

Comunicación de AITIM a las

«III Jornadas Sindicales de Exportación», abril 1975

1.—CALIDAD DE USO. CONCEPTO

Independientemente de cualquier otra definición de calidad, entendemos que el concepto que nos interesa en este momento es la calidad de uso, es decir, la idoneidad de un producto para su uso y empleo.

Para poder determinar si un producto tiene calidad de uso, debe de existir el patrón o norma que permita, por comparación, asegurar que dicho producto tiene una calidad mínima.

Desde el punto de vista práctico, el nivel de calidad del patrón es el mínimo aconsejable y determinado por dos factores: utilidad y precio. Naturalmente puede utilizarse otro criterio acotando la calidad entre niveles cualesquiera.

Las especificaciones deben de concebirse en función del uso del producto; es decir, deben representar y limitar las características más importantes que el usuario exige al producto.

2.—IMPORTANCIA DE LA CALIDAD EN LA EXPORTACION

2.1. Competencia internacional

La concurrencia, en los mercados internacionales, de gran número de países que ofrecen productos similares, obliga a éstos a definir una política de introducción de sus productos con el fin de conseguir cubrir la parcela de demanda más amplia posible.

Hay tres formas de vencer la competencia:

- Precio.
- Calidad.
- Promoción.

El precio es uno de los factores más importantes para penetrar en el mercado. El precio puede anular o disminuir a los otros dos factores, calidad y promoción.

Sin embargo, es muy difícil vencer en este terreno a los países poco desarrollados, cuya mano de obra es muy barata, o en ciertos productos a los países muy desarrollados con automatización elevada y producciones muy grandes. Tal vez España ha podido competir con ventaja en este terreno y aún hoy puede, pero con el techo cada vez más cerca.

Al pasar a una etapa de país industrializado, la forma de penetrar en el mercado es diferente y requiere una adaptación de las formas y estructuras.

La promoción es importante, precisamente por esto, uno de los temas de mayor relevancia de estas jornadas se ha dedicado a ella. La promoción es importante, pero no es nada, si detrás no hay productos con un nivel correcto de calidad.

La calidad es el factor que en definitiva va a influir de forma decisoria en la penetración en los mercados.

2.2. Imagen de la calidad de los productos de un país

La imagen es el concepto indefinido que existe entre un conjunto de consumidores de la bondad de los productos que están patrocinados por una determinada marca o en este caso por un país. La inercia de un conjunto de consumidores a cambiar la imagen subjetiva que poseen de la calidad de la producción de un país es muy grande: todos los productos de un país son buenos o son malos, cuando en la realidad es que la calidad

depende de los fabricantes y de los intereses de éstos.

Sin una imagen positiva de calidad no puede exportarse continuamente, por tanto es imprescindible que toda exportación tenga la calidad suficiente para crear en los mercados una imagen favorable que motive la compra de los productos que se amparan bajo esa imagen. Un sector o una industria, egoístamente, pueden aprovechar la buena imagen de la producción de un país para vender productos con una calidad baja y afectar, por el deterioro de dicha imagen, la exportación de otras industrias cuya calidad es satisfactoria.

En estas circunstancias debe ser la Administración la que debe vigilar y exigir que los productos que salgan al mercado internacional tengan una calidad mínima.

2.3.

Paralelamente, las Administraciones de los países compradores, o las Asociaciones de Consumidores de estos países, pueden asumir la defensa del consumidor exigiendo una calidad mínima y creando fronteras que impidan el paso de productos que carecen de la calidad mínima.

Por lo tanto, todo exportador debe de enfrentarse con dos niveles de calidad mínimos a los que debe responder su producción: uno objetivo, definido por normas y que puede ser comprobado por la Administración de los países receptores o Asociaciones de consumidores; y otro subjetivo que viene impuesto por la imagen formada en el consumidor.

3.—CONTROL DE CALIDAD

Para asegurar que los productos de una industria tienen una cali-

dad mínima, es decir, que cumplan con las especificaciones establecidas en las normas, y por tanto se estiman aptos para su uso, se tiene que controlar de forma continuada la producción. Entre los distintos sistemas que pueden establecerse para controlar la calidad de unos productos vamos a concretarnos sobre uno en el que se tiene larga experiencia y que en España viene aplicándose en la industria de la madera. El procedimiento se basa en el autocontrol de los propios fabricantes, a la vez la Administración controla el autocontrol para garantizar a los usuarios la seriedad del control establecido por la empresa.

