

X CONGRESO DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE EN LA AUTOMOCIÓN

Conclusiones de los Talleres de Trabajo

Taller nº: 1 Tema “**Tratamiento Integral de Garantías**”

Ponente 1: **Óscar de La Campa**

Empresa : SAINT GOBAIN SEKURIT

Ponente 2: **Jaume Prats Berenguer**

Empresa : NISSAN EUROPE

Moderador : **Javier de Pablos**

Empresa : VOLKSWAGEN NAVARRA, S.A.

PARTICIPANTES

NOMBRE	EMPRESA
Joan Regla	Valeo Climatización, S.A.
Cristina Estévez	TI Group Automotive Systems, S.A.
J.C. Fidalgo	Grupo Antolin
Miguel Sánchez Ayala	Frape Behr
Marcelino García Arias	Tenneco Automotive
Udo Radermacher	Autoscan Europe
Margalida Garcias	Faurecia
Joaquín Serra	SEAT
Fernando Medina	Frape Behr
Josep Figueras	Arvinmeritor
Gregorio Torres	VB Autobaterías
Miguel Yago	Robert Bosch España, S.A.
Rafael Repullo	Internacional Hispacold, S.A.
J. Manuel Pequeño	Peugeot Citroën España, S.A. (C.Madrid)
Lourdes Soto Rodríguez	Gefco España, S.A.
Esteban E. Vanpioni	Gefco España, S.A.
Vence Bruno	Peugeot Citroën España (Dtor. Calidad)

X CONGRESO DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE EN LA AUTOMOCIÓN

RESUMEN FINAL

Taller nº: 1 Tema Tratamiento de Garantías

Ponentes: Jaume Prats y Óscar de la Campa

Moderador: Javier de Pablos

CONCLUSIONES

- Es necesario trabajar conjuntamente constructores y proveedores para reducir los problemas en garantías.
- Algunos constructores ante reclamaciones no justificables y tras análisis están devolviendo los cargos a los concesionarios.
- Algunos constructores no facilitan la información necesaria ni en cantidad ni con calidad, ni en tiempo para reducir los problemas rápida y eficazmente.
- Nissan ha devuelto a Calidad la responsabilidad de las garantías y sus análisis.
- Nissan activa un sistema especial en función de la magnitud/relevancia del problema (FQIA).
- Las piezas devueltas las analizan los proveedores, y sólo ante discrepancias conjuntamente con Nissan, para resolver los problemas y definir el porcentaje de responsabilidad.
- La selección de piezas devueltas es aleatoria en Nissan.
- Estas anotaciones son los comentarios hechos en el taller pero no recogidas en las presentaciones.

X CONGRESO DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE EN LA AUTOMOCIÓN

Conclusiones de los Talleres de Trabajo

Taller nº: 2 Tema “Indicadores de Satisfacción de Cliente y Stakeholders”

Ponente 1: **Francisco Cortés**

Empresa : GESTAMP Linares

Ponente 2: **Miguel Rueda Parache**

Empresa : Renault España

Moderador : **Joaquín Membrado**

Empresa : Grupo Calidad & Dirección

PARTICIPANTES

NOMBRE	EMPRESA
Emilio Orta Fernández	Met Tecno 2000, S.L.
Andrés Sánchez Jiménez	Chemetall Hispania, S.A.
Bonoso Fernández Garrido	Human Management
José de los Ríos	Autónomo
Antoni Garay Vives	Ames, S.A.
Alberto Pérez Arias	KPMG
Juan Luis López	Industrias Ges, S.A.
Ramón Gómez Fra	Faurecia Sistema Escapes España
Saúl Hernández Ros	Polymont España, S.A.
Susana Tomé Crespo	Polymont España, S.A.
Jaime Vargas	PPG Ibérica, S.A.
Carlos Suárez López	Saint Gobain Sekurit
Luis González	Gefco España
Pedro Armendáriz	AP Amortiguadores, S.A.
Carlos Mota	Autónomo
José Manuel Pérez	VEIASA

X CONGRESO DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE EN LA AUTOMOCIÓN

Taller nº: 2 Título: “Indicadores de Satisfacción de Cliente y Stakeholders”

