

ARTÍCULO

En torno al concepto de calidad. Reflexiones para su definición

Concept of Quality. Reflections for its Definition

MSc. Juan Carlos Mayo Alegre¹, Dr. C. Néstor Alberto Loredo Carballo², MSc. Saadia Noemí Reyes Benítez³

1 Centro de Estudios de Dirección (CEDIT), Universidad de Las Tunas *Vladimir Ilich Lenin*, Cuba. jcarlos@ult.edu.cu

2 Centro de Estudios de Dirección Empresarial y Territorial (CEDET), Universidad de Camagüey Universidad de Camagüey Ignacio Agramonte Loynaz, Cuba

3 Universidad de Las Tunas *Vladimir Ilich Lenin*, Cuba

RESUMEN

La falta de consenso en la definición del término calidad es la principal causa de resultados contradictorios e inconsistentes derivados de estudios empíricos, lo que ha impedido construir una sólida base de partida para el análisis de esta, y por consiguiente, para su proceso de gestión como resultado deseable de toda organización. En este artículo se realiza un análisis conceptual y crítico sobre la categoría calidad que permitió, a partir del reconocimiento de un conjunto de propiedades que gravitan en torno a su significado, develar su esencia circunscrita en el contexto de las relaciones sociales de producción, esto es, como categoría económica.

Palabras clave: concepto de calidad, calidad objetiva, calidad subjetiva, enfoque global de la calidad, gestión de la calidad.

ABSTRACT

Lack of consensus on the definition of quality is the main cause of conflicting and inconsistent results from empirical studies, which prevented the building of a solid starting point for its analysis, and therefore to their management process as pursued outcome in any organization. This paper presents a conceptual and critical analysis of the quality category which enabled, from the recognition of a set of properties related to its meaning, to reveal its essence inside the production's social relations context, that is, as an economic category.

Key words: concept of quality, objective quality, subjective quality, comprehensive approach to quality, quality management.

INTRODUCCIÓN

La Constitución de la República (Asamblea Nacional del Poder Popular, 2003, p. 1) enuncia que “Cuba es un Estado socialista de trabajadores (...) organizado con todos y para el bien de todos (...), para el disfrute de la libertad política, la justicia social, el bienestar individual y colectivo y la solidaridad humana”; más adelante en su artículo 16 se refrenda que “El Estado organiza, dirige y controla la actividad económica nacional (...), a fin de (...) satisfacer cada vez mejor las necesidades materiales y culturales de la sociedad y los ciudadanos, promover el desenvolvimiento de la persona y de su dignidad, el avance y la seguridad del país (Asamblea Nacional del Poder Popular, 2003, p. 3).

Del ideario de Ernesto “Che” Guevara emana el postulado de que esa satisfacción “(...) sea resuelta con la máxima calidad posible, como parte intrínseca de la producción, en función de garantizar las necesidades de la sociedad en su acepción más específica, el pueblo, y como necesidad también exclusiva del hombre, como parte de su ética, de su deber social y de la conciencia de la necesidad de satisfacer esas necesidades, en beneficio de la propia sociedad” (Martínez y Sabadí, 2006).

Para un país como Cuba, el logro de altos niveles de calidad en productos y servicios tiene importantes implicaciones si se atiende al contexto en el cual vive su sociedad: la actualización de su modelo económico para consolidar el socialismo como proyecto viable. En este sentido, la calidad es uno de los elementos que sustentan este proceso, aspiración refrendada en los Lineamientos de la Política Económica y Social (PCC, 2011), los cuales expresan la voluntad del pueblo contenida a su vez en la política del Partido, el Estado y el Gobierno de la República de Cuba, y, en la Primera Conferencia Nacional del Partido Comunista de Cuba (PCC, 2012).

Explícitamente, en el lineamiento 142 asociado a la política social, se enuncia la voluntad de “garantizar la elevación sistemática y sostenida de la calidad de los servicios que se brindan a la población, según las posibilidades de la economía” (p. 22). De forma análoga, el objetivo 45 de la Primera Conferencia Nacional del Partido Comunista de Cuba (PCC, 2012), expresa: “Incrementar, con la participación activa del colectivo de trabajadores ..., la calidad de los procesos productivos, de servicios y sus resultados en los organismos, empresas, unidades presupuestadas y otras instancias económicas y sociales” (PCC, 2012, p. 6), y es que en el ámbito de las organizaciones se ha establecido el paradigma, apoyado tanto en la investigación como en la experiencia práctica, de que la mejora continua de la calidad de productos y servicios, además de constituir un criterio clave de eficacia organizacional, genera resultados positivos medibles en términos de beneficios, disminución de costos, ahorro y, sobre todo, satisfacción (Mayo, Loredó y Reyes, 2012).

