

Los estándares de calidad no han cambiado mucho durante siglos. Aunque las estrategias y herramientas para asegurar la calidad pueden haber cambiado, las expectativas básicas de los clientes han sido bastante constantes durante mucho tiempo.

Philip B. Crosby dice que es incorrecto pensar que la calidad es sinónimo de bondad, lujo, brillo o peso. La palabra calidad se usa para dar un valor relativo de las cosas, usando frases como “buena calidad”, “mala calidad”, etc. En muchas ocasiones se utilizan frases confusas para que el oyente piense que el hablante quiere decir lo que el oyente entendió. Por esto Crosby dice que calidad se define “conforme a los requerimientos”. Por esto los requerimientos deben ser establecidos para evitar malinterpretaciones y se deben hacer mediciones continuamente para determinar la conformidad con los requerimientos. A su vez dice que la falta de conformidad se traduce como ausencia de calidad.

W. Edwards Deming dice que la dificultad sobre definir calidad es poder traducir las necesidades futuras del usuario usando características medibles para que un producto pueda ser diseñado para satisfacer por un precio que el usuario pagará. Lo más difícil acá es poder predecir dichas necesidades futuras, pues estas cambian muy pronto, por esto los fabricantes deben estar anuentes a un constante cambio. Además, dice que la calidad puede ser vista desde diversos puntos de vista, desde los trabajadores que prestan un servicio o fabrican un producto, los gerentes que solo cuentan los números en los ingresos, o los consumidores que pagan por algo.

Armand V. Feigenbaum dice que calidad es una determinación del cliente, no del ingeniero, no de comercialización, no de la gerencia sino solamente del cliente. Se basa en la experiencia real del consumidor con el producto o servicio, usando como medición los requerimientos previamente o no declarados, conscientes o simplemente percibidos, técnicamente operativos o subjetivos. Calidad puede definirse como “La composición total del producto y las características del servicio de marketing, ingeniería, fabricación y el servicio en uso de satisfacer las necesidades del cliente”.

Kaoru Ishikawa, dice que la calidad es equivalente a la satisfacción del cliente y debe ser definida de manera integral, ya que no es suficiente con decir que un producto es de alta calidad, se debe poner atención en la calidad de cada faceta de la organización. Las necesidades y requerimientos de los consumidores cambian, por eso la definición de calidad también va cambiando. También menciona que el precio de un producto/servicio es una parte importante de su calidad. Menciona que no importa que tanta calidad tenga un producto, si su precio es excesivo, porque esto no gana satisfacción en los clientes.

Joseph M. Juran dice que no se puede dar una definición práctica de calidad, y aunque nos gustaría usar “calidad” en términos de satisfacer clientes y especificaciones es muy difícil hacerlo. Definiendo calidad como aptitud para el uso, podemos evitar dificultades. Este uso está aparentemente relacionado con los requerimientos de los clientes, y la aptitud sugiere la conformidad con las características medibles del producto.

Robert M. Pirsig dice que “no es posible definir la calidad; En otras palabras, somos "estúpidos sobre la calidad".”. Si no puede definir el concepto con precisión es imposible que sepa de su existencia. La calidad es como el arte moderno, quizá no se pueda definir, pero con frecuencia lo reconocemos cuando lo vemos.

W.A. Shewhart dice que hay dos caras de la calidad: subjetiva (lo que el cliente quiere) y objetivo (propiedades del producto, independiente de lo que el cliente quiere). Una dimensión importante de la calidad es el valor recibido por el precio pagado. Las normas de calidad deben expresarse en términos de características físicas y cuantitativamente medibles del producto.

¿Cuál es definición de calidad de los autores presentados en el artículo le parece la más apropiada (incluya el nombre del autor)? Justifique claramente el porqué de su decisión

La definición de Shewhart parece ser la más apropiada, pues relaciona lo que a mi parecer son los conceptos más importantes, lo que el cliente quiere: que sea bonito, que cumpla su función, que sea barato, etc. Además de las propiedades del producto, que sea de un buen material, que tenga alta resistencia a desastres, etc. Si se logran ambos, o por lo menos un buen balance entre ellos estaríamos ante algo de buena calidad.