

GESTIÓN DE CALIDAD, UN RETO PARA EL SECTOR VITIVINÍCOLA

*** Domínguez Yanes H.; ** Fuertes Díaz L.;
*** González González J.L.; **** Acosta Darías G.**

* Jefe de Servicio de Comercialización Agroalimentaria. Dirección General de Política Agroalimentaria. ** Jefe de Sección de Fomento Asociativo. *** Técnico en Comercialización. Dirección general de Política Agroalimentaria. **** Técnico del Proyecto Musa.

RESUMEN

La preocupación por la calidad y el desarrollo de metodologías adecuadas para su logro se han ido acrecentando en los últimos años a medida en que la economía se ha integrado más profundamente en un contexto globalizado.

Hasta tal punto está influyendo el estímulo de la calidad en la optimización de beneficios que cada vez, en mayor medida, las empresas se han ido incorporando en esta corriente que va a ser determinante en las relaciones económicas del futuro. En este contexto, aquellas empresas ó sectores que quedan fuera de este vehículo de prosperidad verán perder sus cuotas de mercado siendo finalmente expulsados del mismo.

La gestión de calidad significa, según Deming (1986) diseñar la organización de manera que satisfaga día tras día a los clientes. Esta relación conlleva la consecución de dos objetivos:

- 1- Tener una concepción esmerada del producto o del servicio.
- 2- Hacer que los sistemas de organización produzcan siempre el producto o servicio con arreglo a esa concepción.

Por ello la gestión de calidad deberá ir orientada hacia la calidad total, contribuyendo a garantizar la competitividad de la empresa e incidir en el cambio de comportamiento del personal frente a la mejora.

Asimismo, la eficaz gestión de la calidad orientada a la empresa en particular y en general al sector dotándolas de mecanismos para detectar cual es la ventaja competitiva en cada momento, huyendo de ventajas competitivas permanentes. Ya que esas cambian al mismo ritmo que lo hace el entorno.

El tomar conciencia de la importancia estratégica de la gestión de calidad es un primer paso que debe afectar a todos los que participan en la cadena productiva y comercial del sector.

Por ello en esta comunicación se pretende esbozar una serie de conceptos que sirvan de incentivo a aquellos que quieran incorporarse en el camino que tendrán que recorrer las empresas del futuro.