

OBJETIVO.

Actualmente todos los productos y servicios que nos rodean, que utilizamos, los que observamos, que manipulamos, que remplazamos, etc., llevan involucrado en sí mismo, un valor agregado que no todas las personas que los consumimos, no lo podemos observar, ni tampoco detectar.

La visión de las empresas actuales ante la nueva etapa de la globalización de los mercados, es sobre todo, conservar, mantener y estar siempre innovando, perfeccionando y manipulando continuamente todos sus productos ó servicios con un fin predeterminado, ofrecer a sus clientes ó proveedores un producto más capaz, con una mayor calidad, mejor precio y sobre todo ofrecer un valor agregado mucho mayor, pero la parte medular de este valor con que cuenta el producto ó servicio, lleva adherido en sí mismo, un factor muy importante como es **"La Calidad"** y además cuenta con otros factores importantes como son: el precio de venta, las garantías del producto ó servicio, la diversificación de productos ó servicios, la disponibilidad, el soporte técnico, la influencia de los productos ó servicios en los mercados, etc., con los cuales obtendremos una satisfacción más completa y sostenida de nuestros clientes.

En atención a lo anterior, el objetivo principal de nuestro estudio es, establecer y explicar la relación que existe del sistema causa – efecto entre la **"Calidad, Productividad, Rentabilidad, Competitividad y Satisfacción del Cliente"**, logrando que los directores de las empresas entiendan y obtengan una visión muy clara de la relación que existe entre estos elementos, una vez establecida esta relación, permitirá lograr un crecimiento organizacional y lograremos una mejor competitividad de los productos ó servicios en un nicho de mercado cada vez más ofertado por productos ó servicios que cuentan con un más alto porcentaje de calidad.

Cabe señalar, que todos estos cambios no podrán funcionar, si la administración de las empresas no establecen y sobre todo, si no aplican las nuevas técnicas y métodos que van a ayudar a que los productos ó servicios alcancen una mayor competitividad en los mercados, estableciendo una disrupción más clara en ellos.

Como complemento del entendimiento de la relación del sistema causa – efecto, es necesario utilizar una herramienta apropiada que permita obtener resultados rápidos y precisos, para poder establecer en su caso, alternativas de solución y tomar decisiones concretas a los problemas detectados en los procesos de producción y en los productos, los cuales no permiten lograr un crecimiento organizacional.

Como ya se señaló, esto lo lograremos solo con la aplicación de una herramienta muy apropiada, es por eso, los Costos Relacionados con la Calidad, es una de las principales herramientas que nos puede ayudar a obtener resultados apropiados y sobre todo son tan flexibles que los podemos manejarlos sin que existan restricciones.

La aplicación de los Costos relacionados con la Calidad en el modelo que se planteará es muy importante, es decir, podremos detectar claramente las áreas en las cuales tenemos problemas con mayor porcentaje de mala calidad, trabajando y mejorando estas áreas detectadas, lograremos una mejor calidad y productividad en los productos ó servicios, una vez superados estos dos elementos claves, obtendremos una recuperación valiosa del precio del producto, misma que nos ayudará a incrementar la rentabilidad de nuestra empresa; así mismo, obtenemos un crecimiento organizacional sostenido que nos permitirá hacerle frente a los nuevos mercados ante la nueva globalización.