

333

diciembre
2010

www.mryt.es

mundo recambio y taller

mryt

DESDE 1980 LA REVISTA DE LA POSVENTA DEL AUTOMÓVIL

26
Especial
Lubricantes



08

Visitamos
Wulf Gaertner
AutoParts-Meyle



14 Benito Tesier y su adiós a la presidencia de la comisión de recambios de **SERNAUTO**



D-POWER

NGK



Alfa • Romeo • Audi • Citroën • Fiat • Ford • Hyundai • Isuzu • Kia • Lancia • Land Rover • Mazda • Mercedes • Mitsubishi • Nissan • Opel • Peugeot • Seat • Skoda • Smart • Subaru • Suzuki • Volkswagen • Volvo •



27 **& P**
78 **CON**
de coche

+ADEMÁS +ADEMÁS +ADEMÁS
+ Sogefi y su estrategia de marcas
+ Antonio López de Reynasa cuenta sus proyectos
+ Basconia reúne a sus clientes
+ El portal Eugo del Gobierno no convence



3 mecánicos motivados.
1.200 mantenimientos realizados.
Miles de promesas cumplidas.
1 MARCA DE FILTROS.



MANN-FILTER, LA MARCA DE CONFIANZA.

Ahora más que nunca el taller de reparación quiere prepararse para el futuro. En **MANN-FILTER** somos conscientes y por ello brindamos al taller el máximo apoyo y un producto de total confianza:

- Calidad de **primer equipo**, también en el recambio, para toda la gama.
- **Servicio** posventa reconocido.
- La **gama** más completa, también para vehículos **asiáticos**.
- **Agilidad** en el desarrollo e incorporación de **nuevos productos**.
- Garantía de **fiabilidad**: garantía de **rentabilidad**.

Ahora, más que nunca, **MANN-FILTER**: garantía de futuro; futuro con garantía.

MANN FILTER

MANN-FILTER – Perfect parts. Perfect service.

MANN+HUMMEL IBÉRICA, S.A.



Fundada en 1980 por
Jordi A. Viñals Viñals

ISSN 1139-8647

Depósito Legal B-22343-1980

CONTENIDOS

Directora

Yvonne Rubio

yvonne@ceiarsis.com

Coordinador de Edición

Ernest Viñals

ernest@ceiarsis.com

Redacción

Manel Martínez

manel@ceiarsis.com

Colaboradores

Joan Garriga, Hermógenes Gil,

Christian Machío, Raquel Robalo,

José Carlos Velasco, Josep Mompert

PUBLICIDAD

Glòria Viñals

gloria@ceiarsis.com

SUSCRIPCIONES

Departamento propio

suscripciones@ceiarsis.com

PRODUCCIÓN

Diseño y maquetación

Twotypes_Comunicació Gráfica

Impresión

Gramagraf, S.C.C.L.

Los criterios expuestos y firmados por sus autores pueden no ser necesariamente compartidos por la Editorial. Queda prohibida la reproducción total o parcial de trabajos (textos y/o imágenes) publicados en esta revista sin la autorización expresa de sus editores.

Creación y Estudio de la Imagen
ARSiS S.L.
C.E.I.

París 150, 4º 3ª · E-08036 Barcelona
Tel: (34) 93 439 55 64 · Fax: (34) 93 430 68 53
mryt@ceiarsis.com · www.mryt.es

DIRECTORA GENERAL
Pilar Grau
GERENTE
Glòria Viñals
DIRECTOR ADJUNTO
Ernest Viñals

Diciembre 2010

¡¡¡A por 2011!!!

Cerrando el año, es inevitable (aunque sea sólo por un instante) echar la vista atrás. Ritmo frenético el que llevamos todos.

Recordamos las mismas fechas, diciembre 2009, enero 2010 e intentamos recorrer de nuevo, aunque sea a grandes rasgos, los meses sucesivos que nos han llevado, sin que nos demos cuenta, hasta aquí.

Y el tiempo, que nunca es igual, se estira y parece que han pasado mil vidas de algunas cosas, pero de repente se encoge y nos parece que sólo ha sido un pequeño lapso que se nos ha pasado tan deprisa como un suspiro, un parpadeo, la velocidad de la luz, milésimas de segundo. Ya y ya.

Los años que estamos viviendo son difíciles. Exigentes, requieren entusiasmo, confianza, dedicación, empeño....miles de cosas más que nos hacen estar tan concentrados que cuando queremos darnos cuenta nos plantamos en verano, lo comentamos ya en el Pilar y, a la siguiente ocasión, ¡es que se nos ha acabado el año!

Somos legión los que vivimos así en la posventa.

Queremos pensar que es porque, pese a todo (y ese todo es mucho y denso), en el fondo no hemos perdido la ilusión, ni la motivación. O si la hemos perdido en algún momento, ha habido una forma de que demos con ellas otra vez. Alguien, algo, que nos haya hecho reaccionar para seguir adelante. Para unos, la inspiración es su familia, su casa y refugio, la fuerza en retaguardia donde lamer heridas y salir con la tirita tan bien puesta que es invisible. Para otros un amigo: una observación bien hecha, o una colleja, como sólo se le deja dar a un amigo. Para otros afortunados, la fuerza parte de su propio interior. Una fuente de autodesafío personal inacabable. Nada les turba nada les espanta, como a Santa Teresa, y siguen adelante con velocidad de crucero.

Pero a veces se nos ocurre que lo que pasa tiene que ver mucho con este sector, con esta posventa. Cuando nos pilla un día con el paso cambiado, de repente cualquier detalle en este trabajo es suficientemente inspirador; desencadena una reacción, y ya no hay quien nos pare. Y nos pilla fin de año. Este sector es adictivo. O nos lo parece.

Por eso tenemos ganas de encontrarles en 2011. Con cien cañones por banda, viento en popa, a toda vela. Pero ya sin ser piratas. Ni siquiera corsarios, con patentes firmadas por el Rey.

Este ejército está hecho de materia noble.

Descansen un poco estas fechas invernales, y a por 2011.



06 NOTICIAS

El último mes del 2010 con las noticias de la posventa.

08 FABRICANTES

Meycar: "Nuestra estrategia es la calidad, no el precio"

Visitamos la sede central de Wulf Gaertner Autoparts-Meyle en Hamburgo y conocimos la estrategia de la compañía en los mercados.

12 FABRICANTES

Sogefi: a por el 25%

Presentaron sus objetivos en conferencia de prensa en su cuidada fábrica de Cerdanyola.

14 FABRICANTES

Punto y seguido

Benito Tesier anuncia que deja la presidencia de la Comisión de Recambios de Sernauto. Nos cuenta porqué.

16 DISTRIBUCIÓN

ANCERA prepara su nueva etapa

Durante el almuerzo de fin de año, ANCERA anunciaba auditoría.

18 DISTRIBUIDORES

"Confiamos en lo que hacemos"

Antonio López Terrés, gerente de Reynasa, miembro activo de Serca, nos habla de sus proyectos.

22 DISTRIBUCIÓN

Semillero de campeones

Un día aprendiendo a copilotar.

70 SALONES

Apuesta de éxito

Automechanika Argentina sigue brillando.

TEMAS DEL MES

26 MERCADO

Difícil elección

Mercado de lubricantes.



74 LA NOSTALGIA NO ES UN ERROR

El museo del Autostadt de Wolfsburg, una delicia.



La industria del automóvil internacional confía en BERU



Bujías de encendido BERU:

Encendido seguro y fiable en cualquier situación de funcionamiento.



Calentadores BERU:

Para un arranque en frío rápido y seguro en motores diesel.



Bobinas de encendido BERU:

Desarrolladas específicamente para cada vehículo y permitir un encendido óptimo.



 **BorgWarner**



Los productos Beru son distribuidos en España por Grovisa

- ▶ Calidad, servicio e innovación a disposición de nuestros clientes
- ▶ Gama completa de recambios con calidad original

grovisa
www.grovisa.com **S.a.**

Principales marcas



BARCELONA ■ MADRID ■ BILBAO ■ MURCIA ■ MÁLAGA

HA INICIADO ACCIONES LEGALES CONTRA ALGUNOS DISTRIBUIDORES Y TALLERES

Launch denuncia la compra de equipos de diagnóstico sin licencia

Launch Ibérica ha emprendido acciones legales contra varios distribuidores y talleres que han adquirido equipos de diagnóstico Launch fuera del canal de distribución autorizado y que, por tanto, van dotados con un **software sin licencia**, es decir, ilegal.

La firma proveedora de diagnóstico quiere dejar claro que son pocos los talleres que han comprado estas máquinas ilegales pero también que estas actuaciones perjudican gravemente a la imagen de la marca y al propio profesional de la reparación porque estos equipos no cuentan con la pertinente garantía ni con la actualización diaria ni con el servicio posventa que ofrece Launch Ibérica. Además, al haber sido manipulados, suelen causar daños a la máquina y, en algunos casos, incluso al vehículo.

De momento, los abogados de Launch Ibérica, junto con la Policía, han empezado a denunciar y a perseguir a todas aquellas empresas que, en su mayoría, a través de sus páginas web, venden estos equipos. Los talleres que hayan adquirido equipos de diagnóstico Launch con el software sin licencia también serán denunciados ya que, aún en el caso de haber sido estafados y no haber sido conscientes del delito cometido, su desconocimiento no les exime del cumplimiento de la ley. En caso de que algún usuario tenga dudas sobre el equipo Launch recientemente adquirido, Launch Ibérica pone a su disposición el número de teléfono 938 639 818 donde le informarán al respecto.

www.launchiberica.com



De izquierda a derecha, Patricia Cruz y María de Liñán.

LA FIRMA OFRECE ESTE SERVICIO A TRAVÉS DE PATRICIA CRUZ Y MARÍA DE LIÑÁN

Crece la Consultoría de talleres en febi bilstein

Desde Zaragoza, la delegación española de la firma alemana **febi bilstein**, fabricante de recambios de primera calidad, ofrece un servicio de **consultoría de talleres** a través del cual asesora y resuelve las dudas que tienen los profesionales de la reparación. Desde febrero realizaba esta labor **Patricia Cruz** a la que hace pocos meses se le ha unido **María de Liñán**. Ambas atesoran un amplia experiencia en el sector al haber trabajado con el colectivo de talleres durante los últimos años y conocen de primera mano sus necesidades y demandas.

El objetivo de febi bilstein es potenciar el negocio y la competitividad de los talleres a través de llevar a buen puerto sus consultas y demandas y canalizando sus necesidades. Satisface así las nuevas demandas que van surgiendo en el canal posventa.

Desde febi bilstein subrayan que la compañía ha definido una estrategia basada en una política de distribución selectiva ofertando unos PVP alineados con origen, con márgenes garantizados y trabajando para que los clientes disfruten de forma inmediata del material solicitado.

www.febi.com

Breves

AD Marina ha adquirido el fondo de comercio de la firma recambista barcelonesa **Rocla/Coprauto**. Tal como han confirmado responsables de AD Marina, socio del grupo de distribución AD Parts, la viabilidad de la operación, que se iniciaba a finales de noviembre a propuesta de la familia Roig, gerentes de Rocla, fue analizada y aprobada en un periodo relativamente corto para evitar posibles "fugas" a otros proveedores por parte de los talleres clientes de Rocla/Coprauto. La operación no incluye ni locales, ni almacenes, ni gestión de producto o deuda con los proveedores, un aspecto que deberán resolver los responsables de la ya extinta empresa recambista. Los comerciales y personal de mostrador que constituía el equipo humano de Rocla ya se hallan ubicados en los diversos emplazamientos de AD Marina, donde han sido asignados en función de la facturación y las necesidades.

www.admarina.es



El pasado 25 de noviembre se celebró en **Valencia** el último **CDA** del año, las reuniones itinerantes sobre posventa que organiza **ANCERA**. A la cita valenciana acudieron más de cien asistentes entre recambistas y fabricantes de componentes los cuales escucharon atentamente a **Miguel Ángel Cuerno**, presidente de ANCERA, que abordó dos temas actuales: las perspectivas que abre el nuevo **reglamento de distribución 461/2010** y la **relación entre talleres y aseguradoras**.

www.ancera.org

LA DEMANDA HA SIDO TRANSMITIDA A LA DIRECCIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

CETRAA insta a dar formación sobre acceso a la información



CETRAA ha solicitado a la **Dirección General de Formación Profesional** que actualice las materias didácticas de la especialidad de automoción para que incluya **formación sobre el acceso a nivel informático a la información técnica de los constructores de vehículos**.

Esta demanda llega tras la publicación de las nuevas Directrices de la posventa por parte de la Comisión Europea, que confirman el acceso de los agentes económicos y de las entidades de formación a las bases de datos técnicos de los vehículos. La Confederación Española de Talleres de Reparación de Automóviles y Afines recuerda que la técnica actual de la reparación, como la del diagnóstico, exige un seguimiento sistemático de las líneas de trabajo que establecen los constructores de vehículos hacia sus productos; la antigua generalización de bases técnicas de la profesión han de adaptarse a la complejidad de cada constructor en su área, y para eso es preciso el seguimiento con apoyo informático de los procedimientos de trabajo para cada vehículo.

www.cetraa.com

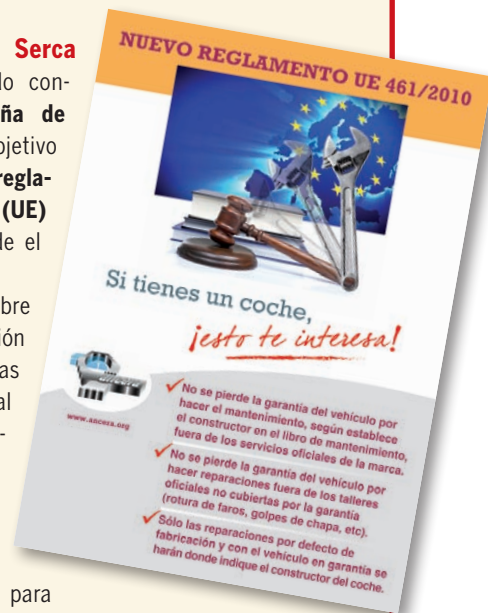
DESARROLLAN CONJUNTAMENTE UNA CAMPAÑA AL RESPECTO

ANCERA y Grupo Serca informan sobre el Reglamento

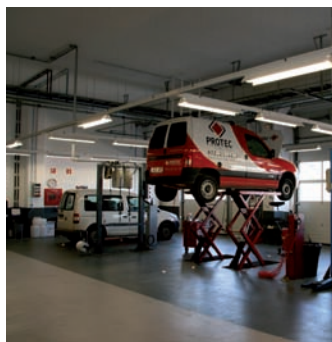
ANCERA y **Grupo Serca Automoción** ha lanzado conjuntamente una **campaña de comunicación** cuyo objetivo es informar sobre el **reglamento de distribución (UE) 461/2010**, en vigor desde el pasado 1 de junio.

La campaña informa sobre el derecho a la reparación y difunde las ventajas que el nuevo marco legal proporciona a la posventa independiente. La Asociación Nacional de Comerciantes de Equipos, Recambios, Neumáticos y Accesorios para Automoción y el grupo de distribución han editado dípticos, trípticos y carteles para transmitir este mensaje, mensaje especialmente dirigido a las pequeñas empresas de recambios, grupos o socios que no tienen una estructura capacitada para desarrollar campañas propias.

www.ancera.org / www.serca.es



PARA PERFECCIONAR LAS ESTADÍSTICAS OFICIALES SOBRE EL SECTOR DE LA REPARACIÓN Colaboración mutua CONEPA-INE



El **Instituto Nacional de Estadística, INE**, ha aceptado la propuesta de **CONEPA** de **colaborar conjuntamente** con el objetivo de **perfeccionar las estadísticas oficiales sobre el sector de la reparación y el mantenimiento de vehículos**. **Jaume García**, presidente del INE, en una carta enviada a CONEPA, propone, así mismo, una reunión entre el personal técnico del INE y representantes de la Federación Española de Empresarios Profesionales de Automoción y como interlocutor entre ambas entidades al subdirector general de Estadísticas Coyunturales y de Precios.

El acuerdo de colaboración llega pocos días después de que el INE rectificara unos datos sobre la demanda en los talleres. Hace tres meses publicó que entre julio de 2009 y junio de 2010 la demanda de actividad en los talleres había crecido un 13,4%. Ante las quejas de CONEPA y otras asociaciones sectoriales, el INE rectificó y en su último informe afirma que en el periodo octubre 2009-septiembre 2010 las empresas de reparación y mantenimiento de automóviles han sufrido una caída interanual de la demanda de un 2,5%.

www.conepa.org

También hemos publicado en www.mryt.es...

- Nueva junta directiva en ADEABUR
- Juegos de reparación para turbos Ajusa
- Celebradas las EuroSkills 2010
- Campaña de invierno Confort Auto
- Feu Vert abre en San Fernando de Henares un nuevo autocentro
- Jornada informativa de la Unión de Empresarios de Automoción de Catalunya
- Llega el Super Pilot Sport de Michelin
- ASÓTECAUTO informa a los talleres almerienses sobre derechos del consumidor y protección de datos
- Valeo Service España: Pedro Ruiz Gómez, nuevo director general
- Llamamiento de Norauto: revisión de los vehículos de cara al temporal de invierno
- CONEPA alerta de trampas para "cazar al taller": cámaras ocultas para alimentar la audiencia

- Campaña de neumáticos Midas antes de Navidad
- Pere Banús, al frente del marketing de Federal-Mogul en España
- ContiTech amplía su programa de kits AVT
- Motortec Automechanika Ibérica sigue sumando expositores
- ATRAMUR cumple 30 años
- Promoción de bombas de agua Valeo
- Las nuevas bujías de platino BorgWarner Beru Systems en los vehículos PSA
- Llegan los kits de fuelle de dirección Spidan
- Lausan abre un nuevo centro en el sur de Madrid (Villaverde)
- Velyen Argentina se presentó en sociedad
- Miac impartirá un curso sobre tecnología híbrida
- LosAmortiguadoresSalvanVidas.com alcanza las 80.000 páginas vistas

WULF GAERTNER AUTOPARTS AG-MEYLE ORGANIZÓ UNAS JORNADAS PARA DAR A CONOCER EN HAMBURGO SUS PRODUCTOS, ESTRATEGIA, ALMACENES CENTRALES Y DEPARTAMENTO DE CALIDAD

Meycar: "nuestra estrategia es la de calidad y servicio, no la de precio"

Su gama contempla un multiproducto mejorado respecto al que se encuentra instalado en los vehículos como equipo original. Para ello, intenso trabajo técnico que se traduce a posteriori en un catálogo muy amplio a disposición de los profesionales que saben valorar la calidad y el servicio.



El equipo de **Wulf Gaertner Autoparts AG**, fabricantes alemanes propietarios de la marca Meyle y Meyle HD, encabezado por **Karl J. Gaertner**, sobrino del fundador, **Lars Peters**, director de exportación para mercados de Europa Oeste y Latinoamérica, **Sven Nielsen**, director técnico, **Carolin Salfner**, comunicación corporativa, **Marcus Winter**, director del mercado alemán, **Andreas Pfeffer**, director de nuevos negocios, y los directores de **Meycar**, la filial española, **Juan Miguel Soriano** y **Alberto Castro**, detallaron su oferta, su estrategia y sus perspectivas, y propiciaron la visita a un distribuidor y a un taller que trabajan con la marca.

Wulf Gaertner Autoparts AG, una compañía en expansión

Nacida en 1958 como compañía familiar exportadora de piezas, fue en 1995 cuando se compra la marca **Meyle** (un nombre que, al igual que el logotipo, se construye con iniciales de los primeros propietarios), pasando a convertirse en fabricante de piezas para el mercado independiente con productos para turismo y vehículo comercial en las familias de *chasis y dirección* (apoyos pendulares, rótulas de dirección, articulación de guía, brazos de suspensión, cabezales de barra de dirección), *piezas de caucho metal* (soportes de goma y de amortiguador), *frenos, suspensión, refrigeración, electricidad y sensores, filtros, motor*

y *accionamiento, transmisión, etc.*

En la actualidad cuentan con 13.300 referencias en un almacén de 17.000 m², construido en 1997 y ampliado cuatro veces, que cuenta con 25.000 espacios para palets, en cuatro plantas de almacenaje inteligente (toros con lectores de códigos, información de la ruta más eficiente para la realización del pedido), 9.000 palets automatizados y estanterías móviles y que expide en un día unas 60.000 piezas y donde se trabaja en dos turnos, aunque en momentos de máxima demanda se cuenta con un tercero.

En 2002 se inicia la producción de las piezas **Meyle HD** (Heavy Duty), unos recambios mejorados respecto al recambio de primer equipo, de alta resistencia y que cuenta con 560 referencias y una garantía de cuatro años. Actualmente están presentes en 120 países, con filiales en Estados Unidos, España, Gran Bretaña y la última desde este año, Francia, emplean a 1.150 trabajadores y facturaron 225 millones de euros en 2009.

Meycar: entrega de soluciones al cliente

Iniciaron su andadura en mayo de 2005 y en estos cinco años, la empresa ha pasado a incrementar su plantilla de 4 a 15 profesionales que operan desde su sede central en Colmenar Viejo, Madrid, unas instalaciones que cuentan con 1.800 m².

Tal como **Juan Miguel Soriano** resaltaba en su exposición, la compañía tiene como fortalezas diferenciales el ser: "una empresa monomarca y multiproducto, con el valor añadido de disponer de la gama de productos HD, tener un equipo



Soriano, en la exposición sobre la compañía y sus acciones. Intensificar la presencia en los grupos de distribución está en sus planes 2011.



Alberto Castro y Juan Miguel Soriano, socios en Meycar, la compañía española que introduce en nuestra posventa la gama de productos Meyle de Wulf Gaertner Autoparts.

motivado, ser ágiles, rápidos y adaptables a las necesidades de nuestros clientes, el centro de nuestra estrategia, además de ser jóvenes” (la media de edad se sitúa en 43 años).

Sus clientes son las tiendas de todo tipo, con un equipo de ventas propio (cinco profesionales por zonas) disponiendo también de tienda on-line (con el apoyo de la central alemana), que facilita al cliente la identificación de producto, pedidos, acceso a promociones y ofertas, precios y disponibilidad, estando además presentes en TecDoc.

Recientemente han llegado a acuerdos con Andel, y Holy-Auto, estando actualmente en negociaciones con otras estructuras para la introducción de los productos de la compañía. Su apuesta es la mejora continua, así que

transmiten los esfuerzos del departamento técnico de la compañía por ofrecer las piezas Meyle y los recambios mejorados Meyle HD al mercado de la posventa, pero también lo aplican al servicio de entrega (cuentan con departamento logístico pero su fuerza logística es externa): *“entregamos los pedidos que se hagan antes de las 12h, desde Madrid, y en un radio de 350 Km, antes de las 6 de la tarde; en algunas zonas la entrega es en 12 horas, pero en otras, en menos de 3 horas ya está en casa del cliente”*, señalaba Soriano.

Además, apoyan la venta del cliente desde su departamento de marketing, creando promociones y ofertas, y la labor del taller con formación, anunciándose para 2011 una intensificación de este apartado de la mano del distribuidor.

Información, formación y taller

Una de las labores del departamento de Calidad es el control de las reclamaciones que llegan a la central. Se estudian todas y cada una de ellas, generándose una documentación detallada que quedará en los archivos técnicos. Se verifica si la reclamación corresponde a problemas con los materiales, en la producción o en la instalación.

Según comentaban, la mayoría suelen ser defectos de instalación, con lo que cobra especial papel la labor formativa, además de la política de atención al cliente.

El futuro: seguir la evolución del mercado

Tal como nos explicó **Andreas Pfeffer**, especialista de Wulf Gaertner en nuevos mercados, la compañía se plantea nuevos desafíos en los que los desarrollos de piezas para vehículos propulsados por nuevos combustibles para vehículos eléctricos van a ir cobrando relevancia, si bien se trata de adaptarse a esa nueva tipología de modelos en la medida en que el mercado lo requiera, estando, mientras tanto, muy atentos al desarrollo y mejora de piezas en las que la ligereza, los nuevos materiales y la mejora de prestaciones (importante para las exigencias medioambientales de los Gobierno) van a suponer, claro, parte de los esfuerzos de la compañía, pero sin olvidar su especial atención a la durabilidad y la prolongación de la vida útil del vehículo, un aspecto que importa cada vez más a los conductores. ●

www.meycar.es
www.meyle.com

“ENGINEERED IN GERMANY”

Además de hacer un repaso de los distintos productos de la compañía, **Sven Nielsen** explicó los beneficios de la gama HD: bajo estrictos parámetros de mejora respecto a las piezas de primer equipo y probados intensamente en los departamentos de Calidad y Técnico, se rediseñan productos de altas prestaciones, controlando todos los pasos de producción y las calidades de las materias primas, disponiendo de certificados de calidad (ISO 9001 o TS 16949).

La ventaja que señalaba Nielsen es que en su labor de diseño no importa tanto el peso del vehículo (fundamental en OE) como la durabilidad y la prolongación de la vida útil del vehículo.

El rediseño (se realiza mediante análisis FEA, una práctica que no es común en el IAM, pero sí en OE) puede orientarse en la estructura de la pieza o en nuevos materiales siendo fundamental la colaboración de la empresa con socios tecnológicos como la

Universidad Helmut Schmidt o Lufthansa Technik Intercoat (que han creado un plástico especial que se aplica en las rótulas y que se ha empleado posteriormente en la producción aeronáutica) en un proyecto desarrollado en la *Escuela Técnica Superior Lübeck* que proporcionó menor desgaste en las carcasas de las rótulas combinando el nuevo material con un lubricante especial (con un aspecto blanquecino, desarrollado por Fuchs).

Los lanzamientos se prueban primero en talleres piloto además del TÜV, aunque el departamento de ingeniería estudia el comportamiento de las piezas reforzadas y su influencia en los demás elementos del sistema, para proporcionar información y argumentación para distribuidores y talleres.

El próximo mes de diciembre se van a lanzar 60 nuevas piezas HD (entre ellas, los brazos de suspensión para VW).



Sven Nielsen, director técnico de los fabricantes alemanes, en plena exposición de las características de los productos Meyle.



La gama la constituyen más de 13.300 piezas con que cuenta la compañía en su cartera.



Los productos HD, del inglés Heavy Duty, son piezas de alta resistencia, identificados con un logotipo específico que les destaca como mejorados. Son casi 600 piezas.



Lars Peters, director de ventas regional para el oeste de Europa y Latinoamérica.

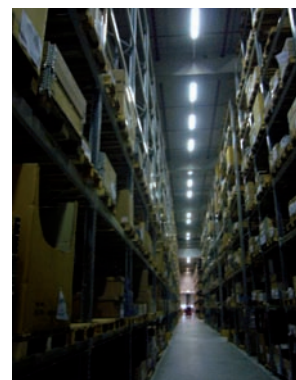


◀ Cuentan con sistemas de almacenaje inteligente.

▶ Sus productos están presentes en 120 países de todo el mundo.



17.000 m2 de almacenes ampliado tres veces.



MATTHIES, 77 AÑOS DISTRIBUYENDO

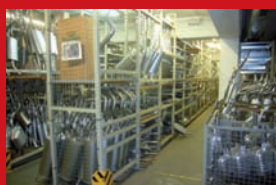
Como parte del programa, se pudo visitar la sede de **Matthies**, cliente de **Wulf Gaertner Autoparts** y uno de los cuatro miembros del Grupo **ATR** en Alemania. Atendidos por su jefe de ventas, **Thomas Kleist**, pudimos realizar un recorrido por las instalaciones de este importante distribuidor, presente en el mercado alemán desde hace 77 años, con 14 puntos de venta (entre los cuales no existen más de 40 o 60 Km) y 800 empleados, básicamente especializado en el norte del país, con especialidades en turismo y moto (sus filiales en este negocio operan bajo el nombre de Larssen).

La compañía dispone de unos almacenes (que acusan su largo recorrido en el mismo emplazamiento) en los que se manejan 120.000 referencias vivas (mecánica, mantenimiento, maquinaria, carrocería, neumáticos...) informatizando el recorrido del producto al máximo (se ofrece un descuento del 2% a los clientes -talleres independientes, concesionarios, mayoristas, minoristas, especialistas en neumáticos, industria y particulares- que realizan los pedidos *on line*) y controlan por códigos de barras y lectores los productos almacenados.

Sus servicios incluyen interconexión electrónica con sus clientes mediante páginas a las que han puesto nombre y cara (*Kathy* catálogo para los recambios de turismo, *Mike y Mike Technik* para los temas de moto, *Uni* el catálogo electrónico general, *Dr. Spark* para la información técnica y servicios y *Henry*, la página de gestión de pedidos de recambios para los talleres).

La compañía dispone de políticas de marca y producto particulares: su marca propia (*JMQ* - en la que Meyle juega un papel muy importante) - es la de mayor valor en la compañía, ofrecen 36 meses de garantía; tras ella vienen las marcas del fabricante (con 24 meses) y por último la marca del grupo, **ATR**.

Promueven tres redes: **Auto Reparatur-Meister Half** (propiedad de Matthies con 1.800 puntos) **Auto Check** y **Auto Partner**, esta última un concepto de tienda y taller. Disponen de un sistema de gestión integral del concepto de taller (3 puestos de trabajo), con instalación en 3 meses y un máximo de 200.000 euros (equipamiento aparte), además de proporcionar un apoyo importante en lo que a formación se refiere.



