

LA CAPACITACIÓN Y MOTIVACIÓN COMO SOPORTE DE LA CALIDAD

Dariely Barrera, Josbeily Santiago, René Hernández

Recibido: Septiembre 2016 Aprobado: Octubre 2016

RESUMEN

El propósito de esta investigación fue analizar la influencia de la capacitación y la motivación en el desenvolvimiento del personal, en su ámbito laboral orientado a la calidad de sus productos y servicios. La investigación fue de tipo documental, la información fue obtenida por medio de distintas fuentes bibliográficas para su análisis. El estudio fue fundamentado en las diferentes conceptualizaciones y teorías, tales como: Barker (1997), López (2005), Rodríguez (1991), Kinicki (1997). A través de los resultados obtenidos se pudo identificar que la capacitación permite que los empleados desarrollen una actitud hacia la calidad y considerar al cliente como lo primero, así como también la motivación es una forma de lograr que los trabajadores se sientan comprometidos con la empresa para que a su vez trabajen en el logro de objetivos organizacionales, los empleados que trabajan en procura de la calidad total necesitan información tanto de los problemas como de los logros, por lo que se recomienda hacerlo de forma continua. En conclusión, se abordó en **función de la calidad** poniéndola en relación con nuevos parámetros, teniendo como objetivo primordial la satisfacción de las necesidades de los clientes por medio de un personal completamente capacitado y motivado.

Palabras clave: Capacitación, motivación, calidad.

INTRODUCCION

La Calidad dentro de una organización es un factor importante que genera satisfacción a sus clientes, empleados y accionistas; que provee herramientas prácticas para una gestión integral. Hoy en día es necesario cumplir con los estándares de calidad para lograr entrar a competir en un mercado cada vez más exigente; para esto se debe buscar la mejora continua, la satisfacción de los clientes y la estandarización y control de los procesos. Es un concepto que involucra la orientación de la organización a la calidad manifestada en sus productos, servicios, desarrollo de su personal y contribución al bienestar general.

El término calidad se ha convertido en una de las palabras clave de nuestra sociedad, alcanzando tal grado de relevancia que iguala e incluso supera en ocasiones al factor precio, en cuanto a la importancia otorgada por el posible comprador de un producto o servicio. El mejoramiento continuo es una herramienta que en la actualidad es fundamental para todas las

empresas porque les permite renovar los procesos administrativos que ellos realizan, lo cual hace que las empresas estén en constante actualización; además, permite que las organizaciones sean más eficientes y competitivas, fortalezas que le ayudarán a permanecer en el mercado.

La calidad comienza con deleitar a los clientes. Una organización de calidad debe aprender como escuchar a sus clientes y ayudarlos a identificar y articular sus necesidades, conduce a sus clientes al futuro. Productos y servicios sin mácula y que satisfacen al cliente provienen de sistemas bien planificados y que funcionen sin fallas; la visión, los valores, sistemas y procesos deben ser consistentes y complementarios entre sí. Todos en una organización de calidad, administradores, supervisores y operarios, deben trabajar en armonía. El trabajo en equipo en una organización de calidad debe estar comprometido con el cliente y el mejoramiento continuo, utilizando el método científico para planear el

trabajo, resolver problemas, hacer decisiones y lograr el mejoramiento.

La gestión de la calidad necesita adoptar procesos para equilibrar los diversos intereses. Aseguramiento de calidad es un enfoque de procesos con pasos específicos que ayudan a definir y lograr las metas. Es simplemente asegurar que la calidad sea lo que debe ser.

OBJETIVO DE LA INVESTIGACION

Analizar la influencia de la capacitación y la motivación en el desenvolvimiento del personal en su ámbito laboral orientado a la calidad de sus productos y servicios.

LA CALIDAD

Barker (1997) afirma que la calidad es la llave para entrar y competir en los mercados del Siglo XXI y para asegurar el éxito del negocio. La única opción para satisfacer al cliente externo o consumidor es aplicar la calidad como una estrategia en la dirección de la organización, sin dejar de considerar aspectos que los mercados van definiendo, debido a su dinamismo.