A pesar de la importancia creciente de lograr resultados organizacionales de calidad, no se ha llegado a una definición clara y ampliamente aceptada de su significado. En este sentido Juran y Gyrna (1993) han establecido que “existe sobre el concepto calidad un

auténtico diluvio de definiciones redundantes, que contribuyen poco a clarificar su significado actual” (p. 102).

En ese mismo nivel de análisis Ghobadian y Gallear, Reeves y Bednar, Watson y Korukonda, y Garvin, citados por Camisón, Cruz y González (2006), han coincidido en afirmar que “no existe en la literatura una definición universal, (...) y comúnmente aceptada de calidad. Por el contrario, existen numerosas dificultades, tanto conceptuales como prácticas, que lo hacen aún un concepto escurridizo y difícil de definir” (p. 145).

En la misma óptica Caetano (2003, p. 62) manifestó que la calidad "(...) es un concepto incierto, fácil de visualizar y exasperadamente difícil de definir". Con un enfoque similar Calabuig (2006, p. 59) se ha pronunciado en el sentido de que "(...) la calidad es un constructo que se ha abordado desde siempre a lo largo de la historia empresarial. Se han realizado múltiples intentos de definirla de manera global, pero lo cierto es que no existe una definición que pueda resumir todas las acepciones que se han aportado sobre este fenómeno”.

De forma análoga Gutiérrez y Martín (2004, p. 3) han señalado que “no resulta fácil, en principio, alcanzar un acuerdo global en torno al significado concreto del término calidad (...); es uno de esos conceptos ambiguos que rehúyen las definiciones precisas”; por su parte Pérez (2013, p. 31), citando a Folz, argumentó que esta “ha sido extrapolada a disímiles actividades humanas, por lo que puede existir gran variedad de referentes sobre esta categoría (...), es uno de esos conceptos escurridizos de la administración. Los intentos de definirlo y calibrarlo para satisfacción de todos son análogos al reto de poner orden en una jaula de grillos”.

Valiente y Álvarez citados por Torres y Galdós (2007, p. 5), dejaron explícito incluso que la calidad “(...) como la creatividad y la inteligencia (...) cuanto más se profundiza en ellas, más difícil resulta delimitarla”; pero mayor incertidumbre introdujo Pirsing, citado por Hoyer y Hoyer (2001, p. 7), quien con un enfoque muy cercano al agnosticismo reveló que la calidad:

“(…) se sabe qué es, pero no se sabe expresar lo que es (…). Algunas cosas son mejores que otras; es decir, tienen más calidad. Pero cuando se intenta expresar lo que es calidad separada de las cosas que la poseen, no se tiene ni idea (…). Si no se puede determinar qué es calidad, ¿cómo se sabe lo que es, o siquiera que existe? Si nadie sabe lo que es entonces en la práctica no existe”.

Reeves y Bednar (1994) concluyeron que una definición sobre calidad comúnmente aceptada y válida para todas las empresas e industrias no es posible; por el contrario, proponen desarrollar definiciones comparables y examinar las compensaciones inherentes de aceptar un concepto tras otro, tras un análisis detallado de sus fortalezas y debilidades. La confusión aumenta, de acuerdo con Camisón, Cruz y González (2006), cuando se encuentran posiciones equidistantes según las cuales no existiría una definición más correcta que las otras, de manera que goce cada concepto de ventajas e inconvenientes según se consideren por su facilidad de evaluación, su valor para el cliente o su utilidad para la organización.

Al margen de estas aseveraciones, se puede argumentar que el conocimiento de la realidad por parte del hombre supone extraer, de ella misma, el sistema de regularidades que rigen su desarrollo y la elaboración de conceptos, principios, leyes y categorías a través de los cuales se expresan la comprensión sobre las propiedades y cualidades de las cosas y sus relaciones e interacciones internas y externas y, si se acepta la necesidad de contar con productos y servicios de calidad, resulta entonces ineludible conocer qué elementos la distinguen, puesto que sin un previo análisis de su significado, se dificultaría el proceso para gestionarla.

Es entonces oportuno el llamado de atención realizado por Camisón, Cruz y González (2006) sobre la necesidad de elaborar trabajos que informen sobre cómo están siendo interpretadas las distintas nociones de calidad y ayuden a aclarar los equívocos. Son así a su vez legítimas las advertencias de Ramírez (2002), González (2003), Torres y Galdós (2007) sobre la necesidad de *definir la categoría calidad y descomponerla en acciones tangibles que permitan su eficaz gestión*, argumento en el cual descansa el objetivo de este artículo de reflexión.