DESDE EL TALLER MULTIMARCA ABANDERADO

Y también, se pudo visitar el último eslabón de la cadena: el taller. En la misma ciudad, **Tim Jahnke**, propietario de **Auto & Technik** (la cadena *Meister Half*) nos abrió las puertas de este taller libre de segunda generación familiar, con 14 años en el emplazamiento actual (los mismos que dentro de la red, cambio que se produjo con el relevo generacional).

En las instalaciones (250 impecables m2 con cuatro empleados y dedicados a mecánica, neumáticos y carrocería), se dispone de un espacio específico para que el cliente pueda ver la operación y entender el problema que se le va a solucionar en su vehículo. Altamente equipado e interconectado (todos los elementos de diagnóstico están integrados a una central y se trabajará on line hasta la emisión final de la factura), trabajan con el programa de gestión de pedidos de Matthies, Henry (con el que se mostraban encantados, al igual que con los productos Meyle -de los que realizan tests-) y ofrecen a sus clientes el servicio de almacenaje de ruedas (recordemos que el estado alemán obliga a colocar neumáticos de invierno en los vehículos en esa época del año) con alquiler y cambio incluidos. Como curiosidad, pueden alquilar a su mayorista la maquinaria especial para trabajar este producto.





Fabricamos Larga Vida

En Meyle fabricamos todos nuestros repuestos con una filosofía muy sencilla: hacerlos mejor para que duren más. De ahí surge una amplia gama de repuestos con categoría HD que superan en calidad y garantía a los repuestos originales de primer equipo. Un compromiso de Meyle avalado por la satisfacción de miles de clientes en todo el mundo. Y que le permitirá a usted y sus clientes beneficiarse de la calidad contrastada que sólo Meyle puede ofrecer.

- > Empresa alemana con gran experiencia en la fabricación de componentes de automoción
- > Plantas de fabricación propia y socios de producción internacional
- > Disponibilidad inmediata de todo nuestro programa de productos
- > Controles y procesos de calidad realizado en laboratorios propios
- > Una compañía de marca a su servicio



MEYLE
Products



Sencillamente dura más.

MEYCAR
Automotive

C/ Cobalto nº 21 - Polígono Industrial Sur
28770 Colmenar Viejo (Madrid)
ventas@meycar.es - www.meycar.es
Tel.: +34 918 467 256 - Fax.: +34 918 465 012

PRESENTACIÓN DE LOS OBJETIVOS 2011 PARA ESPAÑA DE LA NUEVA DIVISIÓN POSVENTA

Sogefi: a por el 25%

Quisieron reforzar y clarificar el mensaje de la compañía al mercado posventa, y para ello los líderes de la división IAM se desplazaron a la sede de Cerdanyola, Barcelona.

Considerados por el Presidente ejecutivo de Sogefi, **Emanuele Bosio**, los responsables de la nueva división posventa del grupo convocaron a los medios españoles en sus flamantes instalaciones de Cerdanyola del Vallés para dar a conocer su estrategia a el corto y medio plazo: marcas, cuotas, productos, instalaciones, etc., El director general de la nueva unidad de negocio, **Andrea Taschini**, perfiló con precisión lo anunciado en la pasada *Automechanika* de Frankfurt, y el director general de Sogefi en España, **Mauro Prodi**, presentó a los directivos de la compañía presentes en la sala: el director de ventas para Francia, Benelux, España y Portugal, **Bertrand Vedrine**, el director de ventas de España **Ricard Albi** y el director de marketing de España y Portugal además de director de ventas de Portugal, **Gabriel Recasens**.

Tres divisiones con la nueva estructura Posventa

Bosio realizaba la presentación de las tres divisiones del Grupo: **Elementos de suspensión** (muelles helicoidales y de precisión, ballestas, barras estabilizadoras, tensores de cadena, que supone un 50% de la facturación total del grupo), **Filtración** (elementos filtrantes para aceite, gasolina, gasóleo, aire y habitáculo y módulos completos, un 23% de la facturación total) y **Posventa** (creada en octubre de 2009, un 27% de la facturación total, un 24,7% de sus ventas y, actualmente, -según sus propias estimaciones- el nº 5 a nivel mundial).



El Grupo lo conforman en total 32 sociedades de filtración y 17 sociedades de elementos de suspensión en todo el mundo, disponiendo de 37 centros de producción en 13 países de 3 continentes y unas ventas de 458 mil millones de euros (creciendo respecto a 2009), siendo sus mercados más importantes Francia, Mercosur (Argentina y Brasil), Alemania e Italia. España supone un 5% de su total de ventas. Su base de clientes es muy diversificada entre los constructores y sus marcas y como puntos clave en cuanto a filtros destacaba ser el segundo mayor fabricante en Europa (con un 25% de cuota, detrás de un fabricante alemán con el 27% y delante de otro alemán con el 19%).

Las marcas

A la hora de dar a conocer su estrategia de marcas, Bosio hablaba de tres **Premium: Pur-**

flux, Fram y CoopersFiaam y una **Basic** (en su acepción de "esencial") que es **PBR**, (algo que a posteriori desarrollarían Taschini y Prodi); incidía en su capacidad de innovación, de preocupación medioambiental y de I+D+i. El Consejero delegado de SOGEFI también anunciaba una paulatina reducción de la presencia en Europa: "no somos optimistas respecto a al nivel de producción de vehículos", decía, para anunciar la expansión de la compañía en mercados en crecimiento como China (en Brasil son líderes con el 40% de cuota) o India, el último mercado



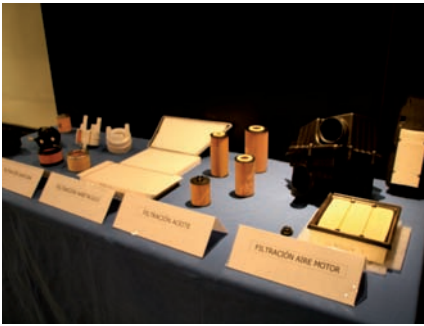
De izquierda a derecha: Andrea Taschini, Emanuele Bosio y Mauro Prodi, durante la presentación.



Taschini anunciaba el objetivo de alcanzar la segunda posición en cuotas de mercado europeas, con un 25%, para 2011.



Prodi presentaba su objetivo español: un 25% de cuota para el año que viene, en línea con Europa.



Los productos de filtración de Sogefi: innovación y respeto medioambiental, con crecimientos en gama, especialmente en vehículo asiático e industriales.

alcanzado en 2009, donde se ha crecido un 70%; también mencionaba Corea, Turquía o Estados Unidos (a partir de su suministro a Chrysler o Fiat).

Lanzó un mensaje de confianza sobre la recuperación del mercado de V.I. donde, en 2011, esperan una estabilización a niveles de precrisis, y un crecimiento a partir del suministro a los clientes OE con plataformas comunes (Renault, Nissan o Mercedes).

Posventa, una división de peso específico

Taschini destacaba la importancia de la nueva organización posventa en el organigrama del Grupo. Habló del catálogo completo que ofrecen al mercado donde los módulos, los elementos adecuados a la nueva normativa de emisiones Euro 6 o los productos "ecológicos" son los "estrella", y donde se pretende incrementar la gama, que recoge la transferencia inmediata del Know How de OE al IAM, con 80 nuevas referencias anuales de media (fundamentalmente en vehículos asiáticos y vehículos pesados), aunque anunció para 2011 una incorporación de 200 nuevas referencias. Explicó sus objetivos europeos: su posicionamiento con tres marcas Premium y una Basic para colocarse en segunda posición en la cuota de mercado de Europa del oeste con un 25%, con una estrategia basada en los tres almacenes logísticos (Francia, como central, Gran Bretaña y España como secundarias), que están suministrando a cuatro grandes grupos europeos (*ADI, ATR, Temot, Groupauto*) con un plazo de entrega de 5 a 10 días y una disponibilidad prevista del 98% (actualmente, disfrutan del 90%).

España: en línea con Europa

Prodi pasó a explicar la adaptación de las directrices posventa a nuestro mercado, que (según cifras de Gipa) esperan donde esperan decrecimientos en filtros de aire, aceite y gasolina, con crecimientos en diésel y habitáculo (cifrado en un 12%).

En España, y gracias a implementar las estrategias de la división posventa (ya se ha presentado el nuevo catálogo PBR), pretenden alcanzar el 25% de cuota en 2011, como máximo a principios de 2012, en línea con Europa. El equipo comercial, comandado por **Ricard Albi** y **Gabriel Recasens** se com-

UNA FACTORÍA COMO UN LABORATORIO

La planta tiene un aspecto impecable: emplazada en el Parque Tecnológico del Vallés, recientemente ha recibido un premio de la *Fundación ASCAMM* por el innovador proceso industrial, *EBIT* (mediante una tecnología multiproceso, una sola fase se obtienen piezas componentes complejos en material plástico de alta tecnología); especialistas en la unión del material filtrante y el plástico, está totalmente automatizada,



trabajando en ella 150 operarios en 3 turnos; en ella se producen sus elementos de filtros diésel ecológicos fabricados con un 50% de plástico reciclado, o el módulo de filtración diésel con tecnología *Diesel3Tech*, de separación del agua y sistema de descarga electrostática.

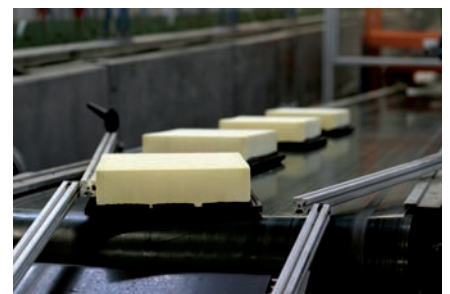
PURFLUX=PREMIUM; PBR, LA MARCA "ESENCIAL"

Purflux, Fram y CoopersFiaam serán las marcas *Premium*. De ellas, Purflux como más relevante, ya que supone en Europa un 60% de las ventas y en España el 80%.

PBR se va a posicionar a nivel europeo como *Basic*, en su acepción de *esencial*: gama compacta, referencias fast mover, que se pretende posicionar así en toda Europa para un cliente sensible al precio y con un catálogo ya disponible en el mercado.

En España no se ha pensado en introducir **CoopersFiaam** (que en Portugal es líder) aunque si el mercado lo demanda se está preparado para ello.

Para al máximo el trabajo del distribuidor, en quien han pensado a la hora de publicar sus catálogos en CD-ROM (cada una de las marcas Premium dispone de su propio CD) actualizables semanalmente *online*, estando, además, presentes en TecCom y TecDoc.



plementa con **Rubén Herrera** en Madrid apoyándose en 14 agentes comerciales en España y uno en Portugal.

Su estrategia de suministro va a basarse en un nivel de servicio del 95% (gracias al almacén logístico gestionado por CEVA, con 10.000 m²), un plazo de entrega de 24 horas, desarrollando la fidelidad del distribuidor (se ha llegado a acuerdos con *Serca, Dipart, Gecorusa, Holy-Auto* y *Cecauro*, en los que se ha experimentado grandes crecimientos). ●

www.sogefi.es

BENITO TESIER NOS CUENTA LOS MOTIVOS DE DEJAR LA PRESIDENCIA DE LA COMISIÓN DE RECAMBIOS, ENTRE OTRAS COSAS...

Punto y seguido

Dejará la primera línea, la representación de un colectivo en el que ha nacido, pero no la acción, la participación, el debate; así que deja la puerta abierta para seguir comprometido con el sector.

Sonriente como siempre, nos atiende entre reunión y reunión el aún presidente de la Comisión de Recambios de SERNAUTO. **Benito Tesier** quiere dejar el cargo teniendo *Motortec A.I.* como referente temporal. Pero no se va muy lejos: sigue su participación como integrante de la Comisión; y lo hará como suele: apasionadamente (no en balde, uno de los lemas de Brembo es “*solo la passione non si frena*”).

Esa decisión centra gran parte de nuestra conversación, pero nos comentó algunos aspectos más en su papel de representante de los fabricantes que operan en la posventa española.

¿Porqué deja la presidencia de la Comisión de Recambios de SERNAUTO?

Benito Tesier: La pasión, la motivación, quizás, se va desgastando con el tiempo; es humano; perpetuarse en estas cosas es más comodidad, o ego, que la aportación real que se esté haciendo, así que es mejor favorecer una renovación.

Pero aparte de ese desgaste, ¿qué ha hecho que decidiera dejarlo y tras *Motortec A.I.* en concreto?

B.T.: Primero, no soy partidario de los regalos envenenados para nadie, así que el momento para el profesional que me suceda debe ser el adecuado, dulce: en ese sentido, y teniendo en *Motortec A.I.* como ‘time to market’ de nuestro sector y lugar de detección de percepciones de su estado, hace dos años la sensación era de incertidumbre, división; ahí David Martínez tuvo que pelear duro (y deja perplejo cómo hay quien pretende matar el escaparate de su sector, su tarjeta de presentación delante de instituciones, entidades financieras y demás organismos). Ahora se percibe mayor unión, más optimismo y un cierto dinamismo económico y eso es un éxito de todos, pero un *commitement* personal mío; por eso la fecha posterior a la celebración de la feria.

El segundo motivo son mis responsabilidades profesionales: en España hemos vivido algunos cambios muy dinámicos en la compañía durante este año, y la colaboración internacional que he venido desempeñando en el Grupo es más necesaria ahora, así que 2011 es fundamental para trazar la estrategia de los próximos cuatro o cinco años, y requiere por mi parte una mayor inversión de tiempo.



La última supone, además de la convicción de que los cargos de representación deben ser de corta duración para imprimir mayor dinamismo a partir de la mayor fuerza de los profesionales que los ostenten, el conseguir que las estructuras se beneficien con nuevas aportaciones: en este ciclo de mi vida no sé qué más podría aportar que no haya hecho ya en estos dos años y medio; aunque el balance total del periodo no es cero, sí es menor que todo el recorrido de lo que se ha hecho; en poco tiempo es difícil hacer cambios a corto plazo, así que quizá es mejor cerrar ahora la etapa y propiciar que otro profesional venga con un nuevo ímpetu que sea capaz de acelerar los ‘tiempos’.

Sumando las tres razones, he llegado a la decisión madurada de dejar la Comisión. Pero quien sabe, a lo mejor, en el futuro hay posibilidad de volver, en otra figura, situación o circunstancia. Para mí no es un punto final, sino un punto y seguido: seguiré siendo miembro activo de la Comisión de Recambios de SERNAUTO y de su Junta Directiva, si su Presidente lo aprueba.

¿Pero, se va con mal sabor de boca?

B.T. Para nada. En toda aventura de este tipo, sin duda hay momentos, situaciones y personas que podrían haber sido de otra manera o haber hecho las cosas de distinta forma; por ejemplo, he visto como el haber llegado para imprimir una determinada velocidad a veces ha incomodado. Pero esas dificultades forman parte de la realidad de la vida. Hay que dejarlo como algo puntual y mirar hacia adelante. Es un error quedarse con resentimientos personales. Toda esa parte está olvidada.

Me quedo con lo bueno y lo dejo con la satisfacción de haber logrado representar al colectivo en el que yo he vivido desde mi adolescencia (y ha sido un honor tomar el testigo de mi predecesor, nada menos que David Martínez y antes que él profesionales de primer nivel); haberlo logrado sin generar intereses de parte, manteniendo un diálogo constante y fluido con otros interlocutores del sector (ANCERA, etc.) para defender a la posventa, lograr una participación muy activa de los miembros de la Comisión,



creando nuevas subcomisiones para que todos sientan que sus preocupaciones se gestionan en beneficio de todos (y eso me enorgullece personalmente, me hubiera afectado mucho lo contrario: es un hecho tangible que aglutina muchos intangibles).

Ha mencionado Motortec A.I. como escaparate del sector, pero no es la única opción ferial en 2011, ¿Qué opina de MotorMecánica en Zaragoza?

B.T.: Pienso que lo importante es tener un escaparate; estará donde el sector considere que debe estar, y donde se le pongan los medios para que sea lo más dinámico posible y facilite el éxito.

Sobre MotorMecánica (un tema al que soy especialmente sensible), pienso que es una lástima que esté tan condicionada a sus resultados. La comunidad aragonesa y sus industriales están trabajando muy intensamente en automoción, y siento como si se hubiera quemado un cartucho.

¿Ya tiene pensado quién propondrá para sustituirle?

B.T.: Sinceramente, en la Comisión de Recambios todos son candidatos potenciales a la presidencia, por profesionalidad y conocimiento del sector. De hecho, todos debemos ser 'presidentes' en el sentido de la implicación en nuestro papel en ella; hoy por hoy, cualquier miembro puede proponer acciones, porque somos tremendamente democráticos y las cosas se debaten; pero vamos, que aunque cuanto más pasional sea el presidente, evidentemente más capacidad de convicción pueda tener, este es un cargo en el que se está 'arropado' por el resto de miembros, tampoco es que se pueda hacer lo que se quiera: el presidente representa los intereses de un colectivo; esa es su obligación, y se deben defender con la misma intensidad ideas que no se



comparten, pero que han sido consensuadas por la mayoría. Eso es lo que he hecho. Si hubiera que hacer un descarte, no sería, desde luego, por falta de capacidad, porque sobra talento, sino por carácter personal: hay quien es más agresivo, más polémico o genera más fricciones, y hay quien es más dialogante, con un perfil más negociador y conciliador; esto último creo que es más adecuado, pensando en la necesidad de unión de todo el sector para llegar con un mensaje común, cohesionado (sea el que sea en cada momento), al máximo nivel posible (Administración o usuario final), algo que no he llegado a conseguir plenamente (ahí hay que intensificar más el trabajo) y que, de lograrlo, colmaría mis expectativas. Yo lo intentaré hasta el final.

¿Lo va a tener complicado su sucesor?

B.T.: Al contrario: pienso de verdad que la fuerte imagen actual de la Comisión de Recambios, por la continuidad y los esfuerzos de los diferentes presidentes que me han precedido, es una ventaja: está reconocida como un ente representativo; la credibilidad se construye en el tiempo, y es patrimonio de todos sus miembros; algunos, competidores en el mercado (¡y con intensidad!). Se ha visto que, aportando, todos nos hemos beneficiado.



Así que yo animo a todos los que sientan que pueden ejercer ese papel a que contacte conmigo abiertamente; no me gustaría tener que pedirlo.

¿Cómo definiría este ejercicio para los fabricantes de posventa?

B.T.: Pues si bien hemos sufrido el contexto coyuntural, como todos los sectores, la situación es mejor de lo que parece. He recorrido España y Portugal en los últimos meses y los distribuidores (de distintos tamaños) hay satisfacción. Todo es mejorable y hay algunos que están mejor que otros, pero el optimismo es fundamental y el optimismo lo da la cifra. Indudable que estamos sufriendo en términos de márgenes, de rentabilidad, dificultades de liquidez o financiación, pero los volúmenes se consiguen.

¿Y 2011?

B.T.: La incertidumbre está en el entorno; desde dentro de nuestro sector lo veo como un año importante, de consolidación. El punto débil será la economía, y cómo los cambios del entorno macroeconómico nos pueden afectar, tenemos que adaptarnos al nuevo paradigma. Podría pedir que las Instituciones Públicas hablen con los interlocutores sectoriales, pero con que vieran la realidad y adaptaran las políticas con coherencia a esa realidad ya me daría por satisfecho. ●

i www.sernauto.es

LA PATRONAL PRESENTARÁ UNA AUDITORÍA VOLUNTARIA, EXTERNA E INDEPENDIENTE DE LOS ÚLTIMOS CUATRO AÑOS

ANCERA prepara su nueva etapa

Se acercan las elecciones y el actual presidente, junto con el resto de su comité ejecutivo quieren dejar las cuentas de la patronal en su mandato listas para su revisión, animando a los candidatos a presentarse.



Como viene siendo tradicional, se celebró en Madrid el almuerzo de fin de ejercicio de ANCERA, donde su presidente, **Miguel Ángel Cuerno**, y los miembros del comité ejecutivo, **Roberto Aldea**, **Alejandro Vicario**, **Rafael Gabriel**, **Antonio López** y **Jesús Lucas**, convocaba a casi 130 profesionales entre distribuidores, fabricantes partners de la asociación, miembros de patronales, profesionales distinguidos con su 'Ancera de Oro', empresas vinculadas a la posventa, el responsable de Motortec A.I., además de la prensa especializada.

Un buen año, un buen futuro

El presidente de ANCERA valoraba con más conformidad que entusiasmo el ejercicio que está por terminar: *"ha sido un buen año para todos, dadas las circunstancias, decía"*. Hacía mención al "regalo" de reyes que el nuevo reglamento supone para el sector y manifestaba su confianza en que tanto la posventa multimarca independiente como la propia patronal tienen ante sí un futuro positivo.

ANCERA, operativa

Y daba a conocer de forma general el *status quo* de ANCERA, mencionando el proyecto en Galicia (INNODATA Galicia 2010, que coordina junto a Afiba, y que supone acceder a subvenciones del instituto gallego de promoción económica para aplicaciones informáticas y planes de marketing y mejora destinados a talleres y recambistas), calificándolo de *"un proyecto de envergadura"*; en el boletín ANCERA News de este mes, que se pudo recoger en la reunión, venía una relación de todas las actividades de la patronal (Reglamento -incluyendo la campaña en colaboración con Serca, un resumen del XXIII Congreso nacional de Bilbao, las normativas de aire acondicionado, los diversos CDA, las actividades realizadas en el mercado de baterías, la reunión en Almería con la patronal ASOTECAUTO, el proyecto de logística de almacenes, etc.

Las aseguradoras y los recambios

En el boletín, de forma destacada se recogía una petición de la distribución: *"que las aseguradoras dejen de indicar dónde comprar los recambios"*,

una solicitud que como queda patente en las páginas del documento, se reclama pese a la argumentación de las aseguradoras esgrimiendo su derecho a hacerlo. Si bien se realizaba una llamada a que los talleres objeten sobre esta práctica, se anunciaba una posición activa: *"No podemos olvidar que son los talleres los que garantizan las reparaciones, por lo que algo tendrán que poder decir. Y si ellos, como suele ocurrir en otras ocasiones, no pueden quejarse directamente, tendremos que defender nosotros, una vez más, la causa del mercado independiente"*.

Las cuentas listas para auditarse

Quiso destacar que la patronal se halla en buena situación económica *"pese a que hay un pequeño déficit dado que ha habido que devolver una parte de una subvención"*; acerca de las cuentas de la patronal, anunciaba el inicio de una auditoría externa, voluntaria e independiente de los últimos cuatro años (explicando la transparencia del sistema de elección de auditor), acordado con el Comité Ejecutivo, que estará disponible a final del mandato.

Elecciones a presidencia

Y ello daba pie a hablar sobre las elecciones a presidencia de la patronal *"el que desee presentarse puede hacerlo, se convocan en enero-febrero del año que viene, y aquí no se piden avales como en la CEOE"*, decía, resaltando que quien lo haga tendrá la tranquilidad poder examinar las cuentas al detalle.

Los datos de la posventa, según Audatex

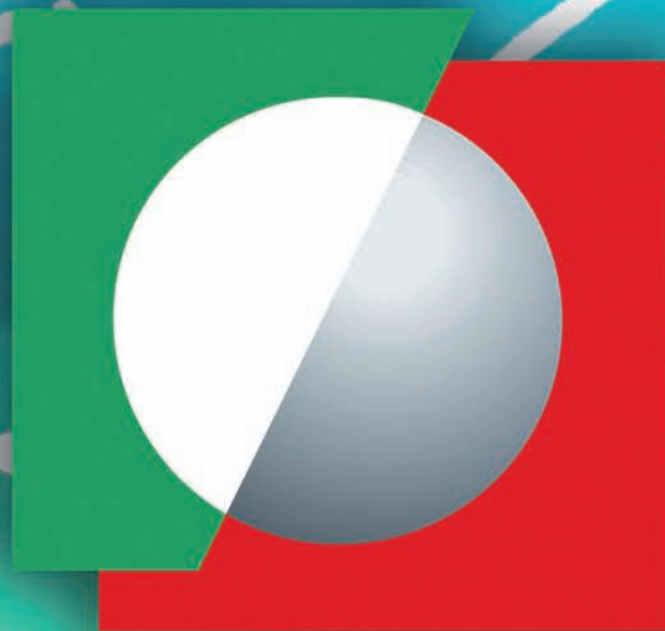
José Luís Gata, *product manager* de Audatex, pasaba a comentar una serie de datos disponibles gracias a la gestión de 100 millones de siniestros que realiza la compañía que posee una base de datos muy extensa (más de 1095 modelos documentados, con 13 millones de referencias distintas lo que supone un 99,2% del parque referido, según datos DGT del 2008). Gata comentaba la previsión de caída de ventas y matriculaciones prevista para 2011 (un 10%) aunque se esperaba que en 2020 se produzcan 2 millones de ventas de vehículos.

En cuanto al parque, la previsión es de que se mantenga estable el próximo ejercicio (22 millones de vehículos), decía, esperándose un 40% de vehículos de más de 10 años y descendiendo hasta los 5,5 millones de unidades los modelos de cinco (de ahí la contracción del canal marquista); lanzaba una serie de datos sobre reparación (35 millones de mantenimientos y reparaciones en 2010 -un ratio de 1,6 respecto al parque, de los que un 35,10% se han realizado en concesionarios y el sustancioso 64,90% restante en los talleres independientes- y 6,2 millones de reparaciones de carrocería -0,28% respecto al parque, de las que 4 millones de intervenciones se han realizado en los talleres independientes, casi el doble que las realizadas en los concesionarios -).

Ofrecía datos de evolución de siniestros y recambios (muy detallados en carrocería, *"nuestra especialidad"*, decía) como las piezas más sustituidas en 2010 (los anagramas, curiosamente, con un coste medio de 16 euros, seguidos de faros, molduras, paragolpes o pilotos -con un coste medio más elevado, en una horquilla de 285 a 39 euros), mencionando que, de las 6.200.000 reparaciones de carrocería realizadas, las piezas sustituidas suponen un volumen de 26.040.000 frente a las reparadas, 9.920.000.

En las gráficas expuestas se pudieron comparar los costes medios según fabricantes y tipos de vehículos, además de la evolución del ratio de coste de reparación entre mano de obra y recambio en 2010 (MO: 36% y recambio: 64%). También se podía observar el coste medio anual de las reparaciones de mecánica y los porcentajes de recambios y mano de obra en mantenimientos (R:65%-MO:35%) y reparaciones (R:71%-MO:29%), entre otros datos. ●

📍 www.ancera.org/www.audatex.es



El símbolo de un líder en distribución

Cecaauto es el primer grupo logístico de distribución de recambios para el automóvil a nivel nacional e internacional. Ahora puedes pertenecer a una gran estructura que te permita disponer de cualquier pieza antes que nadie y te ayude a ser más competitivo.



Cecaauto

ANTONIO LÓPEZ, GERENTE DE REYNASA, MIEMBRO DEL COMITÉ CONSULTIVO Y DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE GRUPO SERCA AUTOMOCIÓN, MIEMBRO DEL COMITÉ EJECUTIVO DE ANCERA

“Confiamos en lo que hacemos”

Empresario de recorrido solvente; espíritu inquieto e intensamente exigente, pero envuelto en una gran afabilidad y sencillez al trato. Charlando con él, el tiempo transcurre sin sentir.



Le citamos con tiempo por delante, porque tiene una agenda de las que se llevan ahora; bueno, de las que llevan algunos.

Es justo antes de una de las tantas reuniones a las que sus responsabilidades en el grupo al que pertenece le traen a Sant Just (Barcelona) en los últimos compases del año.

Le preguntamos por su empresa, por sus proyectos, por cómo percibe el mercado, la competencia, y esto es lo que nos cuenta.

¿Cómo se contempla el año que está a punto de terminar, un año difícil, desde la perspectiva de la distribución?

Antonio López: Este año, que ha pasado muy deprisa, ha sido mejor que lo que la gente pensaba; somos bastante pesimistas y a principios de año había mucha reticencia, pero luego ha ido evolucionando en positivo; en el entorno en el que me muevo (socios del grupo y otros que no lo son) no les ha ido mal del todo.

También es verdad que en 2008 se detectaron problemas, que en 2009 se intentaron solucionar y se puso la mirada en cosas importantes para seguir adelante, por ejemplo: los pagos, ser cuidadosos en la administración del riesgo a los clientes (y es que no quedaba más remedio que ir muy rectos, porque los bancos hicieron lo que hicieron). Creo que eso nos ha venido bien; nos ha puesto a cada uno en su sitio. Y 2010 ha sido el de recogida de esa operativa; que sigue.

Es verdad que, al principio, los recambistas lanzamos las campanas al vuelo diciendo que *esto de la crisis nos va a venir muy bien porque si no se vendían más coches se iba a reparar más* y no es tan así. El problema es que no circula el dinero: ni para comprar ni para reparar; además,

en la última reunión de ANCERA se nos dio el dato de que el parque de vehículos está bajando, pero que octubre fue récord en entrega de vehículos a desguace; eso no es bueno para nadie: en cinco años ese parque será mucho menor.

...Pero en cinco años habrá que seguir trabajando...¿Qué futuro se vislumbra?

A.L.: Para hacer frente a este entorno, va a ser más importante que nunca estar unido. Y creo que los pequeños lo van a pasar peor; los grandes nos haremos más grandes; podemos incorporar más recursos para salir de esta situación.

¿Cuál es el principal cambio percibido en la distribución?

A.L.: La gestión del stock. Ya sé que parece mentira, porque algunos eso lo hemos venido haciendo siempre: controlar nuestro almacén, ver lo que tenemos, lo que rota, lo que necesitamos, tener previsión, controlar lo que sobra, los espacios disponibles, cómo se desarrolla la operativa diaria, si es eficiente, si es rentable, etc...También la gestión de los cobros; controlar ese aspecto va a ser fundamental en 2011.

