AULA DE FORMACIÓN

AULA DE FORMACIÓN

LISTA DE ÚLTIMOS TRABAJOS PUBLICADOS EN «AULA DE FORMACIÓN»

- *«La organización de los mercados de transporte marítimo» (BICE 2723).*
- *«Situación actual y perspectivas de la actividad de* factoring*» (BICE 2729).*
- *«La Ventanilla Unica Empresarial: un compromiso con la simplificación administrativa, el crecimiento económico y el empleo». (BICE 2732).*
- *«El factoring en Europa y en EEUU» (BICE 2738).*
- *«La logística inversa como fuente de ventajas competitivas» (BICE 2742).*
- *«Glosario de siglas relacionadas con el comercio internacional» (II) (BICE 2755).*
- *«Las Zonas Francas en España y su utilidad. Delimitación del concepto y perspectivas de futuro» (BICE 2758).*
- *«La actividad portuaria: una perspectiva general» (BICE 2771).*
- *«La política española de cooperación y ayuda al desarrollo» (BICE 2772).*
- *«El crédito documentario en la fase inicial de la estrategia exportadora» (BICE 2781).*
- *«Riesgos y coberturas de las operaciones de comercio exterior» (BICE 2783).*
- *«La descentralización productiva en las empresas» (BICE 2785).*
- *«Internet y el comercio exterior» (BICE 2786).*
- *«La Hacienda Pública y los créditos concursales» (BICE 2787).*
- *«Contrato por obra o servicio determinado» (BICE 2790).*
- *«La desaparición del régimen de transparencia fiscal. Las sociedades patrimoniales» (BICE 2792).*
- *«Actuación de la Administración Tributaria en los procesos concursales» (BICE 2794).*
- *«El despido por causas objetivas» (BICE 2795).*
- *«Evaluación del impacto de las negociaciones comerciales internacionales» (I) (BICE 2796).*
- *«Evaluación del impacto de las negociaciones comerciales internacionales» (II) (BICE 2798).*
- *«Evaluación del impacto de las negociaciones comerciales internacionales» (y III) (BICE 2799).*
- *«El despido disciplinario. Concepto y causas» (BICE 2804).*
- *«El contrato laboral de alta dirección» (BICE 2805).*
- *«Análisis de la aplicabilidad del sistema CRM al proceso de negocio Gestión de la Demanda en ambientes de producción para el inventario» (BICE 2806).*
- *«Infracciones y sanciones tributarias» (BICE 2807).*
- *«Régimen Fiscal de las Entidades sin Fines Lucrativos e Incentivos Fiscales al Mecenazgo» (BICE 2810).*
- *«Incidencia de la normativa en las empresas que prestan sus servicios a través de Internet. Especial referencia a la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información» (BICE 2812).*
- *«Bonos indexados a la inflación: aspectos teóricos y evidencia empírica» (BICE 2815).*
- *«Una aproximación a las relaciones entre elementos del capital intelectual de las organizaciones» (BICE 2817).*
- *«La normalización y certificación como ventaja competitiva para la empresa española» (BICE 2820).*

AULA DE FORMACIÓN

Recordamos que los lectores de BICE tienen la posibilidad de sugerir temas de su interés que puedan tener cabida en este epígrafe (teléfono de contacto: 91 349 36 31; fax: 91 349 36 34).

La normalización y certificación como ventaja competitiva para la empresa española

*Gregorio Escalera Izquierdo**
*Marcelo Pascual Faura***

Normalización es la actividad propia a dar soluciones de aplicación repetitiva a problemas que provienen esencialmente de las esferas de la ciencia, de la técnica y de la economía, con vistas a la obtención del grado óptimo, en un contexto dado. Se manifiesta generalmente, por la elaboración, la publicación y la aplicación de normas. De manera concisa normalizar es simplificar, unificar y especificar con el fin de lograr la eficiencia y eficacia de la empresa.

Las normas ofrecen un lenguaje común de comunicación entre las empresas, la Administración y los usuarios y consumidores, establecen un equilibrio socioeconómico entre los distintos agentes que participan en las transacciones comerciales, base de cualquier economía de mercado, y son un patrón necesario de confianza entre clientes y proveedor.

Palabras clave: normalización simplificación, competitividad europea, administraciones públicas, consumidores.