Moderador: **Joaquín Membrado**

Ponentes: **Miguel Rueda Parache y Francisco Cortés**

DAFO REALIZADO Y PRIORIZADO ENTRE LOS ASISTENTES

FACILITADORES / OPORTUNIDADES

Proveedores : importancia de acordar requisitos con el cliente.
Comparar los resultados entre los diferentes clientes, pregunta a pregunta.
Director gerente propietario del proceso de satisfacción cliente.
Oportunidad comercial.
Encuesta al personal es similar a la de clientes, sólo que es anónima.
Encuestas a proveedores están contempladas en la norma ISO / TS 16949, y además tiene utilidad para la mejora continua.
Utilizar cualquier visita a los proveedores para realizar las encuestas.
Periodos de tiempo iguales para todos los clientes, realizadas con frecuencia regular.
Realizar encuestas independientemente de la relación del momento (no esperar a tiempos de bonanza).
Ejemplos relevantes de mejoras a partir de las encuestas.
Formación al personal relacionado.
Alternancia bi-anual en los encuestados.
Coherencia indicadores internos con resultados entrevistas.
Importancia enorme de a percepción detectada en la encuesta.
Las encuestas son una herramienta de mejora interna.
Es posible realizar encuestas que crucen todos los factores de influencia en la satisfacción cliente, aunque son muy complicadas de realizar (caras).
Las pruebas de vehículo en la salida de la cadena de montaje (km 0) deben contener los resultados de las encuestas cliente.
Clasificación de defectos por gravedad para los clientes.
Revisar / adecuar la encuesta a los clientes (nuevos o establecidos, conflictivos o sin problemas) y en función de los resultados sucesivos (por ejemplo pasar de escala 1-5 a una escala 1-10 para conseguir discernir unos resultados obtenidos).
Beneficio de la medición frente al coste, elegir entre entrevistas escritas, telefónicas o visita personal.
“Feed-back” al cliente cuando hay problemas. Visita gerente.

X CONGRESO DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE EN LA AUTOMOCIÓN

RESUMEN FINAL

Taller nº: 2 Título: “**Indicadores de Satisfacción de Cliente y Stakeholders**”

Moderador: **Joaquín Membrado**

Ponentes: **Miguel Rueda Parache y Francisco Cortés**

NEGATIVO / DIFICULTADES

Es necesario dirigirse a varios interlocutores para cada proveedor (Calidad, Compras, Logística).

Percepción versus datos colectivos.

En caso de proveedor de piezas hay características difíciles de evaluar (aspecto, color...).

Formación de entrevistadores en profundidad, riesgo de coste elevado asociado.

Coste asociado a las encuestas (tiempo, desplazamientos).

La encuesta tiene que estar bien desarrollada, estructurada. Dificultad de diseñarla correctamente.

“Feed-back” al cliente cuando hay problemas. Falta información por escrito al encuestado.

Cuando hay “feed-back” inmediato no es necesaria la encuesta.

Riesgo de subjetividad en la encuesta.

¿Obtenemos todo el potencial posible?

¿Cumplimos solamente los requisitos de la ISO / TS?

Ponderación de la calidad, producto y servicio (concesionario). Influencia en el cliente.

Riegos de “infidelidad” a pesar de la satisfacción.

CONCLUSIONES

PUNTOS CLAVE

Importancia de medir la satisfacción cliente.

Importancia de medir requisitos / expectativas de los clientes; encuesta adaptada a cada cliente.

Equilibrio coste / beneficio (esfuerzo para realizar las encuestas / contenido de la información obtenida).

Mejora sucesiva del proceso de medición (revisiones periódicos).

Se debe comprobar la coherencia entre los indicadores internos y los resultados de las

entrevistas (percepción de los clientes). Las incoherencias suelen ser debidas a causas importantes de analizar.

Proceso de mejora producto / servicio / relación a partir de las mediciones.

Las encuestas mejoran las relaciones con los clientes, fidelización.

X CONGRESO DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE EN LA AUTOMOCIÓN

Conclusiones de los Talleres de Trabajo

Taller nº: 3 Tema “Cargos a proveedores a 0 Km”

Ponente 1: **Francisco Sillero**

Empresa : PSA Peugeot Citroën Vigo

Ponente 2: **Javier García Saavedra**

Empresa : Lear Automotive

Moderador : **José Luis González**

Empresa : SEAT

PARTICIPANTES

NOMBRE	EMPRESA
Miguel Ángel Flores	Estampaciones Bizkaia
Javier Apodaka Ostaiakoetxea	Estampaciones Bizkaia
Javier Marting García	Faurecia
Carlos Ayuso Ayuso	Saint-Gobain Sekurit
Mónica Acosta Gil	Grupo Fominter
Rafael Delgado	ThyssenKrup Sofedit España, S.A.
José Luis Velasco	IVECO España
L.Fernando García Gómez	IVECO España
Fernando Compas Bernardino	IVECO España
Luis Escosura	Faurecia
Abel Bretón	Euroalagón
Manuel Palá	Rieter-Saifa, S.A.
Luis Yañez Calvo	Faurecia Escapes
José M ^a Moreno	Perteca, S.L.
José A. Delgado	Robert Bosch
Emilio Navarro	Santana

