**David Alejandro López Torres 8D 17300155 INV SEM7**

La calidad es aquella cualidad de las cosas que son de sobresaliente construcción, construcción o procedencia. Todo lo cual tiene un cualitativo de calidad implica que ha pasado por una secuencia de pruebas o referencias las cuales otorgan la garantía de que es óptimo. No obstante, esta es la definición directa, producto de la generalización de lo bueno y hermoso que la sociedad ha categorizado, la mirada indirecta nos arroja una definición más general. Este término es aquella condición del producto ya llevado a cabo la cual nos sugiere que tan bueno o malo podría ser. El concepto hace referencia a que un objeto o producto tiene la función de saciar las necesidades simples, explícitas o implícitas según las fronteras de las organizaciones y los clientes, de forma que cumpla con los requisitos de la cualidad del objeto o producto. En las organizaciones y compañías hay herramientas de calidad o indicadores de calidad, en las cuales está establecido si los productos son buenos para los individuos o no.

El concepto de este término suele ser muy subjetivo, esto quiere decir que puede cambiar de acuerdo con las percepciones que tenga cada persona, pues cada uno puede comparar las cosas según sus creencias o percepciones. El término también es una condición o requisito que se pone en un contrato, por ejemplo, “La consignación de esta habitación se hace en calidad de arrendamiento, a cambio de esto, el cliente paga una cuota mensual que incluye todos los beneficios que se incluyen en el contrato”. A esto se le puede denominar sistema de gestión de calidad. El término nace del latín Qualitas, lo cual significa que algo es de buena procedencia o que tiene una muy buena disposición. Algunas características, o elementos que la conforman/distinguen son las siguientes: La calidad de un producto se orienta en campos como la mercadotecnia como aquella característica que es visible desde diferentes puntos de vista y que revela la importancia y las condiciones bajo las cuales fue elaborado un producto determinado. En el caso de las empresas que manufacturan productos a gran escala, si producen una serie de elementos con materiales de primera, estos serán de una naturaleza de primera (esto según los indicadores de calidad), como consecuencia, el precio con el que salen al mercado marca un elevado compromiso por parte del comprador a la hora de adquirirlo, por lo que no llega a todos los estratos de la población. Como la intención es abordar a un buen grupo de población, esta empresa decide utilizar materiales de menor calidad, para fabricar un producto con las mismas funcionalidades, aunque no con la misma autonomía, pero de menor precio. La naturaleza de un producto se demuestra en ciertos casos por el precio que tienen, de igual manera, la historia forma parte también de la reseña que pueda tener un producto por sus cualidades, tal es el caso de las compañías que, dada su altísima reputación, causan un impacto en el comercio muy favorable en cuentas, haciendo saber automáticamente que su producto es de calidad y, por consiguiente, las personas lo adquieren sin importar mucho el valor elevado.

Lo más resaltante de este término, es que los productos resultan muy recomendados por los usuarios, tal vez tengan un precio alto, empero tienen calidad total, su historia eficaz es de manera considerable más extensa, son buenos para la salud (en la situación de productos consumibles de acuerdo con el sistema de administración de calidad) la mayor parte son considerables como compatibles con el medio ambiente, o sea, que no lo dañan o lo perjudican como ocurre con los recursos químicos de las gigantes industrias. Tenemos la posibilidad de dialogar además del control de calidad, que es el mecanismo por medio del cual se hace un seguimiento preciso a los métodos de preparación de un producto en la compañía, con el objetivo de mejorar la presentación del mismo, este se hace mediante una secuencia de herramientas y ocupaciones que se emplean para identificar cualquier tipo de errores, con el objetivo de solventarlos, todo lo mencionado asegura la calidad y el cuidado del producto y/o servicio ofrecido al público. El control de calidad tiene como fin primordial, brindar satisfacción máxima a los clientes, lo cual permite el lograr las metas de la organización, es por esa razón que principalmente frecuenta ser aplicado en las distintas superficies y procesos de la compañía. Para que hablado control sea aplicado de manera adecuada, primero se hace un análisis de mercado donde se obtenga la información de los estándares requeridos por el mismo, desde aquellos datos tienen la posibilidad de entablar los diferentes controles que van a estar al pendiente de cada proceso y producto, a partir de sus etapas iniciales hasta entonces de su repartición.