DESARROLLO

La revisión de la bibliografía que sustenta teóricamente la calidad testifica diversidad de acepciones, expresión de un proceso evolutivo resultado de cambios en la consideración que, sobre esta categoría, ha tenido cada sociedad, cultura y modo de producción a lo largo de la historia de la humanidad.

Desde las épocas más remotas de la humanidad, de acuerdo con Guerra Zaldívar citada por Ruiz (2014), el hombre se formó un concepto crítico sobre el grado de perfección con que eran satisfechas sus necesidades. Al manejar sus elementales herramientas ya juzgaba y comparaba los resultados que obtenía con ellas y llegaba a una idea cualitativa sobre estas. Se puede decir que el progreso humano ha sido impulsado por los juicios de valor que el hombre emite, posteriormente designados con el término calidad.

Las concepciones teóricas acerca de la calidad se han ido transformando en la medida que ha cambiado el contexto histórico-social y económico de la humanidad. En ese sentido Garvin (1988), Maqueda y Llaguno (1995), Balbastre (2001), Moreno-Luzón, Peris y González (2001), Marimón (2002), Climent (2003), Calabuig (2006), Camison, Cruz y González (2006), Santomá (2008) así como los investigadores cubanos Pozo (2001), González (2003), Ayala, Díaz, Romero y Errasti (2005), de la Nuez Hernández (2005), Moreno (2008), Santos (2010), Guerra y Meizoso (2012), han coincidido en identificar cuatro etapas genéricas en la evolución del concepto de calidad y su gestión que se concretan en inspección, control estadístico, aseguramiento y gestión total de la calidad.

El rasgo esencial que distinguió la etapa de inspección estuvo focalizado en que las acciones desarrolladas por los productores para lograr mercancías de calidad fueron asociadas a la detección y solución de los problemas generados por la falta de uniformidad, esto es, al control de las características del producto final, desechando los defectuosos.

El objetivo básico de la inspección es evitar que productos defectuosos lleguen al cliente. Su proceder consiste en establecer a priori especificaciones de calidad del

producto, que deben comprobarse sistemáticamente para verificar la conformidad del producto final y separar los productos defectuosos para su desecho o reproceso.

La etapa de control estuvo caracterizada por la verificación de la conformidad de las características del producto o servicio mientras se está produciendo, y de esta forma asegurar su uniformidad para minimizar la variabilidad dentro de un rango aceptable. Sin embargo, el mero control de los procesos no permite impedir los defectos originados por un producto mal diseñado o con materiales mal seleccionados. No obstante a que la detección de errores se logra en una fase más temprana con sus ventajas en términos de productividad, continua siendo un enfoque reactivo en términos de alcanzar productos y servicios de calidad.

El énfasis en la etapa de aseguramiento estuvo en garantizar la fiabilidad (conformidad con especificaciones) y la aptitud para el uso del producto, de manera que se establecieron preceptos sobre cómo desarrollar las tareas de todos los procesos de la organización, pero principalmente en el área productiva). La definición de las especificaciones que deben cumplir los productos se originan a partir de las necesidades de los consumidores.

En la etapa de gestión de la calidad total, que implica a todos los procesos de la organización, o cuando menos, los vinculados a los requerimientos del cliente, se añadió la concepción de objetivos y de mejora continua (actitud proactiva). Consiste en el conjunto de acciones orientadas a planificar, organizar y controlar la función de calidad de una organización, con vistas a la mejora continua de la calidad del producto y de la posición competitiva así como a optimizar la creación de valor para los grupos de interés considerados clave de una organización.

Estas etapas se han desarrollado en orgánica conexión con los conocimientos alcanzados por las predecesoras y que se derivan de ellas, consolidándolas con nuevos matices en respuesta, tal y como refiere Moreno (2008) "(...) a los cambios de las condiciones histórico-concretas de cada época, que ha permitido la negación dialéctica de una por otra cualitativamente superior, que toma lo positivo de la anterior y la enriquece" (p. 22).

Sin embargo, pretender enmarcar estas etapas en periodos históricos delimitados resulta difícil, porque cada formación socioeconómica se ha desarrollado a ritmos distintos y sus demandas han sido diferentes, lo que ha implicado, además, que no se hayan manifestado de manera homogénea en todas las áreas geográficas del planeta; no obstante, el reconocimiento de estas como válidas resulta revelador para establecer la secuencia del desarrollo del concepto de calidad, donde se pueden identificar dos enfoques bajo los cuales tradicionalmente se ha asumido su significado: el objetivo y el subjetivo.

