TECNICA DE LOS GRUPOS NOMINALES

**Técnica de Grupos Nominales**

**¿Qué es?**

Es un método estructurado para generación de ideas en equipo a través de una lluvia de ideas, en el cual se promueve la motivación de todos los participantes. Su relevancia al QFD es que permite aumentar la creatividad colectiva, evitando que se inhiban las ideas innovadoras y de ruptura de paradigmas... Cuando se está trabajando con los clientes, esta herramienta nos ayuda a detectar mejor "necesidades no explícitas" de nuestros clientes.

**¿Para qué sirve?**

* Permite conocer la opinión y pensamiento de otros miembros del equipo, lo que lleva a generar consenso con mayor participación.
* Permite generar compromiso con la decisión del equipo, al haber tenido cada quién participación equitativa en el proceso [1].
* Impide que algunos miembros del equipo "roben" toda la atención.
* Facilita la participación de miembros que piensan mejor en silencio (sobre todo si son clientes importantes nos interesa su opinión).
* Permite una participación más integral de todos los miembros del equipo
* Facilita que se generen una mayor cantidad de ideas. Cuando se trabaja con los clientes, entre más ideas tengamos, más necesidades podremos detectar. En particular las necesidades emocionantes para los clientes son difíciles de capturar.
* Facilita el manejo de temas donde se puede generar conflicto o existe mucha controversia. Hay ocasiones en que tenemos tipos diferentes de clientes; nada garantiza el consenso, por lo que a través del QFD se debe identificar cómo satisfacer a clientes diferentes con contextos y necesidades diferentes.

**¿Cómo hacerlo?**

1. Defina claramente el problema a resolver, la situación que se quiere mejorar o el producto/servicio a diseñar.
2. Cada miembro del equipo (o cliente) piensa y escribe todas las ideas que pueda durante un periodo de 5 a 10 minutos, dependiendo de la complejidad del caso a analizar.
3. Seleccione un moderador. El moderador debe escribir las ideas en un pizarrón o rotafolios. Cada miembro del equipo expone una idea por turno. Durante esta etapa, es conveniente recordar que:  
     
   No se permite discusión, ni siquiera para aclarar los puntos  
   Las ideas no requieren ser de la lista del participante, ésta es una guía  
   Un miembro puede "pasar" en un turno y participar el siguiente
4. Continúe hasta que ya nadie tenga más ideas que aportar o transcurra suficiente tiempo.
5. Discuta las ideas para clarificarlas o integrar aquellas que sean parecidas o estén repetidas. La redacción podrá cambiarse sólo si la persona que la aportó está de acuerdo. Las ideas podrán borrarse de la lista sólo si todos los participantes están de acuerdo. La discusión debe limitarse sólo a clarificar el significado.
6. Establezca criterios para calificar las ideas de acuerdo con su relevancia. Es muy útil anotar estos criterios en el pizarrón o rotafolios. Combine estas ideas con otras herramientas y técnicas de QFD cuando se trate de verbalizaciones del cliente relativas a un producto o servicio.
7. Califique las ideas. Brassard y Ritter [1] recomiendan asignar una letra (A,B,C,D…) a cada idea para evitar confusión entre calificación e ideas. Existen varios métodos para calificar. Un método muy compatible con el concepto de focalización del QFD consiste en distribuir 100 puntos entre el total de ideas. Es decir, si tuviéramos $100 ¿cuánto de cada idea compraríamos dados los criterios de calificación?  Esto permite descubrir la importancia que cada punto tiene para persona.
8. Sume estas calificaciones para obtener un puntaje total de cada idea. Seleccione las de mayor puntaje para actuar sobre ellas primero.
9. Transforme las ideas en un plan de acción que contenga al menos 3 elementos: Acción a realizar, Responsable de realizarla y Fecha de compromiso para terminar la acción. Recuerde que las empresas y las personas no tienen tiempo ni recursos infinitos, por lo que es importante asegurar que se tiene un plan realizable en tiempo y forma.

**Para saber más...**[1] Brassard, Michael y Ritter, Diane, "The Memory Jogger II", Goal/QCP, E.U.,1994