

INDICE

Prólogo	11
0 LA CALIDAD TOTAL: Lo que hace falta saber	15
0.1. Definición	15
0.2. Principios	15
0.2.1. Voluntad, implicación 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 desventajas	18
0.2.4. Evaluación de la calidad	20
0.4.5. 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
1.a PARTE: La calidad total. Cómo preparar el terreno con los cuadros	35
1 Fases 1: Cómo convencer el equipo de dirección	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 dela calidad	41
1.2. El acercamiento diplomático	43
2 Fase 2: Cómo conseguir la estructura de calidad	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
3 Fase 3: Cómo obtener la adhesión del staff	51
3.1. Sensibilización	51
3.2. Apropiación.....	55
4 Fase 4: Cómo crear el staff	61
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. Indicación 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 dela calidad	74

2.a PARTE: Cómo alcanzar la calidad total sobre el terreno	77
5 Fase 5: Cómo tener éxito en el lanzamiento: llamada a la calidad	79
5.1. Comunicación de la información	79
5.2. Dificultades sobre el terreno	80
6 Fase 6: Cómo formar el personal	83
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
7 Fase 7: Cómo implicar al personal	93
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 meritos	110
7.4.1. Los medios pecuniarios	110
7.4.2. Lo medios no pecuniarios	112
8 Fase 8: Cómo implantar los círculos de calidad	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
9 Fase 9: Cómo atacar a la empresa despilfarradora	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
3.a PARTE: Cómo gestionar la calidad total	139
10 Las herramientas de la función de diseño de los productos	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 medos de pérdidas, de sus efectos y su criticidad) o FMECA	152
10.7. La modelización de la fiabilidad de un producto	156
11 Las herramientas de la función producción	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
12 Otras herramientas	191
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. Auditorias	202
POST-SCRIPTUM: En busca de la excelencia	207