¿Me está diciendo que no se habían hecho los deberes, porque esos son viejos temas?

A.L.: Es que la falta de control del stock lo he criticado muchas veces (con gente del grupo y con gente de fuera): no hay que esperar a una crisis para gestionar al milímetro; la función de un buen distribuidor es tener su negocio, su almacén, bien gestionado. Si se ha fallado quitándose material, que luego ha hecho falta, unido a que los proveedores en general han servido mal, porque sus previsiones eran a la baja y las fábricas no han producido para podernos suministrar, ha supuesto un crecimiento para los mayoristas.

¿Y el tema de la morosidad?

A.L.: Hace dos años eso no existía. No había morosidad, no era un problema, la gente pagaba bien...¿es que de repente un buen cliente es un mal cliente? Yo creo que no, pero no hay liquidez y se están haciendo malabares con los pagos; los primeros que sufrimos somos nosotros y ahí es donde hay que controlar: no sólo la morosidad, sino los retrasos.

Es verdad que ahora tenemos la Ley de Pagos, pero lo único que hace es modificar la fecha de factura y el plazo de pago. Pero no me parece que ayude mucho; la fecha se adelanta, pero luego estás indefenso ante alguien que te devuelve un recibo. Me parece absurdo: tienes un pagaré de 3000 euros y es como si tuvieras un papel mojado. Yo ya sé cuándo tengo que pagar, y me regulo (y ojo, que eso no es así en todas las empresas, las hay que no

tienen ese músculo y eso también se ha notado), la cuestión es que los pagos previstos se deben cumplir para no provocar un efecto dominó, así que controlarlo es fundamental.

¿Qué le parece el proyecto InCIRAsol?

A.L.: Me lo comentó Carmelo, que asistió a la reunión de CIRA. No lo conozco muy a fondo, hasta dónde yo sé, la empresa la constituye un grupo de profesionales con la experiencia adquirida en *Crédito y Caución* que propone informes de clientes, aunque no asegura nada. Que estés informado está muy bien, con la ventaja de tener una base de datos que crece, pero por lo demás, el riesgo y el criterio lo aplica cada recambista, así que se debe gestionar bien; lo veo interesante como para que ANCE-RA lo extienda al resto de España.

Nosotros este año hemos llegado a un acuerdo con *Crédito y Caución* y ahora tengo una serie de clientes anónimos con un riesgo bastante alto que me está viniendo muy bien.

¿Percibe un cambio de actitud tras el Reglamento?

A.L.: Bueno, un poco. Al menos se ha empezado a tomar conciencia. Más que en el anterior; quizá es que como estoy metido en tantos tinglados en los que se habla de esto me parece que pesa.

¿Es consciente de que Reynasa está en el punto de mira de muchos?

A.L.: Cuando asisto a alguna reunión, y me llega que se nos acusa (de que damos mucho descuento, por ejemplo), les digo que en vez de eso, que me demuestren su actividad en el mercado; cuando entramos en alguna zona no lo hacemos a lo bruto: nos adaptamos a lo que hay y, en muchos casos, ni nos movemos de la política de precios que tenemos (carrocería, por ejemplo, donde hay gente muy agresiva), porque lo que tenemos que hacer es ganar dinero.

Lo que pasa es que por la forma en que hacemos nuestras compras, a lo mejor nos permite ofrecer mejores precios; pero tenemos 150 personas trabajando y somos una empresa saneada: si hubiéramos hecho el bobo por ahí, no estaríamos en la actual posición.

Madrid es una plaza importante (en 5 Km a la redonda tengo 1,5 millones de habitantes; en Alcorcón hay más clientes que en todo Teruel) y está moviéndose mucho (*Vemare, DAVASA y Gerstenmaier, Lausan...*); estamos todos, pero tres con mucho peso específico, aunque hay sitio. Reynasa no es una empresa de montar centros pequeños: montamos el último va para cinco años; creamos unas estructuras con envergadura, no tiendecitas, y consolidamos. No vamos buscando guerras con nadie, sino siguiendo un plan de trabajo; si hemos hecho estudios y decidimos que hay que entrar, me da igual quién esté y quién no.

Confiamos en lo que hacemos, no es que tengamos los ojos cerrados a la realidad, la tenemos presente, pero tampoco estamos a expensas de lo que hagan otros. Si hablan, que hablen...además, en general no creo que nuestros competidores nos quieran mal, pese a que cuando entramos en una zona lo hacemos con equipo, con vehículos, con un montón de recursos que nos cuestan dinero, para ganarlo luego, claro.

Y lo que hacemos lo podemos mejorar, y estamos en ello.



¿Cómo es la actual Reynasa y qué proyectos tiene?

A.L.: Estamos trabajando mucho en servicio, en atención al cliente, en logística, y creemos en lo que hacemos y cómo lo hacemos. Invertimos mucho y eso da resultados. Damos un servicio integral. Como proyectos, lo primero consolidar bien el almacén central, que nos ha costado algo más de tiempo del que pensaba el ponerlo en marcha para que funcionara como quería: hemos modificado el planteamiento inicial y ahora funciona de maravilla.

¿En qué se basa la mejora?

A.L.: Pues tenía una idea clara de qué quería: todo el mundo gasta dinero en ver cómo mete el producto en el almacén y lo saca de forma eficiente; yo pensé que igual no había que meterlo, sino distribuirlo directamente (se ahorran miles de movimientos); entre los informáticos, mi hermano y yo estuvimos trabajando cómo hacerlo. Ahora hacemos el pedido unificado (lo que baja

el stock y elimina trabajo a los centros, en reclamaciones de pendientes, gestión etc.), llega a la central, se lee el código de barras de cada producto, y el sistema hace el estudio en el momento (porque si el pedido se hace el lunes, y llega el viernes, la situación no es la misma porque en el medio ha habido abonos, etc.) y te dice a qué centro tiene que ir, con parámetros de prioridad, y se coloca directamente en expedición; en el almacén hay piezas de rotación y producto Serca.

¿Qué se ha logrado?

A.L.: Reducir el stock, tenemos más espacio, hemos optimizado nuestro personal (no vamos a tener que incorporar más gente, y los que están trabajan con más eficiencia) y mayor facilidad a la hora de abrir nuevos puntos, porque la base está más montada. Aunque tenemos más espacio (unos 1000 m²) no nos va a hacer falta, porque no es un almacén al uso, sino de tránsito.

Más proyectos...

A.L.: A primeros de año nos vamos a meter con un producto nuevo, el **neu-mático**, luego vamos a mejorar en interno: en febrero-marzo vamos a activar una solución informática de **Call Center** para unificarlo y cuando abramos un nuevo centro ese servicio esté ya solucionado, pero tratando al cliente de forma personalizada, midiendo además flujo de llamadas, saturaciones de teléfono, tiempo medio, desviaciones a clientes SAS, etc. Además, actualmente, en el corredor del Henares tenemos Call Center en cada sitio y con el nuevo sistema, si uno de los 20 profesionales no está, no hay que enviar a otro in situ. En Alcorcón prevemos más crecimiento y tenemos que hacer un almacén un poco más grande (ya hemos comprado algo), consolidar y abrir otros centros a unos 5 años, con sus Call Center, centralizados.

También estamos en el desarrollo de una solución informática que repasa las facturas de forma automática, además de implantar el **Lotus Notes** (cursos, etc.) para que todas las comunicaciones en interno se hagan por ahí. No me importa invertir si es para lograr eficiencia, y lo hacemos con decisión para ver resultados.

¿Pintura?

A.L.: Tal como está el mercado de la carrocería, con la presión de las aseguradoras (que va a empeorar), fue una idea que estudié, pero me he ido enfriando. Está aplazado.

De las clásicas, ¿cuáles van mejor?

A.L.: Mantenimiento. Además en mecánica (por el efecto del envejecimiento del parque) se han reactivado embragues, amortiguadores, distribución y bombas de agua...

¿Qué hacen para seducir al taller?

A.L.: ¡iDe todo!!, tenemos un departamento de marketing que es muy activo, y mi hermano Luís Miguel y los comerciales están muy implicados. No queremos hacer cosas estándar con los fabricantes, sino trabajar con ellos para hacer **promos** particulares y diferenciadoras; además, cuando te enteras de su promoción, ya casi ha pasado. En estos momentos el marketing es más importante que nunca, es cuando más hace falta. Hay que hacer mucho más esfuerzo para que el cliente se decida a comprarte a ti, porque el producto lo va a comprar.

¿2011?

A.L.: Yo soy optimista, si mantenemos ese control de pagos, seguimos con una buena gestión de stock e incrementando referencias (para servir al cliente sin roturas y sin sobrecargas), creo que aún tenemos delante dos o tres años que no van a ser de los más malos. ●

📍 www.reynasa.com/www.serca

Y PREPARA UN VIAJE VIP PARA SUS CLIENTES

AD Basconia presentó el Millennium 2011 a los talleres vizcaínos



La convocatoria se realizó en Bilbao. Más de 150 talleres de toda Bizkaia se reunían en un hotel de Barakaldo, acudiendo a la llamada de AD Basconia, socio de AD Parts.

El equipo del conocido distribuidor, capitaneado por **Iñaki Hermosilla**, dio a conocer los contenidos formativos del *Programa Millennium* para el año que viene a los más de 200 asistentes a la reunión, que pudieron seguir con toda comodidad, gracias a las tres pantallas que apoyaban visualmente la presentación, la presentación y los objetivos que, con esta actividad, pretenden llevar a cabo para apoyar al taller; además, ampliaron detalles durante el catering servido al final de la velada.

Programa Millennium: el apoyo al taller independiente

Francesc Poch, del centro técnico AD, la estructura que gestiona el apartado de formación en el grupo, daba a conocer las características del *Programa Millennium 2011*; presentaba en detalle el temario a contemplar en los cursos del año próximo, en los que las actividades prácticas y las últimas tecnologías presentes en el mercado tienen un apartado fundamental.

Como ya es sabido, el *Programa Millennium* se creó en 2001 para unificar en un mismo plan y bajo una misma enseña todos los productos y herramientas desarrolladas por **AD Parts** en los últimos años, destinados a afianzar la situación de los talleres de reparación independientes. En la actualidad son más de 14.000 los reparadores españoles que se han adherido a la iniciativa, que está abierta a todos los talleres de reparación y en constante evolución, adelantándose a las necesidades del reparador. Como muestra de ese interés por apoyar al taller con lo último en tecnología, y que supone una notable inversión anual en esfuerzos y dotación económica, se pudo contemplar uno de los últimos vehículos preparados para llevar a cabo las prácticas, y que Eina pone a disposición de los cursillistas: un *Nissan Qashqai* convenientemente preparado para trabajar sobre el temario impartido.

Viaje VIP para talleres VIP

Pero, además de estos contenidos, el distribuidor ha preparado para el año que viene, y por vez primera, un viaje de incentivos de altísimo nivel, para los talleres VIP, a desarrollar en 2011.

Como se encargó de mostrar la responsable de la agencia de viajes, que coordina con AD Basconia los detalles del desplazamiento, este viaje a Praga previsto para octubre próximo y para un número limitado de talleres, cuyos responsables acudirán con pareja, supondrá disfrutar durante cuatro días de lo mejor de lo mejor de la ciudad, considerada como joya de la corona de Europa.

AD Basconia, solvencia y futuro

Durante la presentación también se dio a conocer la estructura de AD Basconia, la compañía del Grupo AD Parts constituida por dos empresas (Auto Industrial Basconia y Filtros del Norte) y que opera en Bizkaia distribuyendo productos y servicios para la posventa del automóvil, contem-



plando los apartados de mecánica, electricidad, filtración, carrocería, pintura, maquinaria y herramientas, productos químicos y lubricantes, con sede central en Basauri (Bilbao) y delegaciones en Bilbao, Deusto, Durango, Las Arenas, Trapaga, Mungia.

Su capacidad distributiva está configurada por 8.400 metros cuadrados de almacenes, que incorporan más de 115.000 referencias vivas (con tres marcas propias AD, Elite y Sport Car) repartidas en su zona de influencia por 62 furgonetas, 8 vehículos comerciales y un vehículo industrial, gracias a 90 líneas telefónicas y la gestión profesional de sus 94 empleados. La compañía promueve las cuatro redes de talleres del Grupo AD (AD, Elite, Premium y Auto-Taller), además de poner a disposición de sus clientes el completo Programa Millennium (núcleo de la presentación), que contempla aspectos de formación, información, gestión, tutorías técnicas e informáticas, financiación y promociones. ●

📍 www.basconia.com / www.adparts.com

PENSANDO EN VOZ ALTA

Por qué el precio más alto no es siempre el mejor

Chema Rodríguez, es un empresario de distribución muy particular. Con su tono pausado y educado, que convive con ese espíritu rebelde que trasluce en su apariencia y en la del entorno, compartirá con nosotros periódicamente los pensamientos que, sobre el sector, le vienen a la cabeza.



Muchas empresas tienen estrategias de precios que se basan, simplemente, en aplicar el precio más alto que creen que el mercado está dispuesto a pagar (aplicando a los intermediarios unos descuentos desorbitados).

Piensan que establecer un precio consiste en descubrir qué valor aporta su producto o servicio con respecto a los de la competencia, y cobrar lo máximo posible en función de ese valor.

Sin embargo, esa forma de fijar los precios resulta corta de miras; principalmente por dos motivos: en primer lugar deja a un lado otros beneficios que el hecho de ofrecer más valor puede proporcionar a las empresas; en segundo lugar, debilita las relaciones con los clientes, más que fortalecerlas, que es precisamente lo que una estrategia más orientada al verdadero valor del producto para el consumidor final pretende.

Por esta razón es por lo que el **Grupo Recalvi** a partir de enero del 2011 va a aplicar unos precios más bajos, con unos descuentos a profesionales más ajustados y equiparados con la situación general de crisis que vivimos, donde el dinero no circula, para poder situar en el cliente final su precio justo.

Aunque nos encontramos en una situación de cierto desconcierto, desconfianza e incertidumbre, como siempre ocurre en situaciones de crisis profunda, aparecen grandísimas oportunidades para quienes empiezan a trabajar inteligentemente alineándose con el entorno.

Si analizamos la actual situación desde la dimensión empresarial, tenemos que aceptar que las empresas se encuentran en cierta dificultad debido a la falta de acción en el momento adecuado, quizá por auto-complacencia, ante unos resultados especialmente buenos durante un tiempo demasiado prolongado en los años anteriores.

Las empresas tienen que realizar su actividad económica en un entorno: por tanto, deben adecuar su estructura empresarial a ese entorno en cada momento y, justamente, el período actual requiere moderar los precios de venta al público, situándolos lo más cerca posible de su justiprecio.

Tras esta reflexión, yo pido a todos los fabricantes de piezas de recambios que adecuen sus tarifas de PVP haciéndolas acordes a la situación del momento, dejando precios altos con descuentos astronómicos y, simplemente, dejar ese margen comercial pequeño, con los porcentajes suficientes para los mayoristas y talleres en general, y así generar demanda de productos entre el consumidor final, ahora en situación estancada; a fin de cuentas, el consumidor final es nuestro cliente común: el de los fabricantes, la distribución y el de los talleres. ●

ESTE SERÍA EL MEJOR REGALO A NUESTRO SECTOR PARA EL PRÓXIMO AÑO.

Chema Rodríguez

Gerente

Grupo Recalvi - www.recalvi.es

APRENDIMOS A TOMAR NOTAS EN UN TRAMO Y NOS CONVERTIMOS EN COPILOTOS POR UN RATO

Semillero de campeones

Igual que sin un buen distribuidor ni un buen taller el fabricante de recambios no llega a ninguna parte (usuario, se entiende), el papel del copiloto en un equipo de rallyes es imprescindible no ya para poder llegar a posiciones de honor en el resultado final de la prueba, sino simplemente para no acabar despeñado en un barranco tras una curva. Gracias a Magneti Marelli aprendimos cómo hay que tomar las notas de conducción de un tramo de rally. Y de paso, disfrutamos como niños.

En un rally, toda la gloria y los reconocimientos se los lleva el piloto y, en el mejor de los casos, el equipo. Pero quien conoce este mundo sabe que es de justicia reconocer que todo un Sébastien Loeb no se habría comido un torrao si no tuviera al lado la sagacidad y compenetración de Daniel Élena. O Carlos Sáinz y Luís Moya. O Dani Sordo y Marc Martí o Diego Vallejo. O tantos y tantos otros tándems de éxito que demuestran que ir juntos es mejor que ir separados. Como Magneti Marelli y sus distribuidores y talleres Checkstar, que juegan al piloto y copiloto en el difícil día a día, conduciendo tan rápida y precisamente como son capaces hasta la meta, y así tramo a tramo, etapa a etapa se consolidan como equipo ganador.

Vendiendo recambios ya se sabe que el equipo Marelli siempre consigue el *scratch*, pero una prueba de campo acabaría de demostrar de lo que son capaces cuando trabajan todos a una. Así que aprovechando el ya tradicional encuentro de los mejores distribuidores de la marca italiana para visitar el Rally Catalunya Costa Daurada, puntuable para el Campeonato Mundial de Rallyes WRC, la gente de Marelli nos llevaron cerca de Tàrrega para probarnos como copilotos entre árboles frutales y cercos de piedra.

Los resultados de la prueba fueron... desiguales. Todos pusieron enorme empe-

ño en su labor, aunque unos salieron mejor parados que otros como copilotos. En cualquier caso, la jornada permitió comprobar lo versátil del equipo Magneti Marelli, sea tomando notas de un tramo, cantando curvas a un piloto como David Paveley, enviando embragues al taller o haciendo el mantenimiento de un coche contrarreloj... En esta vida hay que saber hacer de todo. ●

www.magnetimarelli-checkstar.es



Los asistentes de este año al evento VIP Magneti Marelli. De izquierda a derecha, Emilio Prado y Silvia Castañón (Grupo Seamo, Oviedo); Antonio Silvestre (Grupo Silvestre, Murcia); Josep Gironés y Nil Gironés (Establiments Coll, Girona); Andrea Anfossi, Director General de Magneti Marelli Aftermarket Ibérica; Ernest Vinyals, de nuestra editorial C.E.I. Arsis; Joan Miró, Director de Marketing de Magneti Marelli Aftermarket Ibérica; Giorgio Gamberini, Director Comercial Europeo de Magneti Marelli Aftermarket; Francisco Javier Silvestre (Grupo Silvestre); Joaquín Roncero (Recambios Danjoa, Madrid); Eugeni Gallego (Ediciones JD, Barcelona); Ángeles Puertas (Electro Recambios Índalo, Almería); Víctor Roncero (Danjoa); Luca Pedersoli, piloto del equipo Checkstar Magneti Marelli; y Luís Lazo (Índalo).



Durante el briefing, los invitados de Magneti Marelli no perdieron detalle. Después hubo que demostrar lo aprendido...



David Paveley haciendo lo máximo por explicar a una audiencia totalmente ignota cómo describir las curvas al piloto.



Tras la explicación teórica, tocaba recorrer el pequeño tramo, de unos 3 km de largo, en el coche de reconocimiento.



Dentro del Toyota Land Cruiser en el que vimos el tramo antes de vivirlo como copilotos, era difícil ponerse de acuerdo en cómo describir curvas y rectas...



No fue fácil la tarea de tomar notas del tramo...



...aunque hubo quien alcanzó altos niveles de profesionalidad. Joan Miró parece dibujar las curvas al aire mientras se explica.



Tras el reconocimiento del tramo, tiempo para compartir experiencias... En algo hubo acuerdo: ser copiloto es muy sacrificado.



Y después, llegó la hora de la verdad... Cantar curvas mientras el Mitsubishi Lancer conducido por Paveley te sacude los huesos...



Dave nos dio toda la diversión que necesitábamos... incluso más.



Nil se lo tomó muy en serio e hizo un papel excelente. El más joven del grupo demostró estar preparado para lo que sea...

Testimonio de excepción

Entre los invitados de este año de Magneti Marelli al evento del Rally Catalunya, había uno que destacaba por especialista en rallyes: Luca Pedersoli, piloto oficial Ford en el Campeonato Italiano de Rallyes y patrocinado por la red de talleres Checkstar Magneti Marelli. Luca viene realizando en este 2010 una temporada realmente remarkable, con varios certámenes ganados y casi siempre en las posiciones de podio de la tabla. Entre sus logros está haber ganado el Rally San Remo en el 2000 en la categoría Super 1600 o el subcampeonato europeo de rallyes en 2004. Para conocer más sobre este campeón, pueden visitar www.pede.it.



Helitaxi a los tramos...



Ya casi no es noticia, porque nos hemos acostumbrado a lo bueno, pero los integrantes de la expedición de Magneti Marelli al Rally Catalunya Costa Daurada llegamos a los tramos del rally en helicóptero... Aunque este año, debido a la espesa niebla que cubría el tramo de Terra Alta, el primero de los dos programados en la visita, no era recomendable el aterrizaje del helicóptero en esa zona y sólo pudimos estar en el de La Ribera d'Ebre (también con niebla, pero menos...). Tradicionalmente, el Rally Catalunya era una prueba 100% sobre asfalto, pero este año la novedad más destacada fue la introducción de tramos de tierra y mixtos. La Terra Alta, el que nos perdimos, parecía ser el más interesante, puesto que combinaba tierra y asfalto, mientras que el de la Ribera d'Ebre fue el único totalmente de tierra del rally. El primero, se lo adjudicó, cómo no, Sébastien Loeb; el segundo, Petter Solberg. Dani Sordo fue 5º y 2º respectivamente.



Resultados WRC

Rally Catalunya Costa Daurada 2010



1º
Sébastien Loeb
(Citroën C4 WRC)



2º
Petter Solberg
(Citroën C4 WRC)



3º
Dani Sordo
(Citroën C4 WRC)

ACTIVADO PARA SIMPLIFICAR GESTIONES A LOS EMPRENDEDORES INTERESADOS POR LA POSVENTA, NI AGILIZA NI INFORMA ADECUADAMENTE

El Portal del Gobierno no convence al sector

Se trata de una iniciativa que puesta en marcha por el Ministerio de la Presidencia del Gobierno de España que nace como "ventanilla única" virtual para cumplir las obligaciones de la Directiva de Servicios (123/2006/CE) que afecta a nuestro país.

El portal www.eugo.es pretende facilitar, agilizar y simplificar a los emprendedores de toda la zona comunitaria la gestión necesaria para establecer un negocio y está incorporada ya a la jurisprudencia española mediante la Ley 17/2009 sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.

Lío sectorial

Pero, como tantas veces, la iniciativa es objeto de confusiones para quienes pretendan llevar adelante un negocio en nuestro sector, sea en venta de recambios como en reparación de automóviles. En la página inicial se proponen tres pasos: el primero sería seleccionar la zona geográfica, pero ya en el segundo, la actividad a desarrollar, si se teclea "taller de reparación de automóviles" el resultado es "no se encontraron coincidencias", y lo mismo sucede si se pretende abrir una "tienda de distribución de recambios de automoción".

Para orientar a los aguerridos emprendedores, se han previsto diversas guías de ayuda a la prestación de servicios con dos específicas para "venta, mantenimiento y reparación de vehículos" y para el "comercio de repuestos y accesorios de vehículos", pero ambas, a pesar de incluir en esencia lo que dictaminan las normativas estatales y autonómicas, son confusas ya desde su planteamiento (venta junto a mantenimiento y reparación cuando existe un capítulo para comercio, lo que modificaría



las actuales obligaciones de los 'reparadores' a la hora de proporcionar la debida garantía al cliente como 'vendedores'). Así mismo, aglutina como taller marquista a todo aquel que está relacionado con una marca, sea constructora de automóviles o de componentes, aunque, tal como indica el secretario general de CETRAA, **Armando Higuera**, "eso es así ya desde el R.D. 1457 de 1986, instado por la Confederación Española de Talleres al modificar el antiguo Dec. 809/72, que únicamente incluía a los fabricantes de automóviles".

A la hora de perfilar la actividad, son "anexas" funciones que están centradas en los procedimientos de un adecuado mantenimiento y, como involucra a las Comunidades Autónomas en su aplicación (dado que tienen competencias transferidas en materias fundamentales que la Administración tiene en el punto

de mira, como los aspectos medioambientales), el proceso, en lugar de simplificarse, se complica.

Las patronales no han sido consultadas y a algunas se las obvia

Viene siendo, por desgracia, demasiado habitual que a la hora de que nuestro Gobierno central ponga en práctica iniciativas que puedan afec-

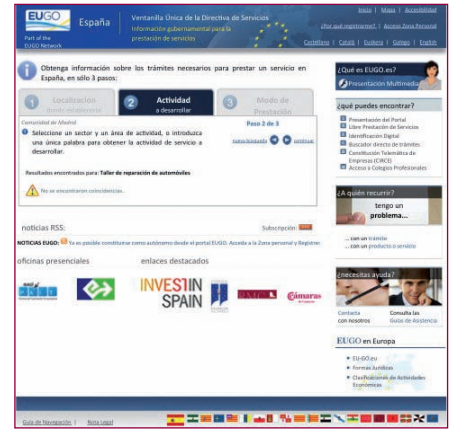
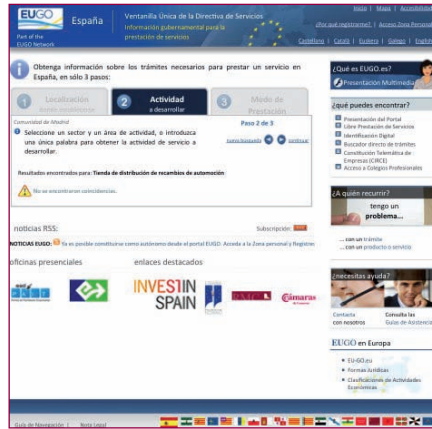
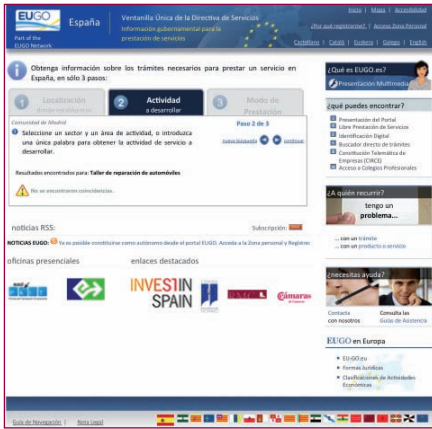
CONEPA: "Eugo ofrece una información escasa, obsoleta y poco útil"

"Somos favorables a la 'ventanilla única', en el sentido de facilitar los trámites a los emprendedores. Reconocemos también que el proyecto EUGO es interesante y muy ambicioso pues intenta abarcar todos los sectores de la actividad económica, con la complejidad que ello implica. Sin embargo, analizando en concreto la aplicación que usa EUGO, consideramos que para un usuario con experiencia media en navegación on line no resulta fácil llegar a obtener la información relativa al sector. Como ejemplo, hágase una búsqueda del término 'taller automóvil' en la opción 'actividad a desarrollar'. El resultado es que 'no se encontraron coincidencias'".

"La guía de asistencia protagonizada por nuestro sector no es clara, ni directa, todo lo contrario ofrece una información escasa, obsoleta y poco útil;

no hace referencia, por ejemplo, al papel de la 'declaración responsable', algo fundamental en la directiva de servicios, informa mal sobre el Registro Integrado Industrial y habla de la responsabilidad medio ambiental del taller, pero sin dar una idea de la cantidad de exigencias que para nuestro sector tiene la protección del entorno. Falta un índice claro y ordenado de contenidos y referencias concretos que afectan a los talleres específicamente desde el punto de vista legal. El listado completo de normativa (sin posibilidad de link, además) 'asusta' al emprendedor. Y, desde luego, falta que la Guía de Asistencia sea puesta al día y resulte más práctica para el interesado".

📍 www.conepa.org



GANVAM: “Hay que acordarse de la prestación de servicio”

“Esta guía de talleres da una imagen bastante aproximada de lo más básico para quien quiera acceder a la profesión. Pero se trata de una aproximación. Hay que tomarlo como una Guía informativa.

Existen algunos puntos de mejora: Sería necesario separar la venta de la posventa, incorporar algunas exigencias medioambientales más (neumáticos, baterías, suelos contaminados), algo de prevención de riesgos laborales. Pero sobre todo, se trata de una guía para el inicio, para el acceso a la actividad. Echamos en falta procedimientos, actuaciones y normativa relacionados con la prestación del servicio durante la vida de la empresa, la relación con el cliente, con los procesos de venta y posventa. La gestión de las reclamaciones es demasiado simple. Asimismo, y quizá por lo novedoso y porque estamos en los comienzos de este portal, es aún muy genérico y faltan algunos detalles de las Comunidades Autónomas.

En cuanto a la de recambios se trata de una aproximación a lo más básico. Como se trata de comercio, la Guía da la impresión de que no hay tantas exigencias medioambientales. Sin embargo, habría que hacer un análisis respecto de la gestión de determinados residuos y de las auditorías de suelos contaminados. Igualmente se centra en el acceso y no en el desarrollo de la actividad, relaciones con los clientes, garantías, etc. Es importante acordarse de la prestación del servicio, no sólo del acceso a la actividad. Sería paradójico que se pudiera tramitar telemáticamente la creación y puesta en marcha de una sociedad, pero que luego en el día a día nos encontremos con que no hay ventanilla única virtual.

En definitiva, la creación del portal es un ambicioso proyecto que será muy útil para quienes deseen iniciar una actividad profesional o empresarial, y en este sentido hay que aplaudir la iniciativa. Con el tiempo, estamos convencidos de que dicha herramienta mejorará las posibles carencias que pueda presentar. Parece que la Guía de talleres ha tenido en cuenta la Reforma del RD 1457/1986 operada por el RD 455/2010 (porque no exige la documentación que antes se exigía para el acceso a la actividad), pero cuando luego habla del ejercicio de la actividad, ni menciona los requisitos del RD 1457/2010 que sí que hay que cumplir (una cosa es no tener que presentarlos y otra es tener que cumplirlos y presentar declaración telemática de que se cumple).

