

Las normas ISO y la calidad en educación

Por Armando Malebranch Eraso D.

En estos días me comentaba una profesora, a quién conozco por su excelencia académica, que en la institución universitaria donde desarrolla unas cuantas clases, fue muy mal evaluada por sus estudiantes y en consecuencia el decano la llamó al orden con palabras, aproximadamente, como las siguientes: **“profesora dado que usted exige mucho y deja demasiadas lecturas a los alumnos estos la han evaluado mal; y como para mí ellos son nuestros clientes, mi llamado es para que usted le rebaje a la exigencia y no se preocupe por sacar sabios, o tenderemos que agradecerle sus servicios, si usted quiere continuar con su cátedra le ruego por favor atengámonos a lo que el cliente quiere”**.

Lo novedoso de este relato es, que esta misma profesora y dictando la misma asignatura, es adorada por sus estudiantes de otra universidad, cualquiera diría, bueno eso es lo que quiere el cliente y la institución educativa como proveedora de un servicio y en atención a la Norma ISO 9001:2000, especial para la industria del servicio, y siguiendo a Colin

Foxwell,¹ debe constituir un sistema de gestión que asegure que las cosas no funcionan mal. Y si surgen problemas, deben contar con sistemas implementados para tratarlos a medida que ocurren y poner las cosas en orden tan rápidamente como sea posible.

Efectivamente el espíritu de la norma es que las instituciones deben adaptarse a las demandas y expectativas del cliente, solo que el problema aquí radica en que nuestro decano de la narración anterior, y ojala no les suceda a muchos, está confundiendo cliente con producto; por el estudiante fuera, no deberían existir los exámenes, no debería controlarse la asistencia, no debería dejarse lecturas porque para eso está el profesor para que él lea y les resuma las lecturas en la clase, aclaro que me refiero no ha todo el estudiantado, sino a aquellos mediocres o mejor inmaduros, que aún no son concientes, de que la responsabilidad del aprendizaje lo deben asumir ellos y no el profesor o la institución, desafortunadamente esta categoría de estudiantes son la inmensa mayoría, y esas inmensas mayorías evalúan y hacen echar profesores, muchas veces excelentes, esas inmensas mayorías odian las metodologías activas del aprendizaje como el seminario alemán, en que la

¹ FOXWELL COLIN. Manual para la Industria del servicio. Guía sobre la norma NTC_ISO 9001:2000. Ed. ICONTEC Y Standards Australia Internacional Ltd, 2002, Bogotá, Colombia, 222p.

exigencia de preparación del seminario es de los estudiantes donde nadie sabe quién expondrá sino que el día indicado todo el mundo aporta, debate, discute y hasta expone, como docente, según sorteo.

¿Qué tal que en la industria panificadora la harina hablara y entonces resultara quejándose, de las amasadoras, porque las estrujan demasiado, como requisito para obtener panes de mejor calidad y en consecuencia el administrador decidiera cambiar a las buenas amasadoras o las reconviniera para que no amasasen tan duro y dejaran los panes y ponqués con grumos y gránulos duros? Panes que ningún consumidor querría, por supuesto.

Si bien es cierto que mi ejemplo, desafortunadamente resultó demasiado grosero, la verdad es que debemos caer en la cuenta que para las instituciones educativas universitarias y universidades, el cliente no es el estudiante sino la sociedad, es el aparato productivo, la sociedad es la que va a calificar la competencia de los médicos, de los abogados, de los arquitectos, de los ingenieros y específicamente es el aparato productivo el que se juega su éxito o fracaso con personal idóneo o mediocrementemente formado.

Lo que aquí salta a la vista es que la escuela de educación superior obtiene y ofrece a la sociedad un

servicio, entendido este, como la satisfacción de una necesidad de un cliente, que tiene un componente intangible, pero a la vez, también ofrece un producto que es el elemento físico: persona formada.

En este orden de ideas lo primero que debe tener la Facultad o escuela superior en cuestión, son los puntos críticos para la satisfacción del cliente o sea disponer del perfil de su egresado incluyendo las competencias que debe poseer, al respecto cabe señalar que las universidades no estudian las empresas para definir el perfil de sus egresados sino que recurre, por una parte a consultar expertos (técnica delphi) y por otra a cerciorarse de lo que están haciendo otras universidades para inspirarse y crear el mencionado perfil y definir las competencias de sus egresados. Eh aquí una primera falencia frente a la norma ISO que reza: a) entender al cliente, b) requisitos del cliente y c) enfoque hacia la satisfacción del cliente.

