

CERTIFICACIONES DE LOS SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LAS EMPRESAS ¿POSITIVAS O NEGATIVAS?

Myrna Delfina López Noriega,
Lorena Zalthen Hernández*



Introducción

En la actualidad, gran parte de las organizaciones productivas o de servicios están preocupadas por implementar estrategias que les permitan competir más eficazmente en los mercados mundiales ante la implacable competencia, a nivel nacional e internacional, como resultado de la globalización de la economía, de clientes/usuarios cada vez más exigentes en cuanto a los requerimientos por los que paga y, por la creciente necesidad de contar con normas internacionales en las áreas de gestión de la calidad (GC), denominadas también como Sistemas de Calidad (SC) o Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) y que comprende aquel conjunto de normas correspondientes a una organización, vinculadas entre sí y a partir de las cuales la empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma (ISO, 2005).

Así, un mayor número de empresas apuestan por un SGC como una estrategia que les facilite encarar esa competencia globalizada. Ante este escenario, las certificaciones de SGC han tenido gran aceptación a nivel mundial, como una alternativa viable para definir estrategias sustentadas que permitan lograr el uso eficiente de sus recursos, mejorando la calidad e innovando sus procesos, productos y servicios.

Bibliografía

* Miembros del Cuerpo Académico organizaciones sociales y productivas regionales de la Universidad Autónoma del Carmen.

Para lograr ese propósito, gran parte de las empresas -incluidas las mexicanas- han utilizado la implementación de las Normas ISO 9000 como una herramienta estratégica para gestionar la calidad, logrando como resultado una opción para acceder a nuevos mercados nacionales e internacionales. Adicionalmente, permiten la obtención de mejoras que acercan a las organizaciones a las necesidades y exigencias de los consumidores.

Aunque hay autores que señalan que la *implementación* de estos modelos no asegura más beneficios que costos asociados con la *implementación* y certificación (Hurtado et al, 2009). Pese a lo anterior, hemos sido testigos del espectacular auge que han tenido los procesos de certificación que han invadido todos los sectores producción y de servicio, incluyendo a la educación, desencadenado la aparición de una terminología a veces errónea y, en muchos casos, confusa sobre el propio concepto de certificación, sus características, funciones y efectos.

En consecuencia, el término de calidad y su certificación se ha convertido en una palabra clave en los mercados actuales. Ante esta realidad y el desmedido interés por el tema, bien vale la pena preguntarnos ¿qué son las certificaciones de calidad?, ¿su aplicación ha sido positiva o negativa? Pretendiendo dar respuesta a estas interrogantes, el objetivo de este trabajo es analizar las certificaciones de los SGC de las empresas en México.

Para lograrlo se abordan la conceptualización de la calidad y la derivación hacia procesos de certificación, en lo que se refiere a su impacto e implicaciones para la sociedad. A manera de conclusión se realiza una reflexión sobre los SGC, formalizados mediante procesos de certificación.

El concepto de calidad

Las primeras interrogantes a las que tendríamos que responder serían ¿qué es y cómo surge el concepto de calidad? La realidad es que no es posible definir exactamente lo que se entiende por calidad, porque cada autor lo define de manera diferente en función de sus supuestos y experiencias. Pese a lo anterior, establecer una definición de calidad es una prioridad para este trabajo, por lo que partiremos de los trabajos realizados por Garvin (1984), quien desarrolló una investigación con el fin de aclarar el concepto de calidad y clasificó las distintas definiciones en:

- Trascendente, la calidad es sinónimo de excelencia innata.
- Basada en el producto, la calidad como una variable precisa, medible e inherentemente presente en las características naturales del producto.
- Sustentada en el usuario, estableciendo la premisa que la calidad está en los ojos del observador, con lo que se confiere un alto grado de subjetividad.
- Basada en la fabricación, la calidad como la conformidad con las especificaciones.
- Basada en el valor, la calidad se relaciona con los atributos del producto que se representa en su valoración.

