



Elaborado por:
Héctor M. de la Rosa Vargas

Análisis Kano



Merkaintelica[®] S.A. de C.V.
Confiabilidad y precisión en investigación de mercados



El modelo KANO clasifica los atributos de un producto en tres categorías en función de la satisfacción de cliente

MAPA DE ATRIBUTOS EN EL MODELO KANO

EMOCIONALES

- No esperados por el consumidor.
- Da altos niveles de satisfacción.
- Su ausencia no genera insatisfacción.
- Da ventaja competitiva (cubre necesidades latentes u ocultas).
- Con el tiempo se convierten en atributos de desempeño.

- Más se traduce en mejor.
- Su ausencia o mal desempeño reduce el nivel de satisfacción.
- Se obtienen de verbalizaciones del consumidor.
- Ligados íntimamente al precio que el consumidor está dispuesto a pagar.

BÁSICOS

- Mínimos a incluir en el producto.
- No agregan diferenciación.
- Agregarlos significa una inversión no necesaria.
- Su ausencia o mal desempeño genera gran insatisfacción.
- Pueden detectarse vía análisis KANO.

OTROS ATRIBUTOS

- Puede haber atributos no clasificables en el modelo KANO.
 - Imperceptibles.
 - Que no influyen en la de decisión de compra.
 - Sin funcionalidad.
 - Con nulo impacto en la satisfacción.

Ausencia

Funcionalidad del producto

Total

Los atributos se clasifican según la percepción de los clientes en términos de su incidencia en el nivel de satisfacción - - los resultados definen los atributos que deben incorporarse al producto

ENFOQUE DEL MODELO

Utilidad

- Detectar necesidades del consumidor.
- Determinar requerimientos funcionales.
- Desarrollar concepto.
- Analizar productos competitivos.
- Inducir la compra del producto.
- Crear la matriz de priorización.
- Crear el despliegue de la función de calidad (QFD).
- Realizar el análisis de valor.

Aplicación

- Dos preguntas por atributo para evaluar la satisfacción.
 - Si el producto tiene el atributo (funcional).
 - Si el producto no tiene el atributo (disfuncional).
- La escala puede ser:
 - Satisfecho.
 - Neutral (es normal que así sea).
 - No me importa.
 - No satisfecho.
- O bien:
 - Me gusta que así sea.
 - Así debe ser.
 - Me es indiferente.
 - No me gusta pero lo puedo aceptar.
 - Es inaceptable que así sea.

Lógica

- Generalmente los atributos *básicos* reciben:
 - Neutral en la pregunta 1.
 - No satisfecho en la pregunta 2.
- Omitir atributos *básicos* en el producto afecta el posible éxito de mercado.
- Omitir atributos de *desempeño* genera insatisfacción.
- Incluir atributos *emocionales* genera insatisfacción.
- Si se detectan muchos atributos (sobre todo de *desempeño*) como importantes debe preguntarse: ¿Cuánto más estaría dispuesto a pagar por este atributo o más de este atributo? para discriminar y decidir que atributos incluir en el producto.

El análisis de los datos requiere integrar una matriz de prioridades con las respuestas de cada entrevistado, codificar las respuestas y obtener la suma para cada código de celda

APLICACIÓN DEL MODELO

Matriz de prioridades

Pregunta disfuncional

Pregunta funcional

| | Me gusta | Esperado | Indiferente | Puedo vivir | Me disgusta |
|-------------|--|--|--|--|--|
| Me gusta | Cuestionable _{a₁₁} | Emocionales _{a₁₂} | Emocionales _{a₁₃} | Emocionales _{a₁₄} | Desempeño _{a₁₅} |
| Esperado | Contrario _{a₂₁} | Indiferentes _{a₂₂} | Indiferentes _{a₂₃} | Indiferentes _{a₂₄} | Básicos _{a₂₅} |
| Indiferente | Contrario _{a₃₁} | Indiferentes _{a₃₂} | Indiferentes _{a₃₃} | Indiferentes _{a₃₄} | Básicos _{a₃₅} |
| Puedo vivir | Contrario _{a₄₁} | Indiferentes _{a₄₂} | Indiferentes _{a₄₃} | Indiferentes _{a₄₄} | Básicos _{a₄₅} |
| Me disgusta | Contrario _{a₅₁} | Contrario _{a₅₁} | Contrario _{a₅₂} | Contrario _{a₅₃} | Cuestionable _{a₅₄} |

- Preguntar para cada atributo:
 - ¿Cómo se sentiría si la característica X...
 - fuera parte del producto? (funcional).
 - no fuera parte del producto? (disfuncional).
- Vaciar la respuesta en la celda a_{ij} de la matriz.
- Asignar código de funcionalidad por entrevistado según celda a_{ij} .
- Sumar calificación total.
- Funcionalidad:
 - Indiferente: no le preocupa al cliente, otorgarla es pérdida de tiempo.
 - Contraria: el usuario prefiere que no exista.
 - Cuestionable: el usuario no entiende la funcionalidad, no sabe que le quieres dar, ni cómo, ni porqué.

Básicos Desempeño Emocionales Indiferentes Contrarios Cuestionables

- Atributo 1
- Atributo 2
- Atributo n

• Cada celda a_{ij} es la sumatoria de todas las funcionalidades: básicas, desempeño, emocionales, indiferentes, contrarias o cuestionables detectadas por los encuestados para cada atributo.

• Cada atributo debe tener un total de funcionalidades igual al número de encuestas realizadas.

Así la matriz de prioridades genera información para ubicar a cada atributo en su posición y, con ello, definir la estrategia que debe aplicarse con respecto su desarrollo dentro del producto o servicio

CONCLUSIONES DEL MODELO KANO