El enfoque objetivo se asocia a la adecuación de las características verificables de productos y servicios con sus requisitos preestablecidos de producción en el cual son relevantes las contribuciones realizadas por Crosby (1996), quien definió la calidad como "conformidad del producto con requisitos claramente especificados" (p. 72). En una lógica similar Taguchi, Domínguez y Shroeder citados por Moreno, Peris y González (2001) coinciden en vincularla a una manera de producir bienes o servicios cuyos atributos satisfacen especificaciones predeterminadas de producción.

Este enfoque se torna fácil de operacionalizar, con el inconveniente de que la ausencia de "no conformidades" en productos y servicios no necesariamente determina calidad en ellos, bajo el comprendido de que sus requisitos predeterminados de producción no siempre se ajustan a lo que desean y demandan los consumidores. Ello implica una visión interna y estática de la gestión de la organización, con las limitaciones que le son inherentes para enfrentar la evolución de las necesidades de sus clientes.

Esta realidad ha contribuido a cambiar la forma de entender la calidad, que transita desde una perspectiva hacia lo interno de las organizaciones, a otra donde se reconoce la necesidad de considerar el punto de vista del cliente y su satisfacción bajo el comprendido de que, en última instancia, es siempre el consumidor quien determina el nivel de ésta en productos y servicios, argumento esencial presente en las investigaciones de Grönroos (1994) y Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993), así como de los cubanos Ramírez (2002), González (2003), de la Nuez Hernández (2005), Escalona (2008), Barreiro (2010), Díaz (2010) y Pérez (2013), quienes coinciden en reconocer la calidad, de manera general, como juicio evaluativo de carácter global

formulado por el cliente y que se refleja en su actitud sobre la excelencia o superioridad del producto o servicio con respecto a sus necesidades, como expresión de su percepción sobre ellos.

Aun cuando en este enfoque se reconoce la importancia de la satisfacción del cliente como elemento central y subyacente del concepto de calidad, es criterio del autor de esta tesis que no es acertado asumir con significados intercambiables o sinónimos ambas categorías; las dos implican la emisión de juicios por parte del cliente, pero tienen diferencias relevantes. La calidad supone la valoración de un objeto externo, es decir, el referente está fuera del individuo; en cambio, la satisfacción se refiere a la descripción de una realidad interna: los sentimientos que se relacionan con la elección de un servicio o bien de consumo.

La existencia de estos enfoques (objetivo y subjetivo) es expresión de lo afirmado por Tortoló (2005) citando a Marx:

(...) los hombres al establecer las relaciones sociales con arreglo al desarrollo de la producción material, crean también los principios, las ideas y las categorías conforme a sus relaciones sociales. Por tanto, estas ideas, estas categorías, son tan poco eternas como las relaciones a las que sirven de expresión, son productos históricos y transitorios (p. 9).

Así ratifica que estas cambian y se transforman en correspondencia con las condiciones materiales de vida, el desarrollo del conocimiento y de la práctica social de los hombres.

Para exponer el criterio de los autores sobre cómo debe entenderse esta categoría, resulta insoslayable hacer referencia al Diccionario de la Real Academia Española (2001), quien define la calidad como (...)Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor. Por su parte, el Diccionario Filosófico citado por Torres y Galdós (2007) establece que la calidad "(...) está relacionada con un objeto o fenómeno, pues lo engloba y forma parte inseparable de él, se vincula con el ser del objeto o fenómeno que, en tanto lo es, no puede perderla" (p. 9).

En una óptica similar Lafourcade, citado por estos mismos autores señaló además que la calidad "(...) es en esencia un concepto evaluativo, averiguar la calidad de algo exige

constatar su naturaleza y luego expresarlo de modo que permita una comparación”, (Torres y Galdós, 2007, p. 9), y concluye que la calidad “(...) es una cualidad integral de un objeto que expresa en qué grado se asemeja a un patrón ideal de esa clase de objeto, lo que permite establecer juicios ordinales entre objetos de una misma clase; es el conjunto de cualidades de un objeto o fenómeno que induce a la comparación con sus semejantes y, por tanto, a una calificación” (p. 10).

Estas acepciones, asumidas como válidas en esta investigación, permiten reconocerle a la categoría calidad doble significado: por una parte, entenderla como cualidad de un objeto, esto es, un producto o servicio tendrá siempre, de manera implícita o incorporada, una determinada calidad, y será de mayor o menor grado en la medida en que sus atributos se adecuen a un patrón o estándar ideal, sea el de los productores o el de los consumidores; por otra parte, la calidad es concebida en términos absolutos de superioridad, donde sí está implícita una evaluación positiva del producto o servicio considerado.

