

“PROPUESTA DE IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD ISO 9001:2008 EN UNA EMPRESACOMERCIAL”

María Celina Huamán Mejía*
praxisquality@gmail.com

RESUMEN

El uso de los sistemas de gestión de calidad es una tendencia mundial, ya que las organizaciones de diferentes sectores económicos están inmersas en sus procesos de certificación o re-certificación en muchos casos.

Las normas ISO, desde su publicación en 1987, han causado un gran impacto en el intercambio comercial de las naciones, ya que gracias a estas y otras normas los actores del comercio nacional e internacional pueden confiar en las empresas que ostentan esta certificación, ya que normalizan requisitos, términos y características comerciales.

El sector comercial viene creciendo en los últimos años. En 2008 llegó al 13.1% comparado al 9.7% logrado en 2007 con respecto a su participación del PBI del Perú. Por ello la importancia de este sector, sin dejar de lado el nivel de empleo que brinda, ya que ostenta el 30% del mercado laboral. El objetivo es diseñar una propuesta de implementación de un Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2008 para una empresa comercial. Metodología: será propia del Modelo del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001: versión 2008.

Con esta investigación se pretende dar una pauta a las empresas del sector comercial en su camino a la normalización de sus servicios y demostrar el impacto positivo de los Sistemas de Gestión Iso 9001-2008 en los procesos empresariales.

Palabras claves: Sistema de Gestión de la Calidad, ISO 9001:2008, Empresa Comercial, Implementación

ABSTRACT

The use of quality management systems are a global trend, as organizations from different economic sectors are engaged in their process of certification or recertification in many cases.

ISO standards, since its publication in 1987 caused a major impact on trade of nations, and thanks to this and other trade rules, the actors national and international companies can rely on this certification bearing as normalized requirements, terms and commercial properties.

The commercial sector has been growing in recent years, in 2008 came to 13.1% compared to 9.7% achieved in 2007 with respect to its share of GDP of Peru. That is why the importance of this sector, without neglecting the employment it provides, and which holds 30% of the labor market. The goal is to design a proposal for implementation of a Quality Management System ISO 9001:2008 for a

* Mg. en Administración, Licenciada en Administración, Docente de Pregrado y Posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM, Auditora Líder de Sistemas de Gestión de Calidad ISO 9001:2008 - T.U.D. Training.

commercial enterprise. METHODOLOGY: Model will own the Quality Management System ISO 9001: version 2008.

This research aims to provide a guideline to companies in the commercial sector on their way to the normalization of their services and to demonstrate the positive impact of ISO 9001-2008 Management Systems business processes.

Keywords: Management System Quality, ISO 9001:2008, Business Enterprise, Implementation

INTRODUCCIÓN

Hasta mediados de la década de los ochenta el mundo se dividía en dos bloques: uno libre y abierto con predominio de la iniciativa privada; y el otro cerrado, estatista y centralista. Con la caída del muro de Berlín y la transformación del mundo socialista, hemos ingresado al mundo de la globalización y apertura mundial de los mercados. El mundo se ha convertido en una “Gran Mercado Mundial”, en la que los individuos pueden comunicarse en cuestión de segundos a los lugares más recondidos del mundo.

Los sistemas fluyen a lo largo y ancho de los continentes. Los términos “distancia” y “diferencia” están cambiando sustantivamente en este proceso. De este modo, las fronteras se están transformando en “paredes celulares”; pero esta nueva forma de producción y economía exige que las empresas rediseñen sus estándares de producción, su cultura organizacional y, sobre todo, que sean cada vez más competitivas, de forma tal que puedan acceder a todas las oportunidades que ofrecen los mercados internacionales, debido a esta apertura de mercado global.

Los sistemas de gestión surgen como respuesta a la necesidad de las organizaciones de establecer las bases necesarias para su fortalecimiento, crecimiento y competitividad local y global, con la finalidad de que permitan establecer políticas, objetivos, medición y mejora de la eficacia y eficiencia en sus diversas actividades.