Una vez la universidad cuenta con el perfil y definidas las competencias que debe tener su egresado, que por cierto, en la mayoría de los casos, no son las competencias ni perfiles requeridos por el cliente (la sociedad) procede a diseñar el currículo, o sea el conjunto de procedimientos a seguir para obtener o formar el “producto”,

mejor dicho el profesional, incluyendo en dicho currículo, el itinerario a seguir por el estudiante mientras cursa su carrera, los contenidos de las materias a estudiar, los medios y métodos, en pocas palabras, los programas académicos.

En contra de la norma ISO, muy pocas universidades, del tercer mundo, mantienen comunicación con la sociedad, no tanto formal cuanto real y no podrían documentar la forma de comunicarse con sus clientes, tampoco podrían demostrar con documentos serios que llevan registros del tratamiento de las quejas del cliente y de los tipos de entrega del servicio.

Las universidades del primer mundo, en cambio, si tienen muchos vínculos con el sector productivo, o bien porque las universidades son las encargadas de prestar servicios de asesoría y consultoría a las empresas, las universidades en conjunto con las empresas realizan investigaciones científicas tanto puras como aplicadas en pos de desarrollar la ciencia y tecnología que usará el sector productivo y por último las universidades han creado departamentos de extensión para complementar permanentemente al personal de las empresas, entonces ante un contacto tan cercano con el cliente, lógicamente que para diseñar los perfiles y competencias de sus

egresados no requieran realizar estudios del trabajo o análisis ocupacionales, pero acá la donde la universidad ha permanecido “per secula seculorum” distanciada del cliente, y tan solo se remedan procedimientos de las universidades verdaderas y se crean departamentos de investigación, pero no para investigar sino para jugar a la investigación, se crean consultorios empresariales, no para servir a la empresa sino para entretener funcionarios de la universidad y se crean departamentos de extensión, no para complementar la formación permanente del recurso humano de empresa, sino para tener un nuevo negocio de oferta de cursos sin importar a quien le sirva, se hace necesario realizarse análisis ocupacionales, a partir de las empresas, porque la verdad sea dicha las universidades del tercer mundo no conocen a sus clientes y así no se les puede otorgar el registro ISO 9001:2000.

Por otra parte, si la evaluación de los profesores por parte de los estudiantes determina la permanencia o no de docentes en la cátedra universitaria, el distanciamiento con el cliente aumenta, y la calidad de la educación superior en el tercer mundo se precipita a un abismo profundo, porque el estudiante es el que menos sabe qué es lo que requiere el sector productivo y al sociedad en general, entonces y a

manera de conclusión no deberían ser los estudiantes quienes evalúen al maestro, sino sus pares académicos, quienes pueden juzgar si un colega es o no de calidad a través de los escritos, de éste, de sus aportes en los debates y charlas sostenidas, de los trabajos de investigación realizados y por otra parte el concepto de sus superiores, la participación de los estudiantes en la evaluación de los docentes debería darse solo con los egresados quienes ya saben que es lo que se requieren en el mundo real y quién de sus maestros realmente le aportó y quién no.

Fin

Suscríbese gratis al boletín:
"Administración y Desarrollo"

y
participe de las promociones y descuentos en
nuestros servicios,
para ello, solamente, envíe sus datos al siguiente
correo:

promociones@amalebranch.8m.com

[| MAPA DEL SITIO](#) | [| ACERCA DE...MÍ](#) | [| CURSOS](#) |
[| SEMINARIOS](#) | [| EQUIPO DE CONSULTORES](#) | [| ASESORÍA A](#)
[| EMPRESAS](#) | [| ATENCIÓN A COOPERATIVAS](#) | [| ASESORÍA A](#)
[| ALCALDÍAS](#) | [| EVALUACION DE PROYECTOS](#) | [| DIAGNOSTICO](#)
[| EMPRESARIAL](#) | [| PLANEACION EMPRESARIAL](#) | [| LIDERAZGO](#)
[| EMPRESARIAL](#) | [| GERENCIA SOCIAL](#) | [| ECONOMIA SOLIDARIA](#)
[| ORGANIZACION COMUNITARIA](#) | [| ATENCIÓN A PYMES](#) |
[| DIRECCIONES INTERESANTES](#) | [| LIBRO DE VISITANTES](#) |
[| LIBROS DE PAPEL](#) | [| LIBROS VIRTUALES](#) | [| LIBROS DIGITALES](#)
[| INTERCAMBIO DE BANNERS](#) | [| LA TRM HOY](#) | [| NOTICIAS DE](#)
[| COLOMBIA](#) | [| EL CLIMA DEL MUNDO](#) | [| AYUDANTE DE TAREAS](#)
[| TABLÓN DE ANUNCIOS](#) | [| ENTRETENIMIENTO](#) | [| EMPLEO](#) |
[| HOJAS DE VIDA](#) | [| FORMACIÓN DE LÍDERES CAMPESINOS](#) |
[| ORGANIZACIÓN E EMPRESAS DE E. S.](#)

[Contácteme](#)