En los enfoques y conceptualizaciones sobre calidad anteriormente sistematizados, se puede identificar, además, un conjunto de características que, a manera de propiedades de su significado, la operacionalizan al tiempo que le son inherentes y afectan su definición; ellas son: su carácter multidimensional, subjetivo y personal, valorativo, comparativo, además de sistémico y procesal.

El carácter multidimensional de la calidad encuentra su fundamento en la consideración de que los productos y servicios son, en efecto, un conjunto de atributos (propiedades, cualidades o características presentes en la mercancía y determinan su capacidad para satisfacer necesidades del consumidor), pero no necesariamente homogéneos para los diferentes consumidores (Gutiérrez y Martín, 2004; Pérez, 2006; Moreno, 2008).

A partir del reconocimiento de que sus necesidades son diversas, como distintas son también las formas alternativas de satisfacerlas, los consumidores valorarán en cada producto o servicio aquellos atributos que, desde su percepción, permiten satisfacer en mayor grado sus necesidades específicas. Sus estimaciones respecto al grado en que un producto o servicio los satisface, habrán de diferir entre ellos de manera

considerable, entre otras razones por la amplia diversidad de motivaciones y finalidades subyacentes en la adquisición y uso del producto o servicio.

Ello explica a su vez el carácter subjetivo y personal que se le atribuye a la categoría calidad, que únicamente adquiere sentido en el ámbito particular del individuo cuyas necesidades, como ya se dijo, son particulares. Es así que los atributos configuran múltiples dimensiones del producto o servicio desde la óptica personal del consumidor; sin embargo, estas no son, en muchos casos, directamente observables sino que son abstracciones realizadas a partir de la percepción de los atributos presentes en la mercancía.

La percepción se asocia al proceso de búsqueda de información realizado por los consumidores para apreciar e interpretar las dimensiones que configuran los productos o servicios a partir de sus atributos constitutivos y, en consecuencia, emitir juicios valorativos (excelente, alto-medio-bajo, conforme-no conforme, etc.) acerca del grado de calidad de estos. Es así que hacer alusión a la calidad siempre implicará la emisión de una calificación, ya sea por los productores para referirse al nivel de conformidad con las especificaciones de producción, o bien por los consumidores para considerar la calidad del producto o servicio sustentado en las múltiples dimensiones que lo conforman, lo que hace evidente su carácter valorativo.

Esta valoración, sustentada en las múltiples dimensiones que conforman el producto o servicio, se produce siempre en un contexto de comparación, ya sea en la contrastación del producto o servicio final con sus requisitos de calidad previamente especificados; entre los distintos productos o servicios (en el sentido de que su calidad será valorada dependiendo de su superioridad o inferioridad relativa sobre otros considerados por el consumidor como sustitutos directos de aquellos); o bien entre su calidad esperada y la finalmente percibida tras su consumo.

Las propiedades presentes en el significado de la calidad revelan que para alcanzarla como resultado deseable de su gestión, las organizaciones deberán desarrollar un conjunto de procesos claves que la aseguren, cuyo punto de partida es la identificación de los atributos del producto o servicio de acuerdo con las necesidades, expectativas, deseos y demanda de los consumidores; convertir dichos atributos en requisitos en el

proceso de producción y asegurar que cumplan exactamente con las especificaciones inicialmente identificadas, argumento este que sitúa a la calidad como categoría inherente a las relaciones sociales de producción, esto es, como categoría económica.

Así, con énfasis en esta sinergia establecida entre el productor y el consumidor, Juran (1993) ha establecido que la calidad es “(...) el grado de adecuación del producto a su objetivo funcional, es decir, al uso deseado y a las necesidades específicas de cada sujeto” (p. 156), idea central que ha estado presente de forma análoga en las definiciones sobre esta categoría aportadas por Shewart, Feigenbaum, Alvero Francés, Ishikawa y Deming citados por Camisón, Cruz y González (2006), Maqueda y Llaguno (1995) y Marimón (2002).

De manera similar y consensuada internacionalmente, las definiciones de calidad descritas por la Organización Internacional de Normalización (ISO por sus siglas en inglés) en sus distintas ediciones (ISO 9000: 2001, ISO 9004: 2001, ISO 9000: 2005) se han adecuado generalmente a los argumentos anteriores, con el que coinciden los autores cubanos Pérez (2006) y Moreno (2008).

Las conceptualizaciones anteriores, cuyo fundamento central asocia la calidad al grado en que los atributos de productos o servicios (propios o incorporados en un proceso productivo), han cumplido con las funciones y requisitos para los que han sido diseñados, y a su vez, se han ajustado a los expresados por los consumidores, revelan un tercer enfoque, que desde una perspectiva global, integra de manera holística a los anteriores (el objetivo y el subjetivo) ya descritos.