Dentro de estos supuestos, los modelos para los Sistemas de gestión han sido desarrollados bajo estándares internacionales con el fin de asistir a las organizaciones en el despliegue de sus esfuerzos, permitiendo tomar acciones sobre lo hecho, establecer controles, monitoreo del progreso y la mejora necesaria para la acertada toma de decisiones que influirán positivamente en sus resultados futuros.

El impacto que ha tenido la apertura comercial experimentada en Perú en los últimos años obliga a nuestra empresa a elevar su competitividad, y

los sistemas de gestión son una forma de asegurar el control de los procesos y la gestión de los mismos en un marco de mejora continua que facilite una inserción adecuada en un contexto cada vez más competitivo.

La presente investigación propone la implementación del Sistema de Gestión de Calidad para la empresa comercial SERPRO, dedicada a la distribución y comercialización de materiales de construcción.

MÉTODOS

1. Para identificar los requisitos de los clientes: se aplicó una encuesta estructurada por teléfono en una muestra aleatoria de 28 clientes principales. Para conocer el nivel de satisfacción de los clientes distribuidores antes, durante y después de la compra, se aplicó 43 encuestas telefónicas con base de datos aplicando un cuestionario estandarizado, diseñado sobre la base de los objetivos de la investigación. Para medir el tiempo de entrega, se diseñó un sistema de medición de 14 hitos a través de los procesos estratégicos del macroproceso. Para medir el desempeño de la empresa se utilizó el método 6 Sigma.
2. Para proponer el diseño del SGC se aplicó el método Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (PHVA), se describe como: Planificar: establecer los objetivos, procesos y proporcionar los recursos. Hacer: implementar los procesos. Verificar: supervisar y medir los procesos. Y Actuar: tomar acciones para mejorar continuamente el desempeño del proceso.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

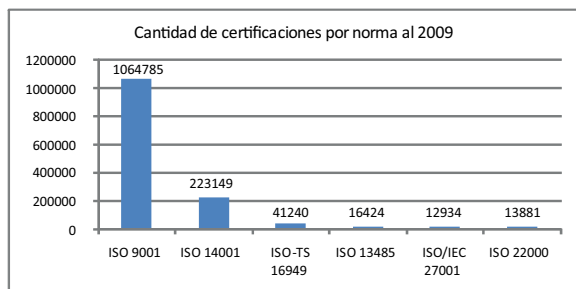
1. Los principales requisitos identificados de los clientes son: Tiempo de entrega 24%, financiamiento 23 %, precios competitivos 20%, comunicación 19 % y exactitud en pedidos 14% respectivamente.
2. El nivel de satisfacción de los clientes, respecto al servicio de distribución de produc-

tos de acero reporta como: muy buena 23%, buena 12%, regular 47%, malo 16% y muy malo 2%. El tiempo de entrega en promedio es de 48 horas. El nivel en Sigma es de 1.3 y 1.4, es decir, 541,666.67 defectos por millón de oportunidades, un rendimiento de 45.025 %. El diagnóstico preliminar determino el nivel de cumplimiento con los requisitos de la norma, cumple parcialmente al 14%, cumple 0% y no cumple 86%.

3. Procesos determinados del SGC para SERPRO, la interacción y la secuencia, los criterios y métodos de operación y control, los recursos, el seguimiento y las acciones de mejora. 4) Disponibilidad y el control de la documentación; Políticas, objetivos, Manual, Procedimientos documentados y Registros.

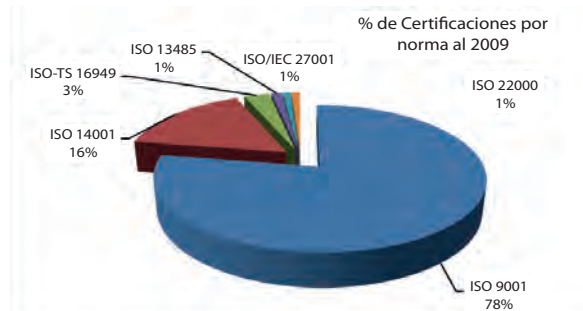
ESTADO DE LA CERTIFICACIONES ISO AL AÑO 2009

La International Organization for Standardization, conocida por su marca ISO, publicó el estado de las certificaciones en el mundo, pues su último reporte es a Diciembre de 2009. Los resultados presentados son los siguientes:



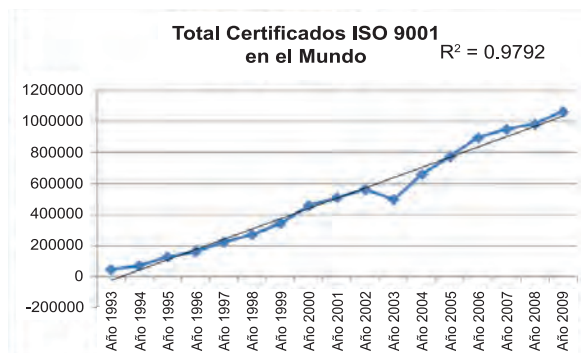
Fuente: <http://isoscorecard.ning.com/profiles/message/show?id=386952180&folder=Inbox&page=1>

En el gráfico anterior se muestra que las certificaciones de los SGC equivalen a casi 5 veces las certificaciones en la Gestión ambiental.

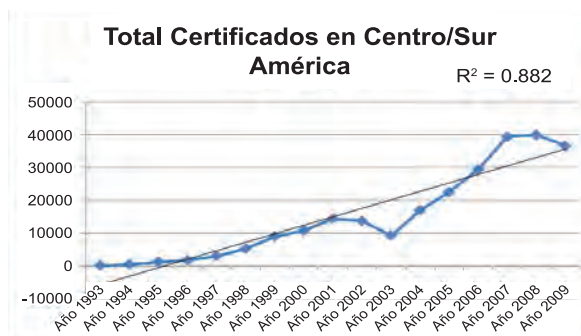


El 78% de las certificaciones son bajo la norma ISO 9001 y solo el 16% son bajo la norma ISO 14001, las otras normas llegan al 6%.

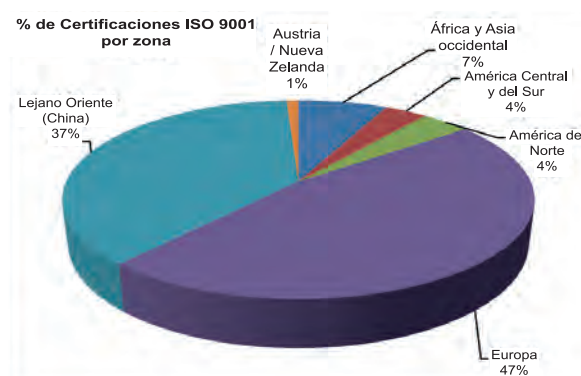
ISO 9001: Sistemas de Gestión de la Calidad:



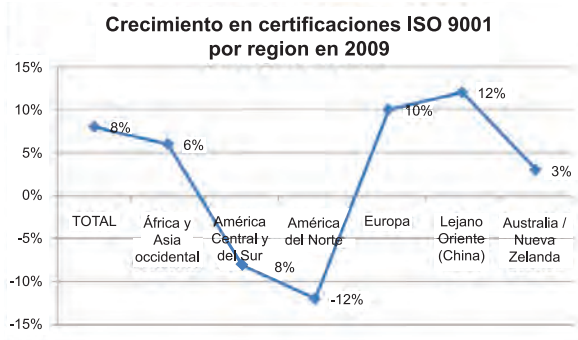
Se observa que se mantiene la pendiente de crecimiento (0,979) la cual mejora con respecto a 2008 que era de 0,975.