Por otro lado, la calidad se enfoca desde dos perspectivas, la externa y la interna, bajo las cuales se pueden agrupar las distintas definiciones de calidad, siendo ambas perspectivas complementarias. La perspectiva externa pone énfasis en la eficacia y la satisfacción del cliente, en tanto la perspectiva interna sobre la eficiencia, haciendo hincapié en los costos y la productividad. Adicionalmente, una tercera perspectiva global

de la calidad, que abarca a las dos anteriores, pone énfasis tanto en alcanzar la eficiencia como la eficacia. Desde este enfoque se considera a la calidad como excelencia, lo cual la convierte en un objetivo que permite y exige el compromiso de todos los miembros de la organización, y en la medida en que ésta sea reconocida por el mercado, será fuente de ventaja competitiva (Moreno-Luzón et al, 2000).

Dado el enfoque de nuestro documento, se ha considerado el trabajo realizado por la Organización Internacional de Normalización (International Organization for Standardization, ISO), donde se define a la calidad como el “grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”, entendiéndose por requisito “necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria” (ISO 9000, 2000), introduciendo de manera reciente el concepto de mejora continua en cualquier organización, a todos los niveles de esta, procesos y personas.

De acuerdo a lo anterior, la calidad admite diversos grados, si bien lo que no aclara esta definición, es quién debe establecer este grado.



No obstante, en el enfoque de esta norma está el cliente, de quien debe conocerse su percepción respecto del grado de satisfacción con el producto suministrado, devolviéndonos nuevamente a la perspectiva externa, que de acuerdo a Garvin (1984) quedaría clasificada dentro de las Sustentadas en el usuario.

En la época moderna, se considera a la calidad como una estrategia empresarial a largo plazo, dirigida a proporcionar bienes y servicios para satisfacer plenamente a los clientes, externos e internos, y adaptarse a sus expectativas explícitas e implícitas, aprovechando el conocimiento y habilidades de todos los empleados para conseguir el beneficio de la organización en una sociedad particular, que proporcione ingresos financieros positivos a los accionistas o propietarios.

Adicionalmente, la calidad también forma parte de la estrategia competitiva que permite obtener un mejor rendimiento del capital invertido, por lo que se han incorporado a ella otros términos como: Control de Calidad (*Quality Control*), Aseguramiento de la Calidad (*Quality Assurance*) y Gestión de Calidad Total (*Total Quality Management*) (Hurtado et al, 2009). Así, el Control y Aseguramiento ponen énfasis en que los procesos, productos y servicios se adecuen a los requerimientos estándares preestablecidos, en tanto la Gestión De Calidad Total, incorpora una perspectiva estratégica que extiende el término a todos los niveles jerárquicos de la empresa, recalcando que la responsabilidad en materia de calidad recae sobre todo en la dirección con una clara orientación al cliente (Escobar, 2010).

Por lo tanto, un SC comprende: la organización, las responsabilidades, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios, para implementar la GC; por lo que, un SC es finalmente una herramienta para la mejora de las organizaciones y, varía de una organización a otra.

Bajo esta premisa y considerando la definición que proporciona la Norma ISO 9001, esta propone un enfoque de la GC basada en un sistema conformado por múltiples elementos -el control, aseguramiento, políticas, orientaciones y propósitos generales concernientes a la calidad- interrelacionados entre sí a través del SC y cuya gestión de manera definida, estructurada y documentada, debe permitir lograr un nivel de calidad que alcance la satisfacción del cliente, objetivo final de este modelo (Ramos, 1995).

La calidad y la certificación

La ISO es un organismo internacional, cuyo propósito es la promoción mundial del desarrollo de la estandarización y de otras actividades vinculadas para facilitar el intercambio internacional de bienes y servicios, y desarrollar la cooperación en actividades intelectuales, científicas, tecnológicas y económicas; los resultados de sus trabajos técnicos son publicados como Normas Internacionales. Dentro de las normas más conocidas y empleadas está la serie ISO 9000 (ISO, 2011).

Hay que destacar que, hay dos tipos de Normas relacionadas con la calidad: 1) las que describen las propiedades físicas, químicas y funcionales del producto o servicio, y 2) la serie ISO 9000, un conjunto de cinco estándares internacionales individuales, vinculados, sobre gestión de la calidad y aseguramiento de la calidad, definen sistemas dentro de los cuales se fabrican los productos. Las Normas fueron desarrolladas con el fin de documentar, en forma efectiva, los elementos de un SC que deben ser implementados para mantener la calidad en la empresa.

