Otro hecho es que de las empresas o las organizaciones que lo intentaban, muy pocas de ellas compraban la tecnología, más bien se avocaban a desarrollarla o a reajustar por si mismos sus procesos.

Con la apertura todo cambió las estrategias anteriores ya no son útiles, ahora no se trata de hacerlo todo yo mismo.

La competencia global exije, no generadores de tecnología, sino más bien usuarios inteligentes de tecnología.

El tiempo anora es viral, o competimos en el extendir o perdemios el pocomercado interno que aún se conserva en algunas industrias.

O vemos la tecnología como una herramienta que está disponible en cualquier parte del mundo o no competimos. Las alternativas son pedas y en

Pero ahora estamos en 1989, exactamente a una década del siglo XXI, México está en plena reestructuración de su economía y las empresas tratan de cambiar diametralmente su enfoque, buscando nuevos mercados, inclusive los externos.

Las concertaciones sociales y económicas de nuestro país han adoptado un camino congruente con los movimientos mundiales de apertura económica y de comercio internacional.

#### El Contexto Internacional

Es inegable que nuestro país esta inmerso en un mundo que ahora es más interdependiente, que por el desarrollo deslumbrante de las comunicaciones se ha contraído en todo, un mundo que se rige por un mercado global, donde los productos de una empresa se venden al mismo tiempo en los cinco continentes.

Para 1992, la Comunidad Económica Europea consolidará la integración de España y Portugal y se establecerá una liberalización económica interna.

Como consecuencia los países del resto del mundo tendrán que negociar bajo unas mismas bases, con un solo frente.

A través del MERCOMUN ellos amplian su mercado y buscan al mismo tiempo vender en bloque y comprar en bloque, las economías a escala que esto les reporte pondrá sus productos en el mundo a un precio más competitivo.

La Comunidad Europea Unificada representa un reto para el resto de las potencias económicas mundiales y para nosotros los mexicanos también.

A primera vista el mundo quedará subdividido en bloques económicos poderosos que se disputarán el mercado mundial.

Haciendo un rápido recuento podemos considerar la Cuenca del Pacífico bajo el liderazgo de Japón, los países del bloque socialista bajo la dirección de Rusia, el Mercomun Europeo que entrará en vigor en 1992 y la Unión Económica entre Estados Unidos y Canadá de reciente formación.

Estos bloques dejan fuera a los países latinoamericanos que no hemos podido conjuntarnos o que hemos fracasado en los esfuerzos incipientes que representa por ejemplo en Sudamérica en el Pacto Andino.

## Retomando el punto del Mercado Común Europeo.

En estos momentos ya se están preparando estrategias, por parte de los principales productores del mundo, ante el temor de que levanten barreras comerciales y para negociar con este nuevo bloque económico.

Los pilares sobre los que basan su integración lo constituyen: la unidad monetaria y la desaparición de las fronteras (y esto no quiere decir que pierdan sus ciudadanías o sus formas de gobierno autónomos).

Otros pilares son: el aspecto social con su impacto integrador y el espacio económico común y, finalmente la capacidad tecnológica dirgida a renglones estratégicos los pondría en el mediano plazo en la punta del desarrollo.

Toda esta estrategia de mercado la vienen planeando, en la Comunidad Europea, desde 1945. La planeación será la clave de su posible éxito.

Hasta los países del bloque socialista, anteriormente cerrados, han entendido que el intercambio comercial ya no respeta fronteras, se da a nivel mundial.

Si la Unión Soviética continúa, como se prevee, con sus programas de apertura económica, pronto tendrémos productos rusos circulando por las tiendas de todo el mundo y no se diga de los productos chinos que vemos cada vez con mayor frecuencia.

Igual sucede con los productos occidentales que han roto las fronteras políticas para llegar a sus clientes.

La Comunidad Europea Unificada representa un reto para el resto de las potencias económicas mundiales y para nosotros los mexicanos también.