En una compañía u organización constantemente es de suma trascendencia el proceso de control de calidad, puesto que debido a él se puede obtener un producto de sorprendente procedencia, ya estandarizado y, por lo cual, se obtendrá la satisfacción del comprador, el cual espera que el producto que adquirió sea de buena naturaleza, para llevar a cabo con sus requerimientos: 1. Antes que nada, se debería elegir lo cual se desea mantener el control de (producto y/o servicio). 2. Después se debería generar un objetivo para tener una característica de control. 3. Después es preciso entablar una medida estandarizada de lo cual se desea. 4. Generar un instrumento por medio de la cual se establezca una característica media para el control. 5. Posteriormente y por medio de un proceso ya predeterminado se tienen que medir las propiedades de la presentación final del producto. 6. Analizar de manera descriptiva las diferencias entre el desarrollo que se esperaba y el desarrollo real. 7. Al final, con los datos logrados de todo este proceso se tienen que tomar las medidas primordiales. Hablaremos además de las Reglas ISO, luego:

Las reglas ISO son un grupo de reglas orientadas a ordenar la administración de una compañía en sus diversos espacios. La alta competencia mundial acentuada por los procesos globalizadores de la economía y el mercado y el poder y trascendencia que ha ido tomando la figura y la crítica de los clientes, ha propiciado que dichas reglas, a pesar de su carácter voluntario, hayan ido triunfando un gran reconocimiento y asentimiento mundial. Las reglas ISO son establecidas por el Organismo Universal de Estandarización (ISO), y se conforman de estándares y guías involucrados con sistemas y herramientas concretas de administración aplicables en cualquier tipo de organización. El Organismo Mundial de Normalización (ISO) fue desarrollado en 1947 y cuenta con 91 estados miembros, que son representados por organismos nacionales de normalización. Hablado organismo labora para poder hacer una forma común de lograr el establecimiento del sistema de calidad, que garantice la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes. A principios del año 1980, la ISO calificó una secuencia de comités técnicos para que trabajaran en el desarrollo de reglas habituales que fuesen aceptadas universalmente. El resultado de este trabajo fue publicado siete años más tarde a través del compendio de normas ISO 9000, posterior a la publicación de la norma de aseguramiento de la calidad-vocabulario (ISO 8402), que fue dada a conocer en 1986.El desarrollo y diversificación de las normas ISO han sido muy importantes, desdoblándose en diferentes ramas o familias que tratan aspectos diversos como la calidad, el medio ambiente, la seguridad y riesgos laborales y la responsabilidad social. El proceso es continuo y periódicamente van apareciendo actualizaciones y nuevos ámbitos de tratamiento.