La calidad, requiere de una mejora de los productos y servicios, de los procesos y de todos los aspectos de

la organización, pero ante todo y lo más importante, de las personas y de los equipos de trabajo que deben cumplir con el objetivo de generar productos y servicios que provean satisfacción al cliente.

Todo cambio dentro de la empresa, tiene una relación directa con la calidad del liderazgo ejercido. Aunque se piensa que el líder tiene que ser una persona emocionalmente expresiva, es más efectivo cuando estructura una organización inteligente. El principal reto de un líder, es lograr que todos los individuos que integran la organización participen activamente en el logro de los objetivos institucionales, integrándose en un equipo compacto de trabajo, con miras a lograr la misión institucional. Por tanto la principal responsabilidad del líder es, antes que nada, definir una visión y misión, haciendo que estas se interioricen en toda la organización. A partir de estos aspectos se definen los objetivos de la calidad a alcanzar.

Es así que la calidad, promueve la participación de todo el personal de la empresa en procura de la mejora

continua, se puede definir según López. (2005) como: "Un estilo de gestión que otorga a las personas el entrenamiento, la responsabilidad, la autoridad, la orientación, la retroalimentación, el soporte y la motivación necesaria para auto controlar y mejorar continuamente su trabajo, a fin de que pueda satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes externos e internos."

Los empleados no desarrollan una actitud hacia la calidad y consideran al cliente como lo primero, sin una modificación de sus acciones y las acciones no se modifican si no existe capacitación. Si se desea formar actitudes, entonces se tiene que modificar el comportamiento. Las diferentes acciones producen resultados distintos, los que a su vez, forman nuevas actitudes y así sucesivamente. Pero no se deben realizar acciones aisladas por departamentos o simples charlas sobre la calidad, este proceso debe ser continuo si se quiere alcanzar los resultados.

La capacitación, establece un lenguaje común dentro de la organización, que constituye una

poderosa herramienta, amplía los niveles organizacionales y las fronteras entre funciones. La capacitación formal debe complementarse con una atmósfera de aprendizaje continuo, de manera que las personas aprendan cada vez más.

La capacitación forma parte del sistema del personal y sus componentes, de acuerdo con la teoría de sistemas, son entradas, procesos de conversión, salidas y retroalimentación. De manera específica, la organización como sistema abierto recibe determinados recursos humanos, los procesos a través de medios de convicción o influencia y trata de volverlos más adecuados a sus objetivos. Concebir la función de capacitación como un sistema permite enfocarla como una serie de fases encaminadas a dotar al personal de conocimientos, desarrollar habilidades y mejorar sus actitudes para el logro de los objetivos individuales, enfocados en incrementar la calidad para promover la eficiencia.

Para Rodríguez (1991), la capacitación "es el conjunto de

actividades encaminadas a proporcionar conocimientos, desarrollar habilidades y modificar actitudes del personal de todos los niveles para que desempeñen mejor su trabajo”.

Es importante tener en cuenta que el solo programa de capacitación no es suficiente. Debe crearse un ambiente de aprendizaje continuo para obtener los resultados de la calidad con el propósito de conservar una atmósfera a largo plazo, lo que implica el aprovechamiento de la creatividad y del capital humano.

Así mismo, la motivación según Kinicki (1997), representa “aquellos procesos psicológicos que causan la estimulación, la dirección y persistencia de acciones voluntarias dirigidas a los objetivos.

En la motivación, el clima organizacional es la propiedad percibida por los miembros de la empresa que influye en el comportamiento de estos, todo depende del estilo de liderazgo utilizado y de las políticas organizacionales. Es por esto que, para que la organización produzca los resultados esperados, el

administrador debe desempeñar funciones administrativas y así mismo emplear los incentivos adecuados, de real interés de los subordinados para obtener motivación. El papel de las personas en la organización empresarial se ha transformado a lo largo del siglo XX. La motivación es un elemento fundamental para el éxito empresarial ya que de ella depende en gran medida la consecución de los objetivos. Lo cierto es que todavía muchos sectores no se han percatado de la importancia de la motivación y siguen practicando una gestión en la que no tienen en cuenta el factor humano.

La motivación del recurso humano de una empresa consiste fundamentalmente en mantener culturas y valores corporativos que conduzcan un alto desempeño, por esto es necesario pensar en qué se puede hacer para estimular a los individuos y a los grupos a dar lo mejor de ellos mismos, en tal forma que favorezcan tanto los intereses de la organización como los suyos propios.