El portal EUGO es muy importante, pero lo es también que las empresas se desenvuelvan en un marco legal adecuado, y para ello son necesarias las reformas legislativas correspondientes.”

www.ganvam.es

CETRAA: “no sin mi Comité”

No puede ofrecer una opinión corporativa si no es tras su consenso en el Comité Ejecutivo; tal como nos contestaba el secretario general de la patronal, “De acuerdo con el Sr. Faura se verá si se puede incluir este tema en nuestra próxima reunión de Enero, ya que no parece de carácter urgente, a la vista que su aplicación depende de la gestión de las CCAA, que poseen las competencias de aplicación de la mayoría de temas”.

www.cetraa.es

ANCERA: “absoluto desconocimiento del sector”

“El portal muestra un absoluto desconocimiento del sector posventa, algo que se hubiera subsanado caso de haber consultado a las patronales implicadas; en nuestro caso, desde luego no ha sido así, lo que nos causa una profunda sorpresa, dado que aparecemos en la Guía.”

“Se trata de facilitar gestiones pero el formato autonómico en Comunidades Autónomas con competencias transferidas complica de facto la operativa, además de que no se dan soluciones sobre cómo se desarrolla la actividad”.

“En lo que a los Recambios se refiere, incurren en confusiones. Primero que señalan ‘mayoristas’ y ‘minoristas’, cuando en la actualidad no existe ya esa diferencia, pero lo que es grave es incluir el comercio de recambios de manera tan natural cuando se habla de reparación: podría tener consecuencias muy graves ya que se activaría la obligación de modificar las garantías a los conductores, como las que da el comercio, dos años”.

www.ancera.org

tar al sector posventa éste (a partir de las patronales, sus interlocutores válidos), quede excluido en los trabajos previos o en la misma puesta en práctica.

Si bien en el Portal se ha intentado facilitar un apoyo en las Guías, algunas de las asociaciones y organizaciones que aglutinan al sector no figuran en ellas (CONEPA –que ya ha hecho llegar su queja y solicitud de que se la incluya-, FANCAUTO) y, caso de figurar, nunca fueron consultadas (CETRAA o ANCERA que sí aparecen, confirman que ese ha sido su caso). Lo que ha dado lugar a confusiones en los contenidos, imprecisiones y desde luego, no apoya a un empresario que quiera introducirse en nuestro sector.

Rectificar, de sabios

Sea cual sea el signo del gobierno que nos dirija, es de esperar que se hagan las cosas bien y, caso de no ser así (como en ésta), se emprendan las medidas para rectificar y apoyar la promoción de un tejido empresarial de PYME que es y ha sido, al fin y al cabo, uno de los motores de la economía española.

Como expresa CONEPA: “En lo que afecta directamente a nuestro sector, creemos que la Administración española está perdiendo una excelente oportunidad para animar a los emprendedores a poner en marcha un taller de reparación y mantenimiento de vehículos.

Nuestra patronal está ya elaborando un documento para enviar a la Administración en la que, con ánimo constructivo, se dan pautas para proponer algunos cambios que, verdaderamente, sirvan de guía a los interesados en introducirse en el sector.”

ANCERA va a hacer lo mismo: “mandaremos nuestras consideraciones y a hemos propuesto una reunión con los organismos del Gobierno implicados para, una vez más, hablar de Recambio y explicar cómo funciona el sector.” ●

www.eugo.es




ACEITES DE MOTOR


Difícil elección

La oferta en marcas, formulaciones, envases, precios, etc. en aceites de motor es muy amplia. Estamos ante un mercado muy competitivo y concurrido; y eso que las ventas cada año se ralentizan como consecuencia de unos intervalos de mantenimiento más largos derivados de una mayor duración del aceite. Veamos qué ofrecen algunos de los proveedores más destacados de dicho mercado.

AD PARTS

 Riudellots de la Selva (Girona). Este importante grupo de distribución apostó hace años por este mercado con la puesta en marcha de una planta de envasado. En ella, envasa la gama de aceites **AD** que cubre cualquier tipo de necesidad al proponer variantes minerales, semisintéticas y sintéticas para turismo y vehículo industrial.

AMALIE PETROQUÍMICA

 Madrid. Firma fabricante y distribuidora de la marca **Amalie** cuya amplia gama abarca lubricantes sintéticos, semisintéticos y minerales para turismo y vehículo industrial en envases de 5, 25, 50 y 208 litros y en contenedores de mil litros. Sus últimas novedades son los aceites *Amax 3000*, *Amax 100*, *Amax 200*, *Amax 300*, *Amax 400* y *Amax 500*, aceites de última generación para motores gasolina y diésel. Todos cumplen con exigentes niveles de calidad como los API y ACEAS.



La gama de aceites Amalie incluye variantes de bajo contenido en cenizas, azufre y fósforo (SAPS).

Mención especial merece el *Amax 3000 5W30*, un 100% sintético de alta calidad para su uso en motores gasolina y diésel que cumplen con la normativa Euro IV. Así mismo, gracias a su bajo contenido en cenizas sulfatadas, azufre y fósforo (MidSAPS), reduce la emisión de productos contaminantes a la atmósfera y alarga la vida de los sistemas de postratamiento de gases. El *Amax 3000 5W30* está formulado especialmente para alcanzar las últimas especificaciones de fabricantes como BMW, Mercedes y Volkswagen.

BP OIL ESPAÑA

 Alcobendas (Madrid). La filial española de la petrolera británica pone a disposición del mercado los lubricantes de las marcas **BP** y **Castrol**. Con la primera propone gamas como las *Visco* para turismo y *Vanellus* para industrial recientemente renovadas. La primera se beneficia de la tecnología *CleanGuard* que evita la acumulación de residuos y reduce la degradación del aceite así como de las piezas del motor. Su máximo exponente es el *Visco 7000*, un aceite 100% sintético de altas prestaciones. Más asequibles son los *Visco 5000*, *3000* y *2000*. En cuanto a la gama Castrol, para turismo su línea estrella es la *Magnatec* la cual destaca por proporcionar una alta protección del motor. Otras líneas propuestas por Castrol son la *Edge*, de altas prestaciones o la *GTX*, aceites económicos para todo tipo de conductores.

BRUGAROLAS-DIVISIÓN DYNAMIC

 Rubí (Barcelona). Bajo marca **Dynamic** este fabricante dispone de un amplio abanico de formulaciones, tanto para turismo como para vehículo industrial. Todas ellas están recopiladas en el catálogo 2010 que ha sido actualizado a lo largo del presente año. La gama de lubricantes de nueva generación bajos en cenizas "low SAPS" se erigen como los más destacados de la oferta sobresaliendo en especial los aceites *Faster 5W30* para turismo y los *Router 10W40 E7* y *Router Europlus 15W40* para vehículo industrial. Este año ha ampliado la gama de envases de las viscosidades 5W30 y 5W40 para turismo con el lanzamiento de un nuevo bidón de 185 kilos. Otros aceites Dynamic muy interesantes son el *Competition 5W40*, un 100% sintético con un elevado índice de viscosidad para ser usado en cualquier zona geográfica y época del año o el *High Performance 10W40*, lubricante formulado con bases sintéticas y un paquete de aditivos cuidadosamente seleccionados que destaca por su cuidado del motor y cuyo uso está especialmente indicado en motores gasolina y diésel de altas prestaciones. También merecen especial mención el versátil *Runner 15W40TDI*, especialmente formulado para su uso en motores diésel de inyección directa turboalimentados por su poder detergente y dispersante o el asequible *High Performance 20W50*, un mineral multigrado para motores diésel y gasolina.



El catálogo 2010 de Dynamic reúne aceites como los *Faster 5W40* para turismo o los *Router 10W40 E7* y *Router Europlus 15W40* para vehículo industrial.

DICIEMBRE

99

2010

CARROCERÍA Y PINTURA del automóvil



27

Noticias

29

Noticias
CESVIMAP

30

Noticias Centro
Zaragoza

31

Aula Centro
Zaragoza:
pigmentos
de efecto

34

Informe:
pinturas
especiales

54

Aerografía:
pintando el
rostro humano

58

Fichas
CESVIMAP:
datos técnicos
de reparación
del SEAT Altea

NOTICIAS


PARA CREAR CON ELLOS EL NUEVO UNO HD CP

R-M LANZA LOS NUEVOS ADITIVOS SC07 Y SC17

Lo último de **R-M** para el profesional del taller de chapa y pintura son los dos nuevos **aditivos SC07** y **SC17** que sustituyen a los SC05 y SC15. Ambos, a su vez, crean **UNO HD CP**, la nueva generación de tecnologías de pintura de color sólido.

UNO HD CP es la evolución de UNO HD, el estándar de R-M para la tecnología de pintura de colores sólidos de alta densidad que, gracias a su contenido en pigmento muy concentrado, ha colaborado en la reducción de emisiones de disolventes. La nueva generación UNO HD CP mantiene la alta calidad gracias a su elevada cobertura de su predecesor pero ahorrando producto gracias a la tecnología de pigmentos de alta densidad que conforma la base. El resultado es una mayor productividad gracias a la obtención de tiempos de proceso más cortos y unas emisiones más bajas gracias a la menor utilización de materiales.

Los nuevos aditivos SC07 y SC17 se deben utilizar según una relación de mezcla 10:15:75. A continuación, esta combinación debe mezclarse en una relación de 100:25:25 con el endurecedor H420 y los disolventes SC820, SC850 y SC880. La marca de **Basf Coatings** ya ha adelantado que durante los próximos meses UNO HD CP irá sustituyendo a la gama UNO HD por lo que durante algún tiempo ambas líneas convivirán en el mercado. La marca de Basf Coatings también advierte que todas las fórmulas de mezcla relevantes han sufrido cambios de una línea a la otra y, muy importante, los aditivos anteriores no se pueden mezclar con los nuevos.

 www.rmpaint.com




EL KWIK COLOR PARA PARTICULARES Y EL NUEVO CHROMAVISION

NOVEDADES DUPONT

DuPont Refinish ha presentado recientemente dos nuevas soluciones para el repintado de vehículos, la versión **Kwik Color** para particulares y la nueva generación del **ChromaVision**.

Hasta ahora, y desde hace quince años, el Kwik Color era una herramienta de repintado tan solo disponible en la red de talleres **Five Star**. Sin embargo, ahora todos los talleres clientes de DuPont Refinish ponen a disposición de sus clientes este kit para que ellos mismo puedan reparar pequeños daños en la carrocería de sus vehículos. Los talleres que disponen del Kwik Color, cuando repintan un automóvil, el pintor aplica la misma fórmula –base bicapa y barniz– en la película de plástico flexible, con lo que color y acabado serán exactamente iguales. Cuando el propietario recoge el vehículo, se le entrega un folleto que contiene la hoja de la película adhesiva y así, si el coche sufre un pequeño arañazo o desperfecto, él mismo puede proceder a aplicar la solución temporal al vehículo. Para ello, primero se selecciona una de las formas predefinidas que aparecen en el reverso de la hoja plástica pintada o crear una forma nueva que cubra el desperfecto; luego se corta con unas tijeras, se despegue de la película adhesiva y se coloca en la zona dañada, frotándola bien para su pegado; con ello, el vehículo estará impecable hasta su entrada en el taller.

Por lo que respecta a la herramienta digital de medición del color ChromaVision, DuPont Refinish ha anunciado que en 2011 lanzará una nueva versión con mayores funciones y más fácil de usar. Recordemos que el ChromaVision se coloca sobre la carrocería limpia del vehículo en tres puntos diferentes de la zona dañada y lee el color desde los tres ángulos patentados por DuPont. La nueva generación del ChromaVision mejorará las virtudes que este exitoso espectrofotómetro: la facilidad de manejo y la fiabilidad a la hora de conseguir una perfecta y rápida igualación del color.

 www.dupontrefinish.es




CON EL NUEVO APAREJO HÚMEDO SOBRE HÚMEDO DE GLASURIT

OBJETIVO RAPIDEZ



El ahorro de tiempo y, por tanto, realizar reparaciones con mayor rapidez es, según **Glasurit**, la principal virtud de su último lanzamiento, un nuevo sistema de aparejo húmedo sobre húmedo compuesto por las imprimaciones-aparejo Glasurit 285-31 gris, 285-38 blanco y 285-49 negro y por el aditivo para plásticos 522-10.

La combinación de estos productos proporciona una base para obtener repintados de gran calidad y, sobre todo, ahorrar tiempo en el proceso de reparación. De hecho, en comparación con los aparatos de lijado, ahorra hasta un 30% de tiempo y en la reparación de pequeños desperfectos y en el pintado de piezas nuevas el nuevo aparejo permite al profesional del taller ahorrarse un paso de trabajo completo. Así mismo, las piezas nuevas tratadas por electroforesis no hace falta que sean lijadas ganando, como consecuencia, un 15% de tiempo. Siguiendo con el ahorro de tiempo, el nuevo aditivo 522-10 se puede adherir en sustratos de plástico sin tener que usar imprimaciones de adherencia o productos especiales. Si en lugar del diluyente se utiliza el aditivo para plásticos, puede eliminarse un paso de trabajo y recortar, por tanto, hasta un 25% el tiempo productivo. Además, como el aditivo se puede utilizar el concepto completo de grises de Glasurit para los sustratos de plástico, los talleres pueden igualar el color del aparejo con el del esmalte de acabado reduciendo así el consumo de esmalte hasta en un 40%.

 www.glasurit.com


EN EL NUEVO FOLLETO EDITADO PARA LOS TALLERES

LAS HERRAMIENTAS DE COLOR STANDOX, AL DETALLE



Standex ha editado un nuevo folleto titulado "Herramientas de color Standox –el color exacto paso a paso". En él aparecen toda la gama de herramientas de color de la marca alemana. Los talleres interesados en disponer de él, deben ponerse en contacto con su distribuidor Standox habitual o más cercano.

La gama de herramientas de color Standox es amplia. En ella podemos encontrar soluciones sencillas como los sistemas **Color Box**, los **pósters** y los **abanicos de colores** que incluyen las principales tonalidades de equipo original (OEM). También soluciones digitales tecnológicamente avanzadas como el **espectrofotómetro Genius**, el **programa informático Standowin** de búsqueda de fórmulas de color o un práctico **buscador on-line** de la base de datos de color de Standox. Estas herramientas de color digitales permiten guardar, gestionar y localizar las fórmulas de los colores medidos y reajustar automáticamente la fórmula en caso de colores más difíciles. Todas estas herramientas están coordinadas entre sí para obtener una óptima aplicación del color que dé como resultado un acabado perfecto.


 www.standex.es

DE SPIES HECKER

LLEGA EL BARNIZ RÁPIDO PERMASOLID HS 8650

El pasado mes de noviembre **Spies Hecker** inició la comercialización de un nuevo barniz rápido, el **Permasolid HS 8650**. Pensado para las reparaciones rápidas, su tiempo de secado oscila entre los 10 y 35 minutos a una temperatura del metal de 60°C. Así mismo, se puede utilizar en combinación con endurecedores VHS y con diluyentes por lo que son amplias sus posibilidades de aplicación.

La marca alemana de repintado destaca la versatilidad de este barniz de altos sólidos. Así, se puede usar tanto en pequeñas reparaciones como en el repintado de todo el vehículo en cabina o en trabajos puntuales como una rayada o una pequeña abolladura. Por otra parte, el **Permasolid HS 8650** se puede usar con bases del sistema **Permahyd** aplicándose el barniz en 1,5 capas. Mezclado con los endurecedores **Permasolid VHS**, se puede variar y flexibilizar el tiempo de secado para garantizar un curado óptimo y sólido en diferentes condiciones. El ratio de mezcla es de 3:0 con endurecedores **Permasolid VHS** y diluyente **Permacron** o acelerador **Permasolid HS 9025**. Tanto en las reparaciones rápidas como en las operaciones de repintado convencionales con endurecedores más lentos, el nuevo barniz de Spies Hecker mejora los tiempos de intervención sin renunciar a los niveles de calidad de los sistemas de la marca.

 www.spieshecker.es



Reparación y peritación de Vehículos Industriales, nuevo libro de CESVIMAP

CESVIMAP ha publicado su primera obra especializada en vehículos industriales enfocada a la reparación y valoración de daños, en la que ha invertido el resultado de más de una década de investigación sobre camiones y autobuses, en el marco de unas instalaciones específicas para grandes tonelajes y dimensiones.

El esfuerzo de chapistas, mecánicos, pintores, ingenieros y la labor editorial se ha plasmado en la primera publicación del Centro de Experimentación y Seguridad Vial MAPFRE dedicada al vehículo industrial. El trabajo directo sobre estos vehículos ha permitido conocer al detalle los procesos y sus particularidades, analizando tipos de daños, equipos y productos y recopilando tiempos.

Este libro, de 283 páginas a color, se dirige a los técnicos de talleres, compañías de seguros, gabinetes periciales, tramitadores, etc., que precisen conocimientos básicos sobre este tipo de vehículos. Explica los métodos básicos de reparación de carrocerías, los elementos mecánicos y estructurales de este tipo de vehículos. Asimismo, detalla las herramientas necesarias para su valoración: operaciones de sustitución, procesos de pintura, verificaciones necesarias, materiales a considerar... Describe los procesos y elementos de cómo se estructura una peritación de un vehículo industrial, dadas las diferencias existentes con un vehículo normal.

En esta labor se han plasmado miles de horas de análisis, sobre más de 200 camiones, autobuses y sus carrocerías, para repararlos y pintarlos. También han colaborado empresas del sector: constructores, fabricantes y distribuidores de vehículos, de instalaciones, equipos, herramientas y productos, lo que ha permitido incorporar los últimos avances en el mundo de los camiones y los autobuses. El taller de vehículo industrial del centro ha sido el marco de las ilustraciones gráficas.



Extracto del índice

1. TIPOS DE VEHÍCULOS INDUSTRIALES

- Vehículos para el transporte de mercancías
- Vehículos para el transporte de pasajeros: autobús o autocar

2. CABINAS DE CAMIÓN

- Tipos de cabinas: modelos
- Elementos exteriores e interiores
- Soportes de cabinas
- Sustituciones parciales
- Diagnóstico de cabinas

3. ELEMENTOS MECÁNICOS

- Conjunto motor-caja de cambios
- Sistema neumático. Sistema neumático de frenos
- Sistema de suspensión neumática
- Sistema de dirección
- Puente o eje trasero
- Suspensión mecánica

4. CHASIS DE CAMIONES

- Bastidor auxiliar
- Medición del chasis de un camión
- Diagnóstico de un chasis deformado
- Procesos de reparación

5. CARROCERÍAS DE CAMIONES

- Tipos de carrozados
- Reparabilidad: de vehículos frigoríficos, paqueteros, carrocerías basculantes

6. VEHÍCULOS PARA EL TRANSPORTE DE PASAJEROS

- Fabricación de un autobús o autocar

7. ANÁLISIS Y REPARABILIDAD DE VEHÍCULOS DE PASAJEROS

8. VALORACIÓN DE DAÑOS EN CAMIONES

- Método de actuación, fases en las peritaciones
- Valor de mercado de un vehículo usado

9. CASO PRÁCTICO DE VALORACIÓN DE DAÑOS

- Método tradicional de valoración
- Valoración con Audatex

Instalaciones de CESVIMAP específicas para vehículos industriales:

- 1700 m² de taller.
- 1 bancada de columnas con hasta 180 Tm de fuerza de estiraje simultáneo.
- 1 bancada de raíles en superficie de taller, dotada también con columnas para repa-

ración en altura de cabinas y carrocerías.

- 1 bancada de raíles con foso de taller.
- 1 bancada de reparación de cabinas, con torres para zonas de elevada altura.
- Punte-grúa con longitud entre apoyos de 30 m y capacidad de elevación de 5 Tm (permite realizar a un solo operario trabajos en vehículos industriales).
- Sistemas de medición mecánicos, ópticos y ópticos con láser.
- Sistemas de control dimensional de ejes delanteros y puentes traseros.
- Presas de reparación, fijas y móviles, de 100, 40, 30, 20 y 10 Tm.
- Zona de preparación de vehículos industriales para el acondicionamiento de los trabajos de pintura.
- 1 cabina-horno diseñada para vehículos unitarios o conjuntos articulados, permite trabajar de forma independiente y simultánea con dos vehículos distintos.
- Box con líneas específicas para pintura para vehículos industriales de diversos fabricantes.

ESPECIALISTA EN PERITACIÓN DE AUTOMÓVILES: NUEVO TÍTULO UNIVERSITARIO DE LA CÁTEDRA CESVIMAP

CESVIMAP estrena un nuevo título universitario: Especialista en Peritación de Automóviles, este segundo título comprende 525 horas (21 ECTS) y está homologado por APCAS.

Dirigido a ingenieros, graduados en automoción, gerentes, directores y profesionales y personas que desean trabajar en este campo, se adquieren con este título los conocimientos necesarios para valorar vehículos siniestrados. El programa (80% on line y 20% presencial, en las instalaciones de CESVIMAP) incluye las siguientes asignaturas:

- | | | |
|---|--------------------------------|---|
| 1 - Teoría del seguro | 5 - Reparación de automóviles. | 8 - Técnica pericial II |
| 2 - El seguro del automóvil | Procesos de trabajo | 9 - Práctica pericial I (presencial) |
| 3 - Organismos y convenios | 6 - Otros vehículos | 10 - Práctica pericial II (presencial) |
| 4 - Aspectos judiciales de la tramitación | 7 - Técnica pericial I | 11 - Conocimiento del taller como empresa |



Nuevas instalaciones de Centro Zaragoza en Technopark-Motorland



El pasado 11 de noviembre, tuvo lugar la inauguración y presentación al sector asegurador de las nuevas instalaciones de **CENTRO ZARAGOZA** (CZ) situadas en el **Parque Tecnológico del Motor de Aragón "Technopark"** - Motorland (Alcañiz-Teruel).

Altos directivos, políticos y representantes de un gran número de aseguradoras e instituciones del sector asegurador, de la postventa del automóvil y de organismos del tejido empresarial de Aragón, así como medios de comunicación, asistieron a este acto.

Las nuevas instalaciones de CZ en Alcañiz, complementarán a las actuales de Pedrola (Zaragoza), contando con una superficie urbanizada de 13.332m² y 7.170 m² de superficie construida, de los que 1.300 m² se dedicarán a Laboratorios. Estas instalaciones serán idóneas para la

ubicación de unos innovadores equipos para la investigación de los vehículos y de la seguridad vial, destacando: un simulador de impactos para ensayos de conjuntos y sistemas, y un lanzador de formas antropomórficas para ensayos según la nueva directiva comunitaria.

La formación, el desarrollo de la I+D+i en el sector de automoción, y el fomento de nuevas iniciativas para la mejora de la seguridad vial, se van a ver fortalecidos con el establecimiento de estas segundas instalaciones de CZ.

Las instalaciones de CZ en Alcañiz, junto con las de Pedrola, y su nuevo equipamiento harán viable una investigación y formación en profundidad de la gama total de vehículos automóviles (turismo, vehículo industrial y motocicletas).



CENTRO ZARAGOZA
 INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN
 SOBRE REPARACIÓN DE VEHÍCULOS, S.A.

CENTRO ZARAGOZA
 Carretera Nacional 232, Km. 273 - 50690 PEDROLA (Zaragoza)
 Tel. 976 549 690 Fax. 976 615 679
 e-mail: publicaciones@centro-zaragoza.com - www.centro-zaragoza.com

PIGMENTOS DE EFECTO

Algo mas que color

Los fabricantes de vehículos han ido incorporando colores de acabado con pigmentos de efecto que buscan atraer la atención del cliente y destacarse del resto.



Se trata de pigmentos de efectos cromáticos más llamativos que aumentan el brillo reflejado e incluso pueden variar la apreciación del color de un ángulo de visión a otro. Por el contrario, el uso de estos pigmentos supone un mayor reto para los pintores, ya que en la igualación de estos colores influyen más variables, como la orientación y deposición de las partículas, las manos aplicadas, el fondo sobre el que se aplica, etc.

Pigmentos

Los pigmentos son partículas sólidas muy finas que permanecen en suspensión en el aglomerante o resina de la pintura. Se obtienen por trituración o molienda hasta obtener la granulometría deseada y reciben el nombre de pigmentos por ser la pigmentación su cometido más frecuente, si bien los pigmentos también pueden cumplir otros cometidos como protección anticorrosiva, de carga u otra acción específica, en función del tipo de pintura al que se añade.

Los pigmentos de color se emplean en la formulación de las pinturas de acabado, en los esmaltes de los sistemas monocapa y en las bases de color de los bicapa, pudiéndose clasificar en: pigmentos cubrientes convencionales o de absorción, pigmentos metálicos y pigmentos perlados. Son estos dos últimos los que conjuntamente se denominan pigmentos de efecto.

Pigmentos de absorción

Son pigmentos de naturaleza orgánica o inorgánica, que absorben y reflejan determinadas longitudes de onda de la luz que incide sobre ellos, obteniendo pinturas de color rojo, verde, azul, blanco, etc. Las pinturas que llevan solamente este tipo de pigmentos muestran un único color desde cualquier ángulo de visión.

Estos pigmentos se emplean en los acabados tanto monocapa como bicapa, denominándose acabados lisos o sólidos.

Pigmentos metálicos

Se obtienen a partir de pequeñas partículas de aluminio, que proporcionan el efecto de reflejo metálico. Normalmente se mezclan con pigmentos de absorción, si bien es recomendable que éstos tengan cierta transparencia para no disminuir el efecto metálico. De esta manera se obtienen acabados como azul metalizado, verde metalizado, o como el gris metalizado, que lleva una gran

cantidad de pigmentos metalizados y una pequeña parte de pigmentos de absorción. Dentro de los pigmentos metálicos o metalizados, éstos pueden presentar distintas formas, (irregulares, lenticulares), tamaños (aluminios gruesos, medios o finos), o tonos (plata, dorado). En el repintado de colores gris plata o con una gran cantidad de pigmento metalizado, la deposición y tamaño de estos pigmentos determinarán el efecto obtenido, encontrándose diferencias en la percepción del brillo y/o color al observar desde distintos ángulos de visión (de frente y de lado), lo que se denomina como efecto "flop" o "flip-flop". Para disminuir este efecto y conseguir una correcta orientación de las partículas en la película de pintura, los fabricantes de pintura emplean un regulador de flop que se añade en la preparación de la pintura según la formulación del color. Actualmente, los pigmentos metalizados se emplean únicamente en los acabados bicapa y tienen una gran aceptación. Son lo que se denomina acabados bicapa metalizados.

Pigmentos perlados

Se trata de pigmentos fabricados a partir de un núcleo de mineral mica recubierto de óxidos metálicos. Son muy transparentes,

y el reflejo nacarado que proporciona depende del espesor de los recubrimientos de óxidos. Estos pigmentos imitan el efecto de la perla natural, obteniendo una reflexión múltiple de la luz que incide sobre ellos. Dependiendo del ángulo de iluminación o de observación los reflejos ópticos que proporciona varían, pudiéndonos encontrar cambios de color conforme nos vamos moviendo respecto a la superficie pintada. Este tipo de pigmentos suele ir mezclado en la formulación del color con pigmentos de absorción y metalizados, formando parte del color de acabado en un porcentaje determinado. Al ser muy transparentes, si el porcentaje de pigmentos perlados en la base de color es muy alto o completamente perlado, el efecto de color obtenido depende del espesor o manos de película aplicada y del fondo sobre el que se aplica. En el repintado de este tipo de colores, es necesario aplicar una base de color sobre la zona reparada que cubra el aparejo antes de aplicar la base perlada para obtener el color deseado. A este tipo de acabados se les denomina "perlados tricapa" o simplemente "acabados tricapa". Los pigmentos perlados se emplean en lo que se denominan acabados bicapa perlado, con un porcentaje de pigmento perlado

en la base de color, y acabados tricapa perlado, compuestos por una base de color liso, una base perlada muy transparente (porcentaje muy alto de pigmento perlado), y barniz.

Los pigmentos de efecto metalizados y perlados, vienen usándose en el sector de automoción desde hace ya tiempo, pero la demanda por parte de los fabricantes de vehículos de nuevos colores, más innovadores y llamativos, ha hecho que se desarrollen nuevos pigmentos que cumplan las expectativas y los requerimientos actuales (resistencia a la intemperie, sistema base agua, pintado de plásticos, etc).

La inclusión por parte de los fabricantes de pintura para primer equipo (OEM) de este tipo de pigmentos en las formulaciones de color todavía es pequeña, pero se espera que esta aumente en los próximos años y se incorporen nuevos pigmentos que se están desarrollando.

Algunos de los pigmentos que actualmente tienen más presencia en el mercado automovilístico son los *Xirallic* y los *Colorstream*, desarrollados por uno de los principales fabricantes de pigmentos, Merck, que suministra a distintos fabricantes de pintura.

