

Empresas de calidad

Jorge Pancorvo Corcuera - Profesor PAD

Hasta hace poco, salvo contados ejemplos, no se había llegado a desarrollar productos con decidido valor agregado y con procesos operativos novedosos de alcance mundial, como los que hoy se ofertan al mercado. Las reformas estructurales, iniciadas en Perú hace década y media, intentaron reorientar el aparato productivo nacional, apoyadas mayormente en ventajas comparativas basadas en materias primas y recursos naturales, hacia una centrada en ventajas dinámicas asociadas al aprendizaje y el conocimiento.

Los nuevos desafíos para las empresas han constituido un estímulo importante para su crecimiento y reenfoco. En medio de un mercado tan competitivo como el que hoy afrontamos, las empresas han optado por diferenciarse aumentando el valor añadido de sus productos y servicios hacia el mercado interno y las exportaciones, con la intención de mejorar su inserción en los mercados mundiales.

Sin embargo, cabe precisar que la calidad no se entiende como una simple certificación sino como el 'sello distintivo' que impregna la empresa en sus operaciones y en la manera de hacer y conducir negocios, de conducirse y de conducir a su gente. Ello debería conllevar a la innovación y a la búsqueda de excelencia en las diversas fases del ciclo productivo, comercial, logístico hasta llegar al lugar de venta.

Si reconocemos que el cambio es una constante, pues van cambiando las necesidades del mercado, del entorno y de las propias organizaciones, se hace imprescindible que las empresas apuesten por cambiar adecuadamente con productos y servicios de calidad.

Consecuentemente, la ventaja competitiva de hoy no asegura necesariamente la ventaja de mañana. Si aceptamos que los factores tradicionales de producción - recursos naturales, mano de obra y capital - se están convirtiendo más en limitaciones que en fuerzas motoras, y que el conocimiento se está transformando en el factor crítico aplicado a productos, procesos y formas de hacer negocio, pues tendremos que reconocer que la productividad y la innovación son pilares importantes de este nuevo entorno. Una empresa de calidad, por tanto, ha de interiorizar estos conceptos y retos.