X CONGRESO DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE EN LA AUTOMOCIÓN

RESUMEN FINAL

Taller nº: 3 Título: “**Cargos a proveedores a 0 Km**”

Moderador: **José Luis González**

Ponentes: **Francisco Sillero y Javier García Saavedra**

PUNTOS DÉBILES

- Comunicación a los proveedores de las cláusulas de los cargos.
- Unificar la aplicación de los criterios en casa del cliente.
- Compras no debe intervenir en un cargo emitido por Calidad.

PUNTOS FUERTES

- Ser más riguroso con la norma
- Que primen los criterios de calidad

CONCLUSIONES

- El cargo permite la confirmación/conocimiento de la Alta Dirección del proveedor de la insatisfacción del cliente.
- El cargo no debe servir como medio de autofinanciación de algún Departamento del Cliente.

X CONGRESO DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE EN LA AUTOMOCIÓN

Conclusiones de los Talleres de Trabajo

Taller nº: 4 Tema “**Indicadores de rendimiento y evaluación del proveedor**”

Ponente 1: **Felipe Gimeno**

Empresa : Aenor

Ponente 2: **Juan Andrés Rincón**

Empresa : Delphi Puerto Real

Moderador : M. Gaspar Moral

Empresa : Santana Motor, S.A.

PARTICIPANTES

NOMBRE	EMPRESA
Arancha Martínez	Industrias Metálicas Ruiz, S.A.
Miguel Fernández González	Industrias Metálicas Ruiz, S.A.
Nicolás Santos Gallego	PSA Peugeot Citroën
Yon Gabirondo Olazábal	Polmetasa
Eusebio Pérez Moreno	Hijos de Juan de Garay
José Antonio Manuel Palazuelos	Tecnologías Servincal
Iñigo Unanue	Ikor Sistemas Electrónicos
Maribel Ceballos López	Internacional Hispacold, S.A.
Francisco Javier Inclán Díaz	KPMG
Alex Godino Palomares	ITW España
Adoración Jiménez Montánez	ITW España
Ainhoa Artuzamonoa	Perteca
François Jacquemet	Sekurit Saint-Gobain
Ana M ^a Pérez	ThyssenKrupp Sofedit España

X CONGRESO DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE EN LA AUTOMOCIÓN

RESUMEN FINAL

Taller nº: 4 Tema Indicadores de rendimiento y evaluación del proveedor

Ponentes: Juan Andrés Rincón y Felipe Gimeno

Moderador: Gaspar Moral

CONCLUSIONES

El Grupo concluye que se puede llegar a un indicador único de la siguiente manera:

Indicador compuesto de tres factores:

Plazo + Coste + Calidad

Dos grupos se pueden componer de los siguientes:

1/ Calidad:

- Proveedores en cada nivel A,B,C – Criterios
- Resultado de Auditores a proveedor definiendo
- PPM'S a 0 KM.
- Status Especial
- Costos de no calidad
- Repetitividad de problemas
- Tiempo y eficacia cierre 8D
- Defectos por U. tiempo en cuenta final
- Falta cumplimiento proveedor normas suministro

2/ Costes/Compras:

- Índice de implantación de propuestas de reducción de costes emitidas

3/ Logística:

- Calendario de entregas

4/ Globales:

- Tiempo en conseguir AQP
- Perturbación sistema productivo

En función de la complejidad de la empresa, se utilizarán los más operativos.

X CONGRESO DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE EN LA AUTOMOCIÓN

Conclusiones de los Talleres de Trabajo

Taller nº: 5 Tema “**Concienciación y participación en la mejora global**”