Clasificación JEL: D24.

AULA DE FORMACIÓN

1. Introducción a la competitividad europea vía certificación

Hoy en día existen tres grandes mercados en el contexto mundial: Europa, Estados Unidos y Japón. En la ultima veintena de años hemos asistido a un aumento de cuota de mercado de Japón en el mercado comunitario pese a las trabas arancelarias y de disposiciones reglamentarias. Los mandatarios comunitarios han aprendido que esas políticas proteccionistas no son la solución a una economía competitiva de mercado.

La menor competitividad europea es debida:

a) *Unos modelos organizativos y de gestión*, que crean cuellos de botella en la toma de decisiones en las empresas (modelos organizativos burocráticos, funcionales frente a los modelos organizativos japoneses que podríamos denominar a la europea *lean productión - lean management*).

* Profesor de la Universidad Nacional de Educación a Distancia.
** Profesor de la Universidad San Pablo CEU.

b) *Cultura empresarial* (1), en cuanto al nivel de inversión en capital humano, para mejorar el conjunto de opiniones, normas y valores que se desarrollan dentro de las empresas y que caracterizan el comportamiento de sus directivos y del personal en su conjunto.

c) *Calidad y diferenciación del producto* (2), muchas empresas españolas tendrán que empezar a descubrirse así mismas, buscar sus estrategias estructurales como las coyunturales o de acción movibles para adecuarse a entornos altamente competitivos y discontinuos, mediante el descubrimiento de potenciales. Y a partir de ese momento desarrollar el enfoque convencional de cálculo de costes basados en la calidad o el valor del producto.

Thomas J. Peters y Robert H. Waterman (3) realizaron un estudio a través del cual se pretendía detectar las empresas americanas que eran sobresalientes e identificar aquellos aspectos que les hacía ser diferentes. Los ocho ámbitos que surgieron para caracterizar con mayor aproximación la distinción de las empresas sobresalientes son las siguientes:

1. Énfasis en la acción.
2. Proximidad al cliente: ofrecer calidad sin igual, servicio y fiabilidad.
3. Autonomía e iniciativa.
4. Productividad contando con las personas.
5. Manos a la obra eficazmente.
6. Zapatero a tus zapatos.
7. Estructuras sencillas. *Staff* reducido.
8. «Tira y afloja» simultáneo: las empresas sobresalientes están centralizadas y descentralizadas a la vez.

Las conclusiones a las que se llegaron, fueron las siguientes: *«Los instrumentos no sustituían al pensamiento. La inteligencia no subyugaba al sentido común. El análisis no detenía la actividad. Por el contrario, estas empresas se esforzaban en hacer sencillas las cosas en un mundo complicado, perseveraban, insistían en su búsqueda de la calidad, mimaban a sus clientes, escuchaban a sus empleados y los trataban como adultos, concedían amplia libertad de acción al personal innovador en productos y servicios. Permitían cierta medida de caos a cambio de la rapidez en la acción de la experimentación continua».*

AULA DE FORMACIÓN

2. Conceptos básicos sobre normalización

2.1. ¿Qué es la normalización?

La normalización es una actividad colectiva encaminada a establecer soluciones repetitivas.

En particular, esta actividad consiste en la elaboración, difusión y aplicación de normas.

La normalización ofrece importantes beneficios, como consecuencia de adaptar los productos, procesos y servicios a los fines a los que se destinan, proteger la salud y el medio ambiente, prevenir los obstáculos al comercio y facilitar la cooperación tecnológica.

Normalización es la actividad propia que da soluciones de aplicación repetitiva a problemas que provienen esencialmente de las esferas de la ciencia, de la técnica y de la economía, con vistas a la obtención del grado óptimo, en un contexto dado. Se manifiesta generalmente, por la elaboración, la publicación y la

(1) GARCÍA ECHEVARRÍA, Santiago y PÜMPIN, CUNO (1993): «Estrategia empresarial: como implementar la estrategia en la empresa», páginas 35 a 38. Editorial Díaz de Santos. Madrid.

(2) RAMÍREZ, Isabel (1993): «La certificación en la Europa del 93», páginas 15 a 25. Editorial AENOR. Madrid.

(3) PETERS, Thomas J. y WATERMAN, Robert H. (1992): «Estudio comparativo en empresas americanas». Trabajos realizados en la Universidad de Washington.

aplicación de normas (definición ISO: Organización Internacional de Normalización).