Xirallic: efecto cristalino

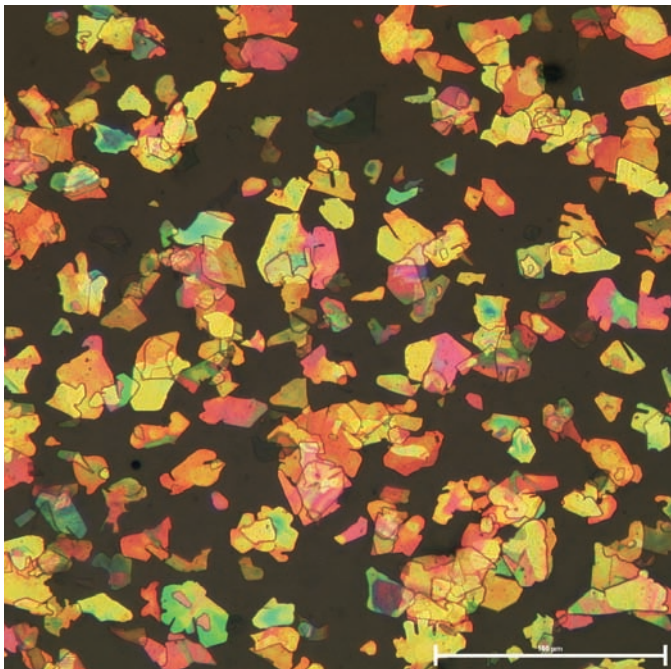


Imagen microscópica. Foto cedida por MERCK



En este caso se trata de laminas de óxido de aluminio (Al_2O_3) recubiertas por óxidos metálicos. En el caso de recubrirse el núcleo del pigmento con dióxido de titanio el resultado, en función del espesor del recubrimiento, son pigmentos de efecto plata, así como pigmentos de interferencia en oro, rojo, azul y verde. El recubrimiento con óxido de hierro

genera pigmentos de efecto bronce, cobre y coloreado en rojo. Sus principales características son su gran transparencia y los destellos de brillo que proporciona sobretodo cuando es expuesto directamente a la luz del sol. Este tipo de pigmentos se incluyen en algunas marcas como un básico más en la formulación de las pinturas.

Colorstream: efecto multicolor

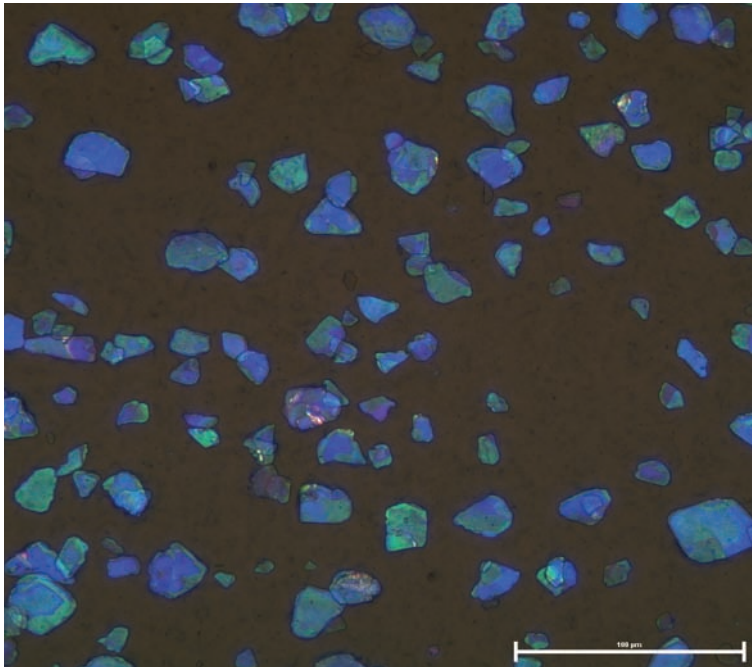


Imagen microscópica. Foto cedida por MERCK



La inclusión de estos pigmentos especiales por parte de los principales fabricantes de pintura, en orden alfabético, ha dado como resultado las siguientes líneas:

- **DUPONT**- La línea *ChromaLusion* incluye seis bases bicapa listas para usar o que pueden ser mezcladas con otros tintes *Centari* para obtener 36 efectos cromáticos diferentes.
- **GLASURIT**- Su gama *Fantasy Colors* dispone de 7 colores especiales que pueden suministrarse en la Serie 55 (base disolvente) o en la Serie 90 (base agua).
- **GRUPO PPG**- Acaban de lanzar la gama de *Efectos Especiales* con pigmentos colorstream, compuesta por cuatro colores y disponibles para *Envirobase High Performance* (PPG) y *Aquabase Plus* (Nexa Autocolor).
- **R-M**- Su línea *Extreme Colors* está compuesta por 11 colores listos para usar y con una aplicación similar a su línea *Diamond*.
- **SIKKENS**- Dispone de 18 bases de *Autobase Plus RM SEC* englobadas en la carta de colores *Special Effect Colors* que contienen pigmentos ChromaFlair.
- **SPIES HECKER**- La línea *Pernahyd Fascination Colors* dispone de 5 tonos base agua con pigmentos colorstream de efecto multicolor.
- **STANDOX**- El color *Red Rocket* se ha incorporado recientemente para formar parte de las tres bases agua de colores especiales pertenecientes a su gama *Exclusive Line*.

Basados en laminas de dióxido de silicio (SiO₂) recubiertas por óxido metálico, se obtienen sintéticamente y presentan una geometría muy uniforme, creando efectos de interferencia iridiscentes.

Este tipo de pigmentos suele formar parte de una línea especial de los fabricantes de pintura para proporcionar acabados más exclusivos en los vehículos y su principal característica es el espectacular juego de colores que proporcionan dependiendo del ángulo de observación y de la incidencia de la luz, incluso con luz tenue.

El interés por estos pigmentos ha llevado a desarrollar por parte algunos fabricantes de pintura una línea específica, compuesta por varios colores que se suministran ya preparados, tan sólo hay que diluir, y que debido a su transparencia, es necesario aplicar una base de color (generalmente negra) previa a la aplicación de estas pinturas.



Básicos
 Multiefecto
 de Glasurit

PINTURAS DE EFECTO, MATES, IRIDISCENTES, ETC.

Especiales y diferentes

El mercado del repintado también ofrece pinturas que podemos denominar "especiales". Es decir, pinturas de acabado que se ven de distintos colores según el ángulo de visión o la incidencia de la luz, de efecto mate, iridiscentes, anti-rayadas, etc. Aunque el fenómeno tuning se ha desinflado en los últimos años, perjudicando a las ventas, estas pinturas tienen su hueco en el mercado.

Las llamadas pinturas "especiales" tuvieron unos años de crecimiento continuo que comportó que los fabricantes desarrollarán barnices y soluciones cada vez más avanzadas y de efectos más espectaculares. Aunque las ventas se han reducido como consecuencia de que el fenómeno tuning ha ido decayendo, los fabricantes siguen proporcionando productos cada vez mejores (más fáciles de aplicar, fórmulas y sistemas más eficaces, etc.) y espectaculares, en parte porque también tienen que satisfacer la demanda de los vehículos de gama alta y de marcas que realizan, por ejemplo, deportivos impresionantes.

Caída del tuning, caída de ventas

Volviendo a la realidad del taller de chapa y pintura y del repintado. Estos profesionales han visto como disminuían sus trabajos de personalización, como descendía el número de clientes aficionados al tuning que se dejaban sus ahorros repintando su vehículo con el acabado más espectacular. Esta situación, obviamente, ha repercutido en un descenso de la venta de pinturas de efectos especiales, anti-scratch o iridiscentes.

Un destacado fabricante de este tipo de pinturas explica de forma muy concreta la situación creada en los últimos años y el momento actual: "tras años de crecimiento continuo, las ventas se han estancado. Especialmente



Las preparaciones tuning y el repintado de vehículos de gama alta generan las ventas de pinturas "especiales".

aquellos colores más especiales utilizados en el tuning. Esto se debe básicamente a que son los conductores más jóvenes los que han impulsado este segmento de mercado durante estos últimos años, y al ser los más castigados por la actual crisis económica, las ventas se han acabado resintiendo".

El taller, preparado

En muchos casos, estas pinturas son más complejas por lo que se plantea una cuestión: si los profesionales del repintado están preparados técnicamente para aplicar estos productos. Los proveedores consultados han despejado las dudas y opinan, de forma unánime, que los talleres están preparados y plenamente capacitados para trabajar de forma eficiente con las pinturas "especiales". Además, la evolución técnica de estos productos también se ha centrado en mejorar la facilidad de aplicación.

Como hemos comentado, los fabricantes y proveedores no tienen dudas sobre la capacidad de los profesionales del repintado. Así opina una fuente consultada: "el profesional del taller ha dado un gran paso adelante en su capacitación profesional durante los últimos años y las pinturas especiales cada vez requieren procesos de pintado menos complejos con lo cual, con una mínima formación, no debe ser un problema la aplicación de estas pinturas especiales".

En términos similares se expresa otro proveedor: "los talleres de chapa y pintura están totalmente preparados para esta especialidad de productos. La atención y buena predisposición ante estos productos siempre tiene cabida en el mundo del taller de chapa pintura. Los productos son de sencilla aplicación para el profesional y no requieren en realidad de ningún tipo de información adicional para el pintor de un taller". ◀

Sikkens

Barnices especiales *Autoclear LV Exclusive* de Sikkens. La marca de Akzo Nobel Car Refinishes propone esta gama especialmente resistente a los arañazos. Aplicado sobre *Autowave* el resultado es un barniz de alto brillo muy resistente a la abrasión, fácil de aplicar y dotada con propiedades de autorecuperación cuando se expone al calor. Por sus características, el barniz *Autoclear LV Exclusive* está especialmente indicado para el repintado de vehículos de gama alta.



Standex

Pintura de acabado con efecto metalizado líquido *Alubeam Readymix* de Standox. La marca de repintado alemana pone a disposición del taller de chapa y pintura una amplia oferta en pinturas especiales: el color de efecto especial plateado *Pure Silver*, ideal para el pintado de llantas o retrovisores; la línea *Exclusive Line* de efectos especiales que propone colores exclusivos como el *Blue-Flame* (azul que deriva en verde), el *Red Rocket* de efectos pirotécnicos en rojo o el *Miami Mint* verde o azul dependiendo de la luz o ángulo de visión; un acabado mate, el *2K Special Matt* o el barniz *VOC Platinum*, antiarañazos y que proporciona un excelente brillo.



Glasurit



Gama *Glasurit Limited Edition*. Con ella los colores exclusivos de la línea *Magic Collection* se presentan en pequeñas unidades para facilitar la labor diaria del taller ya que es ideal para el acabado de pequeñas superficies. La línea *Magic Collection* de Glasurit, marca de Basf Coatings, es una gama de tonos de color con efectos iridiscentes extremos. Según el ángulo de visión y la incidencia de la luz los colores varían su tonalidad gracias al uso de unos pigmentos especiales. La gama *Magic Collection*, que sustituye a la *Fantasy Colours*, se compone de nueve tonos que generan efectos que van del violeta al rosado o luego al turquesa o del azul al gris.



Mipa

Pintura de efecto cromo-titanio *WBC Vicrom* de Mipa, marca importada en exclusiva en España por Madrid Paints Automoción. Su oferta en pinturas especiales también incluye la línea *V.I.P.* de múltiples efectos que se compone de referencias como la *Andrómeda*, *Aquarius*, *Geminis* u *Orion*; las pinturas de neón fluorescente *Ral 1026*, *Ral 2005*, *Ral 2007*, *Ral 3024* y *Verce 600*; el barniz mate *Total 2K Matt*; el satinado total *2K CPE* o el tinte de barniz *Brilliant Design*. Merecen especial mención los barnices *CC6* y *C420* que ofrecen una buena nivelación de brillo o el novedoso barniz *Express CX-1* de acabado cristalino.

Lechler

Lechler ofrece soluciones "especiales" específicas como el barniz antiarañazos *MC450 Macrofan Autogard* o la línea de efectos especiales *Chroma Flash* que ofrece desde tonos iridiscentes hasta de interferencia luminosa destacando las variantes *Hologram*, *Sideral Silver* o *Sparkling Glass*. También propone las tintas solubles como las *Brilliant Colors* o los pigmentos de color *Fluo Pigments* que se mezclan con bases bicapas creando colores fluorescentes de gran luminosidad y visibilidad. El barniz base agua *HF Hydrofan 2K Clearcoat* de la imagen continúa siendo más destacado de la marca italiana gracias a su acabado excelente y su óptima dureza final que permite realizar todo un proceso de pintado bicapa.



R-M

Colores *Carizzma Special Crystals* de R-M, marca de **Basf Coatings**. Se trata de una gama de once colores de efectos cromáticos que se pueden utilizar para reparar colores especiales basados en pigmentos utilizados por los fabricantes de vehículos. Los efectos conseguidos, gracias a la capa base *Special Crystal Bases*, son sorprendentes. Por ejemplo, el tono *Moonlight River*, con un fondo verde azulado, se transforma en un rojo púrpura intenso si se mira de lado. Por su parte, el *Autumm Mood* pasa del rosa oscuro al turquesa dependiendo del ángulo de visión y la luminosidad disponible.



Roberlo

En la imagen podemos apreciar los barnices especiales de la línea *Kronox* de Roberlo. Ofrece tres referencias UHS 2:1, la *410* de gran versatilidad, la *410 Express* extra rápida y la *710* de altas prestaciones. Destaca por su gran acogida el *Kronox 410*, que aporta excelentes resultados a nivel de brillo y nivelación. El fabricante de Riudellots de la Selva (Girona) ha anunciado el inminente lanzamiento del *Kronox HS420*, un barniz que destacará por su alta resistencia al cambio de temperaturas y por su facilidad de aplicación. Otras propuestas "especiales" Roberlo son el barniz de alta resistencia *Elite 350 HS* o el de alta resistencia y secado rápido *Express Elite 350 HS*.



Sherwin-Williams

Productos Sherwin-Williams. Scottwarren Ibérica es la firma importadora de esta marca cuya línea *A-Tech* cuenta con productos como el barniz antirayado *UHP 750*, el barniz mate *Ultra 790* o el barniz *1K 0500* de reparación al instante. Sherwin-Williams propone al taller de chapa y pintura barnices y soluciones para cualquier tipo de aplicación y que cubren cualquier necesidad del profesional del repintado. Mención especial merece la línea de barnices *Ultra High-Tech* para cualquier temperatura o aplicación o el novedoso barniz *HPC15*, de gran aceptación en Europa y Estados Unidos gracias a la rentabilidad y ahorro de costes que proporciona.



Páginas web de los principales proveedores

www.glasurit.com
www.iciberica.com
www.lechler.it
www.madrid-paints.es
www.ppg.com/coatings/maxmeyer
www.ppg.com/coatings/nexautocolor
www.ppg.com/coatings/refinishspain
www.rmpaint.com

www.roberlo.com
www.sherwineu.com
www.sikkens.es
www.spieshecker.es
www.standex.es

Barniz BESA GLASS/UHS.
Secado ultra-rápido.



NUEVO CATALIZADOR E-247. SECADO EN 15 MINUTOS.

Secado ultra-rápido también a temperatura ambiente.
Permite pulir a los 60 Minutos.
Secado en 15 minutos a 60°
Muy fácil de aplicar.
Compatible con las bases bi-capa agua del mercado.
Excelente brillo, dureza y extensibilidad.
Alto contenido en sólidos, VOC < 420 g/l.
Gran resistencia a los rayos UV.



Bernardo Ecenarro

COMENZAMOS AQUÍ CON UNA SERIE DE TRABAJOS DEDICADOS A COMO PINTAMOS CON EL AERÓGRAFO LAS DIFERENTES PARTES O DETALLES QUE COMPONEN UNA ILUSTRACIÓN

Pintando el rostro humano

En una sola ilustración podemos tener paisaje, animales y objetos. Un paisaje puede tener, cielo, mar, ríos, montañas, plantas, etc. Los animales, ojos, manos, pelo, etc. y los objetos pueden ser de muchas texturas: metales maderas, cristal, etc. Por José Carlos Velasco



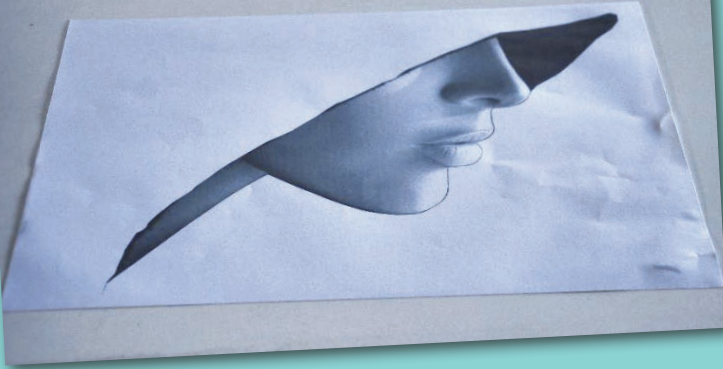
Este primer artículo lo vamos a dedicar al **rostro humano**. Para este trabajo, hemos escogido un tema muy sencillo de realizar: el rostro de perfil de una mujer: **Fig. N°1**. El primer paso consiste en sacar una copia del rostro en nuestra impresora, ampliada al tamaño en el que vamos a pintar: **Fig. N°2**. Esta copia de papel la vamos a utilizar a modo de plantilla, la iremos recortando para marcar los rasgos principales del rostro, todos los cortes los realizaremos sobre una mesa y trasladaremos las piezas hasta el panel donde pintaremos. Comenzamos recortando el contorno del rostro: **Fig. N°3**, acto seguido le damos la vuelta y le vamos colocando trocitos de cinta doblada para que pegue por las dos caras: **Fig. N°4**; continuamos trasladando la máscara a la superficie donde vamos a pintar, esta superficie la tenemos pintada de negro. Con sumo cuidado, la colocamos; la cinta doble nos sirve para que quede sujeta. Cogemos el aerógrafo y fondeamos con pintura blanca el interior del rostro que hemos vaciado: **Fig. N°5**. Pintado de blanco el rostro, retiramos las máscaras del contorno, cogemos la máscara correspondiente al interior y la colocamos justo en el sitio que le corresponde: en la zona que hemos pintado de blanco: **Fig. N°6**. Esta

maniobra la realizamos porque en el paso anterior, para rociar de blanco hemos utilizado máscara levantada y, como no es adhesiva, se nos filtra algo de pintura fuera de los límites del rostro; como se puede observar en la imagen, colocada la máscara, rociamos con pintura negra el contorno de esta manera nos queda perfecto el perfil. El siguiente paso será volver a la mesa de corte, cogemos la máscara interior del rostro y realizamos un corte en la línea inferior de la barbilla: **Fig. N°7**; cogemos el trocito de máscara inferior y lo llevamos a su sitio en el rostro que estamos pintando, cogemos el aerógrafo y sombreamos sobre el corte: **Fig. N°8**. A continuación, volvemos a la mesa de corte y recortamos en la máscara del rostro el agujero de la nariz: **Fig. N°9**, trasladamos la máscara a su sitio, en la cara que estamos pintando, y sombreamos dentro del agujero: **Fig. N°10**. El siguiente paso será volver a la mesa de corte para recortar el interior de la nariz: **Fig. N°11**. Cogemos la parte inferior de la máscara, la llevamos a su sitio y sombreamos el contorno de la nariz: **Fig. N°12**. Marcado el interior de la nariz, sombreamos a mano alzada diferentes partes del rostro para que vaya cogiendo forma y volumen: **Fig. N°13**.

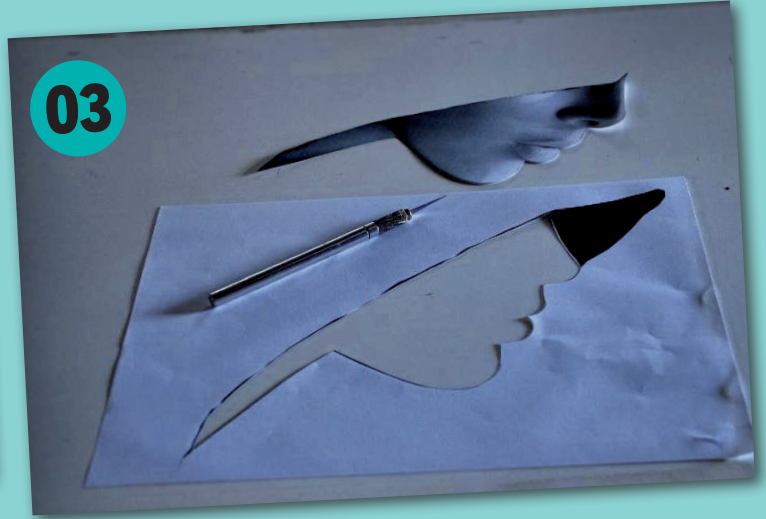
Volvemos a la mesa de corte y recortamos los labios: **Fig. N°14**. Colocamos éstos en su sitio y sombreamos el contorno: **Fig. N°15**; a continuación, cortamos y separamos la parte superior de la inferior del labio, colocamos en su sitio la parte inferior y sombreamos en el corte de esta manera separamos los labios: **Fig. N°16**. Marcado el contorno de los labios comenzamos a darle volumen a mano alzada: **Fig. N°17**. Seguidamente, volvemos a la mesa de corte y recortamos de la máscara primaria vaciada la parte superior que corresponde a la capucha negra que lleva la ilustración: **Fig. N°18**; volvemos a colocar esta máscara en la zona donde estamos pintando, como hicimos en el primer paso: **Fig. N°19** y rociamos con blanco el contorno interior correspondiente a la capucha: **Fig. N°20** y **Fig. N°21**. El último paso será colocar la máscara interior correspondiente a la capucha y rociar con blanco el contorno superior: **Fig. N°22**. Con esto damos por concluido este trabajo, el resultado final lo vemos en la **Fig. N° 23**.

www.aerometal.es
www.cesvimap.com

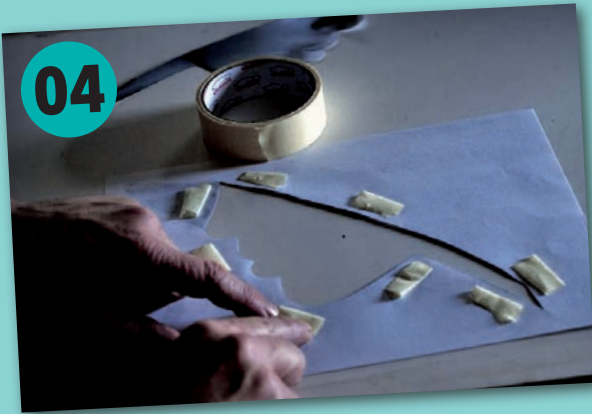
02



03



04



05



06



07



08



09







Diseño - Aerografía - Tuning - Rotulación - Cursos de formación

Velasco
Creación

Meres 38 (Pueblo) 33199
Siero - Asturias - España
velascocreacion@hotmail.com
tlf: - 34-985 985 774
movil: 659 475 091



www.velascocreacion.spaces.live.com

CARROCERÍA

Datos técnicos para la reparación del Seat Altea

Con el Altea, Seat se introduce en el segmento de los vehículos MSV (Multi Sport Vehicle), que combinan la funcionalidad de un monovolumen con las características de conducción de un vehículo deportivo. Presenta un diseño exterior con una línea de cintura muy alta, con predominio claro de la chapa frente al vidrio, lo que le confiere un aspecto robusto.



Identificación

El número de bastidor del Seat Altea aparece troquelado sobre la zona superior del pase de rueda delantero derecho; también es visible a través de una ventanilla situada en la zona inferior izquierda del parabrisas.

La placa del fabricante se sitúa en la zona superior del pase de rueda delantero izquierdo.

También existe una etiqueta de datos del vehículo, que se encuentra adherida al piso del maletero, en el hueco donde va alojada la rueda de repuesto.



Número VIN, troquelado



Adhesivo portadatos

Carrocería

En la fabricación de la carrocería del Seat Altea se han empleado numerosas piezas de acero de alta y muy alta resistencia. Entre los tipos de unión destacan la soldadura láser y el empleo de adhesivos estructurales.

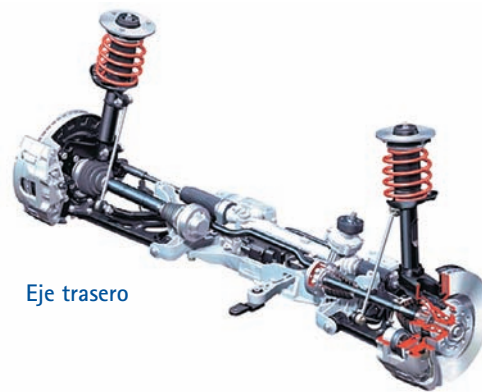
Tres anillos de protección cumplen la función de arco antivuelco y actúan como soporte principal de la estructura. El primer anillo lo componen el marco superior del parabrisas, los pilares delanteros y el perfil anterior del marco de puerta. El segundo, une los pilares centrales con los refuerzos longitudinales del techo y los estribos, formando una H acostada en cada lateral. El tercero está compuesto por los pilares traseros, el marco del portón y el travesaño posterior.

Como novedad, Seat monta, en un vehículo de tracción delantera, un tren de rodaje multibrazo en el eje trasero.

Es llamativa la instalación de los brazos del limpiaparabrisas. Éstos se encuentran ocultos en los montantes del parabrisas (pilar delantero) cuando no se utilizan. De este modo, se evitan ruidos a alta velocidad y se eliminan posibles turbulencias en la parte frontal, que podrían afectar a la aerodinámica.



Barras laterales y anillos de seguridad



Eje trasero



Ubicación de los limpiaparabrisas

Dirección



Testigo de dirección en el tablero de instrumentos

En el Altea se introduce un sistema de servodirección electromecánica. Se caracteriza por la ausencia de circuito hidráulico, siendo un motor eléctrico el que actúa sobre la cremallera y proporciona la asistencia al conductor. Este motor es gestionado por la unidad de control ubicada en el propio conjunto de la servodirección.

Un sensor detecta el par de giro que se aplica en la dirección. En función de este par,



Dirección electromecánica

de la velocidad del vehículo, del ángulo de dirección y de la velocidad con la que éste varía, la unidad de control electrónica calcula el par de asistencia.

Esta dirección también genera un par de servoasistencia que ayuda a mantener en línea recta al vehículo cuando existe un viento la-

teral constante, corrigiendo la posible deriva de la trayectoria. Este mismo par de corrección aparece también en caso de inclinación de la calzada.

En caso de cualquier anomalía en el funcionamiento de este sistema, se enciende un testigo en el tablero de instrumentos.

Sistema de frenos

Incorpora dos novedades, como la función dual-rate (dos velocidades) y la de sobrepresión.

Servofreno dual-rate

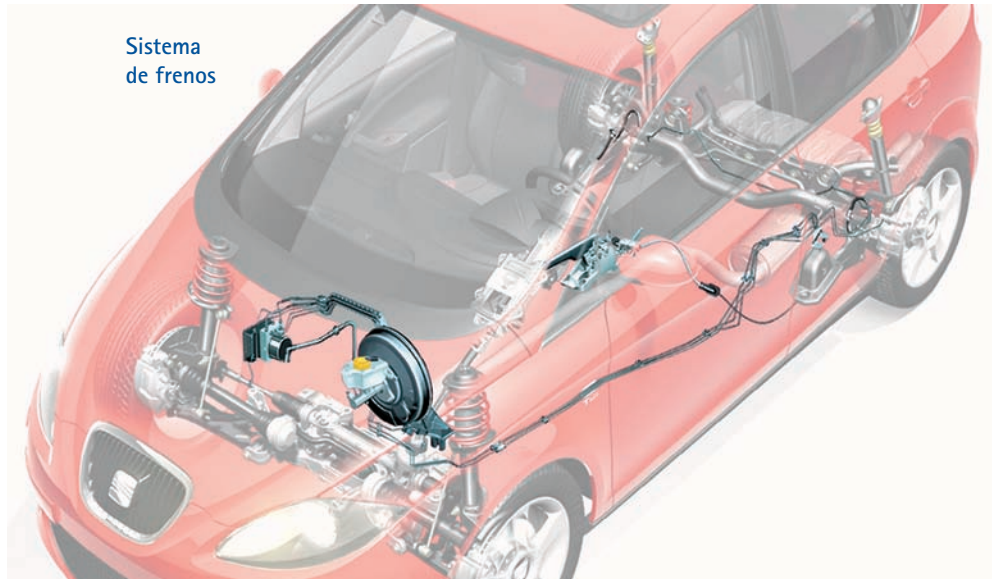
Se trata de un servofreno que permite dos niveles de asistencia diferentes.

Cuando la presión efectuada por el conductor sobre el pedal del freno es baja, la asistencia proporcionada por el servofreno es moderada. Si la presión ejercida por el conductor supera un valor preestablecido, el servofreno aumenta el grado de asistencia. Es importante no confundir esta función con el asistente mecánico a la frenada de emergencia.

Función de sobrepresión

Si los discos de freno alcanzan una temperatura elevada, los coeficientes de fricción entre disco y pastilla disminuyen. Esta anomalía afecta, normalmente, a los frenos del eje delantero, obligando al conductor a realizar un esfuerzo mayor para frenar.

Si la presión en el circuito de frenos es muy



Sistema de frenos

elevada, y el número de revoluciones de la rueda descende lentamente, es señal de que los discos de freno están demasiado calientes. Al detectar esta situación extrema, la electrobomba hidráulica del ESP incrementa

la presión en el circuito de frenos por encima del umbral de actuación del ABS. De esta manera, se puede frenar el vehículo con el mínimo esfuerzo, incluso cuando se ha superado el punto de saturación del servofreno.

Instalación eléctrica

El Altea se caracteriza por instalar una red eléctrica descentralizada y por el incremento de líneas CAN-BUS respecto a anteriores modelos de la marca.

Esto se debe al mayor número de unidades de control que intervienen en la gestión de los diferentes sistemas del vehículo.