Es criterio de los autores de este artículo que, para el caso concreto de una sociedad que se encuentra en pleno proceso de construcción del socialismo como modelo, son válidas las consideraciones de Ernesto Guevara de la Serna sobre la categoría calidad; compatibles con el enfoque global pero con ligeros matices en el sentido de que su punto de vista está integrado, como han referido Martínez y Sabadí (2006) “(...) a una concepción general sobre la sociedad socialista y sus nexos con el hombre que la materializa dentro de un sistema más amplio que el económico, pero del que emergen ideas que en todos los campos, incluido el filosófico, caracterizan su pensamiento” (p. 9).

En el análisis del ideario del Ché, estos autores distinguieron una concepción de la calidad, según la cual esta se manifiesta, efectivamente, en las relaciones sociales de producción, a partir del desarrollo de la producción material como medio formador de conciencia (lo que constituye un aporte en las singularidades de una sociedad donde la satisfacción de las necesidades de la población constituye un objetivo), y como elemento indisoluble del deber social en la construcción de la nueva sociedad socialista, que tiene como centro la formación de un nuevo modelo de hombre, que trabaje en forma consciente en el logro de cada vez mejores producciones como respuesta a la satisfacción de sus propias necesidades, así como las de la sociedad en su conjunto (Martínez y Sabadí, p. 76).

Una idea similar pero más contemporánea, identificó Santos (2010) en su definición de calidad cuando la asoció a:

(...) obligación moral de producir o prestar servicios lo mejor posible para el pueblo, (...), para lograr mayor productividad, costo aceptable, alta eficiencia, eficacia, efectividad y mejora continua; con aprovechamiento óptimo de los recursos humanos, lo que da como resultado que las características o conjunto de características esenciales del producto o el servicio cumplen con los requisitos y expectativas del mercado, con lo que satisfacen las necesidades materiales y culturales de los clientes, (...) como una expresión de respeto al pueblo (p. 19).

La definición de calidad desde este enfoque global conduce a asumirla como el grado de satisfacción de las expectativas de todos los grupos de interés de la organización cuyas contribuciones le son esenciales.

Desde ese nivel de análisis, Casadesús, Heras y Merino citados por Camisón, Cruz y González (2006), han circunscrito el concepto calidad como la conformidad entre la calidad programada (la que la organización suministradora de bienes y servicios pretende obtener y que se plasma en las especificaciones de diseño del producto), la calidad realizada, (la obtenida tras la producción, tiene que ver con el grado de cumplimiento de las características de calidad del producto tal como se plasmaron en las especificaciones de diseño), la calidad demandada por el cliente (sea este interno o externo) y la calidad demandada por el conjunto de la sociedad.

Esta idea, ya anticipada por Taguchi (1986) con su concepto de calidad como costo social mínimo para la sociedad, adquiere ahora pleno sentido para el caso concreto de Cuba, en el contexto de la implementación de los Lineamientos de la Política Económica y Social (PCC, 2011) como expresión de la voluntad de su pueblo, contenida en la política del Partido, el Estado y del Gobierno para actualizar su modelo económico y garantizar la continuidad e irreversibilidad del socialismo, el desarrollo económico del país y la elevación del nivel de vida de la población.

CONCLUSIONES

Aunque las consideraciones anteriores sobre el concepto de calidad circunscrita al enfoque global han ayudado a revelar el posicionamiento de los autores de este artículo sobre cómo debe entenderse esta, no resulta ocioso definirla como:

...categoría económica con propiedades —multidimensional, subjetiva y personal, valorativa, comparativa, sistémica y procesal—, que expresan el grado en que los atributos de un producto o servicio son conformes con los requisitos de su grupo de interés.

El carácter sistémico y procesal de la calidad se revela en la sinergia establecida entre el productor y el consumidor en el contexto de las relaciones sociales de producción.

Es así que, en la actualidad, para obtener bienes y servicios con calidad, eficiencia y eficacia en el sistema de procesos que la generan, no basta solo inspeccionarla o asegurarla, es imprescindible gestionarla en el contexto de las relaciones sociales de producción de acuerdo con el enfoque global bajo el cual debe entenderse esta categoría, desde una óptica que implique el conocimiento científico de las necesidades, deseos y expectativas de la sociedad conducentes a un proceso de diseño de los atributos que prescriben un producto o servicio de calidad.