A primera vista el mundo quederá subdividido en bloques económicos

Haciendo un rápido recuento podemos considerar la Cuenca del Pacífico bajo el liderazgo de Japón, los países del bloque socialista bajo la dirección de Rusia, el Mercomun Europeo que entrará en vigor en 1992 y la Unión Económica entre Estados Unidos y Canadá de reciente formación.

Estos bloques dejan fuera a los países latinoamericanos que no hemos podido conjuntamos o que hemos fracasado en los esfuerzos incipientes que representa por ejemplo en Sudamérica en el Pacto Andino.

Retomando el punto del Mercado Común Europeo.

En estos momentos ya se están preparando estrategias, por parte de los principales productores del mundo, ante el temor de que levanten barreras comerciales y para negociar con este nuevo bloque económico.

Los pilares sobre los que basan su integración lo constituyen: la unidad monetaria y la desaparición de las fronteras (y esto no quiere decir que pierdan sus ciudadanías o sus formas de gobierno autónomos).

económico común y, finalmente la capacidad tecnológica dirgida a renglones estratégicos los pondría en el mediano plazo en la punta del desarrollo.

Toda esta estrategia de mercado la vienen planeando, en la Comunidad Europea, desde 1945. La planeación será la clave de su posible éxito.

Hasta los países del bloque socialista, anteriormente cerrados, han entendido que el intercambio comercial ya no respeta fronteras, se da a nivel mundial.

Si la Unión Soviética continúa, como se prevee, con sus programas de apertura económica, pronto tendrémos productos rusos circulando por las tiendas de todo el mundo y no se diga de los productos chinos que vemos cada vez con mayor frecuencia.

Igual sucede con los productos occidentales que han roto las fronteras políticas para llegar a sus dientes.

El mundo de hoy ha cambiado el poderío de la guerra de las armas por el poderío de la competencia de mercado.

Antes las guerras eran los grandes detonadores económicos, ahora lo es la lucha por el Mercado. y Taguchi nos propone el concepto social

Por el Mercado con "M" mayúscula. Por el que no respeta fronteras ni ideologías.

Actualmente a los grandes centros de transacciones comerciales no les importa el origen, ni el destino del producto; les interesa simplemente ubicar los productos adecuados en el lugar adecuado y que esto satisfagan las necesidades del consumidor.

La comercialización global responde a las leyes naturales del mercado de manera rotunda e implacable, si el producto tiene calidad es aceptado, si no la tiene es simplemente ignorado.

Esto quiere decir que la comercialización global exige un ingrediente básico:

#### LA CALIDAD.

¿Que es la Calidad?

En esta línea de pensamiento, mientras más productores existan, habrá más ¿Pero qué es la Calidad Total?

o competimos, todos podemos accesar to mejor, lo de más calidad. ¿Por qué le esta dando resultados a los japoneses, coreanos y taiwaneses?

¿Por qué son tan competitivos sus productos?

¿Qué estan haciendo ellos que no estamos haciendo nosotros?

La Calidad Total la define Crosby de una forma tan sencilla como decir que "es cumplir con todos los requisitos del consumidor", y agrega "haga las cosas bien desde el comienzo y no tendrá que pagar para arreglarlas o para hacerlas de nuevo".

Por otra parte, el Dr. Ishikawa comenta sobre la calidad. "Es desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el más útil y siempre satisfactorio".

El Dr. Taguchi nos dice que la calidad es "la mínima pérdida causada a la sociedad a partir del momento en que el producto se embarca"

El mundo de hoy ha cambiado el poderío de la guerra de las armas por el poderío de la competencia de mercado.

Antes las guerras eran los grandes detonadores económicos, ahora lo es la lucha por el Mercado.

Por el Mercado con "M" mayúscula. Por el que no respeta fronteras ni ideologías.

