



# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

**Instituto de Ciencias Económico  
Administrativas**





- Área Académica: Mercadotecnia
- Tema: Conceptos básicos de calidad
- Profesor  
M.A. Silvia Estela Acevedo Ramírez
- Periodo: Julio-Diciembre 2018





## Tema: Conceptos básicos de calidad

### Resumen

- La calidad tiene un lugar de importancia dentro de las empresas para poder lograr rentabilidad, competitividad y productividad. Es por esta razón que conocer los conceptos básicos de la calidad ayudarán a tener un contexto más específico dentro y fuera de ella
- **Palabras Clave:** Calidad, rentabilidad, competitividad, productividad.



# Tema: Basics concepts of Quality

## Abstract

- Companies looking to be productive, profitable and competitive could get thought of the Quality like an option for growing in the intern and extern way.
- Keywords: productive, profitable, competitive, quality.



# Objetivo General

- Identificar los conceptos básicos de la calidad con la finalidad de utilizarlos como parte el vocabulario técnico de la asignatura



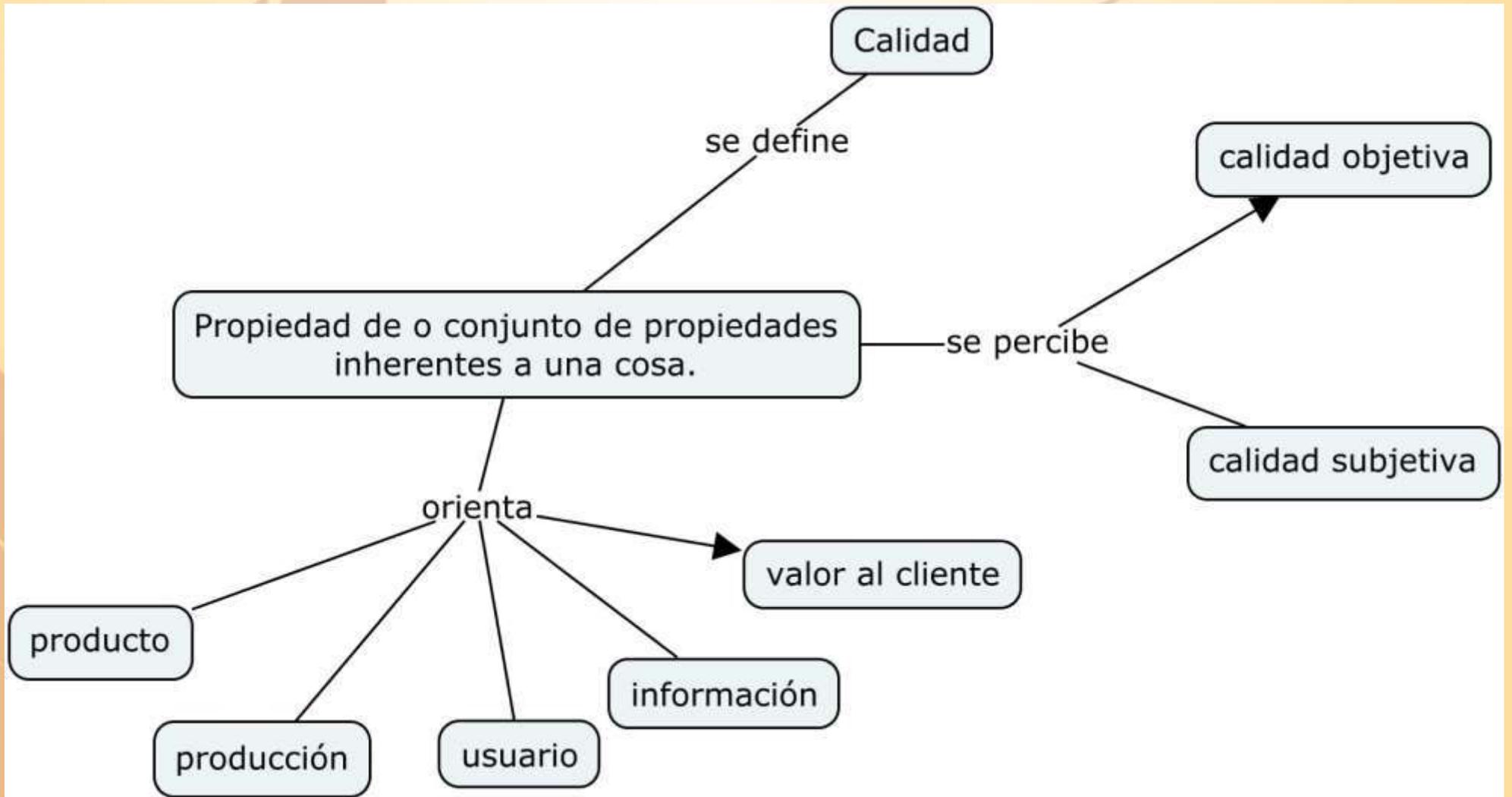


## Objetivos Específicos

- Identificar términos claves de los conceptos
- Identificar el propósito del concepto
- Relacionar los conceptos de calidad con la mercadotecnia



## 1.2 Concepto de calidad



# Productividad

Es la cantidad de producción donde la capitalización del trabajo mide la eficiencia y eficacia de los procesos.



# Competitividad

Es lograr de manera eficiente y eficaz la satisfacción de los clientes a partir del compromiso de desarrollar bienes y servicios diferentes en el mercado.





# Rentabilidad

- Es el beneficio económico que tienen las empresas al realizar diversas inversiones.



# Actividad 1

- Redacta de manera individual una definición de calidad
- Socializa tu definición con tres compañeros para identificar las similitudes o diferencias en cada uno.



# Conclusiones

- La calidad es la definición de la percepción de los clientes.
- Los clientes definen la calidad de los productos y servicios de acuerdo a sus propias expectativas, gustos y preferencias.



# Referencias

- Miranda, F, Chamorro, S & Rubio, S. (2012). *Introducción a la gestión de la calidad*. Madrid, España: Delta publicaciones.



**Gracias por su atención.**

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO



ICEA

