

QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT

<EL DESPLIEGUE DE LA FUNCIÓN DE CALIDAD>





DE LA VOZ DEL CLIENTE AL DISEÑO DE SERVICIOS

PASO 4

**(ELABORAR LA MATRIZ DE RELACIONES Y DETERMINAR LA
SITUACIÓN ACTUAL)**





GENERAR LA MATRIZ DE RELACIONES

- La Matriz de Relaciones sirve para **analizar** la **relación** que existe **entre** las **Necesidades** de Cliente y los **Parámetros** de Diseño. Se debe trabajar **renglón por renglón**, ya que el énfasis está en satisfacer las Necesidades de Cliente.

CARACTERÍSTICAS DE CALIDAD REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE	Característica A	Característica B	Característica C	...	Característica M
Requerimiento A	●	●			
Requerimiento B	●		△		○
Requerimiento C		●	△		
⋮					○
Requerimiento N	○		●		

● Relación fuerte ○ Relación △ Relación débil



GENERAR LA MATRIZ DE RELACIONES

- Los parámetros de diseño son aquellos **elementos** que están **bajo el control del equipo** de diseño.
 - Se refiere a los sistemas, procesos y parámetros que podemos utilizar para satisfacer las necesidades del cliente.
- Una forma efectiva de hacer esta lista es utilizar los encabezados de la Matriz de Relaciones. En la Matriz de Relaciones se enlistan las **Necesidades de Cliente (renglones)** y los **Parámetros de Diseño (columnas)**.

¿A qué le podemos mover?
¿Cómo desplegar las Necesidades de Cliente?



GENERAR LA MATRIZ DE RELACIONES

- Con la ayuda de la Matriz de Relaciones evaluamos los parámetros con base en el peso de las Necesidades de Cliente.
- Para cada parámetro nos preguntamos:
 - ¿Si le muevo al parámetro qué tanto afecto a la Necesidad de Cliente?
 - Si la relación es **extremadamente fuerte** (1 → 0.503)
 - Si la relación es **muy fuerte** (3 → 0.260)
 - Si la relación es **fuerte** (5 → 0.134)
 - Si la relación es **moderada** (7 → 0.068)
 - Si la relación es **débil** (9 → 0.035)
 - Si **no existe** relación (0)



GENERAR LA MATRIZ DE RELACIONES

- Para todos los parámetros de diseño, es ideal identificar los siguientes elementos:
 - **Métrico:** Cómo medimos este parámetro y su desempeño. En qué unidades
 - **Dirección de Mejora:** Mayor es mejor (A), Nominal es mejor (O) o Menor es mejor (V). Se pueden usar flechas en vez de A, O, V.
 - **Nivel actual:** En promedio, cuál es el nivel actual que tiene este parámetro dentro de nuestra organización.
 - **Nivel de competencia:** En promedio, cuál es el nivel actual en este parámetro que tiene la competencia.
 - **Dificultad/Importancia:** ¿Qué tan difícil es controlar este parámetro? El costo \$ de mover el parámetro es una buena referencia.
 - **Meta:** La meta es el nivel de desempeño que buscaremos lograr, considerando el nivel actual, el nivel de competencia, la dificultad y la importancia.



GENERAR LA MATRIZ DE RELACIONES

Asociación Latinoamericana de QFD				Parámetros de Diseño			
				1	2	3	4
Matriz de relaciones: Zapatos de vestir para caballero modelo SE1 (Souller, Inc)		Calificación ponderada actual	70.0%	3.0%	3.6%	3.9%	8.8%
Necesidad Superior	No	Necesidad de Cliente	Peso Ponderado	Número de versiones del modelo	Precio	Grosor de la piel	Nivel de resistencia en pruebas
Materia prima	1	Durable	10.8%	0.503		0.503	0.503
	2	Resistente al ambiente	10.8%			0.503	0.503
	3	Libre de olor	5.4%				
	4	Elegante	13.5%			0.503	
Comodidad	5	Confortables	13.5%				
	6	Suaves al caminar	10.8%				0.503
Diseño	7	Diseño innovador	10.8%	0.503			
	8	De moda	10.8%	0.503		0.068	
Mercado	9	Precio justo	9.1%	0.068	0.503	0.068	
	10	Marca de prestigio	5.4%	0.068	0.503		0.068
			100.0%				
			Peso ponderado OK	0.2	0.1	0.2	0.2