Para poder llevar a cabo este procedimiento, cada sector industrial requiere unidades de control diferentes y especializadas dado el gran número de productos que se abarcan; como no puede pensarse que la Administración lleve su especialización en todos los campos hasta el grado requerido para realizar esta etapa, tiene que delegar esta función en Organismos que por encima del espíritu individual de cada empresa realice el control. Estos Organismos serían supervisados por la Administración. Esta función de control puede ser realizado por los Servicios Técnicos de cada Sindicato Nacional, puesto que su actuación es sectorial, su especialización suficiente, y su independencia claramente definida.

4.—CASO ESPECIFICO DE LA INDUSTRIA DE LA MADERA

La Asociación de Investigación Técnica de las Industrias de la Madera y Corcho (AITIM), del Sindicato Nacional de la Madera y Corcho, creó en el año 1967 los Sellos de Calidad para Puertas Planas, Tableros Contrachapados y Tableros de Partículas. Anteriormente, en el año 1963 se comenzó con la inquietud de la calidad en la exportación y se redactó un código del mueble que era una recopilación de las especifica-

ciones que debían cumplir los muebles para la exportación, pero por la dificultad en la estructura del control, la experiencia quedó abandonada para enfocar el problema con la amplitud que requería el complejo sistema. En la actualidad están en estudio los sellos de calidad para carpintería, muebles, parquet mosaico, etc. En lo que se refiere a parquet mosaico ya están redactadas las especificaciones, se han diseñado y construido los elementos de laboratorio y se están ultimando los documentos de funcionamiento.

Con anterioridad a la creación de los Sellos de Calidad se establecieron las normas que se entendían debían cumplir los productos. Estas normas, que fueron establecidas con base a las existentes en otros países europeos, se elaboraron en colaboración del Instituto Nacional de Racionalización y Normalización (IRANOR) para su publicación como Normas UNE.

La mecánica de la concesión del Sello de Calidad es la siguiente:

Cuando una empresa pide el Sello, se procede a una recogida de muestras para su análisis y ensayo en los Laboratorios Oficiales (Instituto Nacional de Investigaciones Agrarias o Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Montes) para comprobar así el cumplimiento de las normas. Si los resultados no son satisfactorios se les indica donde están los posibles fallos para su corrección. Si son satisfactorios, pasado un período de prueba, en el cual se le retiran al industrial muestras para su ensayo, se le concede la homologación (adecuación de las características del producto a las tipificadas en la norma) y por tanto, tiene derecho al uso del distintivo que acredita su calidad.

A partir de este momento la empresa se compromete a permitir que los servicios de control de AITIM retiren muestras del producto, tanto de fábrica como de distribuidores, para el control de la calidad.

En el caso de las Puertas Planas, el Ministerio de Industria creó, con base al Sello de Calidad, la Marca de Calidad, delegando en AITIM como Organismo Autorizado, el control e inspección de los productos con dicha Marca.

Las Empresas con Marca de Calidad, obligatoriamente deben de instalar en su fábrica el laboratorio necesario para efectuar el control periódico de su producción, de forma que sobre unos libros de control se lleven registrados los resultados e incidencias de los ensayos. AITIM, periódicamente y sin previo aviso visita las fábricas y realiza la inspección de las instalaciones, los laboratorios y los libros de control, realizando en esta visita los ensayos que correspondería hacer en ese día; por último, retira una serie de muestras para su ensayo en los laboratorios oficiales; de esta forma se comprueba la veracidad de los resultados anotados en los libros. De todo ello, se preparan los informes correspondientes que son discutidos en el Comité de Dirección de la Marca de Calidad del Ministerio de Industria, Comité formado por representantes de los Ministerios implicados, así como del propio Sindicato Nacional de la Madera.

5.—CONCLUSIONES

- La Administración debe de exigir una calidad mínima que garantice al usuario la idoneidad del producto para su uso y empleo.
- La seguridad en alcanzar este nivel de calidad se consigue con un control periódico y constante.
- El control de la producción de cada sector pueden desarrollarlo ventajosamente los Servicios Técnicos de los Sindicatos Nacionales.
- Los productos que sean objeto de exportación deberían ser controlados en su calidad de forma obligatoria, por estar en juego los intereses de todos los sectores exportadores.