Según Romero (2010), la motivación es una forma de estimular el comportamiento de las personas dentro y fuera de una organización, es una forma de lograr que los trabajadores se sientan comprometidos con la empresa para que a su vez trabajen en el logro de los objetivos organizacionales y personales.

La investigación busca obtener una visión más clara sobre cómo los empleados de todo el mundo implementan y evalúan iniciativas estratégicas de bienestar, promoción de la salud en el trabajo y prevención de enfermedades para controlar los costos, disminuir el ausentismo y aumentar la productividad y el desempeño de la fuerza de trabajo en un mundo cada vez más globalizado.

La globalización nos encierra en un proceso de creciente internalización del capital financiero, industrial y comercial. El fenómeno de globalización plantea una oportunidad de mejorar las condiciones y el acceso a los mercados, crea nuevas oportunidades en tanto incrementa la

competencia ya que se da el todo por el todo al ofrecer servicios o productos de mejor calidad con el mínimo de recursos; cuando esto ocurre se sientan las bases para el establecimiento de nuevas alianzas empresarias y sociales.

METODOLOGIA

La investigación fue de tipo documental, la información fue obtenida por medio de distintas fuentes bibliográficas para su análisis.

RESULTADOS

Se obtuvo como resultado que la calidad en la organización de una empresa, debe ser el nervio y motor de la misma; si de verdad la empresa desea alcanzar el éxito, enfocados en la capacitación y motivación del personal como una estrategia para asegurar el mejoramiento continuo de la calidad, garantizando la satisfacción de los clientes externos e internos mediante el desarrollo permanente de la calidad del producto y sus servicios.

Al conocer las necesidades de los clientes y su nivel de satisfacción o

frustración, en ningún caso deben pasarse por alto, siendo importantes aun cuando se reciben comentarios negativos de la dirigencia o de los empleados, este sentimiento del cliente, es la mejor herramienta de la retroalimentación.

CONCLUSIONES

El análisis de la influencia de la capacitación y la motivación en el desenvolvimiento del personal en el ámbito laboral, aborda en **función de la calidad** poniéndola en relación con nuevos parámetros, como la eficiencia, donde el personal de las organizaciones desarrollan su labor con resultados exitosos siendo necesaria una gestión empresarial sistemática, viable, planificada, responsable y metodológicamente hablando con los recursos necesarios y de alta tecnología para mejorar continuamente la calidad de la organización considerando su objetivo primordial que es la satisfacción de las necesidades de los clientes. Siendo evidente que la atención al cliente debe ser responsabilidad de un personal completamente capacitado y

motivado, ya que la preferencia de los clientes, facilita a las organizaciones posicionarse en el mercado de su interés otorgándole ventajas competitivas frente a otros.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Barker, Joel(1997). Paradigmas. Editorial Mc Graw Hill. Bogota Colombia.

García de Berrios, Omaira (2000). **CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD: UN ENFOQUE ALTERNATIVO**. Revista Venezolana de Gerencia. Año 5. N. 2 10, 35-48.

Giuliani Carlos (2013). **VIDA CON CALIDAD Y CALIDAD DE VIDA EN EL TRABAJO**. Invenio, vol. 16, núm. 30, pp. 145-163 Universidad del Centro Educativo Latinoamericano Rosario, Argentina.

Kinicki, K. (1997). **COMPORTAMIENTO DE LAS ORGANIZACIONES**. Mc Graw Hill. Madrid, España.

López Gumucio, Ricardo (2005). **LA CALIDAD TOTAL EN LA EMPRESA MODERNA PERSPECTIVAS**, vol. 8,

núm. 2, pp. 67-81 Universidad Católica Boliviana San Pablo Cochabamba, Bolivia.

Mora Vanegas, Carlos (2009). **LA IMPORTANCIA DEL ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD.**

Romero R, Karen. (2010) **LA CAPACITACIÓN Y LA MOTIVACIÓN COMO HERRAMIENTAS PARA CONSEGUIR UNA VENTAJA COMPETITIVA.** Xalapa-Enríquez. Veracruz.