Esto viabilizaría establecer los requisitos de producción para aplicar los recursos disponibles en la creación de mercancías valiosas para los grupos de interés; esto es: implementar acciones para asegurar que las especificaciones predeterminadas de producción garanticen la creación del producto o servicio anteriormente diseñado, para finalmente, investigar sobre las brechas que todavía puedan suscitarse entre los

atributos de este valor creado y las percepciones de los grupos de interés sobre estos, en un proceso de evaluación que viabilice la toma de decisiones dirigidas a fomentar la mejora continua en la organización.

REFERENCIAS

AYALA, H., DÍAZ, A., ROMERO, I. y ERRASTI, E. (2005). *Selección de lecturas. Temas de Gestión de la Calidad*. La Habana: Universidad de La Habana, Centro de Estudios Turísticos.

ASAMBLEA NACIONAL DEL PODER POPULAR (2003). Constitución de la República de Cuba (en línea). En Gaceta Oficial. Recuperado el 9 de noviembre de 2014, de <http://www.cubadebate.cu/cuba/constitucion-republica-cuba/>.

BALBASTRE, F. (2001). *La autoevaluación según los modelos de gestión de calidad total y el aprendizaje en la organización: Una investigación de carácter exploratorio*. Disertación doctoral no publicada, Universidad de Valencia, España.

BARREIRO, L. (2010). CAPÍTULO I: ORIENTACIÓN AL CLIENTE. EN: FERNÁNDEZ DÍAZ, I. ET AL (COMP.), *ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL* (PP. 544). LA HABANA: EDITORIAL FÉLIX VARELA.

CAETANO, G. N. (2003). *Marketing en los servicios de educación: modelos de percepción de la calidad*. Disertación doctoral no publicada, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.

CALABUIG, F. (2006). *La calidad percibida en los servicios náuticos de la Generalitat Valenciana*. Disertación doctoral no publicada, Universitat de València, Valencia, España.

CAMISÓN, C., CRUZ, S., y GONZÁLEZ, T. (2006). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson-Prentice Hall.

CLIMENT, S. (2003). *Los Costes de Calidad como Estrategia Empresarial: Evidencia Empírica en la Comunidad Valenciana*. Disertación doctoral no publicada, Universidad de Valencia, España.

CROSBY, P. B. (1996). *Reflexiones sobre calidad: 295 máximas del gurú mundial de calidad*. México, D.F.: Editorial McGraw-Hill.

DE LA NUEZ HERNÁNDEZ, D. (2005). *Modelo de gestión de la calidad basado en el liderazgo como valor instrumental aplicado en empresas de proyectos*. Disertación doctoral no publicada, Universidad de Pinar del Río *Hermanos Saíz Monte de Oca*, Pinar del Río, Cuba.

DÍAZ, Y. (2010). *Procedimiento para la evaluación de la calidad de servicio percibida por los clientes de empresas cubanas de servicios. Validación a las instituciones bancarias*. Disertación doctoral no publicada, Universidad Central *Marta Abreu* de Las Villas, Santa Clara, Cuba.

ESCALONA, M. (2008). *Nuevo enfoque metodológico para la evaluación de la calidad de los servicios en las sucursales del Banco Popular de Ahorro en la Provincia Santiago de Cuba*. Disertación doctoral no publicada, *Universidad de Oriente*, Santiago de Cuba, Cuba.

GARVIN, D. A. (1988). *Managing Quality: The Strategy and Competitive Edge*. Nueva York: Free Press.

GONZÁLEZ, R. F. (2003). *Gestión para la competitividad en empresas de las producciones mecánicas*. Disertación doctoral no publicada, *Universidad de Oriente*, Santiago de Cuba, Cuba.

GRÖNROOS, C. (1994). *Marketing y Gestión de Servicios*. Madrid: Editorial Diaz de Santos.

GUERRA, R. M. y MEIZOSO, C. (2012). *Gestión de la calidad. Conceptos, modelos y herramientas*. La Habana: Editorial UH.

GUTIÉRREZ, J. y MARTÍN, M. (2004). Atributos extrínsecos del producto: Las señales de la calidad. *Anales de estudios económicos y empresariales*, 13, pp. 81-116.

HOYER, W. y HOYER, Y. (2001). ¿Qué es calidad? (en línea). *Revista Quality Progress*, julio, p. 53-62, recuperado el 21 de diciembre de 2014, desde

<http://www.hacienda.go.cr/centro/datos/Articulo/Qu%E9%20es%20calidad.pdf>

JURAN, J. M. y GRYNA, M. (1993). *Manual de control de la calidad*. Madrid: McGraw-Hill.

MAQUEDA, J. y LLAGUNO, I. (1995). *Marketing Estratégico para Empresas de Servicios*. Madrid: Editorial Diaz de Santos.

MARIMÓN, F. (2002). *La consultoría especializada en ISO 9000 en Cataluña: Calidad del servicio y beneficios*. Disertación doctoral no publicada, Universidad de Girona, España.

