altamente competitivos y desde luego se considera la importancia del despliegue de la función de calidad.

Consideramos que están dadas las oportunidades para reestructurar todas las fallas que se dan en este tópico no solamente en Venezuela, sino en el resto de países de Latinoamérica, desde luego, en unos más que otros.

Para ello hemos iniciado nuestra reforma, preparando a especialistas que se identifiquen totalmente con su escenario nacional, que conozcan a fondo las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas. De lo que significa desempeñarse en escenarios como el nuestro turbulentos, inestables, riesgosos, inciertos como consecuencia de la política, economía, educación. Pero también, nos comprometemos a que se identifiquen plenamente con sus organizaciones, conociendo su realidad en cuanto a cómo la gerencia ha venido interpretando y desempeñándose con respecto a la cultura organizacional imperante, al comportamiento y clima organizacional, a las debilidades, fortalezas, oportunidades que se dan, todo ello con la finalidad de generar ese cambio que se necesita para ser actores proactivos en el presente.

Nos comprometemos de que los conocimientos de calidad estén sistémicamente bien compenetrados con todas las unidades administrativas de la empresa a fin de integrar un equipo cohesivo que manifieste el que la calidad de sus productos y servicios son los óptimos en pro de satisfacer las demandas de los consumidores.

Estamos plenamente identificados entre algunos de nuestros objetivos a lograr lo que bien señala la Asociación Latinoamericana de QFD, que sólo a través del diseño y rediseño de productos y servicios innovadores y valiosos, podremos integrarnos a los mercados internacionales. Esto será vital para evitar convertirnos en países únicamente "maquiladores" o "franquiciatarios de servicios"; lo más valioso de América Latina es el talento de su gente.

Nos hemos propuesto gracias al despliegue, relevancia de la función de la calidad, el capacitar, desarrollar a todos el personal comprometido con esta función, motivándolos a participar en las decisiones, sugerencias en las estrategias, acciones a considerarse en el



aseguramiento de la calidad. Hemos considerado una asignatura específica de Aseguramiento de la Calidad que sabe interpretar bien sus procesos de producción, así como los requerimientos que la gerencia de mercados solicita para cumplir con las necesidades de sus consumidores.

De ahí, que coincidimos en cuanto a la necesidad de despertar el talento humano, ese potencial que tiene la empresa en sus recursos humanos, su gran capital incentivándolos al desarrollo de la innovación, creatividad, tópicos que inculcamos significativamente en cuanto se proporcionan los conocimientos modernos que permiten optimizar resultados a través del comportamiento organizacional, avalados de talleres y seminarios al respecto.

Talleres y seminarios en donde se hace hincapié en algunos conocimientos sobre técnicas de grupos nominales en donde se despierta el interés de los participantes en lo concerniente al desarrollo de ideas innovadoras, de creatividad, se hace participar a todos. Se complementa específicamente con el de diagrama de afinidad, se busca llegar a un consenso de soluciones.

Para consolidar más el conocimiento en pro de un buen despliegue en función de la calidad, el Programa se apoya además en una signatura de Control estadístico en donde se hace referencia al alcance del diagrama de Pareto, diagrama Causa Efecto, Diagrama del Árbol.

Definitivamente, el Programa considera que están dadas las oportunidades que el QFD sea toda una realidad y que al aplicar sus distintas herramientas que lo componen, los beneficios son altamente positivos, de ahí, que considera que la labor de la Asociación Latinoamericana de QFD, con sede en Monterrey, México, aporta conocimientos que realmente a los interesados en calidad y productividad pueden favorecerles en su ejercicio.

Considero que el unificar criterios con estas asociaciones ayudarían a muchos países a considerar la importancia que el presente demanda en cuanto a estar preparados y a poner a funcionar la calidad al servicio de los consumidores.

Carlos Mora es Ingeniero-Administrador y Coordinador del Programa de Postgrado de Gerencia de Calidad y Productividad de la Universidad de Carabobo.
carmorvan@hotmail.com