

Concepto de Calidad

El término calidad está muy presente en el día a día. Se habla de la calidad de los productos, de la calidad de las empresas, de la calidad de la enseñanza, de la calidad de la sanidad o de la calidad de vida. La idea que se pretende transmitir con el concepto parece clara, aunque, como veremos, no está exenta de ambigüedad y confusión.

En primer lugar, habría que dejar bien claro cuál es el sujeto u objeto de referencia.

Es decir, ¿calidad de qué? No es lo mismo que se haga referencia a la calidad de un producto o de un servicio, a la calidad de los procesos productivos de una empresa o incluso a la calidad del modo en que una organización determinada es gestionada. Pues bien, en demasiados casos, no se delimita el sujeto u objeto de estudio, y es ahí donde surgen las principales confusiones.

Los estudiosos de la calidad de los productos subrayan sus diferentes dimensiones (fiabilidad, durabilidad, versatilidad, diseño, imagen, etcétera) y la importancia de la apreciación subjetiva de los consumidores al evaluarlos. Subrayan, además, que, si bien comúnmente se afirma que un producto o servicio es de mayor calidad que otro si cuenta con un nivel superior de atributos o de cualidades, en sentido estricto, tal y como se suele subrayar desde la disciplina del marketing, se trata de dos productos muy diferentes con requerimientos, atributos o características muy diferentes (por ejemplo, el precio), por lo que, hablando en propiedad, habría que decir que, en ese caso, existe una diferencia entre los atributos del producto o servicio, no una diferencia de calidad (por lo menos, debida a la diferencia de gama).

Concepto de Calidad

Como afirma el profesor Garvin (1988), en un conocido ejemplo, una bombilla de 100 vatios ilumina más que otra de 60 vatios, pero muy pocos consumidores pensarán que eso se debe solamente, al menos, a diferencias de calidad en las dos bombillas. Sencillamente sitúan ambas bombillas en diferentes niveles de prestaciones. En definitiva, se pretende subrayar que las comparaciones de calidad no tienen sentido más que entre productos destinados a satisfacer necesidades o deseos similares y vendidos a un nivel de precios similar.

Llegados a este punto, resulta pertinente hacer referencia, aunque sea de forma muy breve, a las definiciones de calidad de productos y servicios defendidas por los grandes gurús del ámbito de la calidad que tanta influencia han tenido en este ámbito. Cabría hacer referencia, entre otros, a la «adecuación al uso previsto» de Juran (1974), a la «conformidad con los requerimientos o especificaciones establecidos por el cliente» de Crosby (1979) o a la «satisfacción del cliente» de Feigenbaum (1961).

Las dos primeras acepciones tienen su origen en el ámbito industrial, donde, en algunas ocasiones, el diseño del producto y los requerimientos técnicos son establecidos por el cliente de forma explícita (por ejemplo, mediante el pliego de condiciones de los contratos). La tercera acepción es, desde luego, menos limitada y más útil para un entorno económico general en el que las relaciones entre clientes y proveedores no siempre funcionan mediante el establecimiento de requerimientos explícitos y formales por parte de los clientes, y más si cabe en aquellos sectores de actividad en los que son los fabricantes y no los clientes finales quienes guían el flujo de producción de los bienes y servicios.

Por otra parte, en cuanto a la calidad de un servicio, los profesores Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) establecen la base de la definición que cuenta con mayor aceptación: la calidad del servicio es la amplitud de la discrepancia o diferencia que exista entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones.

Concepto de Calidad

Ahora bien, gran parte de la confusión se genera cuando se trasladan estas definiciones, así como las perspectivas en las que se engloban, a otros ámbitos como el estudio de la calidad de la gestión de las organizaciones, o cuando, a partir de ellas, se realizan apreciaciones relacionadas con otras concepciones del término calidad. En gran medida, estas confusiones se encuentran también muy relacionadas con el concepto que se analiza a continuación.

Referencia:

Berry, L., Parasuraman, A. y Zeithaml, V. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios*. Editorial Díaz de los Santos. Madrid, España.

Crosby, P. (1979). *Quality Is Free: The Art of Making Quality Certain*. McGraw-Hill, New York.

Feigenbaum, A. (1961). *Total Quality Control*. McGraw-Hill, London

Garvin, D. (1988). *Managing Quality*, Nueva York: The Free Press

Juran, J. (1974). *Juran's Quality Control Handbook*. 3rd Edition. McGraw-Hill, New York.