Aparte del CAN-BUS, otro protocolo de comunicación utilizado es del tipo LIN-BUS (Local Internet Network). A diferencia

del CAN-BUS, sólo precisa un cable para realizar la transmisión de datos entre las diferentes unidades conectadas. Este protocolo se emplea en la bocina de alarma y en la unidad de control de confort, por ejemplo.

Seguridad

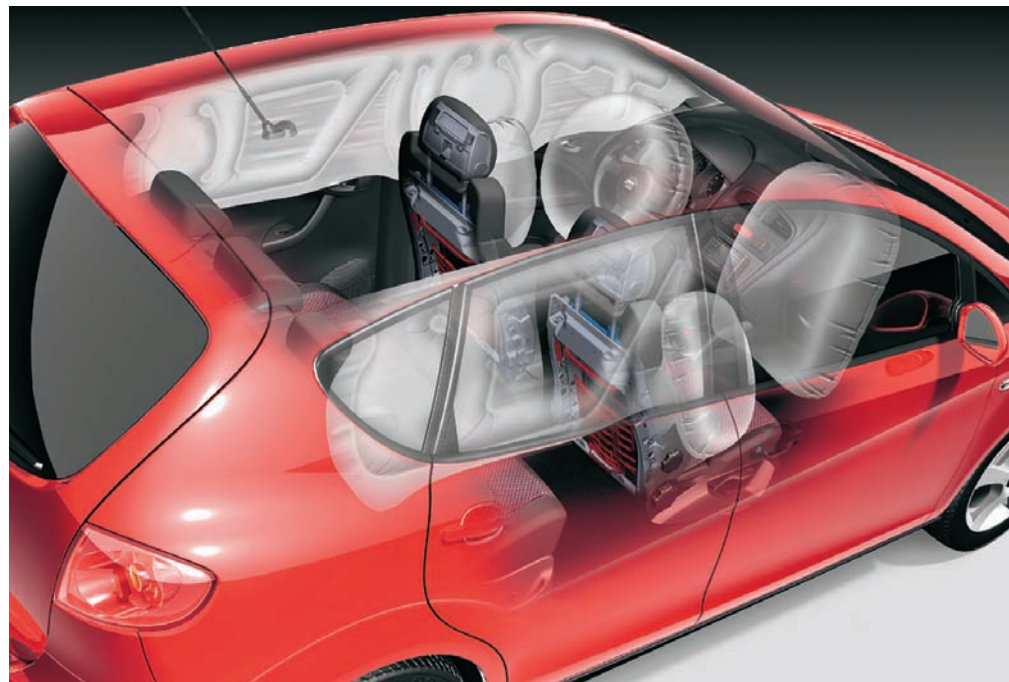
El Seat Altea presenta un elevado nivel de seguridad activa gracias a los sistemas ABS, TCS (control de tracción) y ESP (control electrónico de estabilidad), con asistente de frenada de emergencia.

En cuanto a seguridad pasiva, destacan los reposacabezas activos de los asientos delanteros y seis airbag de serie: conductor y acompañante, laterales y de cabeza.

También dispone de cinturones de tres puntos de anclaje en todas las plazas. Los cinturones delanteros tienen pretensores pirotécnicos, mientras que los asientos traseros incorporan el sistema ISOFIX para fijar sillitas de niños.

Protección de peatones

El Altea se ha diseñado para minimizar los daños a peatones en caso de atropello. Las formas redondeadas y sin aristas son poco lesivas para el peatón; además, la deformación controlada de estas estructuras impide el impacto con las zonas interiores del vehículo como, por ejemplo, la travesía, en el caso de que el impacto afecte a las piernas, o el motor, cuando implique a la cabeza.



Airbags de serie

Tecnología *y pasión*



Hacemos tu trabajo **fácil**
Especialistas desde 1895

AquaMax™ Extra

AquaMax Extra combina la tecnología de pinturas bicapa base agua más avanzada y de última generación, con una herramienta de color que permite la identificación y selección de los colores de forma más fácil y fiable..




TEMA DEL MES ACEITES

> viene de la página 26

La gama Cepsa es impresionante. Ofrece aceites de altas prestaciones como los de la línea Xtar y variantes para todo tipo de uso con las líneas Star y Platinum.




CEPSA LUBRICANTES

 Madrid. La petrolera española fabrica, comercializa, distribuye e importa la marcas de lubricantes **Cepsa** y **Ertoil**. La primera es una referencia del mercado, tanto por ventas como por oferta disponible, tanto para turismo como para vehículo industrial. Mención especial merecen los aceites Cepsa *Xtar*, desarrollados para los turismos con motores de última generación. Dentro de esta línea sobresalen formulaciones como la *Mega Synt* 5W30, de carácter universal; la *Xtar TDI* 5W30 504 507, un 100% sintético especialmente desarrollado para todos los modelos del grupo Volkswagen-Audi con o sin intervalos de mantenimiento flexible (WIV) y con inyector-bomba de última generación o la *Xtar Mega Tech* 5W30 DPF, un aceite también 100% sintético de última generación desarrollado para ser compatible con motores de altas prestaciones diésel y gasolina equipados con convertidores catalíticos y sistemas de postratamiento de gases (DPF o TWC), sistemas cada vez más comunes en el mercado. Otras líneas para turismo Cepsa que tienen una gran demanda en el mercado son las *Star* o la *Platinum*,

que ofrecen variantes sintéticas, semisintéticas, especiales de alto kilometraje, "economizadoras" de combustible, para motores diésel turbo alimentados, etc. Las novedades de Cepsa se están centrando en cumplir con la última revisión de las normas ACEA publicadas en 2008. Como consecuencia de ello, los últimos lubricantes cumplen con las cada vez más exigentes normas de emisiones Euro. Buen ejemplo de ello son los novedosos Cepsa *Euromax*, *Eurotrans* y *Eurotech* para vehículo industrial. La línea *Euromax* se compone de aceites minerales o semisintéticos que cumplen con la norma Euro IV. Los *Eurotrans* son aceites 100% sintéticos compatibles con la Euro V sin DPF que destacan por su larga vida útil y protección del motor mientras que los *Eurotech* cumplen con las normas Euro V con DPF y Euro VI y es una línea de lubricantes de bajo contenido en cenizas totalmente compatibles con los sistemas de postratamiento de gases y especialmente diseñados para evitar la pérdida de efectividad de estos sistemas. Proporcionan un elevado nivel de protección y limpieza a los motores.


CHEVRON ESPAÑA

 Paterna (Valencia). Su oferta más destacada para la posventa del automóvil son las líneas *Havoline* y *Ursa* de la marca **Texaco** para turismo y vehículo industrial respectivamente. Con la primera, propone formulaciones como la *Havoline Energy MS* 5W30, un lubricante de alto rendimiento economizador de combustible especialmente desarrollado para su uso en modelos Peugeot y Citroën o la *Havoline Synthetic* 506.01 0W30, un 100% sintético especial para motores del Grupo Volkswagen. De la gama *Ursa*, merece especial mención el *Ursa Premium FE* 5W-30, un UHPD de bases sintéticas y aditivos de última tecnología para motores diésel de altas prestaciones y que proporciona un largo intervalo de cambio.




Aceite 10W40 de Havoline, línea de lubricantes para turismo de la marca Texaco.

GALP ENERGÍA

 Alcobendas (Madrid). La petrolera de origen portugués suministra al *aftermarket* de lubricantes las marcas **Galp** y **Mobil**. Bajo marca Galp ofrece un buen número de formulaciones, algunas de elevadas prestaciones como la *Energy Ultra*, un aceite 100% sintético para motores de alto rendimiento o el *Formula LongLife III*, lubricante que permite alargar los intervalos de sustitución. La familia de producto *Formula*, muy extensa, satisface cualquier tipo de necesidad al contar con variantes sintéticas, semisintéticas y minerales. En cuanto a la gama Mobil, aún siendo amplia, da clara prioridad a las prestaciones y al rendimiento. Buen ejemplo de ello es la línea *Mobil 1* con formulaciones como 0W40 que cuenta con la aprobación y recomendación de marcas como Mercedes, Porsche o BMW.

ENI IBERIA

 Alcobendas (Madrid). La filial española de la petrolera de origen italiano propone la gama de lubricantes **Agip**, una de las marcas más conocidas del mercado. Su oferta es completa y satisface cualquier tipo de demanda, ya sea de turismo como de vehículo industrial. Por citar alguna formulación concreta, destacaríamos la línea *Tec sint* para turismo que ofrece aceites de alta calidad y elevadas prestaciones como el *Tec sint SX* 0W40. También ofrecen altas prestaciones aunque un escalón por debajo las referencias *Sint*, que destacan por la protección que ofrecen al motor. Para "todos los públicos", Agip propone una gran variedad de aceites como los de la familia *Formula*, los *Universal*, los *Superdiesel* y *Supermotoroil* o los 7004, 7005, 7006, 7007 y 7008. La oferta para vehículo industrial también es amplia, las líneas *Sigma*, *Master* o *Diesel Turbo* suman más de una decena de formulaciones.

LOS LUBRICANTES PARA AUTOMOCIÓN,
LA OPCIÓN DEL PROFESIONAL

LA GAMA CEPESA

Se trata de la máxima evolución de la gama de lubricantes para turismos y vehículos comerciales ligeros; una gama de lubricantes de última tecnología, de alto rendimiento y bajo consumo, concebida especialmente para turismos de altas prestaciones con motores de última generación.



Gama CEPESA Profesional

La gama hace frente a las nuevas exigencias de los modernos diseños de motores diésel equipados con sistemas de reducción de emisiones de los vehículos industriales: camiones, autobuses, maquinaria de obras públicas, etc.

Da respuesta a la reducción importante del contenido de azufre de los nuevos gasóleos (desde enero de 2009 este contenido bajó de 50ppm a 10ppm), combatiendo la nueva problemática surgida con la excesiva producción de hollín (soot) en el cárter de los motores EURO III/IV equipados con sistemas de recirculación de gases (EGR), cuando utilizan los gasóleos actuales.

Esta familia de productos excede todas las nuevas especificaciones que están exigiendo los constructores y satisface los requerimientos concretos de cada cliente, en función del tipo de flota que presente, atendiendo a los máximos criterios de rentabilidad y simplificación.

Se ha logrado responder a las necesidades de los clientes con atención especial a la evolución del mundo de las motos y sus desarrollos tecnológicos renovando las gamas CEPESA 4T, 2T y Mantenimiento para obtener el máximo rendimiento de la maquinaria en cualquier tipo de aplicación y exigencia.



Gama CEPESA Xtar

La gama CEPESA Xtar dispone ahora de seis lubricantes específicos de alto rendimiento en las condiciones más severas, que responden a los últimos y cada vez más exigentes requerimientos de los fabricantes de automóviles.

Xtar Mega Synt 0W30 100% sintético de alto rendimiento.

Xtar Mega Synt 5W30 100% sintético de alto rendimiento, especialmente indicado para motorizaciones Opel, BMW y Mercedes Benz.
Xtar Mega Tech 5W30 DPF Sintético de última tecnología compatible con filtros de partículas diésel y convertidores catalíticos gasolina.

Xtar TDi 5W30 504 507 Sintético para todos los vehículos gasolina y diésel del Grupo VW (VW, Audi, Seat, Skoda).

Xtar TDi 5W40 505 01 Sintético para lubricar sin desgaste las motorizaciones de inyección diésel directa, turbocompresor y control electrónico de la gestión del motor.

Xtar Eco Tech 5W30 DFP producto 100% sintético de última generación especialmente diseñado para optimizar la eficacia y la vida de motores con sistemas post-tratamiento de gases y proporcionar ahorro de combustibles.

Gama CEPESA Moto



Más información en www.cepasa.com

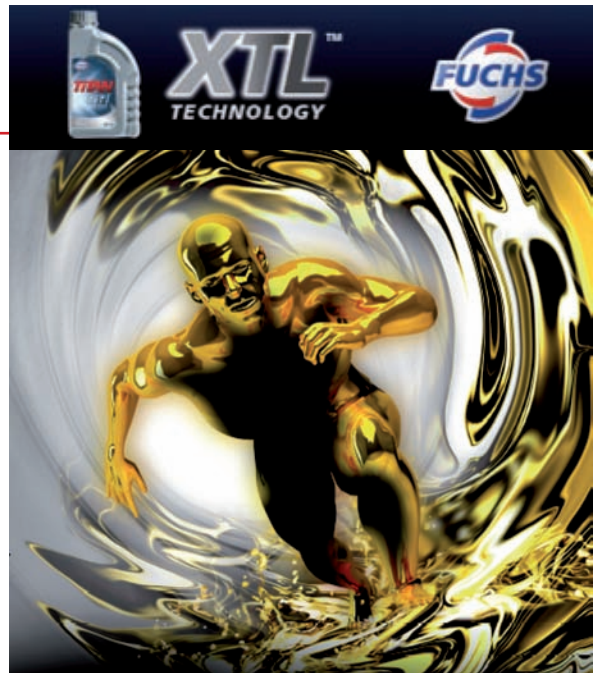


TEMA DEL MES ACEITES

FUCHS LUBRICANTES



Castellbisbal (Barcelona). La sucursal española del fabricante alemán de lubricantes **Fuchs** ha lanzado recientemente una nueva tecnología para sus aceites de motor. Denominada XTL (*Xtreme Temperature Lubrication*), proporciona reservas de rendimiento adicionales y de larga duración gracias a la utilización de unas bases especiales de rendimiento muy superior a las bases convencionales utilizadas hasta ahora. El resultado es logra un índice de viscosidad más alto que se traduce en un mayor rendimiento en condiciones ambientales extremas así como una mayor resistencia al envejecimiento. Según un estudio de Fuchs, los aceites con tecnología XTL aportan un mejor arranque en frío porque la circulación del aceite es un 55% más rápida, permiten ahorrar hasta un 1,7% de combustible y el gasto de aceite se reduce hasta en un 18%. Los aceites *Titan GT1 SAE 0W20*, *Titan GT1 pro Flex SAE 5W30*, *Titan GT1 Pro C-3 SAE 5W30* y *Titan GT1 SAE 5W40* se benefician de la nueva tecnología XTL. A través de la línea *Titan*, Fuchs dispone de una amplia gama de aceites para turismo y vehículo industrial. La oferta para turismos supera las quince formulaciones entre las que podemos encontrar economizadoras de combustible, aceites para motores de altas prestaciones, multigrados con base mineral, etc. La gama *Titan* para vehículo industrial también es amplia: ocho referencias repartidas entre las líneas *Cargo*, *Truck* y *la Universal* de aceites monogrado cubren cualquier tipo de necesidad a los profesionales del transporte.



Los nuevos aceites Fuchs con tecnología XTL aportan una mayor fiabilidad en el arranque y mayor resistencia al envejecimiento.

IADA



Vilobí del Penedès (Barcelona). Esta firma fabricante de productos químicos ha apostado por la versatilidad en su oferta de lubricantes la cual cuenta con pocos productos pero muy variados. Las variantes sintéticas son cuatro, el *Adrax Synthetic 10W40*, el *Adrax Plus SAE 5W40 Fully Synthetic*, el *Techno+SAE 5W40* y el *Lynx 5W30 Fully Synthetic*. Se presentan como sintéticos para motores de última generación pero son asequibles en cuanto a precio. La oferta en minerales multigrado también consta de cuatro productos los cuales destacan por su óptima relación calidad-precio. Son los siguientes: *SAE 20W 50 Evolution*, *Super Multigrado 20W50*, *15W40 Diesel* y *Multigrado 15W40 TDI-GTI Diesel-Gasolina*. Por último, los más asequibles son los minerales monogrado *Serie 3 SAE 30* y *Serie 3 SAE 40*. La gama **Iada** también se ocupa del vehículo industrial a través de los lubricantes *Energy 10W40 UHPD* (un 100% sintético para vehículos de uso severo) y el *Multigrado 15W40 SHPD*.

IMPORMÓVIL



Tres Cantos (Madrid). La distribuidora madrileña merece especial mención porque opera con una marca propia en este mercado. Además de proporcionar a sus clientes la gama completa de lubricantes **Motul**, pone a disposición de ellos la gama de lubricantes de su marca propia **Metaltech**. El portafolios de productos Metaltech incluye variantes 100% sintéticas como la fórmula 5W40, semisintéticas como la 5W30 o minerales como los aceites 10W40, 15W40, 20W50 y 80W90.

DISLOMAR



Murcia. Fabrica y distribuye la marca **Petroline** cuya gama se actualiza constantemente. A día de hoy, dispone de lubricantes sintéticos de alta tecnología como las formulaciones 5W30, 5W40 y 5W50 y una línea de base sintética compuesta por las fórmulas 10W40 y 15W50 para turismo y variantes SHPD, UHPD y THPD para motores diésel de vehículo industrial. La oferta se completa con las variantes minerales 15W40, 20W40 y 20W50 y con los monogrados SAE 30 y SAE 40. Los sintéticos 5W30 y 5W40 se presentan como los aceites "estrella" de la gama Petroline. El primero de ellos, además, es el producto más novedoso. De hecho, los últimos productos incorporados a la cartera de productos Petroline es toda la gama de motor 5W30, desde el semisintético hasta el 100% sintético para la norma VW 504 y 507. La gama de aceites Petroline está disponible en envases de 1, 5, 25, 50 y 205 litros y en contenedores de mil litros.

Aceite especialmente desarrollado para motores turbodiesel de Petroline, marca fabricada y distribuida por la murciana Dislomar.



LUBRICANTES Y ADITIVOS BARD AHL



Alcobendas (Madrid). Fabrica, importa y distribuye una de las marcas tradicionales de este mercado, **Bardahl**. Su oferta, disponible en envases de 1, 5, 50 y 208 litros es amplia disponiendo de variantes sintéticas, semisintéticas y minerales para turismo y vehículo industrial. La línea más destacada y más novedosa es la *C60 Fullerene* también denominada de formulación polar. Bardahl ha desarrollado una formulación a la que se le ha introducido moléculas de *fullerene* que actúan como micro-rodamientos esféricos que aportan un extra de protección para así conseguir una triple acción: contra el desgaste, reducción de la fricción y de los depósitos. Estas moléculas polares crean una segunda línea de defensa contra el desgaste a la vez que reduce los rozamientos así como la creación de depósitos. La gama *C60 Fullerene* cuenta con cinco variantes, las *XTC 15W50*, *XTC 10W40* y *XTC 5W40* y las *Technos 5W40* y *5W30*, éstas dos últimas para vehículo industrial. También siguen teniendo una gran aceptación aceites Bardahl más veteranos como los *XTC Syntronic* 100% sintéticos, los *XTC GTI/TDI* y *XTC Super* o la línea *XTG*. Para vehículo industrial sigue proponiendo soluciones como el *XTC Diesel Extra SHPD* o el *Eurotruck 15W40*.

REPSOL



Madrid. La petrolera española proporciona, bajo las marcas **Repsol** y **CS**, una de las ofertas más amplias del mercado, sobre todo con la primera de las



La amplia línea Élite de Repsol propone aceites lubricantes de última generación.

marcas, con Repsol. Dentro de ella encontramos todo tipo de variantes y formulaciones, tanto para turismo como para vehículo industrial. Algunas de las más destacadas son la *Repsol Élite Long Life 50700/50400 5W30* o la *Repsol Élite Evolution Fuel Economy 5W30*. La primera de ellas es un lubricante de tecnología sintética que cumple con los requerimientos de los motores de última generación del Grupo Volkswagen Audi y sobresale por su larga duración. El *Fuel Economy 5W30*, como su propio nombre indica, permite ahorrar combustible en condiciones normales de conducción. Otros aceites Repsol más asequibles son el mineral *Inyección 15W40*, los multigrado *TDI 15W40*, *Súper 20W50* y *Multi G Gasolina 20W40* o el semisintético *Injection 10W30*. La oferta Repsol para vehículo industrial también es muy amplia proponiendo infinidad de formulaciones entre las que destacan, por sus prestaciones, la *Diesel Turbo VHPD 5W30* o la *Diesel Turbo UHPD 10W40 Mid SAPS*. En cuanto a la gama CS, no es tan amplia como la Repsol pero sí versátil y se presenta como la más ajustada en la relación calidad-precio. Tanto para turismo como para vehículo industrial, propone aceites minerales multigrado y monogrado.

DIRECTORIO WEB

- | | |
|--|--|
| www.adparts.com
www.adr98.com
www.agerauto.es
www.amaliepetroquímica.com
www.aselube.com
www.bardahl.es
www.bp.com
www.castrol.com
www.cecauto.com
www.cepsa.com
www.cogelsa.com
www.chevron.com
www.davasa.es
www.dipart.es
www.dynamic-brugarola.s.com
www.eniiberia.com
www.es.total.com
www.europart.es
www.eurotaller.com
www.exxonmobil.com
www.fuchs.es
www.galpenergia.com
www.gecorusa.com
www.grunosur.com
www.grupauto.es | www.gsautobat.com
www.holyauto.com
www.iada.es
www.impormovil.eu
www.krafft.es
www.liv-indurain.com
www.lubricantes-sash.com
www.metallube.es
www.motul-lubricantes.com
www.olipes.com
www.petroline.es
www.petronas.com
www.proquimetal.es
www.proquisur.com
www.quilosa.com
www.repsol.com
www.serca.es
www.shell.es
www.sigaus.es
www.sunoilspana.com
www.texaco.es
www.trusaco.es
www.vadisa.com
www.verkol.es
www.vitess.es |
|--|--|

PETRONAS
SYNTIUM



MERCEDES GP PETRONAS
FORMULA ONE TEAM

NACE EN LA F1. VIVE EN TU MOTOR. SYNTIUM: LA SÍNTESIS ENTRE EL CIRCUITO Y LA CARRETERA.



FLUID TECHNOLOGY



TEMA DEL MES ACEITES

PROQUIMETAL



 Leganés (Madrid). La cartera de productos de esta firma distribuidora incluye la gama de aceites **3CV Motor Oil** que cuenta con varias formulaciones de interés como la última en llegar, la 10W40, un aceite sintético especialmente desarrollado para motores diésel que cumplen con las normativas Euro IV y Euro V, que se equipan con un filtro de partículas DPF/CRT o que incorporan un tratamiento catalítico de emisiones tipo SCR. Este aceite se caracteriza por proteger los sistemas de tratamiento de emisiones y por prevenir la obstrucción del filtro de partículas amén de aportar una rápida lubricación en arranques en frío así como una alta protección antidesgaste. Otros lubricantes 3CV destacados son el 5W30, un sintético de larga duración especialmente formulado para modelos Volkswagen, Mercedes y BMW, el 5W40, el Long Life 10W40 con bases sintéticas y minerales, el 20W50 para gasolina o el 15W40 para motores diésel TDI/HDI. Incluso dispone de formulaciones para vehículo industrial (diésel pesado) como las 15W40 SHPD y SAE 40.



3CV propone formulaciones sintéticas, Long Life, semi-sintéticas y minerales. Proquimetal es el distribuidor de esta gama.

MOTUL IBÉRICA



Barcelona. Filial española de la francesa **Motul**, marca de referencia en el mercado de lubricantes y que para turismo ofrece cuatro grandes líneas de producto, la *Specific*, la *8100*, la *Technosynthese* y la *Mineral*. La *Specific* es la más destacada a nivel de prestaciones al proporcionar lubricantes 100% sintéticos desarrollados para responder a las exigencias específicas de los fabricantes. Dentro de ella encontramos fórmulas como la *Specific LL-04 5W40* especial para motores BMW y Mini; la *Specific 504.00-50700 5W30*, para motores del grupo Volkswagen-Audi de nueva generación Euro IV con intervalos de cambio de aceite extendidos con FAP o la *Specific Ford 913C 5W30*, un "Fuel Economy" para motores Ford, Mazda, Aston Martin, Land Rover y Jaguar equipados, o no, con filtro de partículas. En cuanto a la gama *8100*, a través de ella propone aceites de bajo contenido en cenizas sulfatadas, fósforo y azufre (Low SAPS) como los *Eco-Clean 5W30* (C1 y C2) y *X-Clean 5W40* (C3) y *X-Clean 5W30* (C3) así como un buen número de variantes 100% sintéticas. Los *Technosynthese* y *Mineral* tienen como destino los motores menos modernos y menos exigentes a nivel de normativas. Son más asequibles a nivel de precio y ofrecen interesantes productos como el aceite *6100 Synergie 10W40*, la gama *4100* (10W40 y 15W50) o las gamas minerales *4000* (15W50, 15W40 y 20W50) y *2000* (15W40 y 20W50). Motul también propone lubricantes para coches de competición como la gama *300V Motorsport* y para vehículos clásicos (la gama *Classic*). La oferta para vehículo industrial abarca tanto aceites 100% sintéticos, como multifuncionales y minerales. Comercializados bajo la línea *Tekna*, las casi veinte formulaciones disponibles (sintéticas, *Fuel Economy*, *Long Drain*, monogrado, etc.) cubren cualquier tipo de necesidad.



Aceite 8100 X-Clean + 5W30 de Motul, un 100% sintético Low SAPS.

PROQUISUR



Rute (Córdoba). Bajo marca propia **Dimasoil**, este fabricante y distribuidor andaluz propone un elenco de aceites de motor compuesto por variantes minerales, semisintéticas y sintéticas para turismo y vehículo industrial que se presenta en envases de 1, 5, 50, 200 y 1.000 litros. El lubricante Dimasoil "estrella" de la gama es el 10W40 sintético el cual supera las especificaciones más exigentes y proporciona una elevada resistencia al desgaste, a la corrosión y a la oxidación. Así mismo, aporta altos niveles de detergencia y dispersancia que le permite prolongar el cambio de aceite hasta los 30.000 kilómetros. Su alto grado de viscosidad garantiza un fiable arranque en frío así como ahorrar combustible. La última novedad, sin embargo, es el 5W40, otro aceite sintético que también supera múltiples especificaciones y que está especialmente indicado para los motores sometidos a extremos cambios térmicos y que, por tanto, exigen un aceite resistente a la degradación química y muy estable a nivel térmico. Capaz de mantener sus propiedades hasta 30.000 kilómetros este nuevo aceite da prioridad a la limpieza del motor al reducir al máximo la formación de lodos en el cárter y al prevenir la obstrucción de los filtros gracias a sus propiedades antioxidantes, dispersantes y detergentes.



Lo último de Dimasoil, la marca de Proquisur, el aceite 5W40, un sintético capaz de durar 30.000 kilómetros.

*Perfectos
en todas las situaciones.*



Elige la calidad original. Siempre.

En el sector automovilístico, las nuevas tecnologías de fabricación exigen productos de muy alta calidad. Los filtros UFI, instalados de serie por las principales marcas, están en grado de satisfacer en todo momento los más altos estándares de calidad. También en el caso de los filtros de aire, las sofisticadas técnicas de fabricación y la elección de los materiales han permitido a UFI crear productos originales de avanzada tecnología.



UFI[®]
FILTERS



TEMA DEL MES ACEITES

SUN OIL OPAL

Lubricante Synturo Mistral 15W30. Este aceite 100% sintético es la última novedad de Sunoco, marca distribuida en España por Sun Oil Opal.



Alcobendas (Madrid). Dedicada a la distribución de **Sunoco**, la oferta de esta marca de aceites propone variantes sintéticas como la *Synturo Mistral 5W30*, *Synturo Xenon 5W40*, *Synturo Sportivo 5W50* y *Synturo Racing 10W60*; semisintéticas como la *Titanium Futura 10W40* y *Heavy Duty Euro HPD 10W40* y minerales como la *Energy Forza 20W50*, la *Heavy Duty XHPD 15W40* y la *Agrotrac Range 10W30* y *10W40*. Apuntar que las *Heavy Duty* son aceites para vehículo industrial y las *Agrotrac*, para vehículo agrícola. Los aceites sintéticos están disponibles en envases de 5 y 205 litros y los semisintéticos y minerales en envases de 5, 20, 60, 206, 208, 210 o 1.000 litros. El lubricante más destacado de la gama Sunoco es el *Synturo Mistral 15W30*, un 100% sintético especialmente desarrollado para dar servicio a los motores de última generación gasolina y diésel y que cumple con las máximas exigencias de los principales fabricantes de automóviles, entre ellos DaimlerChrysler o Grupo Volkswagen. Disfruta de propiedades que le permiten alcanzar una larga vida útil (*Long Life*) y ahorrar combustible (*Fuel Economy*).



SHELL ESPAÑA



Madrid. La gama **Shell** es otra de las referencias del mercado, sobre todo a nivel de calidad. Su oferta, también amplia, se estructura en las líneas *Helix* para turismo y *Rimula* para vehículo industrial. Dentro de la gama *Helix* dispone de las variantes *Ultra* (100% sintéticos), *HX7* y *HX6* (de tecnología sintética), *HX5* (mineral Premium) y *HX3* (mineral). Todos ellos están formulados con la tecnología de aditivos de limpieza activa *Active Cleansing Agents*. Algunas de las formulaciones más destacadas son la *Ultra 0W/5W40* para motores con sistema de recirculación de gases y que proporciona largos intervalos de cambio o la *HX7 C 5W40*, para motores de última generación pero sin filtro de partículas. Las últimas formulaciones de la gama *Helix* en incorporarse al catálogo han sido las *Ultra AF 5W30*, *Ultra AT-L 5W30*, *Diesel Ultra AF-L 5W30*, *Ultra AG 5W30*, *Ultra AV 0W30* y *Ultra AS 0W30*. Todas ellas son *Long Life*, varias de ellas *Economy Fuel* (ahorradoras de combustible) como la *AF 5W30*, *AF-L 5W30*, la *AG 5W30*, la *AV 0W30* o la *AS 0W30* y algunas de ellas *low SAPS* (de bajo contenido en azufre, fósforo y cenizas) como las *AT-L 5W40*, *AF-L 5W30* y *AG 5W30*. Todas están especialmente desarrolladas para marcas como Ford, Fiat, Mazda, Mitsubishi, Jaguar, Grupo Volkswagen Audi, Volvo, etc. La gama *Shell Rimula* para vehículo industrial se estructura en las líneas *R6* (100% sintéticos), *R5* (tecnología sintética), *R4* (mineral Premium) y *R2* (mineral). Toda la gama, que satisface todas las demandas del sector, está formulada bajo la tecnología de aditivos de protección "energizada" (*Energised Protection*). Tanto la línea *Helix* como *Rimula* se comercializan en envases de 1, 4, 5, 20, 209 y 1.000 litros.



La familia Ultra de la gama Helix de Shell propone lubricantes 100% sintéticos. En la imagen, la formulación 5W40. Toda la gama Shell cuenta con aditivos con propiedades limpiadoras.

TOTAL ESPAÑA



Madrid. La filial española de la petrolera de origen francés opera en este mercado a través de las marcas **Total**, **Elf** y **Gulf** con las que suministra aceites para turismo y vehículo industrial. La gama propuesta abarca lubricantes 100% sintéticos, semisintéticos y minerales disponibles en formatos de 1, 5, 208, 1.000 litros o a granel. Destacan formulaciones como las 10W40, 5W40 y 5W30 que cumplen con las normas API y ACEA más demandas y exigentes del mercado y con las últimas homologaciones de los constructores y los últimos aceites en incorporarse al portafolios de producto son 100% sintéticos ahorradores de combustible destinados a proteger a los motores de última generación gasolina y diésel. Son lubricantes ya compatibles con los filtros de partículas y con los últimos sistemas de postratamiento de gases. Adentrándonos en las líneas más destacadas de las distintas marcas, juegan un papel protagonista las líneas para turismo *Quartz* y *Classic* de Total, las *Solaris*, *Excellium*, *Evolution* y *Prestigrade* de Elf o las *Progress* y *Energy Saving* de Gulf. Dentro de la línea *Quartz* encontramos aceites como el *Low SAPS Quartz Ineo ECS 5W30* especial para motores del grupo PSA o el *Quartz 9000 5W40* que ofrece una elevada protección del motor. Elf también ofrece productos de altas prestaciones como el *Excellium Full Tech 0W30* mientras que la gama Gulf destaca por su óptima relación calidad-precio. La oferta para vehículo industrial de estas tres marcas también es amplia. Total propone la línea *Rubia*; Elf, la *Performance* y Gulf, la *Gulfleet*.



Uno de los aceites más destacados de Total, el Quartz Ineo ECS 5W30 especialmente desarrollado para motores del grupo PSA. Total España también comercializa las marcas Elf y Gulf.



Eduardo de Lecea
Director General
de SIGAUS

EL TALLER, PUNTO DE PARTIDA PARA EL RECICLAJE DEL ACEITE USADO

Los talleres de mantenimiento y reparación de vehículos son uno de los puntos donde se genera una mayor cantidad de aceite usado. Cada año se producen en estos talleres cerca de 100.000 toneladas de este residuo peligroso. La vigente normativa ambiental establece que tengan que cumplir con prácticas obligatorias que garanticen la correcta gestión del aceite usado.

Así, el taller, en su papel de generador de aceites usados, debe cumplir una serie de exigencias respecto del manejo de este residuo. Entre ellas, cabe señalar:

- Extraerlo con las debidas medidas de seguridad, evitando su derrame.
- Depositarlo en recipientes que permitan su buena conservación, sellados y etiquetados.
- Almacenarlo en un lugar seguro: lugares preferiblemente cubiertos y con suelo impermeable. En el caso de depósitos subterráneos, evitando sus efectos nocivos sobre el suelo, de forma que se evite su fuga o vertido al medio ambiente.
- Evitar su mezcla con agua u otros residuos no oleaginosos (carburantes, anticongelante...).
- Disponer su almacenamiento en instalaciones que faciliten el acceso de los vehículos de recogida.
- Entregarlo a un gestor autorizado.

SIGAUS, entidad responsable del Sistema Integrado de Gestión de Aceites

Usados, vela por el cumplimiento de estas obligaciones y se encarga de gestionar la recogida del aceite usado que se genera en los talleres de toda España. Lo hace a través de gestores de residuos peligrosos autorizados con los que tiene firmado acuerdos o contratos, lo que hace posible que para el taller la recogida de este residuo sea gratuita en cualquier punto de España, siempre que se cumplan determinadas especificaciones técnicas cuyo objeto es evitar la mezcla con otros residuos y facilitar su posterior tratamiento.

Y como medida de apoyo, SIGAUS ha venido realizando campañas de comunicación en talleres de toda España informando sobre la necesidad y obligación de gestionar el aceite usado adecuadamente. En este sentido, la labor de SIGAUS supone una garantía legal y medioambiental para el taller ya que el aceite usado es recogido y tratado en las mejores condiciones, asegurando su máximo aprovechamiento. Una garantía que se hace extensible a los clientes de los talleres.

SIGAUS LANZA EL PROGRAMA TALLER COLABORADOR

La correcta gestión del aceite usado en los talleres es un valor añadido para sus clientes. Por ello, SIGAUS ha puesto en marcha un Programa mediante el cual otorgará un

distintivo a aquellos talleres que realicen operaciones de cambio de aceite y que acrediten el cumplimiento de la normativa respecto a la gestión del aceite usado. El Programa Taller Colaborador incrementa el valor del servicio ofrecido por los talleres, informando a sus clientes que participan en la recogida y reciclaje del residuo, y que gracias a esto se evita el impacto ambiental del mismo. Los talleres que se inscriban recibirán varios carteles de señalización que identifican claramente que el taller, gestiona correctamente el aceite usado, colabora en el proceso de su reciclaje y manifiesta un compromiso con la protección del medio ambiente.

Además, con este distintivo, el taller podrá comunicar más eficazmente a sus clientes la existencia de un sistema que garantiza la recogida y tratamiento del residuo, así como el porqué del cobro de la llamada "aportación SIGAUS": 0,06 por cada kg de aceite nuevo adquirido por el automovilista.

Para participar en el Programa, SIGAUS ha habilitado la página web www.tallercolaborador.sigaus.es en la que el taller puede introducir sus datos y recibir de forma gratuita el material identificativo. Además, al darse de alta podrá formar parte del buscador "Taller Colaborador Sigauss" que se ubicará en la página www.sigauss.es, y que contendrá los datos de todos los talleres participantes, consultables geográficamente.

Especialistas en **filtración y térmico**

imprefil



Av. Artesanos, 38
28760 Tres Cantos (MADRID)
Tel: 902 180 726 - Fax: 918 034 756

Delegación Cataluña: IBARFIL, sl.
Escultor Ordóñez, 164 - 08016 BARCELONA
Tel: 902 180 398 - Fax: 933 594 265



imprefil@imprefil.com • www.imprefil.com



DIEZ AÑOS DE AUTOMECHANIKA EN EL PAÍS DE LA PLATA

Apuesta de éxito

Fue en 2000 cuando Messe Frankfurt llevó a Argentina su marca más reconocida, Automechanika. Desde esa primera edición de la feria, el evento no ha hecho más que crecer en importancia y capacidad de convocatoria entre todos los países del Mercosur. En esta su sexta edición, además, ha conseguido concitar los intereses del mercado posventa mundial incluso ante una coyuntura económica general difícil. Es la mayor Automechanika en área de influencia y expositores fuera del gigantesco evento de Frankfurt.



El mercado iberoamericano de posventa del automóvil tiene mucho crecimiento por demostrar. No se trata de un mercado maduro como en Europa ni sobresaturado como en Estados Unidos, sino que es un mercado joven, con muchas posibilidades de expansión en términos de cobertura del territorio y de la población y en el que el parque de vehículos tiene una media de edad alta que va rejuveneciendo poco a poco sin grandes picos.

En Argentina, concretamente, la industria del automóvil va camino de fabricar **un millón de unidades** este 2010. Las ventas de vehículos nuevos llegarán sin duda a superar los 660.000 automóviles en 2010, mientras que el parque

móvil de automóviles en todo el país alcanza ya los **13 millones** [estimaciones en base a datos de 2008, los últimos disponibles]. De esta cifra, se calcula que el parque vivo está en cerca de 8,5 millones de automóviles, con un 40% de vehículos de 9 años o menos de antigüedad, según datos de la DNRPA (el equivalente a la DGT española).

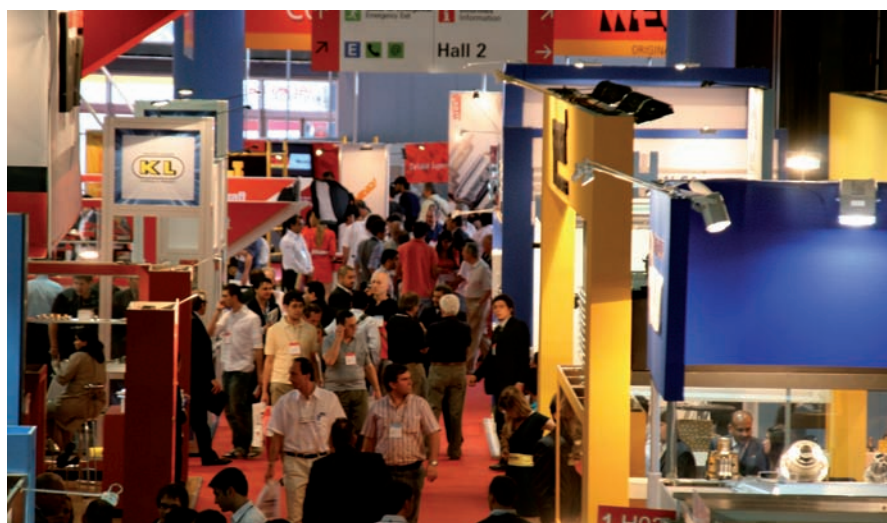
Esto significa que hay muchos vehículos antiguos que mueven un mercado de piezas de recambio importante en volumen aunque menos en precio, pero a cambio hay un creciente número de vehículos *jugosos* para la posventa independiente en el tramo entre los 4 y los 10 años. Además, Argentina en particular y toda Iberoamérica en

general es un territorio extenso en el que el automóvil es más que un medio de transporte: es una herramienta básica de comunicación, lo que lo hace irremplazable para mucha gente.

Profesionalización marcada

La edición 2010 de **Automechanika Argentina**, organizada como siempre por **Indexport Messe Frankfurt**, tuvo lugar en el recinto ferial de la Sociedad Rural Argentina en el centro del barrio de Palermo de Buenos Aires entre el 17 y el 20 de noviembre pasados. El evento llega a su sexta edición reflejando todos estos cambios de la sociedad y la industria del automóvil, al mismo tiempo que nota también el efecto (inútil sería negarlo) de la crisis mundial.

Ciertamente, las cifras de visitantes y expositores con respecto al año anterior cayeron, aunque no dramáticamente. Si en 2008 se dieron cita más de 42.000 visitantes, este año la cifra se quedó a un paso de los 40.000 (**39.896 para ser**

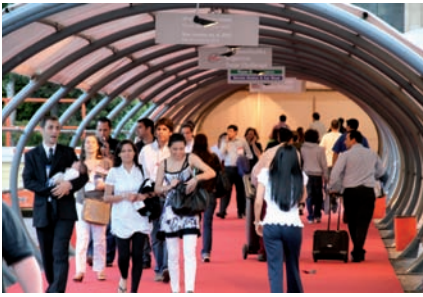


Pasillos bastante llenos aunque algo menos que hace dos años en Automechanika Argentina. De más de 42.000 a algo menos de 40.000 visitantes.



Aunque el principal visitante de Automechanika Argentina sigue siendo el taller, este año parecía haber un aumento significativo del visitante de grandes compras.

Espanoles en el mundo



La cercanía en fechas con la celebración del Rally Dakar Argentina Chile se dejaba notar en Automechanika. El raid más duro del mundo es muy querido en el continente sudamericano.

exactos). Los expositores también se redujeron, pasando de algo más de 570 a **542**. Aún así, echando un vistazo a los datos y comparando con nuestra experiencia vivida allí al pasear por sus pasillos, la internacionalización de la feria sigue siendo indiscutible: **226 firmas** expositoras de **23 países** y visitantes de **44 países**.

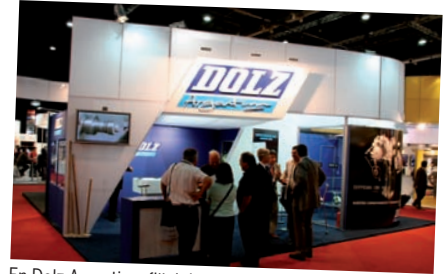
Aunque en cifras la *internacionalidad* de los visitantes no fuera tan diversa como en 2008, sí pudimos constatar que **el nivel de visitantes subió**, de un modo parecido a lo que sucede con Automechanika Frankfurt y que viene a ser el estandarte de la feria, que puede presumir con motivos de llegar al visitante con poder de decisión en la industria del automóvil y no sólo al *paseante de feria*.

En resumen, Automechanika Argentina es una buena feria a la que ir cuando se trata de comercializar productos o servicios no ya sólo en el mercado argentino, sino teniendo la meta de alcanzar todos los países del área de influencia Mercosur, incluido un gigante como Brasil, de interés creciente para la industria europea. ●

i www.automechanika.com.ar



Valentía y estrategia en la primera presencia directa en Automechanika Argentina de los chicos de Eurofren, con sus marcas Road House, Remsa y Woking.



En Dolz Argentina, filial de Industrias Dolz dirigida por Jorge Abalovich, estaban de celebración por el 75 aniversario de la fundación de la marca de Jesús Dolz Bases.



IR Argentina es la filial de Industrias del Recambio y Talosa, los especialistas en conjuntos de dirección y suspensión. Tienen también presencia en Brasil e India.



Brothers Rodamientos trae a Argentina los productos de la maña A&S Fersa, una marca en expansión desde la entrada de Going Investment, compañía dirigida por Carlos Oehling.



Hugo Valetto, distribuidor Festool, confía en la calidad de las pistolas de pintura y sistemas de compresión de aire de Sagola.



La Casa del Renault, recambista especializado en la marca del rombo francesa, cuenta con los productos de Oran, Phira, Airtex y Glaser entre sus piezas de reposición.

TUNING MARÍTIMO

Empieza a ser una tradición que durante la Automechanika Argentina se celebre el Tuner Challenge, una competición de **tuning** en la que este año el reto fue personalizar dos vehículos durante los días de la feria. Lo extraordinario de esta segunda edición fue que en este caso se **tuneó** un BMW 318i Cabrio y una lancha Sea Ray 180 Signature equipada con motor V8... Las modificaciones realizadas por el equipo de especialistas (formado por empresas expositoras en la feria) pudieron seguirse en directo durante los días de la feria, no sin despertar el enorme interés del público asistente que se arremolinaba el último día alrededor del stand del Tuner Challenge esperando escuchar el rugido del motor del BMW

en el ritual de su puesta en marcha... Los cambios realizados en los dos vehículos ascendieron a un total de 240.000 pesos argentinos (unos 46.000 €).



NEGOCIO PARA TODOS

Uno de los actos paralelos que cuentan con mejor acogida entre los visitantes profesionales y especialmente hablando de aquellos *decisores* son las rondas de negocios. Durante la **3ª Ronda Internacional de Compradores Autopartistas** de este año se celebraron 675 entrevistas entre compradores y vendedores, un alto porcentaje de las cuales reporta negocio y ayuda a aumentar en positivo el balance de participación en la feria. Tomaron parte en este programa compradores internacionales provenientes de Bolivia, Brasil, Colombia, Egipto, España, Francia, México, Rusia y Sudáfrica.

Tampoco faltaron las charlas técnicas formativas coordinadas por la **Automechanika Academy**. Se desarrollaron casi 40 encuentros, en los que profesionales de la reparación y estudiantes dedicados al automóvil invirtieron tiempo de su visita a la feria en capacitación. Hubo un contingente de 600 mecánicos pertenecientes a Federación Argentina de Asociaciones de Talleres de Reparación de Automotores y Afines (FAATRA) que visitaron la feria y después asistieron a las 5 conferencias preparadas específicamente para ellos por algunas de las firmas expositoras.



Glasurit



Checkstar-Magneti Marelli



Bosch Car Service



Taranto



NGK



Federal-Mogul



Beru



AG Resortes



Motorcraft



Launch

CVA
(Control Vehicular Argentino)

Goodyear



LOS 68 DE AUTOMECHANIKA



Cuando Automechanika Argentina cumple 10 años de vida y 6 ediciones es porque hay mucha gente apoyándola detrás. Durante la inauguración oficial del evento, el 18 de noviembre, los organizadores no dudaron en reconocer el apoyo que el sector de la industria del automóvil argentino les ha prestado durante todo este tiempo. Así, se entregó un reconocimiento a las **68 empresas** que exponen en Automechanika Argentina desde su primera edi-

ción, desde la que el crecimiento en expositores alcanza el 140%. En el acto de apertura de la feria intervinieron **Fernando Gorbarán**, Presidente de Indexport Messe Frankfurt; **Stephan Kurzawski**, máximo responsable mundial (a punto de retirarse de este cargo) de la marca Automechanika; **Fabio Rozenblum**, Presidente de la Asociación de Fábricas Argentinas de Componentes (AFAC); **Horacio Cepeda**, Jefe de Gabinete del Ministerio de Industria de la Nación; y **Juan José Bertero**, Ministro de la Producción de la Provincia de Santa Fe. También hubo reconocimiento al décimo aniversario de Automechanika Argentina: Fabio Rozenblum entregó una placa a Fernando Gorbarán para celebrar la efemérides.

ZF Aftermarket



Schaeffler Group (LuK, INA, FAG)



CADA VEZ MÁS INTERNACIONAL

Automechanika Argentina se está proyectando a mercados exteriores cada vez con más fuerza. Fueron numerosos los pabellones nacionales que acudieron a la cita bonaerense: desde India a Turquía, desde Canadá a Corea, México o China, fueron muchos los que tuvieron su representación oficial en el evento. De hecho, el pabellón 4, nuevo en esta edición de Automechanika, contenía un abultado contingente de expositores asiáticos prácticamente en exclusiva. Lo extraño, vistas las concomitancias idiomáticas, culturales y comerciales entre Argentina y España, es que nuestro país no esté aún inequívocamente representado y la aparición de empresas españolas se limite a la presencia de distribuidores de la región sudamericana, con la muy honrosa excepción de Dolz, Industrias del Recambio (ambas con delegación propia en Argentina) y Eurofren (nueva este año y de presencia directa). ¿Para cuándo un pabellón oficial español promovido por Sernauto en la feria?

Valeo



Freudenberg-Corteco



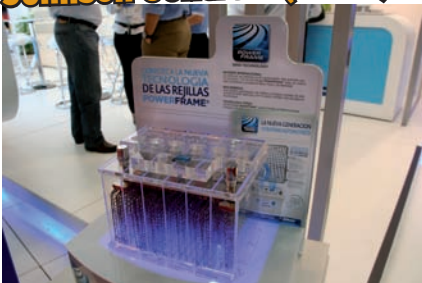
Mann+Hummel



Norton



Johnson Controls (Varta)



Loctite



Gates



Altissimo (Omer)



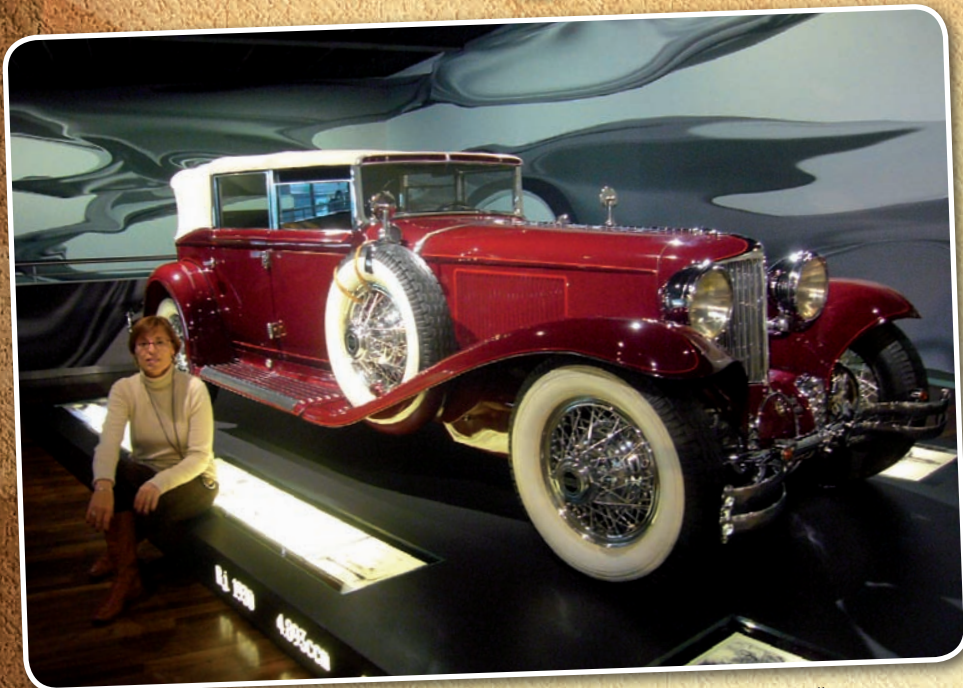
Y PRÓXIMAMENTE...

Aprovechando que cruzamos el Atlántico para visitar Automechanika Argentina, nos interesó visitar algunas de las compañías argentinas que más trato tienen con España y el mercado europeo. Estuvimos en las sedes de Altissimo (Omer), AG Resortes y Taranto, tres grandes empresas con grandes planes para nuestro país. Lo podrán leer en los sucesivos números de nuestra revista en una miniserie dedicada a la industria autopartista argentina.



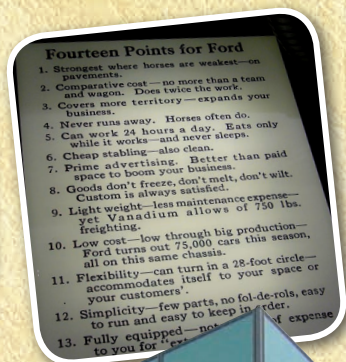
UN PASEO POR EL ZEITHAUS DEL VW AUTOSTADT EN WOLFSBURG

La nostalgia no es un error



Yvonne Rubio, directora de MRyT, frente al Cord Phaeton del fabricante americano, Auburn Automobile Corporation; un vehículo capaz en la época (1929), de llegar a los 130 Km/h...y el preferido de Al Capone.

En este tema, Simone Signoret no tenía razón, así que la parafraseamos para negar su afirmación: pasear por el museo de la ciudad del automóvil que Volkswagen ha construido en Wolfsburg es un placer... siempre y cuando te gusten los coches retro, ¡claro!



La oportunidad de visitar **Autostadt**, la ciudad del automóvil de Volkswagen, la brindaba el equipo español de **ContiTech Power Transmission** en España, liderado por **Catherine Chatellard** y **Manel Real**, como pudieron conocer en la anterior edición de nuestra cabecera (*MRyT 332, noviembre, pp 24 a 27*); desde luego, como les dijimos, el paseo por las 25 hectáreas (una parte, al menos) mereció la pena.

Pero nos quedamos con las ganas de enseñarles con un poco más de detalle los estupendos vehículos que el museo alberga, algunos modelos más que encontramos en otros los pabellones, y en cualquier rincón de esta curiosa ciudad.

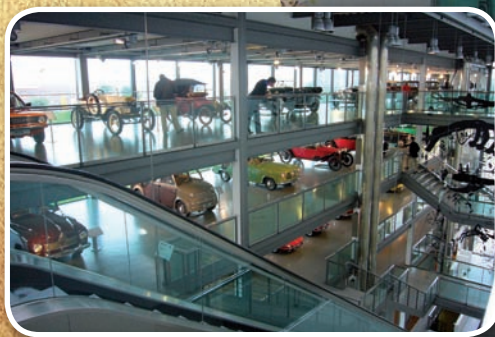
Como este es el número de diciembre...ahí va un regalo navideño...esperamos que lo disfruten tanto como nosotros.

ZeitHaus Museum, homenaje a la memoria

Se trata de uno de los museos multimarca más visitados del mundo; con una colección denominada "Automobile Milestones" (Hitos de la Automoción), que fue inaugurada en 2008, alberga 50 marcas y casi 200 modelos de todas las épocas, que son contextualizados con informaciones (fotos, textos,

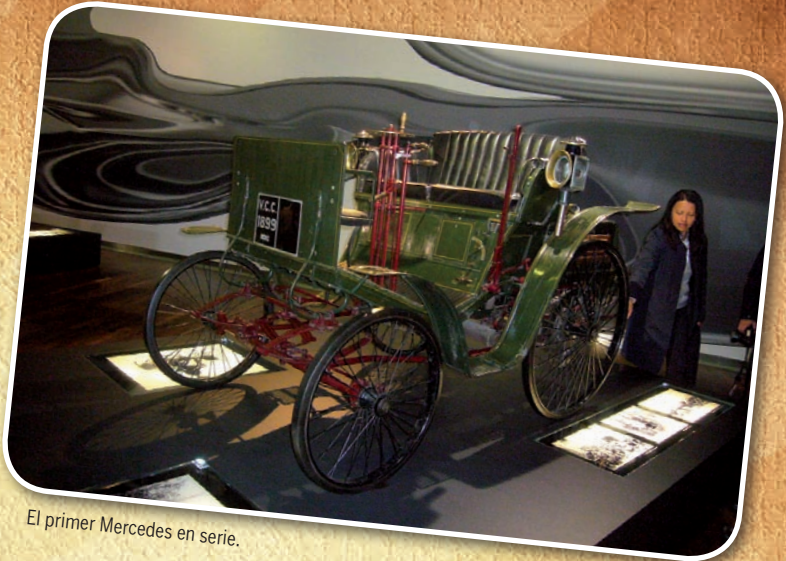


El ZeitHaus está situado en un moderno edificio de cuatro plantas, los modelos disponen de fotos, informaciones y documentos que contextualizan la época.





El primer vehículo Mercedes. Fabricado en 1886 por Gottlieb Daimler, fue la señora Berta Benz quien que circuló por primera vez durante 16 horas hasta Mannheim (una distancia de 100 Km) gracias a su motor de dos caballos.



El primer Mercedes en serie.



El primer vehículo con neumáticos...un LK (Laurin & Klement) fabricante que luego sería adquirido por Skoda.



Hanomag (Hannoversche Maschinenbau AG) 2/10PS "Kommissbrot", un vehículo popular.



Rolls Royce Silver Phantom de 1922.

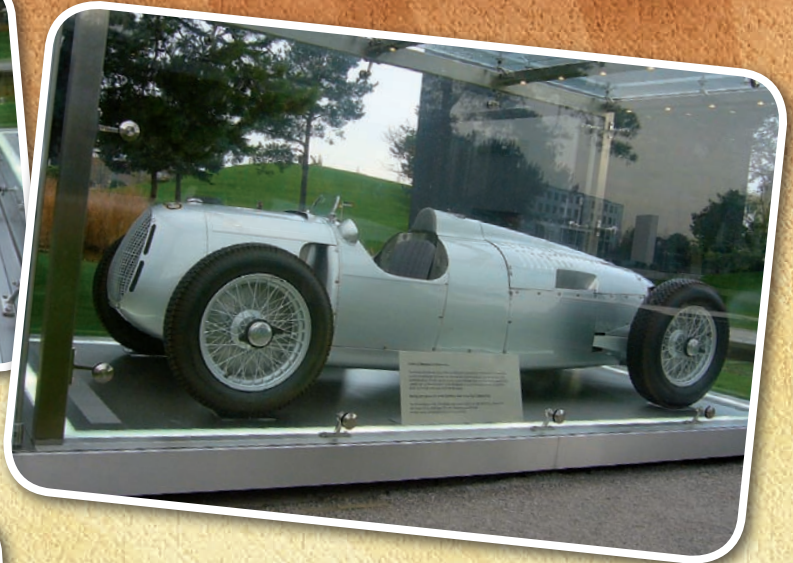
detalles, documentos) que los sitúan como *trend setters* en su época. Conservados en perfecto estado (y es que funcionan, porque de vez en cuando participan en exhibiciones o rallies clásicos), son una buena forma de posar la mirada en otros tiempos y disfrutar de la belleza de las formas retro.



Horch, el lujo alemán de 1932 para reyes y millonarios.



El Flecha de Plata, un Auto Union construido con el motor de 550CV de Ferdinand Porsche en 1954, uno de los bólidos más rápidos de la historia, que pilotó Juan Manuel Fangio cuando fue campeón de Formula 1.



"Horch" significa escuchar; cuando su fundador, August Horch, tuvo que crear otra marca eligió "audi", que significa lo mismo, pero en latín; cuando se unieron Horch, Audi, DKW y Wanderer se creaba Auto Union AG, naciendo los cuatro aros entrelazados, que han perdurado como logo para Audi.



Cadillac V-16, lanzado en 1930.



El VW Tipo 1, popularmente conocido por "escarabajo", creado por Ferdinand Porsche. Este era el suyo.



Edición conmemorativa del VW Tipo 1 cuando alcanzó el primer millón de unidades producidas, en 1955.



La T1 de VW, un clásico surfero...



Jaguar E-Type del 61.



Un Porsche 911 en rabioso rojo...