Evaluación ponderada del parámetro

Parámetro

Evaluación de la relación del parámetro con la Necesidad de Cliente

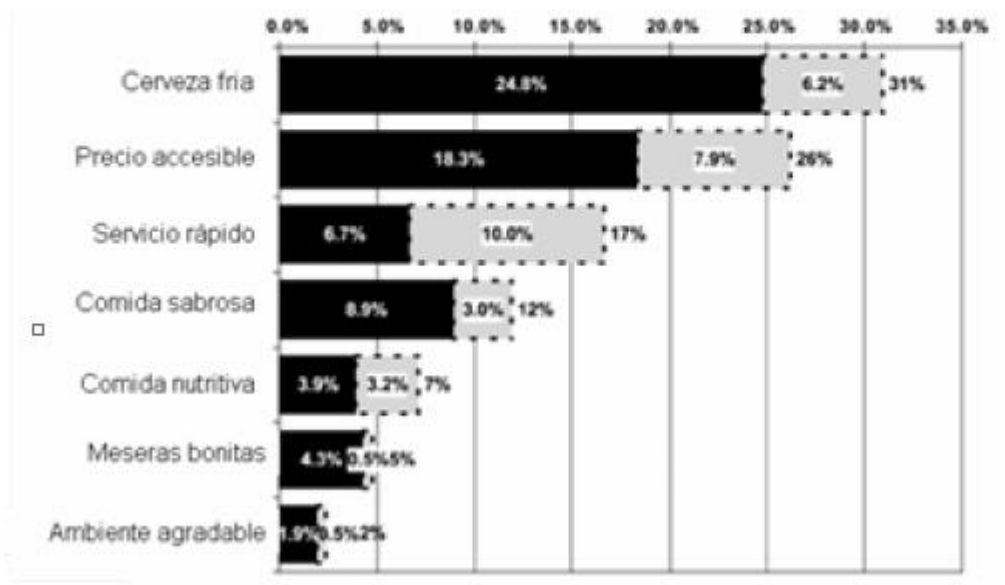
Peso de la Necesidad

Sumatoria de la evaluación parámetro



EVALUAR LA SITUACIÓN ACTUAL

- Consiste en solicitarle al Cliente una evaluación de nuestro **desempeño actual** con respecto a las Necesidades de Cliente que tenemos identificadas.