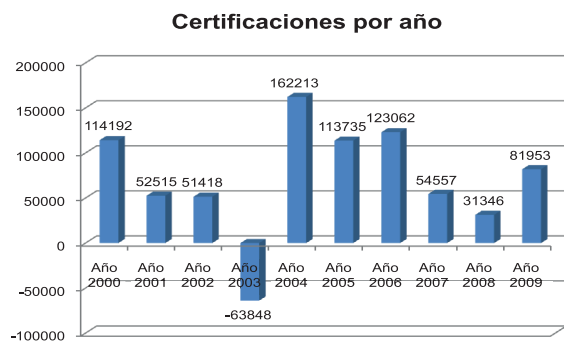
Si analizamos la cantidad de certificaciones en Centro y Sur América nos encontramos con un fenómeno que requiere de alguna explicación adicional, pues la cantidad de certificaciones decrece con respecto a la que se tenía en 2008 (39940 contra 36551), algo similar ocurre también con la cantidad de certificaciones en USA. En anteriores reportes se había atribuido el fenómeno a cambios de organismos de certificación o duplicidad en los reportes.



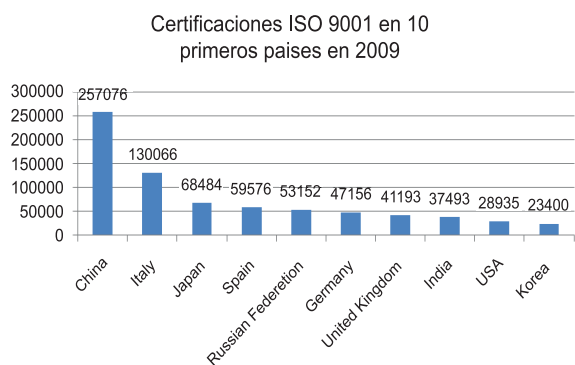
Analizando las certificaciones por área económica, nos encontramos que es en Europa en donde se concentran la mayor cantidad de certificaciones, seguidas por el lejano Oriente en donde se encuentra China. Nuestra América Central y del Sur tan solo representa un 4% del total de certificaciones.



A nivel mundial de 2008 a 2009 se creció un 8%, lo cual no fue similar en las distintas regiones, pues en unas creció un 12% (Lejano Oriente-China) y en otras más bien decreció (-12%).



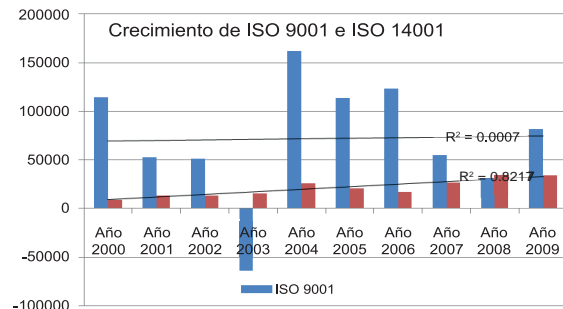
Llama poderosamente la atención que sin que existirá cambio en la versión de la norma en 2009 se da un incremento sustancial, pues a partir de 2004, se veía una caída libre en la cantidad de certificaciones y ese último año repunta de una manera considerable 2.61 veces. El repunte principalmente se da en China y países aledaños en donde se incremento en 3.75 veces la cantidad de empresas certificadas llegando a 41729 en el año lo que representa un 51% del total de empresas certificadas bajo la norma ISO 9001:2008.



Nuevamente sigue siendo China el país con más certificaciones ISO 9001 en el mundo, y en total el 70% de éstas se concentra en los 10 países que se muestran en el gráfico.

Este gráfico muestra el crecimiento de certificaciones por país, en donde en primer lugar se menciona a Rusia, seguido por China. Hay que aclarar que cuando sumamos la cantidad de certificaciones de estos 10 países nos da un total de 103534, una cifra muy distinta a la reportada como el crecimiento total de certificaciones en el mundo, probablemente generado por las cifras negativas que hay en Centroamérica y Sur América y USA.