Lamborghini Miura 1966. La marca de superdeportivos creada por un fabricante de tractores, Ferruccio Lamborghini, con planta cercana a la de Enzo Ferrari en Maranello, surgió de una disputa: Don Ferruccio se quejó de los embragues de Ferrari a su propietario; Don Enzo le despreció, mandándole "a fabricar tractores"; Lamborghini, herido en su orgullo, desmontó el vehículo y viendo que el proveedor de la pieza era el mismo que el que abastecía sus tractores, decidió emplearlos para un modelo mejor (deliciosa anécdota relacionada con recambios y proveedores, ¿no?). Juzguen si lo consiguió o no...en cualquier caso, se dice que quien quiere SER alguien se COMPRA un Ferrari...pero quien ES alguien ya TIENE un Lamborghini...(iiiay, los piques de los italianos!!!!).



Lamborghini Diablo del 1990; toma el nombre de un bravísimo toro español. Contrariamente a lo que se dice, a Ferruccio Lamborghini no le gustaban los toros; su símbolo del zodiaco era Tauro, y de ahí el logotipo y los referentes taurinos.



Citroën 2CV...para gente encantadora.



Golf I, de 1974; uno de los modelos más vendidos de la historia que va por la versión VI...que se dice pronto.



Para terminar, el más moderno, pero absolutamente espectacular; Se trata del Bugatti Veyron, de 1001 CV, construido en carrocería de plata líquida, que no está en el museo, sino en el Premium ClubHouse del Grupo; un lujo con las iniciales EB (Ettore Bugatti, que si bien nació en Milán tenía la planta en Alsacia, Francia y en 1998 fue adquirida por el Grupo VW); sólo cuesta 1,1 millones de euros.



www.concedecoche.com

78 Noticias:

SEAT, Mercedes-Benz, GANVAM, Audi

79 Actualidad:

Nuevas instalaciones Lexus en Barcelona

80 Eventos:

Foro de Automoción GANVAM

82 Eventos:

XIX Congreso de FACONAUTO

84 Contacto:

Dacia Duster, Skoda Fabia, BMW Serie 5 GT, Kia Sorento

BREVE



José Antonio Moreno es el nuevo director de posventa de **Audi** en **España** (*Audi Service Manager*). Moreno, que asumió el cargo el pasado 1 de noviembre, era hasta ahora responsable a nivel mundial de marketing y estrategia posventa en **SEAT**. En la marca española ha desempeñado varios cargos y funciones desde 1987.

www.audi.es

LO HAN RECIBIDO QUINCE CONCESIONARIOS Y TALLERES

MERCEDES ENTREGA LOS PREMIOS SENSA

Mercedes-Benz España entregó por séptima edición los **Premios SEINSA** a través de los cuales reconoce a los concesionarios y talleres que han destacado por su gestión medioambiental y por la calidad de los servicios prestados a los clientes. Quince concesionarios y talleres de todo el ámbito nacional han recibido este galardón. La marca alemana ha valorado de los premiados su eficiencia en los procesos, la reducción de sus consumos de energía, la protección del medio ambiente y una cuestión posventa fundamental, el incremento de la satisfacción del cliente y del personal que trabaja en las instalaciones.

Mercedes-Benz España ha implantado en su red de concesionarios un concepto integral de procesos de trabajo que distingue entre la labor medio ambiental y la gestión de posventa. Respecto a la primera, Mercedes ha conseguido reducir los consumos de energía de recursos naturales e incluso ha implan-



tado un sistema propio de gestión de residuos (*Mercedes-Benz Recycling System*). En cuanto a la gestión posventa, la marca de la estrella garantiza una atención personalizada y un servicio homogéneo en todos los puntos de la red comercial.

www.mercedes-benz.es

PROLONGA LOS INTERVALOS Y ESTARÁ DISPONIBLE EN TODA LA GAMA

NUEVO SISTEMA DE MANTENIMIENTO VARIABLE SEAT

SEAT ha presentado un nuevo servicio posventa, un **sistema de mantenimiento variable** que permite prolongar los intervalos de las revisiones y que informa al conductor sobre los kilómetros que le faltan para realizar el próximo servicio de mantenimiento. Para garantizar la fiabilidad del vehículo aunque se alarguen los mantenimientos, esta fórmula advierte al conductor en caso de que el nivel de aceite esté demasiado bajo o las pastillas de freno desgastadas a pesar de que queden bastantes kilómetros por recorrer hasta la siguiente revisión.

Con este sistema de mantenimiento variable, el conductor de un SEAT puede estar hasta dos años o 30.000 kilómetros sin pisar un concesionario oficial de la marca española con el consiguiente ahorro económico y de molestias. Todo aquellos clientes que compren cualquier modelo SEAT puede contratar este servicio.

SEAT ha explicado cómo determinar este mantenimiento variable. La estimación de los intervalos de servicio se consigue mediante



un algoritmo en el cuadro de instrumentos que recalcula continuamente el intervalo de servicio según los parámetros de temperatura del aceite, índice de hollín, consumo de combustible por cilindro, índice de desgaste del aceite y el tiempo. En el funcionamiento del sistema intervienen el cuadro de instrumentos, la centralita del encendido y un sensor de nivel y temperatura de aceite alojado en el cárter.

www.seat.es

2011 SE PREVÉ DIFÍCIL PARA LAS ÁREAS DE TALLER Y DE RECAMBIO

PERSPECTIVAS PESIMISTAS EN LOS CONCESIONARIOS

Los concesionarios no solo lo están pasando mal por la caída de ventas. El área de posventa también tiene sus dificultades, dificultades que se comentaron recientemente en el Foro organizado por **GANVAM**, la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor.

Juan Antonio Sánchez Torres, presidente de GANVAM, advirtió: *"si hasta la fecha las áreas de taller y recambio venían actuando como salvavidas de los concesionarios, amortiguando la bajada de las ventas, a partir del año próximo veremos cómo la posventa se lleva la peor parte ya que acusarán la bajada del parque circulante. La rentabilidad aportada por la posventa es esencial. Las políticas de optimización de recursos y de incremento de la productividad en posventa serán esenciales"*.

Estas declaraciones son todo un aviso a navegantes. Los últimos

datos revelan que el **área de recambios** aporta cerca del **20% de las ventas** y la actividad de **taller de mecánica y chapa** supone el **7%**. Asimismo, las actividades relacionadas con recambios y talleres, que aportaron hasta el 55% a la rentabilidad en 2010, se verán afectadas de lleno en este último trimestre por la disminución del parque automovilístico, la bajada de los márgenes y la acusada caída de los pasos por taller.

www.ganvam.es



París 82

Esta es la dirección del nuevo punto de venta de Lexus en la ciudad condal. Junto con las instalaciones de la calle Tuset, juegan un papel clave en el desarrollo de la marca de lujo de Toyota en nuestro país ya que entre las dos copan el 10% del total de las ventas de vehículos Lexus en España.

► **Lexus** ha puesto en marcha recientemente unas **nuevas instalaciones** en el **número 82** de la **calle París** de **Barcelona**. Pertenecientes a la firma **Lexus Barcelona**, tal como explicó su consejero delegado, **Joan Llavina**, el centro de la calle París es amplio ya que cuenta con 600 metros cuadrados de exposición de vehículo nuevo y de ocasión y más de mil metros cuadrados destinados a parking y a ofrecer diversos servicios para el cliente como el de taller para realizar mantenimientos y reparaciones, financiación, asesoría, etc.

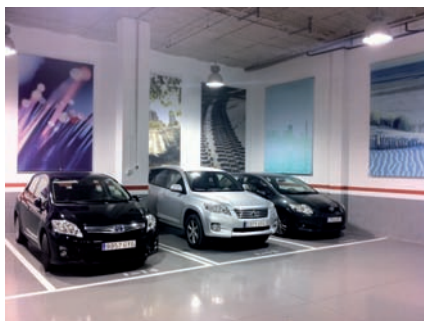
Lexus Barcelona

Como ya hemos comentado, las instalaciones de Lexus en la calle París pertenecen a la empresa Lexus Barcelona la cual también posee unas instalaciones en el número 23 de la **calle Tuset** que también son muy extensas y ofrecen multitud de servicios de venta y posventa. Prueba de la intensa actividad que lleva a cabo es que sus talleres asisten al año unos 4.000 vehículos. Estos dos puntos de venta son muy importantes para la marca de lujo de Toyota ya que generan el 10% de las ventas totales de Lexus en España. En la actualidad, Lexus cuenta con 28 puntos de venta repartidos por todo el territorio nacional. Desde el inicio de su actividad en 1992 Lexus Barcelona ha realizado inversiones de más de tres millones de euros y ya ofrece a sus clientes más de 4.500 metros cuadrados de instalaciones en la ciudad condal. Tal como subrayó Llavina: "el objetivo de Lexus Barcelona es superar las expectativas de sus potenciales clientes cuando piensan en una marca de automóviles "Premium" ofreciendo un producto con la última tecnología y el más refinado diseño en unas instalaciones apropiadas para hacerle su visita lo más grata posible". 📍

www.mundolexus.com



Las instalaciones de Lexus en la calle París disponen de 600 metros cuadrados de superficie de exposición.



Los clientes también se benefician de un amplio parking.



Zona de taller.

Nuevo modelo en 2011: el CT 200h

Aprovechando la visita a las instalaciones de Lexus en la calle París de Barcelona, **José Antonio Galve**, responsable de relaciones públicas de Lexus España, anunció que en 2011 iniciarán la comercialización de un nuevo modelo, el **CT 200h**, el primer compacto Premium de la marca.

Como no, el nuevo vehículo apostará por la tecnología híbrida ya que montará el sistema **Lexus Hybrid Drive** de segunda generación. Con unas medidas de 4,32 metros de largo y 1,76 de ancho, el CT 200h se presenta como un duro rival para modelos como el Audi A3, el BMW Serie 1 o el Alfa Romeo Giulietta.



LA PATRONAL ANALIZÓ LA FRAGILIDAD DEL SECTOR AUTOMOVILÍSTICO EN UN ENTORNO ECONÓMICO INCIERTO DURANTE SU FORO DE AUTOMOCIÓN EN MADRID, LANZANDO LA PREVISIÓN DE UN MAL AÑO PARA LAS OPERACIONES DEL TALLER Y LOS RECAMBIOS EN LOS CONCESIONARIOS

GANVAM busca salidas



Convocando a miembros de la administración, expertos en economía de la Confederación de Empresarios, docentes de programas de estudios especializados en automoción, profesionales de diversas compañías vinculadas a la distribución de automóviles, etc. trató de centrar problemas para hallar soluciones.

► La cita propuesta por **GANVAM** patronal presidida por **Juan Antonio Sánchez Torres** se desarrolló en la sala *José María Cuevas* de la sede de la **CEOE**, y contó con una nutrida asistencia que pudo atender las intervenciones del director general de Industria del Ministerio de Industria Turismo y Comercio, **Jesús Candil**, el director del departamento de Economía de la CEOE, **Enrique de Lama**, el director en España de Snap-On Business Solutions, **Pedro Jiménez**, el director del Programa Superior de Automoción del Instituto de Empresa, **Ricardo Conesa** y el director general de Autoscout24, **Gerardo Cabañas**.

Unión sin fisuras, Ajustar costes y equilibrar plantillas para salir de la crisis

Sánchez Torres calificó de "dramática" e "insostenible" la situación de la distribución de





Jesús Candil (i) y José Antonio Sánchez Torres, presidente de GANVAM

vehículos, que ha perdido más de 30.000 empleos y destruido cerca de un millar de pymes concesionarias.

Solicitó a la administración una interlocución con los fabricantes, importadores y vendedores, con el fin de constatar la situación real de la economía y buscar posibles salidas a la crisis de un sector que está íntimamente relacionado con la evolución económica. Abogó, además, por la unión sin fisuras de todo el sector, dejando al lado las diferencias y personalismos para, entre todos, alzar una sola voz en defensa de los intereses de un "mercado deprimido". Los vendedores prevén cerrar el año con unas ventas de entre 950.000 y 970.000 unidades, prácticamente idénticas a las registradas en 2009.

El presidente de Ganvam apuntó algunas claves para la recuperación del sector: ahorro inteligente de costes, ajustar las plantillas equilibradamente, y avanzar en la formación y en la información de las empresas.

El Gobierno quiere planes de incentivos temporales

Jesús Candil, manifestó que los planes de incentivos a la demanda debe tener un carácter temporal como medida de choque ya que, de prolongarse en el tiempo, perderían su eficacia para estimular las ventas de automóviles. Candil hizo un repaso por las actuaciones puestas en marcha por el Gobierno en estos últimos dos años con el fin de incentivar el sector como fueron el Plan VIVE basado en la financiación, el programa 2000E de ayudas

directas a la compra o el Plan de Competitividad destinado, principalmente, al sector de la fabricación.

El director de Industria señaló que uno de cada cuatro turismos matriculados en los dos últimos años contaron con ayudas, consiguiendo así revertir la situación del sector que, estando mal, tiene una mejor situación a la vivida entre finales de 2008 y principios de 2009, periodo en el que las ventas de coches sufrieron desplomes por encima del 40%.

Quiso apuntar datos positivos: que las matriculaciones del mercado español están todavía por encima de la media de los países de la UE-15 ya que mientras éstas acumulan un retroceso del 4% hasta octubre, en España todavía mantienen signo positivo con un crecimiento en torno al 10% en lo que llevamos de año, que España fue el segundo productor europeo, con 2,2 millones de unidades, solo por detrás de Alemania y relevando a Francia y que el sector automoción sigue siendo vital para el conjunto de la economía española ya que representa el 7% del empleo industrial y más del 22% de las exportaciones.

Problemas en 2011 para el taller y el recambio en los concesionarios

Los concesionarios de automóviles despedirán 2010 en números verdes por los pelos y gracias a los rápeles pagados en diciembre por las marcas, como gratificación por alcanzar unos objetivos de volumen en el conjunto del año, según el informe elaborado por Snap On Business Solutions. La patronal

revisa al alza del 0% al 0,1% su previsión de rentabilidad para las redes de distribución; el 75% de la facturación de una concesión procede de las ventas de vehículos nuevos y usados, recambios aporta cerca del 20% de las ventas y la actividad de taller de mecánica y chapa supone el 7%. Las actividades relacionadas con recambios y talleres, que aportaron hasta el 55% a la rentabilidad en este año, se verán afectadas de lleno en el último trimestre por la disminución del parque automovilístico, la bajada de los márgenes y la acusada caída de los pasos por taller.

2011 será especialmente dramático en términos de rentabilidad para los concesionarios debido a unas previsiones de matriculaciones por debajo de las 900.000 unidades –que es el mínimo aceptable para poder "salir adelante" con los negocios- y también a la caída del parque automovilístico, que afectará de lleno a la actividad de posventa ya que hará más difícil obtener una rentabilidad aceptable en un futuro próximo. En palabras de Sánchez Torres, "si hasta la fecha las áreas de taller y recambio venían actuando como salvavidas de los concesionarios, amortiguando la bajada de las ventas, a partir del año próximo veremos cómo la posventa se lleva la peor parte ya que acusarán la bajada del parque circulante. La rentabilidad aportada por la postventa es esencial. Las políticas de optimización de recursos y de incremento de la productividad en posventa serán esenciales".

www.ganvam.es

EL XIX CONGRESO DE FACONAUTO REVELA LA INCERTIDUMBRE DE UN MERCADO QUE TOCARÁ FONDO EN 2011

Los concesionarios se desangran



No son muy buenas las perspectivas que el canal posventa marquista tiene ante sí; si sigue la tendencia de caída de ventas y matriculaciones de vehículos, la federación de asociaciones de concesionarios augura la desaparición de un tercio de ellos.

► El mercado de la automoción tocará fondo el año que viene, y la última mitad de este año, con caídas en las ventas del 50% y coincidiendo con el final de las ayudas oficiales a la adquisición, ha sumido en la incertidumbre a las pymes concesionarias, que van a tener que enfrentarse sin mucha potencia financiera con un mercado bajo mínimos de cara a 2011.

Este fue el panorama que se dio a conocer en el **XIX Congreso de FACONAUTO**, celebrado en Madrid, y al que asistieron más de 400 concesionarios de toda España.

Datos negativos

Según datos de la consultora *MSI*, las ventas de coches caerán en 2011 un 11%, alcanzando



Blas Vives, secretario general de FACONAUTO, dirigiéndose a los asistentes flanqueado en la mesa por la directiva de la federación de concesionarios: Antonio Romero-Haupold, su presidente y el recientemente incorporado Alfonso Nogueiro.

únicamente las 879.000 unidades vendidas, es decir la mitad de las unidades que se vendieron en 2007, el último año "normal" en el sector. Respecto a este año, se prevé que cierre con 965.000 matriculaciones, así que acabará en positivo (+3%) respecto al anterior, pero "ma-

quillado" sobre todo por los crecimientos de los canales "rent a car" (+70,6%) y empresas (+23,9%). El mercado de particulares (el que hace uno a uno el concesionario), caerá un 11,4%, pese al impulso que supuso el Plan 2000E entre enero y junio.



Una concurrida sala.



El presidente de FACONAUTO durante su intervención.

Medidas estructurales

La patronal de los concesionarios calcula que, si no se produce un cambio inmediato de tendencia, una tercera parte de los puntos de venta existentes en nuestro país podrían cerrar a corto-medio plazo.

"El sector se está desangrando y los primeros que lo sufren son los concesionarios. Hay que hacer algo ya," dijo el presidente de FACONAUTO, **Antonio Romero-Haupold**, que considera imprescindibles y urgentes medidas dinamizadoras *"estructurales, de calado y con miras"*.

La patronal propone un nuevo plan de renovación del parque de automóviles que bonifique el achatarramiento de un vehículo de más de 10 años con una bonificación del 100% del Impuesto Especial de Matriculación en la compra de vehículos nuevos en los tramos impositivos del 4,75% (vehículos que emitan entre 121 y 160 gr. de CO₂) y 9,75% (vehículos que emitan entre 161 y 199 gr. de CO₂): *"El Gobierno tiene margen fiscal para afrontar una medida de estas características que, bajo nuestro punto de vista, dinamizaría las ventas"*, argumentaba Romero-Haupold.

Peligro de destrucción del tejido empresarial

Para la patronal, sin este plan estructural se seguirá destruyendo el tejido empresarial que representan las pymes concesionarias, lo que provocará la pérdida de empleos altamente cualificados. Asimismo, y ante la caída en las ventas de automóviles, las administraciones públicas verán recortados considerablemente sus ingresos vía impuestos y se perderán los avances conseguidos en materia de seguridad vial, por el rejuvenecimiento del parque, y medioambiental, por reducción de emisiones.

Otro efecto negativo será que la debilidad de la demanda nacional no justificará el mantenimiento de las fábricas establecidas en nuestro país. En 2010, por ejemplo, sólo el 22,4% de las matriculaciones totales han correspondido a coches fabricados dentro de nuestras fronteras.



Además de las ponencias, debate.

Ello supondría una importante pérdida de empleos directos, pero por supuesto, también en las factorías proveedoras de componentes.

La Administración, deudora de los concesionarios

Un total de 154 concesionarios han presentado hasta ahora reclamaciones previas en vía administrativa por las deudas pendientes del Plan 2000E, contraída por las Administraciones públicas, para que el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (MITYC) y las comunidades autónomas se pronuncien respecto a la deuda pendiente que tienen por operaciones no grabadas en el sistema informático que gestionaba el Plan 2000E.

El retraso en la apertura de dicho sistema hasta el 25 de marzo produjo una acumulación de expedientes a introducir y que, en las comunidades autónomas con mayor número de operaciones, se excediera el presupuesto asignado, por lo que muchas de estas operaciones no fueran grabadas. FACONAUTO ha coordinado las reclamaciones de estos concesionarios, que suman un montante total de 4,7 millones de euros, por 9.578 operaciones, de los cuales 3,4 corresponden a las comunidades autónomas y 1,3 al MITYC:

"Los concesionarios seguirán reclamando este dinero hasta al final, ya que lo único que hicieron fue cumplir con lo que el Real Decreto que regulaba el Plan 2000E les exigía. No es de recibo que todavía se deban casi cinco millones de euros. Con ese dinero, podríamos pagar el sueldo de 2.000 trabajadores durante un año. En algunos casos, la deuda está comprometiendo la continuidad de las concesiones", comentó el presidente de la entidad.

Ideas

Durante el Congreso, diversos ponentes (responsables de empresas consultoras, profesores de escuelas de empresariado, presidentes de asociaciones de concesionarios de marcas, entidades financieras, aseguradoras o políticos –**Celso Delgado**, diputado del PP presentó las propuestas de esta formación política-) analizaron aspectos de la economía, sus efectos en el sector de los concesionarios y se plantearon algunas fórmulas, como las que los directores de las principales marcas constructoras de automóviles presentaron en un debate sobre la situación del sector y la localización de fórmulas para salir airosos en el futuro. 

www.faconauto.com

Con la honestidad por bandera



final es un vehículo cuyos materiales son sencillos y de aspecto austero pero ello no significa que sean de mala calidad, el nivel de equipamiento, obviamente, es inferior aunque no falta lo imprescindible (bueno, sí, el ESP debería venir de serie) y se cuidan menos detalles como la insonoridad o la iluminación interior.

Probamos recientemente la versión **Laureate** con tracción 4x4 (también se puede elegir 4x2) y el motor 1.6 gasolina de 110 CV.

▷ El **Dacia Duster** es un coche honesto porque no engaña a nadie: es barato y es sencillo. Su argumento de venta es el bajo precio, precio que es realmente irrisorio ya que la versión de entrada a la gama Duster no llega a los 12.000 euros y estamos hablando de un SUV comparable, por tamaño, a modelos como el Nissan Qashqai, el Ford Kuga o el Renault Koleos.

Pero el SUV de **Dacia** vale lo que cuesta ya que su bajo precio es fruto de un cúmulo de factores: se fabrica en una planta rumana donde los costes son más baratos, se aprovechan componentes de modelos **Renault** de generaciones precedentes, no se permite ninguna licencia en detalles de refinamiento o elementos accesorios, Dacia invierte menos en publicidad, etc. El resultado

Esta versión, francamente, no la recomendamos porque este veterano motor es bastante glotón y el consumo de combustible se puede disparar si vamos cargados y si tenemos en cuenta que es tracción integral. Con la versión diésel dCi de 110 CV se soluciona este problema. Por lo demás, es bastante amplio, tanto el habitáculo como el maletero, el comportamiento es correcto, sin más, el cambio es duro e impreciso y el ruido en el interior llega a ser molesto a velocidades elevadas. El interior es sencillo, sin lujos pero denota robustez. En definitiva, que más podemos pedir si esta versión con tracción integral, ordenador de viaje y aire acondicionado de serie cuesta poco más de 16.000 euros. 📺

www.dacia.es

EL SKODA FABIA TDI DE 105 CV PASÓ POR NUESTRO BANCO DE PRUEBAS

Solvencia contrastada

▷ El equilibrio es la mejor virtud del **Fabia**, el utilitario de **Skoda**. Es discreto a nivel estético por lo que no levanta pasiones pero tampoco aversiones, no es el más deportivo pero tiene un comportamiento noble, no es de los de mayor tamaño pero sí de los más habitables y la versión de 105 CV no es la más potente del mercado pero cumple de sobras en todas las vías. Además, está bien acabado, emplea materiales robustos aunque sobrios y de calidad media (recordemos que Skoda es la marca más asequible del Grupo Volkswagen-Audi).

Con todo lo dicho, ya nos podemos hacer una idea de lo que propone el Skoda Fabia. Sin embargo, conviene hacer algunas consideraciones importantes. La primera, los motores; a principios de año el Fabia recibió un ligero **restyling** e incorporó un nuevo elenco de motores, tanto gasolina como diésel que aportan unos rendimientos notablemente mejores. Probamos la versión TDI de 105 CV, motor que ahora ha adoptado la tecnología common rail en detrimento de la bomba inyector. En la práctica, se ha ganado en suavidad, el motor common rail es mucho más progresivo y homogéneo a la hora de entregar la potencia. También ha perdido algo de encanto ya que ahora ha desaparecido la brusca pero contundente entrega de potencia del TDI con bomba inyector. La segunda consideración a tener en cuenta es la excelente habitabilidad de este utilitario. Tanto las plazas delanteras como traseras son muy amplias así como el maletero, que alcanza los 315 litros de volumen. Aunque es estrecho para cinco ocupantes, como todos los utilita-



rios, cuatro pueden viajar cómodamente por lo que puede ser válido para familias poco numerosas. Por último, el precio del Fabia, sin ser elevado, tampoco es bajo. El punto de partida es de los mejores pero parte de un equipamiento parco. Para equilibrarlo con el equipamiento medio de la competencia debemos recurrir a la amplia lista de opciones subiendo así el importe final. 📺

www.skoda.es

BMW SERIE 5 GRAN TURISMO

Plus de versatilidad sin renunciadas



▷ Es lo que ha conseguido **BMW** con su **Serie 5 Gran Turismo**, variante que ofrece mayor habitabilidad y polivalencia que la "estándar" sedán o cuatro puertas pero sin renunciar a lo que representa la marca bávara, lo que es su esencia, la deportividad, tanto a nivel estético como de comportamiento en carretera.

El BMW Serie 5 GT ofrece una mayor habitabilidad que el Serie 5 convencional, sobre todo en las plazas traseras. Así mismo, propone soluciones que apuestan por la versatilidad como la apertura del maletero, que se puede abrir mediante una pequeña tapa o alzando todo el portón con las obvias ventajas que ello comporta. Por lo tanto, se presenta como una mejor opción para aquellos compradores que desean un Serie 5 pero necesitan espacio en las plazas traseras o un maletero capaz de albergar bultos voluminosos y no solo maletas.

Aunque aporta un "plus" de habitabilidad, no renuncia a ser todo un BMW, iy

de gama alta. ¿Pruebas? su motor y su comportamiento. Probamos la versión 3.0D de 245 CV, que es el propulsor menos potente a elegir. A nosotros ya nos pareció más que suficiente, mueve el coche con soltura a pesar de que pesa más de dos toneladas. En cuanto al comportamiento, simplemente es intachable, con una suspensión tirando a dura que, junto con el impresionante chasis, permite un paso por curva muy alto y una nobleza de reacciones que, se hacen notar, dadas las inercias que generan su elevado peso. También merecen especial mención los frenos, extraordinariamente potentes.

El interior es sobrio pero de altísima calidad, *made in* BMW, y puede disponer de todo el equipamiento deseado, siempre y cuando recurramos a la extensísima y cara lista de opciones. 62.000 euros es el punto de partida en la compra de un BMW Serie 5 Gran Turismo.

www.bmw.es

EL NUEVO KIA SORENTO

Todoterreno muy domesticado

▷ La llegada de la nueva generación del **Sorento** a mediados de año es un ejemplo de lo que ofrece actualmente **Kia** al mercado: un producto de diseño atractivo, un alto nivel de calidad, motores potentes y un amplio elenco de versiones a elegir. En definitiva, lo que demanda el conductor europeo medio. Y es que la marca coreana hace ya tiempo que se ha adaptado a los estándares de calidad y a los gustos del viejo continente. Eso sí, también se ha adaptado a los precios de la zona euro.

Volviendo al Sorento, es un todo terreno de 4,68 metros disponible en tracción delantera o total y que ofrece la posibilidad de elegir entre dos motorizaciones diésel, una de 150 y otra de 197 CV. Probamos la de 150 y, aunque es una cifra elevada, creemos que le debe sentar mejor el de 197 ya que la versión 4x2 ya pesa más de 1.800 kilos y el Sorento puede ofrecer hasta siete plazas por lo que ante esta capacidad de carga (el maletero con cinco plazas es de 511 litros) es mejor contar con la máxima potencia posible.

En cuanto a sus prestaciones como todo terreno, la verdad es que son bastante escasas. Su vocación es claramente el asfalto aunque, a su favor, subrayar que puede disponer de un bloqueo del diferencial, elemento que muchos de sus competidores no disponen. Tampoco sobresale por su comodidad pero sí por su amplitud en las plazas delanteras y traseras, sobre todo en anchura, así como por la calidad de los materiales y de acabado, un tónica habitual en las últimas realizaciones Kia como el Cee'd o el Soul. Lo del precio barato también es historia en la marca coreana, sin ser de los modelos más caros, el precio de partida del Sorento ya supera ampliamente los 26.000 euros.

www.kia.es



al renovar
te regalamos
el revistero



suscríbete

a mundo recambio y taller

mmyt

Precio de la suscripción anual

España 92 □ (Europa 147 □ / Resto del mundo 214 □)

Orden de suscripción

Nombre N.I.F./ D.N.I.

Empresa Especialidad

Domicilio

C.P. Población Provincia

Teléfono Fax e-mail

Forma de pago (92 □ + 8 □ gastos de envío)

Contrarreembolso Talón Adjunto Firma.....

Datos bancarios □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ Fecha:...../...../.....

Le informamos que los datos incorporados al presente documento, van a incluirse en las bases de datos de C.E.I ARSIS, S.L. Mediante indicación de sus datos. Ud. está otorgando su consentimiento al tratamiento de sus datos a los únicos efectos de proceder a la suscripción. En cualquier momento usted podrá ejercitar los derechos de acceso, rectificación, oposición y, en su caso, cancelación, comunicándolo por escrito con indicación de sus datos en el domicilio de c/ Paris 150, 4º 3ª, 08036 de Barcelona

Rellena y envía los datos a

C.E.I. **ARSIS** S.L.

Paris 150, 4º 3ª · E-08036 Barcelona / Tel: (34) 93 439 55 64 · Fax: (34) 93 430 68 53 / mmyt@ceiarsis.com

www.mundorecambioytaller.com

HT. Para **nueva** generación diesel

The original **power** in motion



www.dayco.com

DAYCO

MARK IV
Automotive

