

Identidad cultural, estrategia y gestión de la calidad

Las organizaciones con vocación de supervivencia a largo plazo y de liderazgo de su sector están formadas fundamentalmente por personas reunidas entorno a una **identidad cultural** poderosa, constituida por la existencia de:

- una misión nítida y conocida de forma generalizada (el propósito u objetivos del negocio),
- una visión compartida (medios y valores con los que la misión será llevada a cabo), y
- una simbología explícita (las señas de identidad).

La **estrategia** es la formulación integrada y coherente de las políticas y acciones definidas por la organización para tratar de alcanzar sus objetivos. Mediante su estrategia, la organización decide cuáles serán los factores claves de éxito y en qué forma la gestión de la calidad ha de ayudar a conseguir los objetivos marcados.

La experiencia de muchos años ha puesto de manifiesto que la gestión de la calidad no puede representar toda la estrategia de la organización. En ese sentido, la estrategia es más amplia que la gestión de la calidad, ya que una organización puede estar prestando servicios excelentes a clientes satisfechos pero ignorando cambios en los mercados que pueden poner en peligro su posición en el futuro. La llamada economía de las tecnologías avanzadas ofrece algunos ejemplos.

Los altos niveles de calidad de un servicio no son necesariamente sinónimos de éxito o de una buena estrategia, pero la gestión de la calidad puede proporcionar bases para lograr ventajas competitivas. En último término, la gestión de la calidad debe ser una componente de la estrategia de la organización y la satisfacción del cliente una prioridad.

Por su parte, la **gestión de la calidad** ayuda a la concreción de la estrategia de una organización, ya que transforma los enfoques globales propios de los planes estratégicos en enfoques concretos, del día a día (mejora o reingeniería de determinados procesos, proyectos para dar mayor satisfacción a los clientes, etc.). El siguiente gráfico muestra de forma esquemática el significado y relación mutua de estos conceptos.

Identidad cultural, estrategia y gestión de la calidad:

