Reorientación estratégica de AENOR

La evolución de las necesidades de las organizaciones y la naturaleza empresarial de AENOR son oportunidades que esta compañía va a aprovechar para reformular su aproximación al mercado, con un objetivo principal: poner al cliente en el centro de cada acción de AENOR.

Redacción

Un intenso y profundo estudio de AENOR y del mercado al que presta sus servicios, con participación de numerosos profesionales de la organización, resultó en diciembre de 2017 en una propuesta de reorientación estratégica. Sus grandes líneas fueron expuestas en el anterior número de la revista por Rafael García Meiro, CEO de AENOR desde junio del año pasado. Ahora que comienza su puesta en marcha, es un buen momento para entrar en mayor detalle de algunos de sus aspectos.

En enero de 2017, las actividades de evaluación de la conformidad, formación y servicios de información de la hasta entonces Asociación Española de Normalización y Certificación, pasan a ser desarrolladas por la sociedad mercantil AENOR. Una nueva naturaleza que, junto a la evolución de las necesidades de las organizaciones, representa una excelente oportunidad para abordar un replanteamiento de calado. Desarrollado para ir directamente a fortalecer la capacidad de AENOR para prestar a sus clientes un servicio, con todo el valor añadido que les ayude a ser más competitivos.

Es importante reseñar que este proceso no implica que los clientes de AENOR vayan a cambiar de interlocutor habitual.

Esta evolución estratégica reforzará la propuesta de valor diferencial que tanto aprecian los clientes de AENOR y que se caracteriza por el rigor profesional, alto conocimiento técnico, calidad de servicio y proximidad al cliente.

Factores competitivos

AENOR cuenta con una suma única de factores competitivos (ver tabla 1), que pone al servicio de sus clientes; comenzando por su capital intelectual, que aporta al proceso de desarrollo normativo, mediante expertos que son parte activa de comités. En segundo lugar, la marca AENOR es la referencia en evaluación de la conformidad en España, y de forma creciente en otros mercados, especialmente en Latinoamérica.

En tercer lugar, el hecho de contar con un amplio equipo de personal propio y colaboradores altamente cualificados, ambos con profunda experiencia en todos los ámbitos de la certificación, dotan a la organización del conocimiento técnico más competente, que crece de forma continua a través de la experiencia y de un ambicioso programa de formación. En cuarto lugar, la amplia cobertura nacional –AENOR tiene oficinas en todas las Comunidades Autónomas– y la destacada posición en Latinoamérica –con oficinas en México, República Dominicana, El Salvador, Perú, Ecuador, Chile y Brasil–, son dos activos diferenciales que permiten conocer de primera mano las necesidades de cada territorio y sector. Finalmente, AENOR cuenta con una de las carteras de servicios más amplias del mercado, que incluye formación, evaluación de la conformidad y servicios de información sectorial. La nueva estrategia de AENOR reforzará su capacidad para ofrecer soluciones integradas de valor añadido. Así, orienta su desarrollo hacia las cuatro grandes industrias que componen el PIB español –Alimentación y gran distribución; Industria de transformación y electromecánica; Infraestructuras y construcción; y Servicios–, con especial foco en 19 sectores aglutinados en esas industrias (ver tabla 2).

Esta especialización permite obtener un mejor conocimiento de las necesidades de cada sector y su

Tabla 1

Factores competitivos diferenciales de AENOR

Conocimiento normativo	Conocimiento y participación en el proceso de desarrollo normativo a partir de su relación con entidades y la participación como expertos en comités
Reconocimiento de marca	La marca AENOR es referencia en verificación de la conformidad en el mundo hispano y cada vez más en otros países
Know-how técnico	Personal propio y colaboradores altamente cualificados, y con profunda experiencia en todos los ámbitos de certificación
Capilaridad/escala	Oficinas en todas las comunidades autónomas españolas y cobertura en toda Europa, Latinoamérica y norte de África
Amplitud de oferta	Extenso portfolio de oferta normativa y de productos de certificación y formación en todos los sectores

Los clientes actuales de AENOR mantienen el mismo interlocutor que hasta ahora

entorno de negocio, para así poder generar soluciones más adaptadas a su realidad.

La sectorización tiene un enfoque que abarca todas las actividades de AENOR. Así, las empresas pueden acceder a un paquete único de servicios que resuelvan sus necesidades en el ámbito de la evaluación de la conformidad, que incluye la formación y la información relacionada.

Las soluciones incluyen esquemas y referenciales horizontales; esquemas y referenciales sectoriales; referenciales propios, y la posibilidad de apoyar con la marca AENOR a aquellas empresas que necesiten reforzar su mensaje de calidad de cara al mercado. En este contexto, AENOR pondrá al servicio de sus actuales clientes todo el potencial de oportunidades de certificación para que puedan sacar el mayor rendimiento posible a la evaluación de un tercero independiente.

Valor diferencial

El valor diferencial que aporta AENOR viene también de su acción en toda la cadena de valor que

Tabla 2

Especialización en industrias y sectores

INDUSTRIAS	SECTORES	
Alimentación y Gran Distribución	• Agroalimentario • Gran Distribución • Forestal	• Farmacéutica • Cosmética
Industria de Transformación y Electromecánica	• Automoción • Aeroespacial	• Ferroviario • Electromecánica • Química y textil
Infraestructuras y Construcción	• Infraestructuras y Construcción	
Servicios	• Logística • Educación • Banca y seguros • Turismo	• Sanidad y Servicios sociosanitarios • Administraciones Públicas • Energía, agua y residuos • Tecnologías de la Información y la Comunicación

Esta evolución estratégica reforzará la propuesta de valor diferencial que se caracteriza por el rigor profesional, alto conocimiento técnico, calidad de servicio y proximidad al cliente

arranca en la elaboración de documentos técnicos y llega hasta la evaluación de la conformidad, pasando por la formación y la información. Siendo el centro de conocimiento en español de referencia, ofrece servicios muy valorados en todos los puntos de esa cadena. Asimismo, fruto de la nueva estrategia, AENOR está dando pasos para ofrecer de una manera más integrada sus servicios de certificación de sistemas, de producto y de inspección a sus clientes.

Respecto a la actividad internacional, AENOR continuará acompañando a las empresas españolas en su expansión internacional y desarrollando soluciones que den respuesta a necesidades de los mercados locales. También, expandirá su actividad hacia mercados en los que pueda aportar una oferta diferencial y apreciada.

Un activo para el desarrollo de los mercados internacionales es, sin duda, la puesta en valor del importante conocimiento técnico y sectorial que ya posee la compañía. Ello se verá impulsado por la transformación digital de AENOR, con el desarrollo de nuevos productos y herramientas digitales para el cliente, y la digitalización de los procesos de producción de los distintos servicios.

Modelo sectorial y territorial

AENOR está implantando un modelo matricial que combina la visión industrial y sectorial con la regional de operaciones, aprovechando la capilaridad de la red de esta organización. Así, un área será responsable de la estrategia sectorial de cliente a largo plazo, trabajando coordinadamente con el departamento de operaciones, que tiene el foco puesto en el corto plazo.

Tabla 3

Principios que rigen la nueva organización

01 Orientación al cliente y especialización sectorial	04 Integración de operaciones manteniendo proximidad
02 Generación de valor: crecimiento y rentabilidad	05 Sistemas de Información y Tecnología como habilitador de procesos distribuidos
03 Rigor y calidad como elementos diferenciales	06 Desarrollo de personas y transformación cultural

Estas operaciones estarán agrupadas en las grandes áreas geográficas en las que trabaja AENOR.

Como destacado agente de difusión de la calidad en su sentido más amplio, AENOR también impulsará las líneas de actividad de formación y de servicios de información, adaptadas a la nueva reorientación de la compañía. A través del servicio de información se comercializarán las normas UNE y de otros organismos de normalización, así como publicaciones técnicas e información de mercado útil para la toma de decisiones; con una aproximación de centro de información sectorial. Respecto a la formación, AENOR unificará y globalizará su extensa oferta formativa, en todas sus variantes -cursos presenciales, *on line*, in company y programas de posgrado-, tanto en su dimensión nacional como internacional.

Cliente y personas

El proyecto de transformación cuyas grandes líneas se han descrito se ha diseñado sobre la base de seis principios fundamentales (ver tabla 3).

La oferta de AENOR será integrada para que los clientes reciban un paquete único de soluciones que resuelvan sus necesidades en el ámbito de la evaluación de la conformidad, que incluye la formación y la información relacionada

El primero de ellos, la orientación al cliente y la especialización sectorial que ésta conlleva, que permitirá conocer mejor el entorno en el que operan las empresas que demandan los servicios de AENOR y, de esta forma, poder ofrecerles un valor diferencial.

El segundo viene determinado por el hecho de que, desde el 1 de enero de 2017, AENOR es una empresa mercantil, y por tanto con objetivos de generación de valor que se traducen en crecimiento y rentabilidad. En tercer lugar, los principios de rigor y calidad, aspectos que han caracterizado el trabajo de AENOR durante más de 30 años y seguirán formando parte intrínseca de su forma de trabajar. El cuarto implica llevar a cabo una integración de las operaciones manteniendo al mismo tiempo la proximidad con los clientes que facilita la potente capilaridad territorial de AENOR.

El quinto principio, conllevará una inversión muy importante en sistemas de información y tecnología como habilitadores para generar procesos distribuidos en el ámbito territorial. Y el sexto principio es coherente con el hecho de que AENOR es una compañía de servicios profesionales, y por tanto tiene como principal activo a las personas. Refleja la importancia de mantener y desarrollar un cuerpo de auditores, que estén en las mejores condiciones para prestar un servicio apreciado por las organizaciones que confían en AENOR para ser cada vez mejores.

Una llave que abre mercados

AENOR apoya a las empresas reconociendo
sus mejores prácticas, en España y en el resto del mundo.
Tiene certificados vigentes en más de 50 países de cuatro
continentes, despertando en todos ellos la misma confianza.

AENOR

AENOR: 914 326 000 • info@aenor.com • www.aenor.com
914 325 959 • operaciones-internacionales@aenor.com
Brasil • Chile • Ecuador • El Salvador • Italia • Marruecos • México • Perú • Polonia • Portugal • República Dominicana