Ponente 1: **José Manuel Cacho**

Empresa : DaimlerChrysler Vitoria

Ponente 2: **Margarita Panizo**

Empresa : Renault España

Moderador : **Víctor Iglesias**

Empresa : SEAT Martorell

PARTICIPANTES

NOMBRE	EMPRESA
Rabel García-Casal	Gefco España, S.A.
María Calero Jacobs	Chemetall Hispania
Óscar Pérez González	Gestamp Automoción
Arnaud Pontchateau	Gestamp Palencia
Enrique Martínez Ibáñez	Ikor Sistemas Electrónicos
Lluís Picó Agulló	Flejes Industriales, S.A. (Flinsa)
Eneko Barrenechea	Internacional Hispacold
Ramón Lara Portero	Internacional Hispacold
Julian Villalobos García	Internacional Hispacold
Montserrat Escudero	Sernauto
Miguel Ángel Palencia	Visteon
Ramón García	Autoscan
Manuel Romero Naranjo	Renault (Estudiante)
Óscar Suárez Cuesta	Calidad y Dirección
Fco. Javier Rodríguez Carrasco	Renault (Estudiante)
Andrés Romero Naranjo	Renault (Estudiante)
José Manuel Recio López	Renault (Estudiante)
Manuel Jesús Cerro Sierra	Renault (Estudiante)
Fernando Garrido	ITW España
Montserrat Bisbal	ITW España
Jesús Ascaso	ITW España
Rossend Hernández	Prelli Neumaticos
Catarina Rodrigues	Faurecia (Portugal)

Rubén Nuño	Estampaciones Bizkaia
Conchita Azcuénaga	Estampaciones Bizkaia
José Pedro Abad	Dr. Franz Schneider, S.A.
Juan Carlos Ortiz	Calidad y Dirección, S.L.

RIESGOS

1/ - La Mejora se ve como discriminación de puentes de trabajo.

- Participar está socialmente mal visto en casa del cliente.

- Rotación de personal.

2/ - Tiempo de resolución de las sugerencias presentadas.

3/ - Falta de continuidad.

- Clima social.

- Motivación del empleado.

FACTORES DE ÉXITO

1/ - Organización del sistema de Mejora.

- Responsabilidad de la plantilla.

- Capacidad de compromiso.

2/ - Estilo de dirección/implicación.

- Implicación Áreas indirectas.

- Situación social y de mercado.

3/ - formación de información previa.

-Participación del Comité de Empresa.

-Tipo de empresa (pequeña, mediana y grande).

Rotación de personal.

Reconocimiento.

CONCLUSIONES

- La participación es el emb clave para la puesta en marcha de sistemas de Mejora Continua, que son imprescindibles para la supervivencia de nuestras compañías en un entorno global y altamente competitivo.
- La automoción debe hacer frente a los riesgos (entre otras cosas) mediante las mejoras provenientes de los sistemas de mejora continua.

X CONGRESO DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE EN LA AUTOMOCIÓN

Conclusiones de los Talleres de Trabajo

Taller nº: 6 Tema “Aseguramiento de la Calidad en el diseño y su impacto en el Medio Ambiente”

Ponente 1: Francisco Segador

Empresa : Ford Valencia

Ponente 2: Francisco Aguilera

Empresa : Faurecia Asientos Madrid

Moderador : Santiago de Cabo

Empresa : Renault España, S.A.

PARTICIPANTES

NOMBRE	EMPRESA
Vicente Jorge Sanchís	PIEL, S.A.
Eduardo Rodríguez Polo	BOSCH
Amparo del Olmo	Aceralia
Joaquín Muñoz	SGS
José M ^a Campo	SGS
José Manuel González	Bridgestone
Francesc Xavier Gestí	Rieter Saifa
Margarita Sánchez Casares	TCM
Antonio M. Jiménez	Faurecia
Alfonso Ferreirós	Dalphimetal, S.A.
Inmaculada Artacho Blanco	Internacional Hispacold, S.A.
María Grueso Durán	Internacional Hispacold, S.A.
Manuel Amat Cerón	Santana Motor, S.A.
Gabriel Ruiz Reyes	Fadesa, S.A.
Luis Antonio Urquijo	Perteca, S.L.

X CONGRESO DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE EN LA AUTOMOCIÓN

RESUMEN FINAL

Taller nº: 6 Tema Aseguramiento de la calidad en el diseño y su impacto en el Medio Ambiente

Ponentes: Francisco Segador y Francisco Aguilera

Moderador: Santiago de Cabo

DEBILIDADES

- Coste / Calidad / Plazo
- Formación Insuficiente del personal, del diseño y desarrollo
- Comunicación con cliente
- Rotación RRHH
- Planes de Validación

OPORTUNIDADES

- Estudios de mercado
- Comunicación con cliente

AMENAZAS

- Aspectos normativos legales
- Planes de Validación de diseño

CONCLUSIONES

- Características en el lanzamiento de un producto.
- Acciones para el progreso.