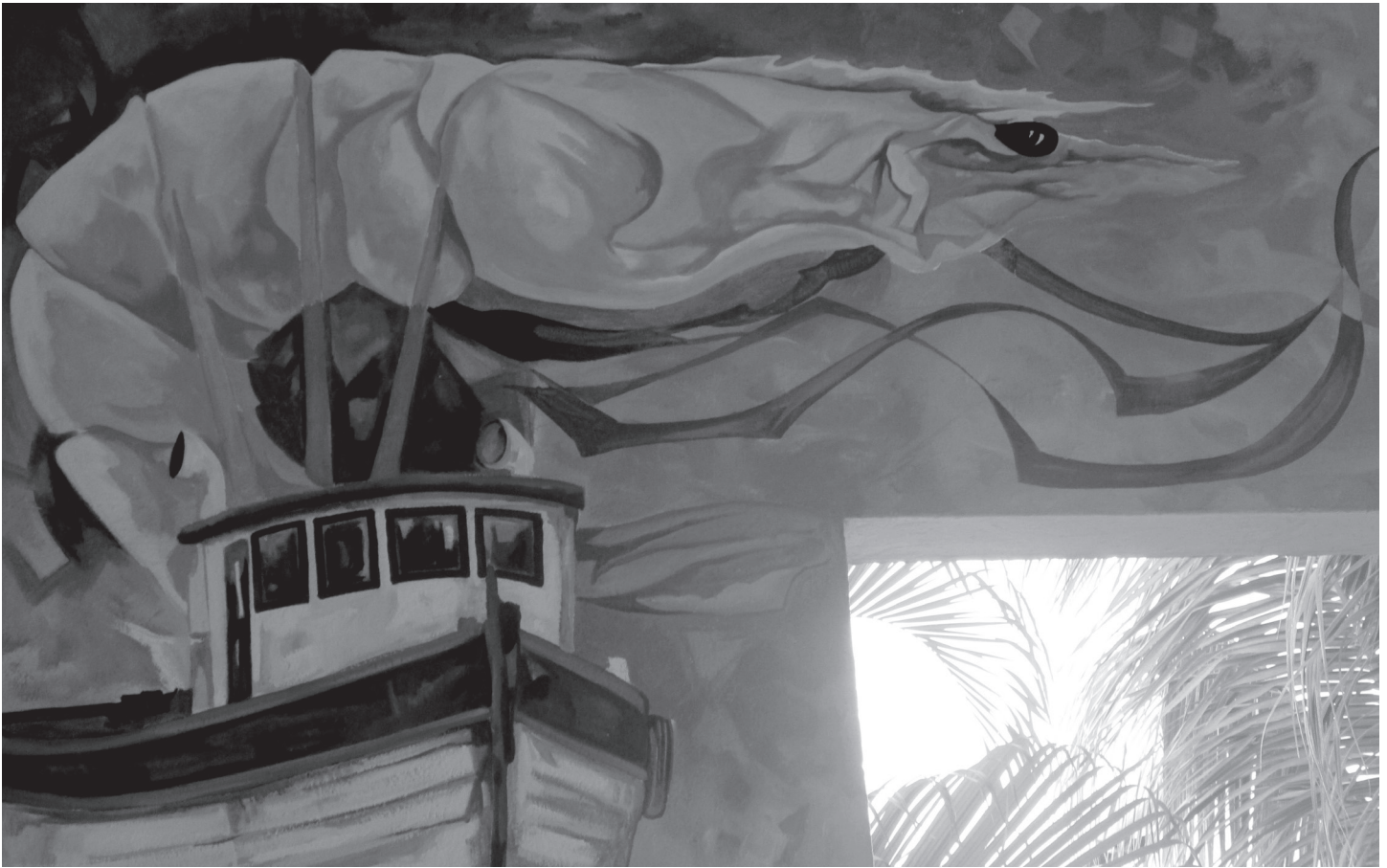


Las Normas ISO 9000 están basadas en las normas nacionales inglesas del sistema de calidad, desarrolladas desde 1979. Desde entonces, han evolucionado en cinco fases. El primer nivel es el llamado control de calidad, el segundo de aseguramiento de calidad; el tercero, es la gestión de calidad; el cuarto llamado de mejora continua; y el quinto de calidad total, orientado hacia la excelencia (Nava y Rivas, 2008).

El proceso de normalización es continuo, por lo que su versión 2000 empezó a crearse a partir de 1994. Actualmente, la familia ISO 9000 del año 2000 está integrada por cuatro normas básicas: ISO 9000:2000, ISO 9001:2000, ISO 9004:2000 y la ISO 19011. Dentro de estas destaca la ISO 9001:2000 que se basa en los ocho principios de gestión de calidad y su objetivo es beneficiar a las partes interesadas a través de la continua satisfacción del cliente (Frate, 2001: 70).

Los ocho principios de GC (ISO, 2012) son utilizados por la alta dirección con el fin de conducir a la organización hacia una mejora en el desempeño y constituyen la base de las normas de SGC de la familia de Normas ISO 9000 y son:

- 1) Enfoque al cliente. La empresa debe conocer las necesidades y expectativas de cliente y ofrecerle soluciones a través de sus productos y servicios
- 2) Liderazgo. Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización.



3) Participación del personal. El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización, y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.

4) Enfoque basado en procesos. Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso. Enfoque de sistema para la gestión. Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia, eficiencia y logro de los objetivos de una organización.

5) Enfoque de sistema para la gestión. Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema.

6) Mejora continua. Basada en el ciclo PDCA (Planificar-Desarrollar-Controlar-Actuar) de E. Deming.

7) Enfoque basado en hechos para la toma de decisión. Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.

8) Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor. Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

Los certificados ISO, son otorgados por entidades certificadoras (nacionales o extranjeras), que realizan una evaluación exhaustiva de los procesos de las empresas que pretenden obtener el citado documento. Las entidades que voluntariamente buscan conseguir la certificación deben

asegurar que han implementado en sus procesos un SGC. Para obtener la certificación se realiza una serie de evaluaciones a la empresa interesada, tales como auditorías de diagnóstico, revisión del sistema por la dirección, evaluación de documentación, entre otras. Una misma entidad puede optar por certificar diversos ámbitos o esferas de su producción o comercialización y, en tal sentido, obtener más de un certificado (ISO, 2000).

Los certificados que garantizan ciertos estándares de calidad aportan a las empresas una serie de ventajas competitivas, entre las más importantes tenemos: reducción de costos, mayor rentabilidad, mejoras en la productividad, motivación y compromiso por parte del personal en una cultura de calidad, mejor posicionamiento en el mercado, por lo cual, constituye una importante herramienta de marketing.

Los beneficios que consiguen las empresas al implementar un SC según las Normas son considerables, pues permiten obtener una mayor satisfacción de los clientes por la confianza en los productos y servicios que brindan. La adecuación a estas Normas genera las condiciones precisas para una gestión de calidad más efectiva y contribuye a lograr mayor participación en el mercado. Pese a lo anterior, la certificación en ISO 9000 no garantiza un producto de calidad, tan solo asegura que una empresa llevará a cabo una serie de procedimientos los cuales controlaran dicha calidad (Hill, 1996).

En México la ISO ha gozado de gran aceptación sobre sistemas

de calidad. Desde el año 2000 hay un crecimiento anual sostenido en las certificaciones ISO, destacando actualmente su versión 9001, aplicado mayormente a organizaciones del sector manufacturero y de servicios, en su mayoría medianas y grandes empresas (Nava y Rivas, 2008).

El auge y la evolución de la Norma ISO 9000 ha permitido generar ventajas competitivas derivadas de una mejor y más rigurosa gestión de los procesos productivos, generando beneficios comerciales relacionados con una mejor imagen y prestigio, los cuales, vistos desde la perspectiva académica, han sido sobrevalorados. Lo anterior lleva a concebir en las empresas expectativas que pocas veces son alcanzadas y que, en muchos casos, generan cierta insatisfacción y motivan numerosas críticas sobre la utilidad de la certificación (Casadesus et al, 2000).

Los resultados de las certificaciones

Actualmente existen diferentes organizaciones y movimientos que utilizan la certificación como herramienta para asegurar un efecto positivo del servicio o producto. Pero, para que la certificación sea creíble en sí misma, debe estar basada en reglas sobre el proceso de certificación, claramente establecidas por la entidad certificadora.

Por otro lado, señala Escobar (2010) que las empresas, por razones de prestigio, cláusulas contractuales, etcétera, tienen que demostrar la calidad que poseen. Para ello, necesitan que un organismo con credibilidad garantice que sus productos, procesos o trabajadores tienen la calidad esperada. Bajo esta idea, las certificaciones se convierten en la mera emisión de un documento que atestigua que un producto, persona o empresa se ajusta a unas normas técnicas determinadas.

Litsikas (1997) desde finales del siglo XX señalaba que, en la implementación de las Normas ISO 9000, la principal razón fue la mejora de la calidad, seguida por la obtención de una ventaja en el mercado y finalmente, por la satisfacción de las expectativas de los clientes. También mencionaba que la falta de certificaciones ISO 9000 suponía un inconveniente en empresas estado unidenses que pretendían hacer negocios en Europa. Por esta razón, las grandes compañías multinacionales estado unidenses vieron que la certificación ISO 9000 no sólo era un medio para mejorar sus niveles de calidad, sino también era necesaria para lograr su incorporación en el mercado Europeo. Del mismo modo, en otros casos obtuvieron la Norma ISO 9000 para: el cumplimiento de requisitos legales, lograr ventaja competitiva frente a otras empresas, y atender a las demandas de sus clientes (Anderson et al, 1999).

Independientemente de las razones para su adopción y certificación, la Norma ISO 9000 se presenta como un valor agregado para quien la obtiene, pero también existen los detractores que señalan que en muchos casos se utiliza como un elemento de marketing más bien difuso, dado el desconocimiento general de su significado es general, “la implantación de Sistemas de Calidad, sobre todo en pequeñas y medianas empresas, continúa haciéndose por lo que pide el cliente y los estamentos públicos” (Escobar, 2010: 49).

En la GC se visualiza a la certificación como método de evaluación; dado que la certificación acerca a la noción de calidad, que gestionan los administradores en sus organizaciones, es prudente aclarar que la decisión de la calidad demostrada no está en el recurso normativo de la certificación, sino en el administrador que toma decisiones sobre su

sistema y su proceso, impactando sobre las personas de la organización y los clientes.

Escobar (2010) señala críticamente, que la GC se instrumentaliza, se apropia de herramientas para su gestión, pero no se inserta en la cultura, no da cuenta del individuo en la organización, siendo incongruente el concebir que esté en las personas la calidad ofrecida. Hauselmann y Vallejo (1999) cuestionan los límites de la certificación, pues la calidad demostrada en los procesos de certificación da cuenta de la cultura, pero no se implementa en ella.

En este mismo orden de ideas, algunos otros autores recalcan que la certificación indica un método, una forma especial de proceder, ofrece un proceso de autoevaluación inicialmente, y de manera voluntaria, la organización acude a los organismos certificadores, quienes la visitan y en un ejercicio deliberado concluyen sobre el cumplimiento del referente normativo escogido, expone las mejoras a realizar; en este sentido, la calidad es sencilla y fácil de aplicar, pues esta radica en las personas (Hauselmann y Vallejo, 1999).

Finalmente, en cuanto al referente normativo como estándar, aplicable a todas las organizaciones, se ha señalado en más de una ocasión, que todas las organizaciones son distintas y el resultado no es estandarizable.

Conclusiones

El alto grado de competencia derivado de un mercado global ha hecho proliferar las certificaciones como una posible fuente de ventaja competitiva, sin embargo, es evidente, en muchos casos, el divorcio entre lo que se presenta a los clientes y los requisitos determinados en el SGC. El cumplimiento de esos requisitos debería mostrar la promesa al cliente y comunicarse a toda la organización como política fundamental de la empresa.

La mejora continua tendría que ser parte de la política, y abandonar la idea de únicamente demostrar por medio de los indicadores lo que se dice que se está haciendo. La política debe indicar la congruencia con lo establecido en el plan estratégico de la organización, lamentablemente muchas veces se consideran mundos aparte. Incluso, en algunos casos, la posesión de una certificación se convierte en una prioridad calificadora de pedido, en la medida que el poseerla supone una condición previa para negociar con determinados clientes.

Es conveniente recalcar que el concepto de certificación lleva implícito, por un lado, la existencia de un organismo independiente encargado de conceder la certificación, para nuestro caso la ISO y, la voluntariedad por parte de la empresa certificada. Lo que nos lleva a concluir que la certificación es una actividad de carácter voluntario que permite establecer la conformidad de una entidad (empresa, producto o persona) con los requisitos definidos a través de la estandarización.