Actualmente a los grandes centros de transacciones comerciales no les importa el origen, ni el destino del producto; les interesa simplemente ubicar los productos adecuados en el lugar adecuado y que esto satisfagan las necesidades del consumidor.

La comercialización global responde a las leyes naturales del mercado de manera rotunda e implacable, si el producto tiene calidad es aceptado, si no la tiene es simplemente ignorado.

Esto quiere decir que la comercialización global exige un ingrediente básico:

LA CALIDAD.

¿Que es la Calidad ?

¿Pero qué es la Calidad Total?

¿Por qué le esta dando resultados a los japoneses, coreanos y taiwaneses?

¿Por qué son tan competitivos sus productos?

¿Qué estan haciendo ellos que no estamos haciendo nosotros?

La Calidad Total la define Crosby de una forma tan sencilla como decir que "es cumplir con todos los requisitos del consumidor", y agrega "haga las cosas blen desde el comienzo y no tendrá que pagar para arreglarlas o para hacerlas de nuevo".

Por otra parte, el Dr. Ishilkawa comenta sobre la calidad. "Es desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el más útil y siempre satisfactorio".

El Dr. Taguchi nos dice que la calidad es "la mínima pérdida causada a la sociedad a partir del momento en que el producto se embarca"

Desde el punto de la teoría hay una gran amplitud de criterios, todos validos, en los que mientras Deming se enfoca en la estadística, Juran busca la mejora continua, Feigenbaum le aplica a la calidad el enfoque de sistemas, Ishikawa integra la formación de los círculos de calidad, Crosby se basa en los programas de cero defectos y Taguchi nos propone el concepto social.

Como puede comprenderse la calidad a recibido aportaciones importantes tanto conceptuales como pragmáticas, es un concepto tan amplio y con tantas herramientas que puede adaptarse a cualquier tipo de organización. Cualquier organización puede hacer suya la calidad y desarrollar su propio enfoque.

La calidad total puede aplicarse con la misma propiedad tanto en la empresa, como en una institución de servicio público. En ambos casos el condicionante es el mismo: el que decide si hay o no calidad en un producto es el consumidor, el cliente. Sólo su opinión puede despejar esta incógnita.

Si las ventas de nuestro producto las repite el cliente o si las compras de nuestro proveedor de materia prima se repiten , seguramente es porque el producto llenó las espectativas del consumidor y entonces podemos pensar que el producto tiene calidad.

En esta línea de pensamiento, mientras más productores existan, habrá más alternativas para el cliente, más competencia por su preferencia. Si todos en el mundo competimos, todos podemos accesar lo mejor, lo de más calidad.

En el mercado global, sólo el mejor sobrevive.

Facultad de Ciencias Químicas UANL

# ENFOQUE TRADICIONAL DE LA CALIDAD VS. EL ACTUAL

Actualmente las empresas empeñadas en la calidad tienen forzosamente que revertirse hacia afuera, hacia su cliente, saben que éste es el que realmente determina los estándares de calidad de cada producto, no el director ni el departamento de control de calidad.

La calidad total, como filosofía de trabajo surge desde su fundamento de la lógica relación proveedor-cliente, en una cadena en los que unos irremediablemente dependemos de los otros, tanto para obtener nuestros insumos, como para asegurar las "ventas".

Por ello también hay que considerar que los clientes internos de las organizaciones son factor importante de la calidad total; son "clientes y proveedores al mismo tiempo" el delegado sindical, el jefe de nóminas, el personal de limpieza, el staff de planeación, etc. en concreto todas las

Desde el punto de la teoría hay una gran amplitud de criterios, todos validos, en los que mientras Deming se enfoca en la estadística, Juran busca la mejora continua, Feigenbaum le aplica a la calidad el enfoque de sistemas, Ishikawa integra la formación de los circulos de calidad, Crosby se basa en los programas de cero defectos y Taguchi nos propone el concepto social.

