

## INDICE

Prefacio	XIII
Agradecimientos	XIX
<b>Parte Uno.</b> <b>La Calidad como Arma Estratégica</b>	
1. Los cuatro pasos de la administración del valor para el cliente	3
2. Cambio del eslogan “la satisfacción del cliente” a tema científico	25
<b>Parte Dos.</b> <b>Empresas Modelo: Algunas Compañías que Ofrecieron Calidad y Valor Percibidos por el Mercado</b>	
3. Milliken & Co. Construye una máquina de competitividad	57
4. “El valor agregado para el cliente” en AT & T: Un hito en la estrategia competitiva	73
5. Cómo comunicar la compleja verdad acerca del colesterol	97
6. Cómo lograr un servicio de calidad	119
<b>Parte Tres.</b> <b>Cómo Manejar Algunas Cuestiones Importantes Mediante la Administración del Valor para el Cliente</b>	
7. Cómo crear marcas fuentes	153
8. Cómo evaluar tecnologías que compitan y generar un empresa ganadora a largo plazo	175
<b>Parte Cuatro.</b> <b>Los Instrumentos y las Medidas del Análisis del Valor para el Cliente</b>	
9. Los siete instrumentos del análisis del valor para el cliente	209
10. El poderío de la organización entera en una sola oficina: La pared del cuartel general y navegación estratégica	241
11. Cómo alinear sus iniciativas en pro de la calidad y la meta de la administración del verdadero valor para el cliente	269
<b>Parte Cinco.</b> <b>Los Frutos de Ofrecer Calidad y Valor Superiores</b>	
12. Ésta es la prueba: la calidad superior impulsa las utilidades y el valor de las acciones	301
13. Enseñanzas del Premios Nacional a la Calidad Malcolm Baldrige	323
14. Alineación global: La clave para la verdadera competitividad	243
Epílogo	
<b>Apéndice A.</b> El premio Nacional a la Calidad Malcolm Baldrige: Criterios y lineamientos del examen correspondiente al año de 1994	371
<b>Apéndice B.</b> ¿Por qué demandan los pacientes una disminución importante del total colesterol?	398
<b>Apéndice C.</b> Cómo crear nuestro acervo de casos de ejemplo y prueba empírica	401
<b>Apéndice D.</b> Cuestiones para ayudar a establecer puntos de referencia	403
Notas	407
Índice	417