

Calidad de Software (1)

INGENIERÍA EN COMPUTACIÓN
TECNOLÓGICO DE COSTA RICA

CALIDAD

Satisfacer necesidades óptimamente y superar expectativas del beneficiado.

CALIDAD GRATIS

Invertir esfuerzo en calidad reduce el gasto en ajustes y reparación.

PERCEPCIONES DE CALIDAD

El contexto interviene 100%, la visión de qué es ideal y satisfactorio según cada persona

CALIDAD EN MANUFACTURA

Calidad en los materiales, procesos y el producto

CALIDAD TRANSCENDENTAL

Subjetiva 100%

CALIDAD DEL PRODUCTO

Totalmente medible

CALIDAD PARA EL USUARIO

Satisfacer una preferencia

CALIDAD DEL FABRICANTE

Rigurosidad en la producción para cumplir con estándares

CALIDAD DEL VALOR

Mantener un equilibrio entre inversión y gastos para producir utilidad

CALIDAD POR COMPARACIÓN

Excelencia o superioridad en relación a otro software/producto

CALIDAD CUANTITATIVA

Nivel de conformidad totalmente numerable de acuerdo a alguna regla objetiva o subjetiva

CALIDAD DE ADECUACIÓN A PROPÓSITO

Si es bueno para el objetivo para el que fue creado

SAMANTHA ARBUROLA

Calidad de Software (1)

INGENIERÍA EN COMPUTACIÓN
TECNOLÓGICO DE COSTA RICA

DIFICULTAD POR RELATIVIDAD

Depende de la subjetividad del usuario y sus necesidades

DIFICULTAD MULTIDIMENSIONAL

Muchos factores para decidir si tiene calidad

DIFICULTAD CON EL USUARIO

Muchos usuarios del mismo producto tiene necesidades y características diferentes para evaluarlo, por lo que hay que establecer mínimos aceptables

CALIDAD DE SOFTWARE

Medido por la satisfacción del usuario bajo requerimientos, rendimiento y estándares

BENEFICIOS PARA EL CLIENTE

Confiabilidad y satisfacción

BENEFICIOS PARA LA ORGANIZACIÓN

Satisfacer al cliente, ganar reputación y mejorar la experiencia de producción

PROCESO UNIFICADO

Acordar procedimientos, requerimientos, medidas y criterios para concluir si es de calidad

CALIDAD DEL PRODUCTO

Desde materia prima hasta producto final

CALIDAD DEL PROCESO

Costo + precio + cliente + productividad + trazabilidad = cumple + aceptable

OBJETIVO DE LA CALIDAD

Competitividad, mercadeo, costo justificado

SAMANTHA ARBUROLA