El crecimiento en términos generales por norma nos arroja los siguientes resultados:

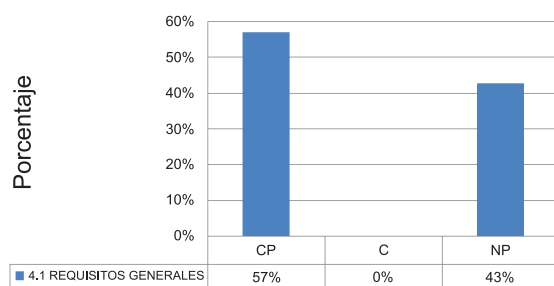


Las líneas de tendencia del gráfico anterior, podrían mostrar que en los últimos 10 años la cantidad de empresas que se certifican en ISO 9001 se mantiene estable y un crecimiento mayor en la cantidad de empresas certificadas por año bajo la norma ISO 14001.

Toda la información ha sido basada en el informe ISO SURVEY 2009, el cual se puede ver en www.isoscorecard.ning.com en el grupo Empresas certificadas.

AUDITORÍA DIAGNÓSTICO ISO 9001:2009

4.1 REQUISITOS GENERALES

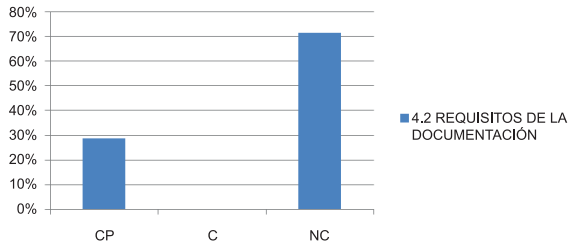


Fuente: Autores

Con respecto a los resultados obtenidos en la clausula 4 de la norma se puede concluir:

La empresa no tiene establecido, documentado, implementado, ni mantiene un sistema de gestión de la calidad que le permita mejorar continuamente su eficacia.

4.2 REQUISITOS DE LA DOCUMENTACIÓN

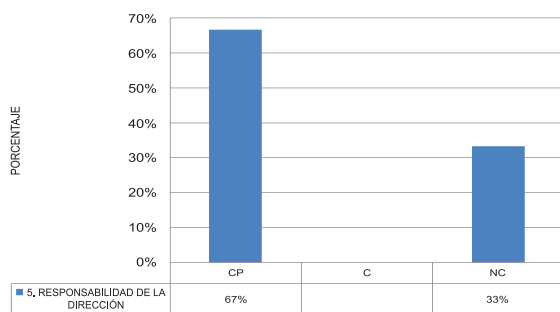


4.2 REQUISITOS DE LA DOCUMENTACION	29%	0%	71%	100%
------------------------------------	-----	----	-----	------

Fuente: Autores

No tiene declaración documentada de una política de calidad y objetivos de la calidad.

5. RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN



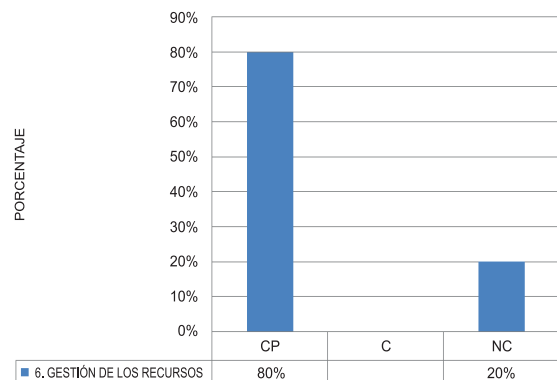
Fuente: Autores

No estan definidas las responsabilidades por procesos

No se han establecido politicas de calidad ni objetivos de calidad.

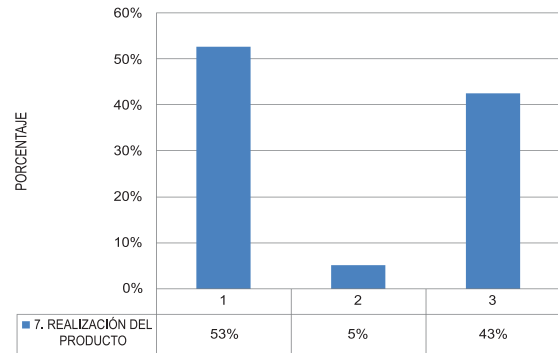
La dirección comunica a la organización la importancia se satisfacer todos los requisitos del cliente, pero estos requisitos, tanto legales como reglamentarios, no los tiene documentados

6. GESTIÓN DE LOS RECURSOS



El personal que presta los servicios a esta empresa no es competente en cuanto a habilidades y experiencias apropiadas. No se evalúa la eficiencia.