Como puede comprenderse la calidad a recibido aportaciones importantes tanto conceptuales como pragmáticas, es un concepto tan amplio y con tantas herramientas que puede adaptarse a cualquier tipo de organización. Cualquier organización puede hacer suya la calidad y desarrollar su propio enfoque.

La calidad total puede aplicarse con la misma propiedad tanto en la empresa, como en una institución de servicio público. En ambos casos el condicionante es el mismo: el que decide si hay o no calidad en un producto es el consumidor, el cliente. Sólo su opinión puede despejar esta incógnita.

Si las ventas de nuestro producto las repite el cliente o si las compras de nuestro proveedor de materia prima se repiten, seguramente es porque el producto llenó las espectativas del consumidor y entonces podemos pensar que el producto tiene calidad.

En esta línea de pensamiento, mientras más productores existan, habrá más alternativas para el cliente, más competencia por su preferencia. Si todos en el mundo competimos, todos podemos accesar lo mejor, lo de más calidad.

En el mercado global, sólo el mejor sobrevive.

### ENFOQUE TRADICIONAL DE LA CALIDAD VS. EL ACTUAL

Actualmente las empresas empeñadas en la calidad tienen forzosamente que reventirse hacia aíuera, hacia su cliente, saben que éste es el que realmente determina los estándares de calidad de cada producto, no el director ni el departamento de control de calidad.

La calidad total, como filosofía de trabajo surge desde su fundamento de la lógica relación proveedor-cliente, en una cadena en los que unos irremediablemente dependemos de los otros, tanto para obtener nuestros insumos, como para asegurar las "ventas".

Por ello también hay que considerar que los clientes internos de las organizaciones son factor importante de la calidad total; son "clientes y proveedores al mismo tiempo" el delegado sindical, el jefe de nóminas, el personal de limpieza, el staff de planeación, etc. en concreto todas las

personas de la organización son elementos del sistema de calidad total, todos ellos forman las cadenas cliente- proveedor, si unos no se satisfacen sus respectivas necesidades no hay proceso, ni hay calidad.

Tradicionalmete la calidad se consideró una cuestión puramente técnica basada en estándares, estadísticas, medidas lineales y de volúmen; sin embargo, el concepto de calidad total incluye el sistema socio-técnico en el que, además de asegurar la calidad en base a los números y datos, se maneja el aspecto humano, es decir la actitud de la persona hacia el mejoramiento contínuo.

En otros años, la calidad era totalmente autocrática, era una imposición obligada, un peso que había que cargar para satisfacer al supervisor, sin importar lo que quería realmente el cliente. Ahora la calidad es participativa y parte del convencimiento propio del personal de una estrategia planeada para transformarse en una actitud participativa.

Dentro del proceso de calidad, esta participación debe ser interdisciplinaria, eso quiere decir que todas las actividades, sistemas, funciones, puestos y directrices de la organización, tiene que ver y afectar el proceso de calidad, por ello la calidad esta basada en un proceso de cambio cultural, un cambio que es continuo y permanente.

Desde el punto de vista del cambio, la calidad era estática, rígida, con estándares, procesos y sistemas inamovibles; hoy la calidad es dinámica, los estándares deben cambiarse continuamente para adaptarse a las cambiantes necesidades de los clientes y a los avances de la competencia.

Tradicionalmente se pensaba que la calidad era un costo que había que cargarse en el precio del producto y que el cliente debía de pagar, incluso se creía que entre más costoso un producto era de mejor calidad, este enfoque resultaba hasta cierto punto lógico.

Era muy fácil incrementar los costos para que el producto saliera bien , así fuera necesario repetir los procesos, desperdiciar materiales y tiempo. Este era el costo por hacerlo bien.

Ahora el nuevo enfoque no sólo pretende hacer productos de calidad, sino inclusive optimizar los procesos para hacerlos al menor costo posible. Esto quiere decir que se busca incurrir en los costos de prevención y se busca evitar los costos de inspección, retrabajo y los costos de fallas de campo.