

<b>Prólogo</b> .....	11
<b>0 LA CALIDAD TOTAL: Lo que hace falta saber</b> .....	15
0.1 Definición .....	15
0.2 Principios .....	15
0.2.1 Voluntad, implicación y ejemplaridad de la dirección .	16
0.2.2 Adhesión de todo el personal .....	18
0.2.3 Mejora de la calidad para la prevención de las des- ventajas .....	18
0.2.4 Evaluación de la calidad .....	20
0.2.5 Los cinco ceros olímpicos: la excelencia en 1992 .....	21
0.3 Algunas acciones .....	22
0.3.1 Querer intervenir .....	24
0.3.2 Saber intervenir .....	30
0.3.3 Poder intervenir .....	32
<b>1.ª PARTE: La calidad total. Cómo preparar el terreno con los   cuadros</b> .....	35
<b>1 Fase 1: Cómo convencer al equipo de dirección</b> .....	37
1.1 El lenguaje del dinero: el diagnóstico de la calidad .....	37
1.1.1 La organización de la sociedad en materia de gestión de calidad .....	38
1.1.2 Los costes de obtención de la calidad .....	41
1.2 El acercamiento diplomático .....	43
<b>2 Fase 2: Cómo conseguir la estructura de calidad</b> .....	47
2.1 Comité de calidad o comité director de calidad .....	47

2.2	Dirección de calidad .....	48
2.3	Las antenas de calidad .....	49
<b>3</b>	<b>Fase 3: Cómo obtener la adhesión del staff .....</b>	<b>51</b>
3.1	Sensibilización .....	51
3.2	Apropiación .....	55
<b>4</b>	<b>Fase 4: Cómo crear el staff .....</b>	<b>61</b>
4.1	Módulo 1: Formación específica para la calidad total .....	62
4.2	Módulo 2: Conocimiento y animación de los grupos .....	63
4.2.1	Iniciación a la dinámica de grupos .....	63
4.2.2	Condiciones a reunir para obtener una participación máxima .....	67
4.2.3	Cómo formar al staff para la estimulación del grupo ..	68
4.3	Módulo 3: Metodología de la resolución de los problemas ..	68
4.4	Módulo 4: La relación cliente-proveedor interno .....	70
4.5	Módulo 5: Las herramientas específicas de gestión de la ca- lidad .....	74
<b>2.ª PARTE:</b>	<b>Cómo alcanzar la calidad total sobre el terreno .....</b>	<b>77</b>
<b>5</b>	<b>Fase 5: Cómo tener éxito en el lanzamiento: llamada a la ca- lidad .....</b>	<b>79</b>
5.1	Comunicación de la información .....	79
5.2	Dificultades sobre el terreno .....	80
<b>6</b>	<b>Fase 6: Cómo formar el personal .....</b>	<b>83</b>
6.1	Formación en la estrategia de calidad .....	83
6.2	Formación en la relación cliente-proveedor interno .....	83
6.3	Formación para el trabajo en grupo .....	84
<b>7</b>	<b>Fase 7: Cómo implicar al personal .....</b>	<b>93</b>
7.1	Utilizando de la teoría de la motivación .....	93
7.2	El proyecto de empresa .....	101
7.2.1	La utilidad de un proyecto .....	101
7.2.2	Un proyecto: ¿para quién? .....	101
7.2.3	Contenido y presencia del proyecto .....	102
7.2.4	Alcance del proyecto .....	103
7.3	La política de comunicación de la empresa .....	104
7.4	El sistema de reconocimiento de méritos .....	110
7.4.1	Los medios pecuniarios .....	110
7.4.2	Los medios no pecuniarios .....	112



<b>8 Fase 8: Cómo implantar los círculos de calidad</b> .....	117
8.1 Utilidad de los círculos .....	117
8.2 ¿Qué es un círculo? .....	118
8.3 Funcionamiento .....	118
8.4 Metodología para ponerlo en práctica .....	123
<b>9 Fase 9: Cómo atacar a la empresa despilfarradora</b> .....	127
9.1 Introducción .....	127
9.2 Definición de empresa despilfarradora .....	128
9.2.1 Desviación respecto a un estándar .....	128
9.2.2 Desviación respecto a un óptimo .....	129
9.2.3 La unidad de medida de la empresa despilfarradora ..	130
9.3 ¿Cómo cuantificar la no-calidad? .....	131
9.3.1 ¿Qué cuantificar? .....	131
9.3.2 ¿Cómo cuantificar? .....	134
9.4 Plan de mejora de la calidad .....	135
<b>3.<sup>a</sup> PARTE: Cómo gestionar la calidad total</b> .....	139
<b>10 Las herramientas de la función de diseño de los productos</b> ...	143
10.1 Introducción .....	143
10.2 El cuaderno de especificaciones .....	144
10.3 La revisión del proyecto .....	146
10.4 El análisis funcional .....	148
10.5 El análisis del valor .....	150
10.6 El AMPEC (Análisis de los modos de pérdidas, de sus efectos y su criticidad) o FMECA .....	152
10.7 La modelización de la fiabilidad de un producto .....	156
<b>11 Las herramientas de la función producción</b> .....	161
11.1 Definición de la gestión de calidad de un producto .....	161
11.1.1 La etapa de control del producto .....	161
11.1.2 Las etapas de la calidad .....	162
11.1.3 Resumen .....	163
11.2 Seguridad de la calidad .....	164
11.3 El autocontrol .....	167
11.4 La habilidad estadística de procedimiento y los gráficos de control .....	169
11.4.1 El sistema de control estadístico .....	169
11.4.2 Las gráficas de control .....	174

<b>12 Otras herramientas .....</b>	<b>191</b>
12.1 El plan de experiencia ortogonal .....	191
12.1.1 Recordatorio matemático .....	193
12.1.2 Ortogonalidad de un plano de experiencia .....	194
12.1.3 Los planos fraccionarios .....	196
12.1.4 Modelización .....	198
12.1.5 Riqueza de los planos de experiencia .....	199
12.2 Auditorías .....	202
<b>POST-SCRIPTUM: En busca de la excelencia .....</b>	<b>207</b>