Otra definición muy concisa sería: normalizar es simplificar, unificar y especificar con el fin de lograr la eficiencia y eficacia de la empresa.

2.2. ¿Qué es una norma?

Las normas son documentos técnicos con las siguientes características:

• Contienen especificaciones técnicas de aplicación voluntaria.

• Son elaboradas por consenso de las partes interesadas:

— Fabricantes.

— Administraciones.

— Usuarios y consumidores.

— Centros de investigación y laboratorios.

— Asociaciones y Colegios profesionales.

— Agentes Sociales, etcétera.

• Están basados en los resultados de la experiencia y el desarrollo tecnológico.

• Son aprobadas por un organismo Nacional/Regional/Internacional de normalización reconocido.

• Están disponibles al público.

Las normas ofrecen un lenguaje común de comunicación entre las empresas, la Administración y los usuarios y consumidores, establecen un equilibrio socioeconómico entre los distintos agentes que participan en las transacciones comerciales, base de cualquier economía de mercado, y son un patrón necesario de confianza entre clientes y proveedor.

Norma es una especificación técnica u otro documento accesible al público establecido con la cooperación y el consenso o aprobación general de todas las partes interesadas fundado en los resultados conjugados de la ciencia, de la tecnología y de la experiencia con vistas al progreso óptimo de la comunidad, y aprobado por un organismo con actividades normativas (definición ISO: Organización Internacional de Normalización).

Es una especificación técnica aprobada por una institución reconocida con actividades de normalización, para su aplicación repetitiva o continua y cuya observación no es obligatoria (definición GATT).

• *Norma española*

Toda norma aprobada por «AENOR» (Asociación Española para la Normalización); las que apruebe con el indicativo «UNE» (Una Norma Española) el Ministerio de Industria así como las que surjan del Real Decreto 1614/1985, en las que también figurará el anagrama «UNE»).

AULA DE FORMACIÓN

• *Norma oficial*

Es aquella norma que se incorpora al ordenamiento jurídico, para su aplicación en actuaciones técnicas de las Administraciones, prevaleciendo sobre otras normas técnicas existentes en el mismo campo. (R.D. 1614/1985).

• *Normas armonizadas*

Normas que teniendo el mismo campo de aplicación, han sido aprobadas por diferentes organismos de normalización, y que son técnicamente idénticas o reconocidas como técnicamente equivalentes en la práctica. (Definición ISO).

En el ámbito comunitario se habla de normas armonizadas, refiriéndose a aquellas normas nacionales (de un Esta-

do miembro) que transponen las normas europeas referenciadas por una Directiva.

• *Norma europea*

Toda norma aprobada por los organismos europeos de normalización, que hasta el presente son dos: CEN (Comité Europeo de Normalización), y CENELEC (Comité Europeo de Normalización Electrotécnica). Existe también un tercer organismo europeo: ETSI (Instituto Europeo de Normalización de las Telecomunicaciones). Hoy en dia estos organismos se encuentran agrupados.

• *Comité Técnico de Normalización*

Es un comité constituido por todas las partes interesadas (Administración, fabricantes, laboratorios, usuarios, etcétera) que desarrolla los trabajos de normalización, en un campo de actividad determinado.

AULA DE FORMACIÓN

3. Certificación como *interfaces* de beneficios individuales

La Certificación de conformidad es una consecuencia de la normalización. Las empresas que solicitan la Certificación obtienen dos beneficios básicos:

a) comprobación en sus productos del cumplimiento de las normas.

b) una nueva forma de diferenciarse en el mercado.

Podríamos decir que la palabra Certificación en las empresas cada día va más ligada a la calidad.

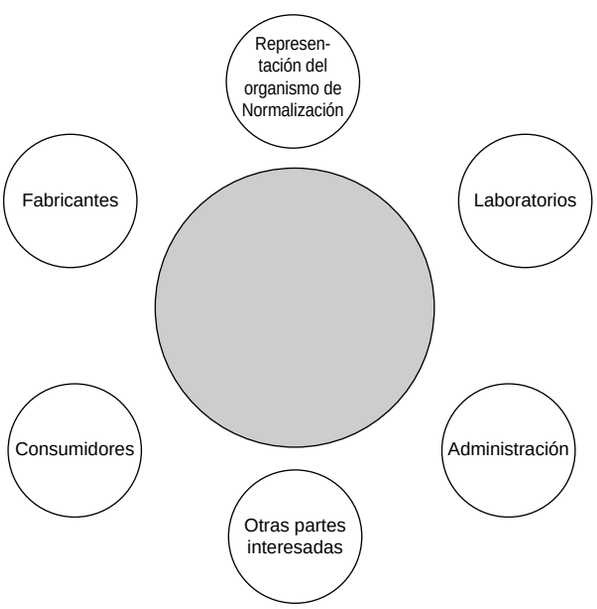
Los beneficiarios de la Certificación pueden ser:

— la Administración
— la Industria
— los Consumidores

La Administración hace uso de ella para asegurarse de que los productos que se venden en el mercado cumplen las reglamentaciones.

• Simplifica la elaboración de textos legales.

FIGURA 1
COMPOSICIÓN TÍPICA DE UN COMITÉ TÉCNICO DE NORMALIZACIÓN



Fuente:** Elaboración propia, adaptado de Conformity Assessment ISO (1995)* **Guides and information documents outlining requirements for certification and other conformity assessment activities.,** ***3rd ed., Editorial IEC.

• Establece políticas de calidad, medioambientales y de seguridad.

• Ayuda al desarrollo económico.

• Agiliza el comercio.

La Industria consigue una calidad determinada, cumple unas normas y reúne los requisitos impuestos por la Administración cuando así está reglamentado.

• Racionaliza variedades y tipos de productos.

• Disminuye el volumen de existencias en almacén y los costes de producción.

• Mejora la gestión y el diseño.

• Agiliza el tratamiento de los pedidos.

• Facilita la comercialización de los productos y su exportación.

• Simplifica la gestión de compras.

Los Consumidores pueden identificar los productos que son controlados y que, por tanto, cumplen unas normas específicas.

• Establece niveles de calidad y seguridad de los productos y servicios.

• Informa de las características del producto.

• Facilita la comparación entre diferentes ofertas.

Por tanto, podríamos decir que la Certificación cumple un beneficio para la sociedad. Debido a que indirectamente aumenta el nivel de calidad de la Industria, mejora los productos y servicios que son objeto de intercambio en los diferentes mercados y, como consecuencia, mejora la calidad de vida de un país (4).

3.1. ¿Qué se normaliza?

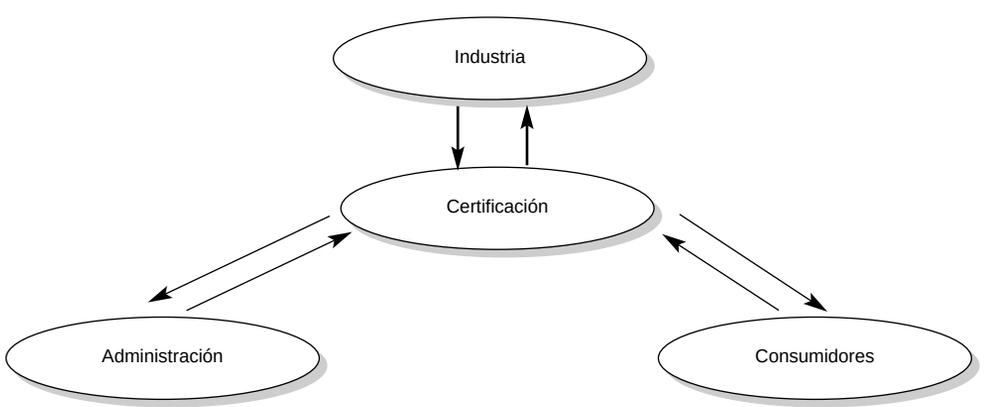
El campo de actividad de las normas es tan amplio como la propia diversidad de productos o servicios, incluidos sus procesos de elaboración.

Así, se normalizan los *Materiales* (plásticos, acero, papel, etcétera), los *Elementos y Productos* (tornillos, televisores, herramientas, tuberías, etcétera), *Métodos de Ensayo, Temas Generales* (medio ambiente, calidad del agua, reglas de seguridad, estadística, unidades de medida, etcétera), *Gestión y Aseguramiento de la Calidad, Gestión Medioambiental* (gestión, auditoría, análisis del ciclo de vida, etcétera), *Gestión de Prevención de Riesgos en el Trabajo* (gestión y auditoría), etcétera.

AULA DE FORMACIÓN

(4) RAMÍREZ, Isabel (1993): «La Certificación en la Europa del 93», páginas 15 a 25. Editorial AENOR, Madrid.

FIGURA 2
BENEFICIARIOS DE LA CERTIFICACIÓN



Fuente: Elaboración propia.

3.2. Clases de normas que existen

Los documentos normativos pueden ser de diferentes tipos dependiendo del organismo que los haya elaborado.

En la clasificación tradicional de normas se distingue entre: normas nacionales; normas regionales, y normas internacionales.

• Las *Normas nacionales* son elaboradas, sometidas a un periodo de información pública y sancionadas por un organismo reconocido legalmente para desarrollar actividades de normalización en un ámbito nacional.

En España estas normas son las normas UNE, aprobadas por AENOR, que es el organismo reconocido por la Administración Pública española para desarrollar las actividades de normalización en nuestro país (*Real Decreto 2000/1995*).

AULA DE FORMACIÓN

• Las *Normas regionales* son elaboradas en el marco de un organismo de normalización regional, normalmente de ámbito continental, que agrupa a un determinado número de Organismos Nacionales. Las más conocidas aunque no las únicas son las normas europeas elaboradas por los Organismos Europeos de Normalización (CEN, CENELEC, ETSI), y preparadas con la participación de representantes acreditados de todos los países miembros.

AENOR es el organismo nacional de normalización español miembro de CEN y CENELEC y, por lo tanto, la organización a través de la cual se canalizan los intereses y la participación de los agentes socioeconómicos de nuestro país en la normalización europea.

• Las *Normas internacionales* tienen características similares a las normas regionales en cuanto a su elaboración, pero se distinguen de ellas en que su ámbito es mundial. Las más representativas por su campo de actividad son las normas CEI/IEC (Comité Electrónico Internacional) para el área eléctrica, las UIT/ITU (Unión Internacional de Telecomunicaciones) para el sector de las telecomunicaciones y las normas ISO (Organización Internacional de Normalización) para el resto.

AENOR es el organismo nacional de normalización español miembro de ISO y CEI y, por lo tanto, la organización a través de la cual se canalizan los intereses y la participación de los agentes socioeconómicos de nuestro país en la normalización internacional.

3.3. ¿Qué es y cómo se elabora una norma UNE?

Una norma UNE es una especificación técnica de aplicación repetitiva o continuada cuya observancia no es obligatoria, establecida con participación de todas las partes interesadas, que aprueba AENOR, organismo reconocido a nivel nacional e internacional por su actividad normativa (Ley 21/1992, de 16 de julio).

La elaboración de una norma UNE, incluida la adopción de normas europeas, se lleva a cabo en el seno de los Comités Técnicos de Normalización (CTN) a través de las siguientes fases:

• *Trabajos preliminares* (recopilación de documentación, discusión sobre el contenido...) previos a la toma en consideración de una nueva iniciativa.

• *Elaboración del proyecto de norma.* incluye todas aquellas actividades que se desarrollan por el Comité hasta la aprobación de un documento como proyecto de norma, buscando siempre el consenso de todas las partes.

• *Información pública en el BOE,* anuncio de la existencia del proyecto de norma, tanto nacional como europea, para que cualquier persona, física o jurídica, pueda remitir las observaciones al mismo que estime oportunas.

• *Elaboración de la propuesta de norma,* una vez superada la fase anterior, y recibidas en AENOR las posibles observaciones del proyecto, el CTN procede al estudio de las mismas y aprobación de la propuesta de norma final, para su consideración y adopción por AENOR.

• *Registro, edición y difusión de la norma UNE,* con la publicación de la norma UNE por AENOR, notificación al BOE, promoción y comercialización, a través de los servicios comerciales de AENOR.

4. Objetivos y principios de la normalización

4.1. Objetivos de la normalización

1) Simplificación e intercambiabilidad.
2) Comunicación.
3) Economía general.
4) Seguridad, salud y protección de la vida.
5) Protección del consumidor y de los intereses colectivos.
6) Eliminación de barreras a los intercambios internacionales.
7) Facilitar la promoción y difusión tecnológica.
8) Promover la *calidad* de los productos y servicios.

4.2. Principios de la normalización

a) La normalización es esencialmente un acto de *simplificación.*

b) La normalización es tanto una actividad social como económica, y debe ser fruto de un *consenso general.*

c) La publicación de una norma tiene poco valor en sí. Es su aplicación lo más importante, aunque suponga sacrificios.

d) Para establecer una norma es necesario, principalmente, elegir, definir y fijar.

e) Las normas deben ser supervisadas y modificadas cuando sea necesario.

f) Cuando las condiciones de uso u otras características de un producto estén especificadas, se deben *precisar los métodos de ensayo* a aplicar, para comprobar si el producto es conforme a la norma.

Si se tiene que adoptar un muestreo, conviene especificar un método a seguir y, si es necesario, el tamaño y frecuencia de las muestras Siempre se deben de indicar, las reglas de evaluación de la conformidad del producto con la norma.

g) *La necesidad de convertir a una norma en obligatoria debe ser examinada,* teniendo en cuenta la naturaleza de la norma, el nivel de industrialización, y las leyes o condiciones predominantes en la sociedad para la que la norma se ha preparado.

5. Ventajas y desventajas de la normalización (5)

AULA DE FORMACIÓN

5.1. Ventajas

Respecto a la producción

• Aumento de la transparencia en el mercado.
• Incremento del valor añadido del producto.
• Producción de lo que se necesita.
• Organización racional de la producción.
• Eliminación del derroche.
• Aumento de la producción.
• Disminución de *stocks*.
• Regulación de la fabricación, y disminución de tiempos y costes.

Respecto al consumidor

• Protección al consumidor.
• Tipificación del producto.

(5) IMPIVA (1992): *Dossiers sobre Normalización, Certificación y Homologación,* páginas 7 y 8. Valencia.

• Mayor capacidad de comparar precios, calidades y ofertas: evitar fraudes.
• Facilidad de pedidos: comprar sin ver.
• Reducción de plazos de entrega.

Respecto al comerciante

• Poder ajustar las cotizaciones: mejor servicio.
• Simplificación de las operaciones comerciales.
• Reducción de costes operativos.
• Mejor almacenaje.

Respecto a la economía en general

• Mejora de la producción en calidad, cantidad y regularidad.
• Desarrollo de los intercambios comerciales.
• Disminución de litigios.
• Disminución de los gastos de distribución.
• Incrementos de la productividad.
• Incremento de la calidad de vida.

5.2. Desventajas

• Efecto inflacionista de inmediato.
• Puede usarse como barrera técnica.

6. Utilidad de las normas en la empresa y objetivos que cumple (6)

6.1. Utilidad

Se dice que quien tiene información tiene poder. La empresa bien informada

(6) IMPIVA (1992): *Dossiers sobre Normalización, Certificación y Homologación 92,* BUCCIARELLI, Paola (1995): «Normalización para la sociedad de la información: mayor relevancia, mayores problemas», *en I&T Magazine*, número 16, páginas 17-20. Luxemburgo. American Business, International Standards Organization (1992) (ISO) 9000 series, "European Community product conformity assessment" editorial *CCH (Commerce Clearing House) business law editors.* Chicago, página 58.

AULA DE FORMACIÓN

FIGURA 3

VENTAJAS DE LA NORMALIZACIÓN

EMPRESA

RESPECTO AL EMPRESARIO

- Poder ajustar las cotizaciones: mejores servicios.
- Simplificación de las operaciones comerciales.
- Reducción de costes operativos.
- Mejor almacenaje y gestión de stocks.

RESPECTO A LA PRODUCCIÓN

- Aumento de la transparencia en el mercado.
- Incremento del valor añadido del producto.
- Producción de lo que se necesita.
- Organización racional de la producción.
- Eliminación del derroche: economicidad.
- Aumento de la producción: productividad.
- Disminución de stocks: disminución de costes.
- Regulación de la fabricación y disminución de tiempos y costes.

ENTORNO

RESPECTO AL CONSUMIDOR

- Protección al consumidor.
- Tipificación del producto.
- Mayor capacidad de comparar precios, calidades y ofertas: evitación de fraudes.
- Facilidad de pedidos: comprar sin ver.
- Reducción de plazos de entrega.

RESPECTO A LA ECONOMÍA EN GENERAL

- Mejora de la producción en calidad, cantidad y regularidad.
- Desarrollo de los intercambios comerciales.
- Disminución de litigios.
- Disminución de los gastos de distribución.
- Incrementos de la productividad.
- Incremento de la calidad de vida.

DESVENTAJAS DE LA NORMALIZACIÓN

- Efecto inflacionista de inmediato.
- Puede usarse como barrera técnica.

Fuente: Elaboración propia.

tiene un triunfo en las manos. Por ello la necesidad de disponer de información en la empresa es evidente para estudiar nuevos mercados, nuevos productos, mejorar la calidad, estudiar la distribución de los productos, aspectos de financiación... La lista podría ser interminable. La información constituye pues, en la empresa, uno de los componentes de su funcionamiento y desarrollo, pero esta información es siempre variada, ya que proviene de diferentes orígenes, de naturaleza diversa, trata temas muy dispares, su soporte también difiere, etcétera. Sin embargo, entre todo este tipo de información que procede de las normas ocupa un lugar preferencial ya que:

Es *pluridisciplinar*, al tratar todos los sectores técnicos, económicos y sociales de la actividad humana y de todas las disciplinas de base.

Es *coherente y homogénea,* al estar redactada por comités técnicos que tienen en cuenta lo que se hace en otros comités, que se ocupan de temas relacionados.

Es *participativa,* ya que refleja un trabajo en común, realizado por todas las partes interesadas.

Es *viva*, al estar basada en la experiencia real (reglas del arte) y al materializarse en la práctica (ensayos, productos, etcétera...).

Es *referencial*, ya que puede tomarse como referencia en los contratos comerciales y ante los tribunales en caso de litigio.

Está *actualizada,* ya que las normas se ponen al día periódicamente siguiendo la evolución de la técnica, economía y sociedad.

Es *accesible* a todos, por su carácter de documento público.

6.2. Objetivos

La normalización cubre *en la empresa* cinco *objetivos* fundamentales:

1.° *Unifica el lenguaje técnico* y clarifica las relaciones contractuales.

2.° *Mantiene al día* el fondo común de las *experiencias industriales,* punto de partida de la innovación.

3.° *Propone los instrumentos* necesarios *para* alcanzar el objetivo de *la calidad* total.

4.° *Proporciona* los datos técnicos indispensables para la preparación de las *estrategias industriales y comerciales.*

5.° *Reduce los costes* en todas las etapas del proceso productivo: Dirección General, Oficinas de estudio, Compras, Almacenamiento, Métodos de fabricación, Calidad, Marketing, Transporte, Comercialización y Administración general proporcionando soluciones eficaces.

AULA DE FORMACIÓN

Bibliografía

1. AMERICAN BUSINESS, INTERNATIONAL STANDARDS ORGANIZATION (1992) (ISO): 9000 series, «European Community product conformity assessment» editorial *CCH* (*Commerce Clearing House*) *business law editors*. Chicago, página 58.
2. BUCCIARELLI, Paola (1995): «Normalización para la sociedad de la información: mayor relevancia, mayores problemas». *En I&T Magazine*, número 16, páginas 17-20, Luxemburgo.
3. CONFORMITY ASSESSMENT ISO (1995): *Guides and information documents outlining requirements for certification and other conformity assessment activities*, 3rd ed., Editorial IEC.
4. GARCÍA ECHEVARRÍA, Santiago y PÜMPIN, Cuno (1993): *Estrategia empresarial: como implementar la estrategia en la empresa*, páginas 35 a 38. Editorial Díaz de Santos. Madrid
5. IMPIVA (1992): (Instituto de la Pequeña y Mediana Industria Valenciana) «Normalización, Certificación y Homologa-

ción 1992», *Dossiers Generalitat Valenciana, Consellería d' Industria, Comerç y Turisme.*
6. PETERS, Thomas J. y WATERMAN, Robert H..(1992): «Estudio comparativo en empresas americanas». Trabajos realizados en la Universidad de Washington.
7. RAMÍREZ, Isabel (1993): «La certificación en la Europa del 93», páginas 15 a 25. Editorial AENOR. Madrid.

AULA DE FORMACIÓN