

CONTROL DE CALIDAD

Un parámetro importante para el funcionamiento de una organización es la calidad de sus productos y servicios el cual se realizara a través de las técnicas y actividades de carácter operacional utilizadas para satisfacer los requisitos relativos a la calidad de orientar y mantener bajo control los procesos eliminando las causas que generan comportamientos insatisfactorios en etapas importantes del ciclo de calidad para conseguir mejores resultados económico bajo la utilización de la estadística básica en control de calidad, ejecución del autocontrol, análisis y ensayos de materias primas, de productos en proceso y productos terminados estableciendo los procedimientos para la elaboración control y difusión de informes, los resultados demuestran que el control de calidad no le garantiza al consumidor el cumplimiento de sus demandas cambiantes y tampoco los resultados económicos de la gestión empresarial. Muchos de los inconvenientes entre los fabricantes y compradores se pueden evitar si los productos o servicios son ofrecidos siguiendo procedimientos que generen una garantía de calidad.

A los consumidores les interesara saber si están garantizadas las condiciones mínimas, deseables e indispensables, al cumplir con estas condiciones los compradores establecen sus niveles de aceptación, ya que el comportamiento del consumidor no es una simple acción de compra, es un proceso de decisión el cual depende de muchos factores y personas para enfocarse en una sola marca o cambiar regularmente a otra acentuando las actividades físicas del consumidor, basada en la persección visual que se encuentra en el etiquetado , que contiene una información sencilla y sin enigmas. Uno de los mecanismos más utilizados para relacionar los niveles de garantía entre fabricantes y consumidores de diferentes países es el "Sello de conformidad con Normas", iniciado por el Instituto Alemán de Normalización (DIN), que consiste en una marca o sello visible, estampado en la etiqueta del producto, que garantiza que ese producto en particular cumple con los requisitos de calidad que exige la correspondiente norma del país .La organización fabricante, es la responsable por la calidad de sus productos y responderá legalmente si se demuestra que su producción manifiesta el sello fraudulentamente y que no cumple con la norma.

Los sellos de garantía al comercio ofrecen grandes beneficios, el consumidor cuenta con una información cualitativa precisa, dentro de la amplia variedad de ofertas y alternativas que significa el mercado. El poseer el sello no significa que sea mejor que otro que no lo tenga, significa que cumple con los requisitos de la norma respectiva. En algunos caso puede ocurrir que esa competencia que no tiene el sello puede tener mejor calidad, o peor.

El usuario común no cuenta con mecanismos de información o de juicio técnico de fácil utilización, está cubierto ahora por la garantía de cumplimiento de la norma representada por la presencia del sello. Son muchos los aspectos en detalle que debe contemplar cualquier procedimiento legal, que regule el otorgamiento y la vigilancia de un sello. Los trámites y condiciones sostenidos en las disposiciones que regulen la solicitud y obtención del sello deben ser accesibles a cualquier fabricante independientemente de su tamaño.

La normalización a través de los sellos se utiliza en productos donde las normas correspondientes tienen claramente especificados todos los detalles que deben cumplirse y aquellos donde el producto puede desmerecer su calidad. En

la construcción, la política del sello suele estar enfocada a los materiales tradicionales que están normalizados y para los no tradicionales que probaron su aceptación en el tiempo y en el uso. Algunos de los organismos de los procesos de normalización y certificación son:

(COVENIN), el cual permite que se desarrollen políticas de normalización y de control de la calidad en el país.

Para llevar a cabo el trabajo de elaboración de normas, la COVENIN constituye comités y comisiones técnicas de normalización, donde participan comisiones gubernamentales y no gubernamentales relacionadas con un área específica.

La marca NORVEN es el sello oficial de calidad del estado venezolano que FONDONORMA otorga a los productos que cumplen con las especificaciones técnicas establecidas en una norma Venezolana COVENIN y han sido fabricados bajo estrictos sistemas de aseguramientos de la calidad. En la actualidad, más de 400 productos del país y del exterior están certificados con la marca NORVEN, un distintivo que abre las puertas del mercado venezolano y foráneo y que todo producto de calidad debe tener y mantener. [7].

El sello NORVEN es signo de calidad indiscutible que productores, comerciantes y consumidores aprecian cada día más, tal como lo demuestra el interés en obtenerlo de fabricantes locales y del exterior, entre estos, de México, Ecuador, Colombia y Brasil, algunos de cuyos productos han sido certificados o están en proceso.

El proceso normalizador, certificación y el desarrollo de técnicas de control de calidad en el país han mantenido un comportamiento sostenido que se ha visto afectado por la recesión económica que ha sufrido el país, pero que no le ha restado perspectivas de mejoramientos continuó.

COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCION DEL PRODUCTO

La investigación de mercado y distribución es el uso del método científico en la solución de problemas de comercialización y distribución, con el objetivo de aumentar las ventas, disminuir los costos de comercialización y distribución y elevar al máximo las ganancias. Los tres elementos esenciales son producto, precio y promoción; actualmente se le agregan personas, procesos y en el caso del marketing de servicios.

La comercialización y distribución comprende el proceso integro de hacer llegar las mercaderías y los servicios desde la fábrica o establecimiento hasta el consumidor para su uso final. Los procesos de comercialización y distribución están limitados a las actividades necesarias para llevar a cabo los productos o servicios desde el productor hasta los compradores o consumidores; sin embargo, el alcance de la distribución abarca todas las actividades económicas y comerciales que afecta la comercialización. Con frecuencia existe una cadena de intermediarios, en la que cada uno pasa el producto al siguiente eslabón, hasta

que finalmente alcanza al consumidor o usuario final. Este proceso se conoce como canal de distribución o cadena. Cada uno de los elementos del canal tiene sus propias necesidades, que el productor debe considerar junto con las del usuario final

Tipos de canales:

1. Agente, son personas íntimamente relacionadas a la empresa que deben respetar zonas geográficas de venta y cumplir cuotas.
2. Mayoristas adquieren sus productos directamente de los fabricantes o de los agentes, venden a los minoristas u otros fabricantes.
3. Minorista (también llamado detallista), que vende al cliente final.

Los canales de distribución no se pueden restringir a los productos físicos. Pueden ser importantes para promover un servicio desde el productor al consumidor en ciertos sectores, ya que ambos canales, directo e indirecto, puede ser utilizado.