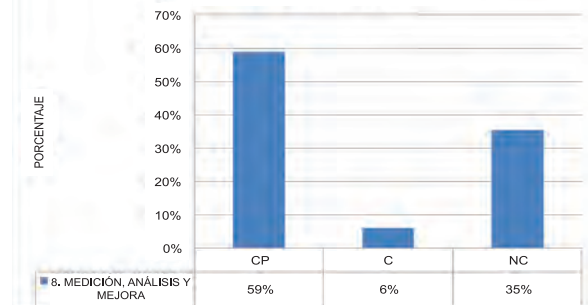
7. REALIZACIÓN DEL PRODUCTO



Fuente: Autores

La empresa desarrolla procesos necesarios para la prestación del servicio de manera informal. No cuenta con procesos claramente definidas y establecidos.

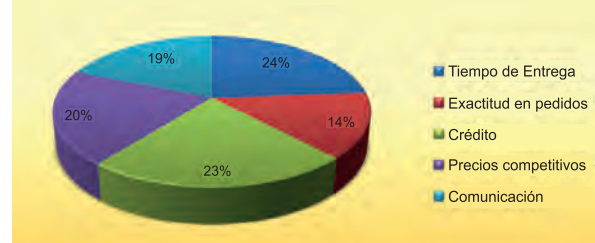
8. MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA



Fuente: Autores

No se saben los niveles de cumplimiento pero no se sabe la percepcion del cliente ni su nivel de satisfacción.

Factores de Importancia para el cliente



ANEXO Nº 03: DESEMPEÑO SIX SIGMA MEDIR IMPACTO 6 SIGMA Muestreo

N =	188
p =	0.95
q =	0.05
Z =	1.20
E =	0.05
n =	24.00

Six Sigma

Unidad: entrega de pedido

Defecto: entrega temprano o tarde.

Numero de oportunidades: 1

Analizando 24 entregas:

Tiempo de entrega adelantado o atrasado: 13

Defectos por millón: $(13 / (24 * 1)) * 1000000 = 541,666.67$ defectos por millón de oportunidades

Desempeño sigma: entre 1.3 y 1.4

REQUISITOS DEL CLIENTE

Elaboración Propia

El cuadro nos muestra que los requerimientos más importantes según los son: tiempo de entrega, crédito, precios competitivos, comunicación y exactitud en los pedidos. Para verificar esta información, se realizó una encuesta telefónica a una muestra de clientes, quienes ponderaron de 1 a 5 un grupo de factores elegidos.

Gráfico: QFD voz del cliente

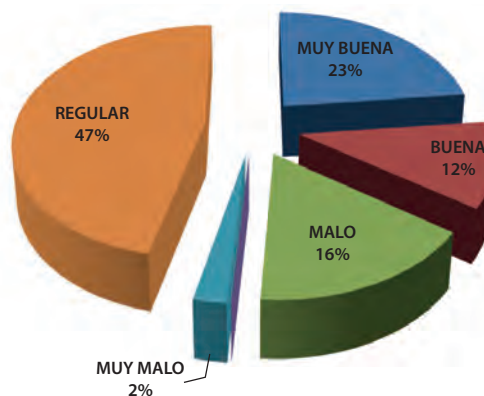
Row\	Max Relationship Value in Row	Relative Weight	Weight Importance	Quality Characteristics (a.k.a. "Functional Requirements" or "Hows")	Column										Competitive Analysis (0= Worst, 5= Best)								
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Our Company	Competitor 1 La viga	Competitor 2 dinsa	Competitor 3 travisa
1	9	14.7	5.0	Tiempo de entrega	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	4					4
2	9	14.7	5.0	Credito	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	0					0
3	9	11.8	4.0	Precio competitivo	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	4					5
4	9	11.8	4.0	Comunicación	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	5					5
5	9	11.8	4.0	Exactitud en la entrega	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	5					4
6	9	8.8	3.0	Buen trato	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	5					3
7	9	8.8	3.0	Confianza	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	4					3
8	9	5.9	2.0	Capacitación	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	3					2
9	9	5.9	2.0	Calidad del producto	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	3					3
10	9	5.9	2.0	Variedad de producto	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	3					3
				Max Relationship Value in Column	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9						
				Weight / Importance	782.4	482.4	400.0	647.1	464.7	547.1	352.9	341.2	529.2	405.9									
				Relative Weight	15.8	9.7	8.1	13.1	9.4	11.0	7.1	6.9	10.7	8.2									