EVALUAR LA SITUACIÓN ACTUAL

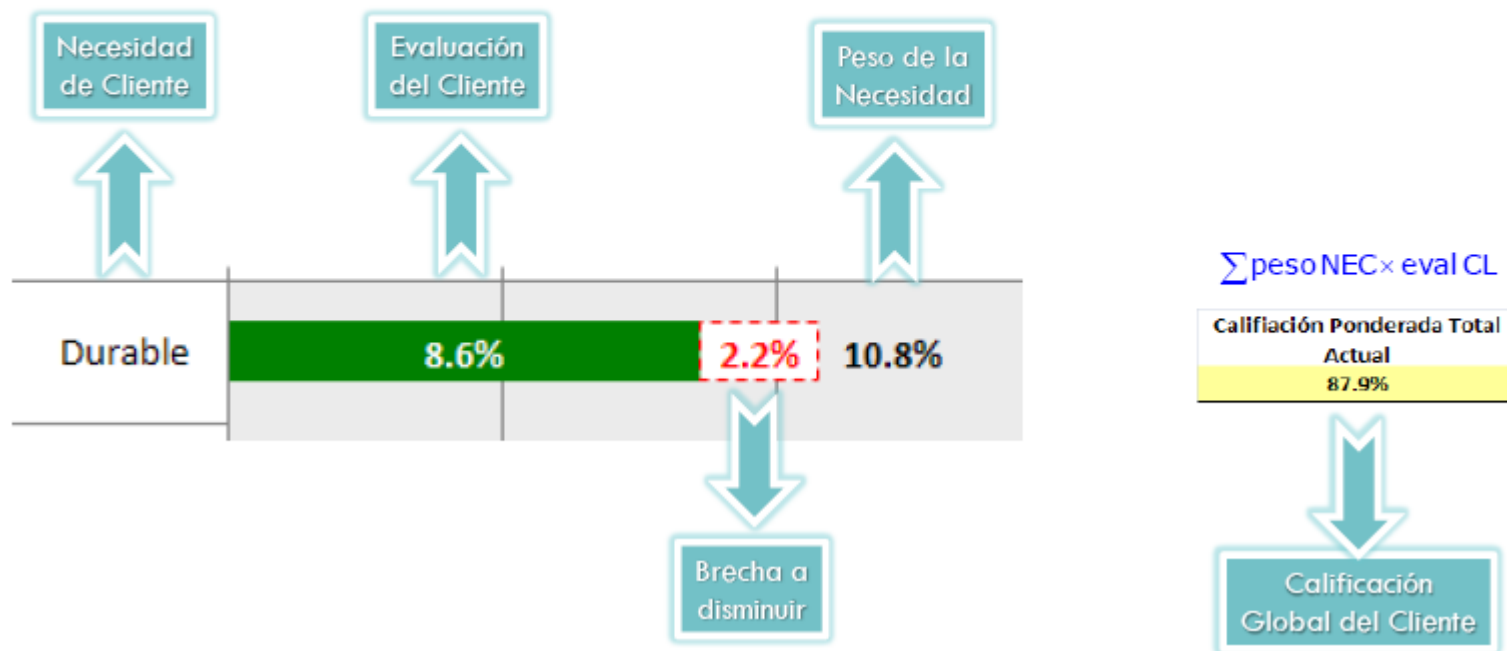
- Tomando en cuenta la evaluación del cliente (1) y la ponderación de cada una de sus necesidades (2), se determinó el porcentaje logrado (3) y la brecha (4) que se debe reducir para lograr una completa satisfacción de la necesidad.

			Parámetros de Diseño								
Métrica de relaciones: Zapatos de vestir para caballero modelo SE1 (Soulier, Inc)			Calificación ponderada actual	1	2	3	4	(1)	(2)	(3)	(4)
			70.0%	9.0%	1.6%	9.9%	8.8%				
Necesidad Superior	No	Necesidad de Cliente	Peso Ponderado	Número de versiones del modelo	Precio	Grosor de la piel	Nivel de resistencia en pruebas	Eval de clientes	Peso Ponderado	Eval ponderada	Brecha absoluta ponderada
Materia prima	1	Durable	10.8%	0.503		0.503	0.503	80%	10.8%	8.6%	2.2%
	2	Resistente al ambiente	10.8%			0.503	0.503	80%	10.8%	8.6%	2.2%
	3	Libre de olor	5.4%					60%	5.4%	3.2%	2.2%
	4	Elegante	13.5%			0.503		80%	13.5%	10.8%	2.7%
Comodidad	5	Confortables	13.5%					50%	13.5%	6.8%	6.8%
	6	Suaves al caminar	10.8%				0.503	50%	10.8%	5.4%	5.4%
Diseño	7	Diseño innovador	10.8%	0.503				100%	10.8%	10.8%	0.0%
	8	De moda	10.8%	0.503		0.068		80%	10.8%	8.6%	2.2%
Mercado	9	Precio justo	8.1%	0.068	0.503	0.068		60%	8.1%	4.9%	3.2%
	10	Marca de prestigio	5.4%	0.068	0.503		0.068	40%	5.4%	2.2%	3.2%
			100.0%								
			Peso ponderado OK	0.2	0.1	0.2	0.2	68.0%	100.0%	79.0%	30.0%



EVALUAR LA SITUACIÓN ACTUAL

- La Calificación Global del Cliente representa la calificación global del cliente con respecto a la satisfacción de sus necesidades.





EVALUAR LA SITUACIÓN ACTUAL

- Caso Industria zapato

