

Contenido

PROLOGO	XIII
PREFACIO	XV
1. ¿POR QUE HAY COSTES DE LA MALA CALIDAD?	1
¿Qué es el coste de la mala calidad?	1
¿Dónde se usa el CMC?	3
¿Por qué usar el CMC?	4
Limitaciones del CMC	5
2. COMPRESION DEL COSTE DIRECTO DE LA MALA CALIDAD	7
CMC controlables	8
CMC resultantes	15
CMC del equipo	16
3. CURVAS DE LOS COSTES DIRECTOS DE LA MALA CALIDAD	19
Interacción entre el CMC controlable y el resultante	19
Punto óptimo operativo provisional	19
Porcentaje del valor añadido	23
Cambios del CMC con el tiempo	23

4. ANALISIS DEL COSTE DIRECTO DE LA MALA CALIDAD	25
¿Por qué gastar dinero en prevención?	25
Interacción entre las actividades de prevención y evaluación	28
El CMC frente al tiempo	30
El CMC frente al ciclo del producto	31
La mala calidad es un mal negocio	32
¿Cómo se debe gastar el dinero del CMC?	38
Impacto de la reducción del CMC	41
5. INICIACION DE UN SISTEMA DE COSTES DE LA MALA CALIDAD	45
Paso 1: Formar el equipo de implantación	46
Paso 2: Presentar el concepto a la alta dirección	50
Paso 3: Desarrollar el plan de implantación	51
Paso 4: Seleccionar un área de prueba	53
Paso 5: Comenzar el programa	54
Paso 6: Identificar y clasificar los elementos del coste ...	54
Paso 7: Organizar cada elemento del CMC	55
Paso 8: Establecer las entradas del sistema	62
Paso 9: Establecer los formatos de salida	62
Paso 10: Definir otros datos auxiliares requeridos	67
Paso 11: Revisar la situación con el gerente de planta	68
Paso 12: Comenzar el período de prueba	69
Paso 13: Revisar el informe mensual	69
Paso 14: Modificar el programa según la experiencia	70
Paso 15: Ampliar el programa	70
Una advertencia	70
6. COSTES ADMINISTRATIVOS DE LA MALA CALIDAD	75
Errores administrativos	76
Comprensión del CMC administrativo	77
CMC típicos por función	79
Recogida de los datos del CMC administrativo	82
CMC de las industrias de servicios	89

7. COSTE INDIRECTO DE LA MALA CALIDAD	91
La mala calidad cuesta dinero a los clientes	91
La segunda división importante	93
¿Por qué utilizar el CMC indirecto?	93
El CMC del cliente	97
El CMC de la insatisfacción del cliente	98
El CMC de la pérdida de reputación	106
Utilización del CMC indirecto	107
8. VENTAJAS DE UN SISTEMA DE COSTES DE LA MALA CALIDAD	109
¿Por qué utilizar un sistema de CMC?	109
Incremento de los beneficios	113
Incremento de la participación en el mercado	115
Orientaciones para hoy y mañana	115
Resumen	117
APENDICE: COSTES TÍPICOS DE LA MALA CALIDAD.	119
Costes de prevención	119
Costes de evaluación	122
Costes de los errores internos	124
Costes de los errores externos	129
REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA ADICIONAL	
RECOMENDADA	131
Referencias	131
Bibliografía adicional recomendada	132
INDICE DE MATERIAS	135