

LA FUNCIÓN CALIDAD

PRESENTACIÓN

Los participantes en la Comunidad AEC Calidad han considerado necesario analizar el concepto de la función calidad, actualmente, y lo que debería ser, con el objetivo de poder ayudar a que los profesionales que están realizando esta función en las organizaciones se posicionen de forma correcta y puedan seguir desarrollándose profesionalmente.

La función calidad se refiere a la función que lidera el Sistema de Gestión en la organización.

¿DÓNDE NOS GUSTARÍA ESTAR?

Donde nuestras decisiones se tengan en cuenta

1. En organizaciones donde se tenga **dependencia de la Alta Dirección**, con un apoyo decidido, formando parte del comité de dirección y participando en el mismo.
2. En organizaciones que cuenten con nuestra **participación** en el establecimiento de los **planes estratégicos** y la toma de decisiones estratégicas.
 - La función calidad debe **impulsar** la existencia en la organización de una estrategia con objetivos que se desplieguen hacia abajo en los diferentes niveles.
 - La función calidad debe asegurarse que existe el proceso para la definición de la estrategia en la organización. **Sistemática para definir el plan estratégico.**
3. En organizaciones en que seamos los **responsables de la mejora eficiente de los procesos internos**, aprovechando el conocimiento transversal de la organización con el que se cuenta y colaborando en su diseño.
 - Existen, todavía, barreras en las organizaciones por contar con estructuras organizativas jerarquizadas.
4. En organizaciones en las que exista un Sistema de Gestión integrado, en donde la función tome su posición como Coordinador, Facilitador, Integrador y Dinamizador.

5. En organizaciones con modelo de trabajo **transversal** en todas las áreas o unidades de la entidad, con una dependencia directa de las necesidades de sus partes interesadas.

6. En organización en que la **mejora continua** sea inherente a la función del sistema de gestión. Esto implica:

- **conocer e identificar herramientas** que sirvan para conseguir esta mejora a nivel de procesos;
- **conocer e identificar otras funciones**, como por ejemplo, la experiencia de cliente, la gestión del talento, innovación, etc., sin que ello implique necesariamente, según el tipo de organización, incorporar a la función las diferentes especialidades de gestión.
- **promover** el uso de la **tecnología**, que permite automatizar y ayudar a la sistematización de operaciones.

7. En organizaciones que garanticen la independencia de la Función Calidad, de forma que se pueda testar sin interferencias el sistema de gestión, para la consecución de los objetivos de la organización y asegurar la mejora.

PERFIL DEL RESPONSABLE DE LA FUNCION CALIDAD

Debería hablarse del Responsable de la Gestión “Integrada”, de Gestión de Sistemas, Sistemas de Gestión, etc. superando el término de “Calidad”.

Habilidades competenciales.

- Tener una **visión global** de la organización y contar con un conocimiento amplio de las actividades y la estructura interna de la misma.
- Contar con **formación multidisciplinar** (titulación universitaria, formación en gestión empresarial, etc.): no tiene que ser un experto o contar con un conocimiento técnico de los diferentes ámbitos de gestión, herramientas, etc., pero sí debe conocerlas y tener un criterio para poder implantarlas en la organización.

- Tener conocimientos en la **gestión de equipos y personas**.
- Motor de **transformación cultural**.

Habilidades personales.

- Tener espíritu “**renacentista**” (innovación, creatividad, valores y cultura, etc.).
- Tener un **pensamiento complejo y sistémico**.
- Ser un “**convencido**” de la **Calidad**.
- Contar con **habilidades de comunicación** y ser asertivo.
- Ser **colaborador**, buen relaciones públicas y gestor de relaciones.
- Contar con amplitud de miras, **apertura** a pensamientos diferentes al suyo.
- Ser **motor y gestor del cambio**.
- Desarrollar una **función didáctica/pedagógica**.

La función entre otras cosas debería conocer:

- Gestión de personas.
- Contexto.
- Riesgos y oportunidades.
- Procesos.
- Compliance.
- Experiencia de Cliente
- Innovación
- Responsabilidad Social
- Digitalización
- Gestión del Cambio



¿CÓMO NOS VENDEMOS?

Marketing Interno

- Contar con una **propuesta de valor medible y útil** a la organización: aportar valor a las diferentes funciones, siempre con traducción a valores económicos por ahorros o disminución de costes.
- **Generar confianza** a la Dirección.
- **Difundir** al resto de la organización los beneficios del Sistema de Gestión, teniendo en cuenta los diferentes perfiles y niveles existentes, siendo necesario hacerles ver la utilidad de contar con datos que les apoyen en la toma de decisiones y a poner en valor el trabajo realizado.
- Potenciar la **función de consultoría interna del sistema de gestión**, que lidere Calidad, con una orientación a procesos y con personal técnico en cada área o dirección de la organización. Calidad como facilitador interno.
- **Difundir el valor añadido de la auditoría interna**, de manera positiva, como herramienta de mejora de la gestión para la unidad auditada y para la organización.
- La **auditoría debe ser independiente de la consultoría interna**. Para la realización de auditorías es necesario contar con las necesidades de la Dirección General.
- **Poner en valor las Certificaciones**, en algunos casos, son necesarias para poder vender o licitar a las administraciones públicas. Algunas certificaciones sectoriales como en el sector de defensa, sector agroalimentario, etc., son necesarias.

Marketing Externo

Oportunidades:

- Adoptar un **cambio de lenguaje** (uso de píldoras, tips, etc.) y tener un **mensaje claro**: “hacer las cosas bien y comunicarlas”.
- **Ámbito educativo**: llevar a cabo acciones orientadas a la sensibilización acerca de la importancia de la calidad en sus diferentes acepciones (productos y servicios, procesos, organizaciones, etc.); abordando estas acciones en modo similar a las referentes a reciclaje, diversidad, etc.: promover la cultura de la calidad.

- Informes de reporte externos: informes de tratamiento de quejas y reclamaciones y de satisfacción de los clientes, evaluación de proveedores, etc.
- Presencia y participación en los foros sectoriales y estratégicos que las organizaciones consideren.
- Participación en premios y ponencias que den visibilidad a la marca empresa en relación a buenas prácticas y casos de éxito reales.
- Mantener una relación estrecha con el área de comunicación y marketing interno de las organizaciones aprovechando los canales de comunicación para promover la presencia de la Función Calidad en los medios y en redes sociales.

