

Papirocracia

A veces no sabemos si "antes", es decir en otros tiempos, teníamos más claro el concepto de **Calidad**. Detrás de esa palabra estaba lo que entendíamos entonces como lograr o disfrutar de un bien o servicio cumpliendo los requisitos exigibles para ello. Por mor de los tiempos, muchas veces no alcanzábamos esa satisfacción y nos conformábamos resignadamente.

Con la mejora de la coyuntura, ya fue siendo posible ir sintiendo que, en el mundo de la empresa, la industria, o las relaciones comerciales de intercambio de bienes, lo que define la Calidad como "*condición o requisito que se pone en un contrato*" y su cumplimiento derivado, respondían cada vez más al acontecer diario.

Se pasó la época en que el cumplimiento de los objetivos de Calidad, era el resultado de un arisco manejo de muestreos y operaciones estadísticas, de forma que parecía que todo terminaba en unos cuadros de presentación y, quizás, en una mejora en las remuneraciones.

La sensación era que, en realidad, no se pensaba en un cliente más satisfecho. Como consecuencia final, dimos el salto a otra fase.

Se entró en el Jardín de las Maravillas, donde la **Comunicación** (la palabra en fin) habría de obrar maravillas. ¿Para qué estadísticas si las cosas saldrían bien por la propia satisfacción del agente, consciente de su integración en un equipo con un objetivo ilusionante? Además, toda una teoría de sensores, materiales o virtuales, le facilitarían la eficacia de su labor; la palabra rechazo ya era inexistente. La Calidad total le envolvía.

Hoy, para muchos, hablar de **Calidad** es entrar en la vorágine de reunir el bagaje documental necesario para lograr, del Organismo específico correspondiente, la Certificación, la justificación del logotipo, la **Marca**. Con la máxima publicidad posible, se pregona, se exhibe.

En la fabricación, en la adquisición de bienes, las cosas van bien y es frecuente oír "*Todo es bueno*", "*Hoy todas las marcas son buenas*",... En el Sector Servicios, considerado en toda su amplitud, queda mucho por hacer. El otorgamiento creciente de acreditaciones, de marcas de origen o marcas de calidad, ¿va realmente acompañado por una preocupación intrínseca por dar verdadera Calidad?

Los resultados, reflejados en la respuesta eficaz a lo demandado por el cliente, en la satisfacción de éste, en su deseo o manifestación de volver, ¿se corresponden con los Diplomas o Certificados ostentados? Demasiadas manifestaciones de ineficacia en servicios hoy esenciales, cubiertas con el eterno paraguas de la meteorología fuera de todo control; demasiadas justificaciones por fallos informáticos, cuando los correspondientes sistemas no podían tener otro fin que evitar esos fracasos. Demasiados ejemplos, demasiadas cosas.

Quizás el primer fallo se dé en el propio usuario; el propio cliente, resignado al mal servicio, como súbdito de cualquier dictadura. En este caso, de una papirocracia; el papel, el diploma, siguen soportando todo. ■