La competitividad es la función de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con en relación con sus participantes. Obteniendo de esta forma una postura destacada en su ámbito. La competitividad principalmente se fundamenta en una virtud competitiva. En otros términos una determinada capacidad, recursos, tecnología o atributos que realizan preeminente al que la tiene. Hablamos de un criterio relativo donde es comparable el rendimiento de una persona u organización con en relación con otras. Sin embargo, cabe decir que no hay una definición exclusiva de competitividad estando numerosas interpretaciones y maneras de medición que dependen del entorno en que se analice (empresarial, deporte, relaciones internacionales, etcétera.). Una vez que se aplica el término en el campo empresarial, se entiende que una compañía es competitiva una vez que es capaz de obtener una productividad mayor a la de sus participantes. La competitividad empresarial puede fundamentarse en costo o en otras cambiantes. En seguida las describimos en más grande detalle: En costo: La organización es capaz de dar sus productos a un menor costo que sus participantes sin minimizar sus ganancias. Esta competitividad se fundamenta en menores precios de producción (gracias a una mejor tecnología, componentes de producción más productivos, mejor organización, etcétera.) lo cual posibilita que la compañía disminuya sus costos y aun de esta forma mantenga un margen llamativo sobre la comercialización. Otros componentes diversos al costo: La compañía es capaz de cobrar un más grande costo que sus participantes y de esta forma incrementar sus ganancias relativas. Esta clase de competitividad se fundamenta en la función de dar una más grande calidad, una mejor imagen o una logística más hecha, entre otros componentes. Para desarrollar la competitividad de la organización es necesario de directivos dinámicos, con perspectiva de futuro, abiertos al cambio tecnológico y a la necesidad de innovar una y otra vez para adaptarse a los cambios del ámbito.

Pasamos con la diferencia y descripción de los conceptos de efectividad y eficiencia. En los centros de trabajos se acostumbran a usar dichos conceptos con un solo sentido, una vez que realmente son enteramente diferentes. Frecuentemente se frecuenta confundir la eficiencia con efectividad, dándoles el mismo sentido a las dos. Sin embargo, realmente, hay una gran diferencia entre ser una persona eficiente y una persona eficaz. En los centros de trabajos se acostumbran a usar dichos conceptos como un solo sentido, una vez que en verdad son del todo diferentes. Eficiencia se define como la interacción entre los recursos usados en un plan y los logros logrados con el mismo. Se da una vez que se aplican menos recursos para poder hacer un mismo objetivo o una vez que se logran más fines con los mismos o menos recursos. En tanto, efectividad es el grado de consecución de metas y fines. La efectividad se refiere a nuestra capacidad para poder hacer lo cual nos recomendamos.

Los desafíos del ámbito presente suponen la impuesta orientación de la dirección hacia la calidad. La calidad es un componente indispensable para la continuidad, en el extenso plazo, de las empresas. ¿Cuál es el valor estratégico de laborar desde el punto de vista de la calidad?, es notable actualmente, los beneficios inherentes a la utilización de la calidad como filosofía: La calidad crea productos y servicios mejorados, reduce costes y posibilita incrementar la productividad financiera de las organizaciones. Es un elemento de motivación y unión de los trabajadores, debido a que es la finalidad que orienta cada una de las actuaciones en las empresas. Auxilia en la optimización de la imagen de los productos y servicios, se incrementa la satisfacción de los consumidores lo cual influye en su lealtad. Estas y otras ventajas justifican la calidad como un medio primordial para mejorar las ventajas y garantizar la competitividad de las organizaciones. Creo yo importante describir esta parte como uno de los pilares del desarrollo empresarial pues es una de las razones por las que muchas organizaciones terminan reconociéndose, por la exigencia que se poseen y el efecto que comienzan a tener sobre lo demás de los participantes. La competitividad en el mercado, las reglas ISO y obviamente la diferencia existente entre efectividad y eficiencia nos ayudan como fronteras de la calidad y por consiguiente, como una alusión de mucha ayuda al instante de estandarizar nuestra organización, de fijar las metas estratégicos y desde un árbol de situación presente, conformar una estrategia de optimización o una estrategia de correcciones en la fase de llevar a cabo, que viene a partir del control de un proceso que comienza con la planificación y continua con la utilización. Fijar dichos conceptos de forma clara en el desarrollo de nuestro plan empresarial a futuro y nuestro plan de titulación en el interior de Educación Técnica Industrial nos permitirá destacar entre nuestros propios equivalentes, debido a lo cual se realice una diferencia de calidad. Las reglas ISO, además, elevan los niveles de calidad, estabilidad, confiabilidad, interoperabilidad y eficiencia, proporcionando información suficiente al consumidor para su elección de compra.