Finalmente, no se puede soslayar el hecho de que sea considerado un tema de moda; y al mismo de tiempo, de considerables negocios, pues en los últimos años han proliferado consultoras, certificadoras, cursos de capacitación, etcétera, convirtiendo el tema en una verdadera fuente de riqueza para algunos; que además, es evidencia de un cambio de actitud de las organizaciones con respecto a la temática de la calidad.

En conclusión, se puede seguir discutiendo si la implantación de SC certificados ha arrojado resultados positivos o negativos o si estos han

conducido efectivamente a productos y procesos de mayor calidad, y habría tantas posturas como autores. La realidad es que la calidad tiene que asumirse sin demora a partir de las exigencias de los compradores, nada por sí mismo asegura la calidad, pues un producto o servicio de calidad será aquel que cumpla las expectativas del cliente.



Bibliografía

- Anderson, S.W., Daly, J.D. y Johnson M.F. (1999), "Why Firms Seek ISO 9000 Certification: Regulatory Compliance or Competitive Advantage?", *Production and Operations Management*, Vol. 8, N°1, pp. 28- 43.
- Casadesus F.; Heras, S. y Ochoa L. (2000), "Implantación de la Normativa ISO 9000 en las Comunidades Autónomas de Cataluña y País Vasco: Conclusiones de dos Estudios Empíricos". *Revista de Dirección y Administración de Empresas* 8, pp. 43- 60.
- Escobar, M. (2010). La certificación de calidad: logro no alcanzado, una paradoja. *Journal Of Global Business Administration - Mars 2010 Volume2, Number1*, 32-52
- Frate, M. (2001). Archiving sustained Customer Satisfaction, *The International Organization for Standardization* has introduced a revised 9000 series with a whole next dynarpie. *Occupational Health & Safety*, 1(66), 67-77
- Garvin, D. A. (1984) "What Does Product Quality Really Mean?" *Sloan Management Review*, 26, pp. 25 – 43.
- Hauselmann, P. y Vallejo, N. (1999). *La certificación: un seguro de credibilidad. BIOCORDER-CIO: Estrategias para el Desarrollo Sostenible en Colombia*
- Hill, S. (1996), *ISO Certification Provides Long-Term Payoff*, 35, pp. 66-68.
- ISO, Organización Internacional de Normalización (2000). Norma NTC-ISO-9000:2000 SGC – Fundamentos y Vocabulario". Colombia: ICONTEC.
- ISO, Organización Internacional de Normalización (2005). *Norma Internacional ISO 9000. Sistemas de gestión de la calidad*. Secretaría Central de ISO, Ginebra, Suiza
- ISO, Organización Internacional de Normalización (2011). ISO in brief. *International Standards for a sustainable world. ISO Focus+ magazine*. Ginebra, Suiza
- ISO, Organización Internacional de Normalización (2012). *Quality management principles ISO Focus+ magazine*. Ginebra, Suiza
- Litsikas, M. (1997), "Companies Chose ISO Certification for Internal Benefits", *Quality* 36, pp. 20-26.
- Moreno-Luzón M.D, Peris F. y González T. (2000), "Gestión de Calidad y Diseño Organizaciones", *Teoría y Estudio de Casos*, E. Prentice Hall, Madrid.
- Nava, V. y Rivas, L. (2008). Desempeño de las organizaciones mexicanas certificadas en la Norma ISO 9001:2000. *Estudios Gerenciales*, Vol. 24 No. 108 (Julio-septiembre 2008), 107-128
- Hurtado, R.; Rodríguez, W.; Fuentes, H.; C. Galleguillos (2009). "Impacto en los beneficios de la implementación de las Normas de Calidad ISO 9000 en las empresas." *Revista de la Facultad de Ingeniería*, 23, 17-26.
- Ramos, A. (1995). Hacia la calidad total: la difusión de las Normas I.S.O. de la serie 9000 en la Industria Argentina. *Documento de trabajo* N° 66. División de Desarrollo Productivo y Empresarial de la CEPAL de Santiago de Chile, Área de Desarrollo Industrial de la Oficina de la CEPAL en Buenos Aires.