MARTÍNEZ, V. y SABADÍ, L. (2006). *Concepción de la calidad en el pensamiento del Che*. La Habana: Editorial Ciencias Sociales.

MAYO, J. C., LOREDO, N. A. y REYES, N. (2012). La gestión de la calidad como proceso inherente a la eficacia en las organizaciones. *Revista Retos de la Dirección*, 6 (2), 1-13.

MORENO-LUZÓN, D., PERIS, F. y GONZÁLEZ, T. (2001). *Gestión de la calidad y diseño de organizaciones: teoría y diseño de casos*. España: Editorial Prentice Hall.

MORENO, M. (2008). *Enseñanza Aprendizaje de la calidad como totalidad en la carrera de Ingeniería Industrial*. Disertación doctoral no publicada, Universidad de Holguín, Holguín, Cuba.

OFICINA NACIONAL de NORMALIZACIÓN (2001). NC-ISO 9000: 2001. Sistemas de Gestión de la Calidad-Fundamentos y Vocabulario (Traducción Certificada, IDT). La Habana, Cuba: Oficina Nacional de Normalización.

OFICINA NACIONAL de NORMALIZACIÓN (2001). NC-ISO 9004: 2001. Sistemas de Gestión de la Calidad-Directrices para la mejora del desempeño (Traducción Certificada, IDT). La Habana, Cuba: Oficina Nacional de Normalización.

OFICINA NACIONAL de NORMALIZACIÓN (2001). NC-ISO 9000: 2005. Sistemas de Gestión de la Calidad-Fundamentos y Vocabulario (Traducción Certificada, IDT). La Habana, Cuba: Oficina Nacional de Normalización.

PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V. y BERRY, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Editorial Diaz de Santos.

PCC (2012). Objetivos de Trabajo del Partido Comunista de Cuba aprobados por la Primera Conferencia Nacional. *Granma*, 28 de enero de 2012.

PCC. (2011). *Lineamientos de la política Económica y Social del Partido y la Revolución*. La Habana: Oficina de Publicaciones del Consejo de Estado.

PÉREZ, R. (2006). *Modelo y Procedimiento para la Gestión de la Calidad en el producto turístico holguinero*. Disertación doctoral no publicada, Universidad de Holguín, Holguín, Cuba.

PÉREZ, A. (2013). *La gestión del sistema de calidad basado en valores en los servicios hoteleros*. Disertación doctoral no publicada, Universidad de Camagüey, Camagüey, Cuba.

POZO, M. (2001). *Sistema Propuesto para el Control y Mejora de la Calidad en la Industria Cubana del Calzado*. Disertación doctoral no publicada, Universidad de la Habana, La Habana, Cuba.

RAMÍREZ, R. (2002). *Comunicación/calidad: una relación vital para el mejoramiento de los servicios*. Disertación doctoral no publicada, Universidad de la Habana, La Habana, Cuba.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2001). *Diccionario de la lengua española (22.a ed.)*. Madrid: RAE.

REEVES, A. y BEDNAR, A. (1994). Defining Quality: Alternatives and Implications. *Academy of Management Review*, 19 (3), 419-445.

RUIZ, C. (2014). *Metodología para la gestión de la calidad del servicio de recepción de Cruceros en el destino Santiago de Cuba*. Disertación doctoral no publicada, Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba.

SANTOMÁ, R. (2008). *Aspectos de gestión en la calidad de servicio. Una aplicación del concepto Mapping al caso de las cadenas hoteleras*. Disertación doctoral no publicada, Universidad Ramon Llull, Barcelona, España.

SANTOS, M. (2010). *Procedimiento para el diseño de estrategia de la calidad territorial para el Modelo Social Cubano*. Disertación doctoral no publicada, Universidad Central Marta Abreu de Las Villas, Santa Clara, Cuba.

TAGUCHI, G. (1986). *Introduction to Quality Engineering: Designing Quality into Products and Processes*. Nueva York: Asian Productivity Organization.

TORRES, P. y GALDÓS, A. (2007). *Evaluación Institucional*. La Habana: Editorial Academia.

TORTOLÓ, S. (2005). *La cualidad moral como categoría ética. Su expresión en el pensamiento humanista ético cubano*. Disertación doctoral no publicada, Universidad de Matanzas, Matanzas, Cuba.

Recibido: 29/12/2014

Aprobado: 28/07/2015

Juan Carlos Mayo Alegre. Centro de Estudios de Dirección (CEDIT), Universidad de Las Tunas *Vladimir Ilich Lenin*, Cuba. jcarlos@ult.edu.cu