

# Indicadores de calidad

*El concepto de calidad suele estar asociado a la **satisfacción que los productos generan en un público determinado**. Y en cierta forma, es así. ¿Qué mejor que una necesidad cubierta de manera eficaz y oportuna?*

*Sin embargo, a la hora de implementar un plan de gestión de calidad, es preciso mirar el término con más detenimiento y **buscar indicadores de calidad que lo valoren**.*

*Porque la calidad, digámoslo claro, no sólo se mide al final de los procesos. También es necesario evaluarla en las fases iniciales e intermedias, cada una de las cuales aporta un valor específico a la cadena de labores que integran un proceso.*

*Los indicadores de calidad cumplen esa función. Son **instrumentos de medición que se emplean para evaluar la calidad de los procesos o productos**. O dicho de otra manera, **determinan el nivel de cumplimiento de los objetivos para los cuales se han desplegado una serie de actividades concretas**.*

Eso no quiere decir que cualquier herramienta sea un indicador de calidad. De hecho, para que un elemento adquiriera tal función debe cumplir con ciertos requisitos. Entre los más significativos podemos mencionar los siguientes:

- **Fáciles de capturar y aplicar.** De nada vale un plan de calidad bien fundamentado si sus indicadores son ilegibles o no proporcionan información clara.
- **Relevantes para la toma de decisiones.** Es decir, que la información que aporten sirva para cumplir con los objetivos propuestos. No se trata de acumular herramientas y capturar cualquier tipo de datos.
- **Visibles y accesibles.** Por ejemplo, que resulten fáciles de clasificar o de plasmar en gráficos, diagramas o cuadros conceptuales.

### **1. Cobertura:**

Se define como la proporción entre el número de artículos disponibles en los mercados y las personas que demandan una necesidad que espera ser satisfecha. Este indicador es propio de proyectos que buscan penetrar de forma masiva entre los consumidores o que están pensados a largo plazo. Sin embargo, no siempre es así. A veces basta con que una empresa cubra los pocos frentes en los que suele desempeñarse para obtener un indicador positivo en términos de cobertura.

### **2. Eficacia:**

La eficacia no es otra cosa que la relación entre un producto disponible y la necesidad para la que ha sido creado. Cuando esta relación es positiva, la eficacia del producto es alta. Pero si la necesidad del cliente sigue sin ser atendida tras la adquisición de dicho producto, el indicador es negativo. Algo en el proceso ha fallado.

### **3. Valoración de ventas:**

El volumen de ventas es, sin duda, el elemento más empleado para medir la calidad de un producto. Vender mucho casi siempre es sinónimo de éxito: indica que el artículo ha tenido una buena acogida y que ha generado gran interés. No obstante, esta relación no supone en todos los casos un grado alto de calidad. Se puede vender mucho sin que el producto sea del todo bueno.

### **4. Satisfacción del cliente:**

De hecho, el siguiente paso tras la venta de un producto es la evaluación del grado de conformidad de quien lo ha adquirido. La venta no garantiza satisfacción. Numerosos ejemplos dan cuenta de ello. Al utilizar este indicador, las empresas deben desplegar varias vías de retroalimentación para poder evaluar con acierto lo que se conoce como la etapa de post-venta, que es crucial de cara a nuevas líneas de producción.

### **5. Competitividad:**

Hace referencia a la capacidad de las empresas para explotar aquellas cualidades que hacen distintos a sus productos. También tiene que ver

con el nivel de adaptación a las dinámicas del mercado y a la capacidad de innovación y cambio. Un producto incapaz de competir es, por lo general, un producto de escasa calidad.

Los **indicadores de calidad** son todas aquellas herramientas con las que cuenta una empresa para **medir la evolución y el desempeño de sus procesos, tareas y grupos de trabajo**. Es decir, están ligados a objetivos concretos.

Por lo general son de carácter cuantitativo. Sin embargo, tras la aparición de nuevos modelos de empresa, en los últimos años el concepto se ha ampliado hasta incorporar elementos en los que antes apenas se reparaba, como por ejemplo la cobertura de un servicio, el nivel de satisfacción de los clientes o la competitividad, entre otros.

La idea es **saber lo cerca que está un proyecto de cumplir con sus metas o de los criterios que justifican su puesta en marcha**. Recordemos que las funciones básicas de un indicador de calidad son:

- **Evaluar** el rendimiento de un proceso.
- **Velar** por que las tareas y los servicios tengan la calidad requerida.
- **Identificar** fallos que comprometan la calidad.
- **Monitorizar** la evolución de un objetivo.
- **Aportar** información para posibles soluciones.

### **¿Cómo seleccionar un indicador de calidad para mi empresa?**

Tal como ya hemos dicho, **la selección de indicadores de calidad va de la mano de los objetivos que se establecen en cada caso**. Lo que para una organización puede ser un recurso de incalculable valor, para otra quizá no suponga aportaciones relevantes. Por tanto, es necesario un análisis previo.

Recordemos que los indicadores tienen que ser **viables, fácilmente adaptables a la situación de cada compañía, oportunos y que se puedan medir a través de un sistema cualitativo o cuantitativo**.

¿Qué debemos tener en cuenta en el análisis previo? Hablando en términos generales, los criterios básicos para elegir un indicador de calidad son:

- **Utilidad** del recurso.
- **Aplicabilidad** a las tareas que se pretenden medir.
- **Análisis** de los resultados.
- **Generación** de información valiosa.
- **Funcionalidad** práctica.