Fuente: Proreco EIRL

Elaboración: Propia

ANEXO Nº 06 : NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE JUNIO PRORECOVE



Elaboración: Autores

Se puede apreciar que solo el 23 % esta satisfecho.

ANEXO Nº 07: TIEMPO DE ENTREGA

Entendemos como tiempo de entrega al compromiso de llegada de los materiales de construcción a la hora y fecha acordada con el cliente.

Para ello la empresa ha establecido rangos horarios (Cuadro Nº 04), para realizar la distribución de sus pedidos de manera realista.

Cuadro Nº 04 Rangos Horarios de Entrega

Tiempo entrega de Pedidos de Materiales					
Producto/Servicio: Distribución de Materiales de Construcción					
Etapa Proceso de Ventas y Despacho					
7:00 - 9:00	9:01 - 11:00	11:01 - 1:00	1:01 - 3:00	3:01 - 5:00	5:01 - 7:00
Fecha:			Sección:		
Inspector:					

¿QUÉ ES LA OPORTUNIDAD DE ENTREGA?

Se define como oportunidad de entrega, cuando ventas indica la meta para la entrega de materiales expresada en una ventana de tiempo.

Ejemplo: Ventas indica que una entrega se considera tardía si llega a la 1:01 pm en adelante y se considera demasiado temprana antes de las 11:00 am. Con la meta (12:00 pm) y las especificaciones 11:01 am y 1:00 pm, la Gerencia de Ventas puede ya calcular la línea base del desempeño σ para el cumplimiento en la entrega de materiales de construcción



ANEXO Nº 09: PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN RECOPRO.

CONCLUSIONES

El requisito más exigido por los clientes de la empresa es el tiempo de entrega. El grado de satisfacción del cliente respecto al servicio de la empresa es preocupante ya que solo en promedio 1 de cada 4 clientes aprecia como muy buena. La autoevaluación proporciono una visión global del desempeño de la organizacional y el grado de madurez del sistema de gestión de la calidad al 14 %. La estrategia de implementación del Plan tiene como base el sistema de gestión de calidad ISO: 9001:2008, está concebido en 8 fases, una duración estimada de 9 meses, con un costo de inversión de \$ 73,000. El proyecto de implementación de SGC es técnico, económica y financieramente viable, generando una TIR del 5 % a partir del segundo año de implementación lo que representa un incremento en ventas en un 20 %.

BIBLIOGRAFÍA

Comite de Gestión de Calidad. (2009). Modelo de Premio Nacional a la Calidad 2010 - Perú. Lima: SNI.

Norma UNE-EN-ISO 9001: Sistema de Gestión de la Calidad.

Luis Cuatrecasas. Gestión Integral de la Calidad: Implantación, Control y Certificación. (GESTIÓN 2008 S.A.)

CHIAVENATO, IDALBERTO. (2002). Administración, Proceso Administrativo. McGraw Hill. 3ra edición. Mexico.

DRUKER, PETER FERDINAND. (2000). El Management del Siglo XXI. Editorial EDHASA. 1ra edición. Barcelona.

FRED R., DAVID. (2003), Concepto de Administración Estratégica. Editorial Pearson. 9na edición. Mexico.

PORTER, MICHAEL E. (1980). Competitive Strategy : Techniques for Analyzing Industries and Competitors. The Free Press. www.iso.com