

IV.- CONCLUSIONES Y REFLEXION FINAL.

En esta disertación se describe un modelo estándar utilizado en la creación de productos oportunos, esto significa que cubran necesidades del mercado además de garantizar el logro de la calidad y la satisfacción de los clientes.

Los ambientes competitivos actuales obligan a las empresas a reformular sus estrategias a través de la reorganización de los departamentos. Una estrategia con énfasis en la planeación de productos implica estructuras orientadas al apoyo del proceso de creación de productos.

La IC como se ha tratado en este trabajo permite aplicar varias técnicas y según los resultados de éstas se puede tener una visión más clara de como se encuentra la empresa en esos momentos . Para productos competitivos de alta calidad, el método de Taguchi para diseños robustos es indispensable. Otra condición para la IC son los axiomas para la manufactura y el ensamble. Destacan por su importancia el diseño modular y minimizar el número de partes del producto,

Para el caso del diseño modular se conciben los módulos que el cliente puede combinar para obtener otras opciones , es decir, se puede aumentar la variación de un producto sin afectar los costos. Minimizar el número de partes de un producto implica simplificar la manufactura y abaratar el ensamble. Menos partes significa pocas piezas cuya calidad hay que rectificar y pocos proveedores que supervisar. Esto va encaminado al logro de la calidad.

Los ingenieros de diseño trabajan para el cliente; una técnica que asegura ese objetivo es el QFD, ya que permite llevar la voz del consumidor hacia las acciones de la empresa. Hoy en día muchas empresas aplican este método principalmente en la rama de los servicios. Aunado al método de Taguchi, el AMEF es una herramienta poderosa para la prevención de defectos.

La IC no se sujeta a las técnicas aquí expuestas, sino más bien puede usar otras que por su versatilidad son imprescindibles.

La creación de nuevos productos hoy en día es decisivo para el éxito de las empresas. La apertura comercial puesta en vigor con el TLC y la globalización de los mercados ha hecho que sea indispensable realizar proyectos de IC. Esto significa mucho más que aplicar una técnica aislada (QFD o AMEF), es tener una visión de conjunto de las técnicas señaladas en el trabajo. También implica establecer el grupo de diseño-manufactura-mercado y enfocar la organización hacia los productos y los clientes. Otra de las medidas que se deben tomar para llevar a cabo la IC es un cambio de cultura en las empresas y que exista comunicación entre los diferentes departamentos.

La IC ha dado sus primeros pasos, todavía son escasas pero muy valiosas las experiencias; los autores también son pocos. Los nuevos conceptos de manufactura pronto infundirán este novedoso modelo.