

Indice

INDICE	5
AGRADECIMIENTO	9
PRESENTACIÓN <i>por Angel POLA MASEDA</i>	11
PREFACIO <i>por el Dr. Armand V. FEIGENBAUM</i>	13
INTRODUCCIÓN GENERAL	19

1. Orígenes

CAPÍTULO I

EL MOVIMIENTO INTERNACIONAL DE LA CALIDAD, <i>por Bertrand JOUSLIN DE NORAY</i>	31
El desarrollo de la calidad en los Estados Unidos	34
El movimiento de la calidad en Japón	37
El movimiento de la calidad en Francia	39
El movimiento de la calidad en Inglaterra	42
-La internacionalización de la calidad	43
Las campañas nacionales en favor de la calidad	44
Las tendencias	47

CAPÍTULO II

RESEÑA HISTORICA DE LA DIRECCION PARTICIPATIVA, <i>por Octave GELINIER</i>	49
El "modelo ideal" tayloriano o burocrático (1900-1930)	51
El progreso de la comunicación en un modelo sin cambios (1925-1960)	53
Hacia la dirección participativa (1955-1975)	54
El choque del 68. La crisis. La perspectiva socio-técnica (1968-1980)	57
Choque japonés: "Círculos de calidad" (1976-1985)	59
Dirección estratégica mediante visión compartida (1980-1990)	62
Realidades y perspectivas de la dirección participativa	67

CAPÍTULO III

LA TRANSFORMACION RETRASADA DE LOS AÑOS 80, <i>por Nicolas ROUSSEAU</i>	69
Treinta años de glorioso crecimiento que hechiza	72
Cómo evitar la imitación de los usos y costumbres de un pueblo resucitado	74
La calidad: una manera no exclusiva de ser	75

CAPÍTULO IV

LOS CAMINOS DE LA EXCELENCIA,

<i>Por Jean-Pierre PAGE</i>	79
Seis exigencias para la excelencia	80
Las condiciones de la excelencia	86
Más allá de los efectos de la moda	87

2. Fundamentos

CAPÍTULO V

ESTADISTICA Y CALIDAD TOTAL,

<i>Por Jacques VOLLE</i>	93
Los métodos probabilísticos	96
Control estadístico pese a todo	101
1993 y los años siguientes, en Francia	107

CAPÍTULO VI

ERGONOMIA Y CALIDAD TOTAL,

<i>Por Pierre-Ives FICHET-CLAIRFONTAINE</i>	111
Un poco de historia	113
El fundamento de la intervención ergonómica en el campo de la calidad total	115

CAPÍTULO VII

MARKETING Y CALIDAD TOTAL,

<i>Por Bernard C. BLANCHE</i>	125
El contexto mundial	126
Marketing, calidad y valor	134
Marketing estratégico y calidad de la estrategia	138
Las necesidades y expectativas	140
-Calidad de conformidad y prevención	149
Comercialización y calidad del marketing mix	151
Medida del grado de satisfacción	156

CAPÍTULO VIII

CIENCIAS HUMANAS Y CALIDAD TOTAL,

<i>Por Wladimir IAZYKOFF</i>	165
Las aportaciones potenciales	167
La introducción del cambio, un cuestionamiento de la organización.	184

3. Management

CAPÍTULO IX

CALIDAD TOTAL Y CAMBIO DEL MANAGEMENT,

<i>Por Octave GELINIER y Philippe PUMIR</i>	193
Seis ideas que han desestabilizado y luego reestructurado el management	195
Cómo llevar a cabo el cambio del management	210

CAPÍTULO X

EL ENFOQUE DEMOCRATICO DE LA CALIDAD,	
<i>Por Valère CANTARELLI</i>	213
La calidad y su importancia para el progreso de la empresa	215
El cliente es el rey, o la nueva cultura de empresa	217
Hombre y empresa: responsabilización y gestión	219
La organización descentralizada	225
La calidad, instrumento de progreso de la economía y del hombre	227

CAPÍTULO XI

SINDICALISMO Y CALIDAD,	
<i>Por Pierre-Eric TIXIER</i>	229
El cambio de las contingencias	230
Los métodos de gestión de la calidad	231
La discusión del sindicalismo	232
Hacia la reddefinición del sindicalismo	236

CAPÍTULO XII

CALIDAD TOTAL Y PARTICIPACION FINANCIERA,	
<i>Por Gilbert FERON</i>	239
Informes reales	240
¿Qué respuesta?	242
Algunas historias verdaderas (francesas y extranjeras)	245
Anexo: el marco jurídico en Francia	249

CAPITULO XIII

EL MANAGEMENT PARTICIPATIVO INTEGRAL,	
<i>Por Raymond MONEDI</i>	253
El M.P.I. en Exameca-Monédi	255
Las estructuras de participación psíquica	256
Las estructuras de participación física	258
Hacia la gestión policelular	261

CAPÍTULO XIV

EL MANAGEMENT ESTRATEGICO PARA LA CALIDAD EN LAS ACTIVIDADES INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS,	
<i>Por Jean-Marie DOUCGY</i>	263
La calidad: en la industria y en los servicios	264
El sistema integrado de gestión de la calidad	268
El Management estratégico para la calidad: del "cero defectos" al "cero menosprecios"	281

CAPÍTULO XV

PONER EN PRACTICA LA CALIDAD DE SERVICIO,	
<i>Por Jacques HOROVITZ y Chan CUDENNEC-POON</i>	283
La atención a la calidad de servicio	285
La atención al cliente	288
La atención al personal de contacto	292
La atención a la comunicación	295
La atención para gestionar la calidad	297

CAPÍTULO XVI

CALIDAD Y ADMINISTRACION PUBLICA,	
<i>Por Jean COUSSIROU</i>	301
-La calidad total y la gestión participativa en las administraciones públicas	302
-El enfoque de la calidad total y de la gestión participativa en una gobernación	305

CAPÍTULO XVII

SISTEMAS COMPLEJOS Y FIABILIDAD HUMANA,	
<i>Por Jean-Louis NICOLET</i>	317
De la naturaleza del sistema complejo	321
El factor humano	325
¿Qué vías de progreso?	328

CAPÍTULO XVIII

EDUCACION Y FORMACION PARA LA CALIDAD,	
<i>Por Jacques CHOVE</i>	333
Un poco de historia	335
El concepto de calidad y su evolución	336
Los tres cambios que implica la calidad total	338
El aspecto colectivo de la formación y su contenido	340
La pedagogía	343
Calidad total e innovación	345

CAPÍTULO XIX

PAPEL DE LOS ESTADOS EN EL DESARROLLO DE LA CALIDAD,	
<i>Por Denis COTON</i>	347
Menos reglamentación nacional	348
La normalización internacional, nuevo reto	352
Movilización de los recursos humanos	356

CAPÍTULO XX

UN METODO DE GESTION: LA CONSTITUCION DE MALLAS DE INTERACCION,	
<i>Por Georges ARCHIER</i>	363
Los japoneses se ven obligados a descubrir las virtudes de constituer mallas	365
¿Qué sucede en Estados Unidos y en Francia?	369
Hacia una tipología de las mallas	371
Finalidades y objetivos de la constitución de mallas	373
Constitución de mallas y evolución cultural	375