

Calidad y competitividad

La **competitividad** es la capacidad de una organización para mantener y aumentar su presencia en el mercado o sector específico en el que opera, al tiempo que obtiene una adecuada rentabilidad de sus inversiones. Depende de una serie de factores externos (tipos de interés, flexibilidad del mercado laboral, capacitación y formación, dotación de infraestructuras, etc.) y de factores internos (governables por la organización) que son los que determinan la calidad y la productividad.

Identificar y satisfacer las necesidades de los clientes es el fundamento de la calidad pero, para ser competitiva, la organización tiene que conseguir esto al menor coste. Para ello, es preciso gestionar adecuadamente los recursos y eliminar las operaciones que no añadan valor al producto o servicio, así como los costes de la no calidad.

La elección de las dimensiones en las que una organización quiere competir (innovación, tecnología, precio, atención al cliente,...) es una parte del desarrollo de su estrategia. No todas optan por una estrategia basada en una clara orientación al cliente, pero se han identificado algunos factores comunes en las organizaciones que con más éxito crean valor para sus clientes:

- Calidad de servicio definida por sus propios clientes, reconfirmada y corregida periódicamente.
- Compromiso absoluto de la Dirección con la mejora cultural, de gestión y de métodos operativos.
- Formalización del proceso de mejora continua (objetivos, medidas, análisis, benchmarking,...).
- Total implicación del conjunto de empleados en el proceso de cambios y de mejora continua.