

Contenido

<i>Prefacio</i>	<i>xiii</i>
<i>Agradecimientos</i>	<i>xix</i>

PARTE UNO LA CALIDAD COMO ARMA ESTRATÉGICA

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

PARTE DOS EMPRESAS MODELO: ALGUNAS COMPAÑÍAS QUE OFRECIERON CALIDAD Y VALOR PERCIBIDOS POR EL MERCADO

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

PARTE TRES
CÓMO MANEJAR ALGUNAS CUESTIONES
IMPORTANTES MEDIANTE LA ADMINISTRACIÓN
DEL VALOR PARA EL CLIENTE

- | | |
|---|-----|
| 7. Cómo crear marcas fuertes | 153 |
| 8. Cómo evaluar tecnologías que compitan y generar una empresa ganadora a largo plazo | 175 |

PARTE CUATRO
LOS INSTRUMENTOS Y LAS MEDIDAS
DEL ANÁLISIS DEL VALOR PARA EL CLIENTE

- | | |
|---|-----|
| 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 la 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 |

PARTE CINCO
LOS FRUTOS DE OFRECER CALIDAD Y VALOR
SUPERIORES

- | | |
|---|-----|
| 12. Ésta es la prueba: la calidad superior impulsa las utilidades y el valor de las acciones | 301 |
| 13. Enseñanzas del Premio Nacional a la Calidad Malcolm Baldrige | 323 |
| 14. Alineación global:
la clave para la verdadera competitividad | 343 |
| Epílogo | 363 |
| Apéndice A El Premio Nacional a la Calidad Malcolm Baldrige: criterios y lineamientos del examen correspondiente al año de 1994 | 371 |
| Apéndice B ¿Por qué demandan los pacientes una disminución importante del total del colesterol? | 398 |

Apéndice C	Cómo crear nuestro acervo de casos de ejemplo y prueba empírica	401
Apéndice D	Cuestionario para ayudar a establecer puntos de referencia	403
Notas		407
Índice		417