

336

abril 2011

www.mryt.es

mundo recambio y taller

mryt

DESDE 1980 LA REVISTA DE LA POSVENTA DEL AUTOMÓVIL

especial

mórtotec
automechanika
IBÉRICA

62

62

EL DESENGRASANTE
La posventa jacobea

43

67

ADEMÁS

La nueva **Fersa Bearings**

Entrevista con **Javier Matesanz**

X Convención Tecno-Centro

MotorMecanica debe mejorar

IV Convención MultiTaller

Dunlop lleva la tecnología de competición a la calle.
Experimenta el agarre real y el poder de la frenada.
Aumenta el placer de conducir.



BMW Motorsport
Technical Partner

Las asociaciones más fuertes sólo se producen cuando se unen productos de primera clase. Durante años, Dunlop ha sido socio estratégico de los constructores de vehículos.

BMW no es una excepción y, gracias al know-how de Dunlop, crea vehículos con las máximas prestaciones en agarre y frenada.

Todo neumático Dunlop incorpora tecnología de competición. ¡Experimenta el placer de conducir en estado puro sobre cualquier superficie!

NEUMÁTICOS DUNLOP
con tecnología de competición

DUNLOP
FEEL THE ROAD

www.dunlop.es

motortec automechanika IBÉRICA

Feria Internacional de Componentes, Equipos y Servicios para la Automoción

Del 30 de Marzo al 2 de Abril

www.motortec-automechanika-iberica.com

Más de
450
empresas
expositoras



Ven a la fiesta del sector

SEMANA DE LA POSVENTA Del 21 de Marzo al 3 de Abril



Tu taller.
Cuida tu coche.
Cuida de ti.

I CARRERA POPULAR

Corre al taller. Cuida tu coche. Cuida de ti.
Día 27 Marzo

MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA Del 30 de Marzo al 2 de Abril

ACTIVIDADES PARALELAS EN FERIA

30 de Marzo

- Inauguración de la feria
- I Ronda de negocios hispanoamericana del aftermarket
- Exposición Galería de la Innovación
- Como transformar la comunicación y marketing en el sector de la posventa. IE
- XI Jornada Ascatravi sobre temas de interés para los fabricantes de 2ª fase y transformados de vehículos industriales y comerciales
- Estaciones de Servicio: Visiones de futuro, hacia un modelo de EESS
- Encuentro de los recambistas de Madrid (AMARAUTO)

31 de Marzo

- I Conferencia nacional de bienes de equipo para talleres (AFIBA)
- Día del Neumático: Seguridad vial (Consortio del Caucho)
- Jornada Anual del Observatorio Industrial del sector de fabricantes de equipos y componentes para automoción (SERNAUTO)
- II Jornada de Posventa del Club Automoción ESADE
- Entrega de Premios Calidad y Servicio de la Posventa (RBI)

1 de Abril

- Encuentro Ibérico de talleres (CETRAA, ANECRA)
- Día del Neumático: IV Convención anual de Productores adheridos a SIGNUS
- Vehículo listo-factura preparada-cliente informado y satisfecho (Asanetwork)
- Mesa debate: El taller del Siglo XXI
- Entrega Premios Galería de la Innovación

JORNADAS DE FORMACIÓN PARALELAS EN FERIA

- Valoraciones y seguros en talleres
- Motores y climatización en híbridos
- Formación sobre gases fluorados
- Riesgos eléctricos en la manipulación de coches híbridos
- Nuevas herramientas para el taller para fidelizar clientes: SMS y webs
- Acceso e información técnica del fabricante
- Organización del taller: Control de costes del taller de carrocería. Certificación talleres CZ
- Nuevos modelos de gestión en la carrocería
- Distribuidores de aceite
- Aplicación de la diagnosis a la formación
- Convenciones de redes de distribución, formación de producto de empresas...

Con Licencia de:

 messe frankfurt


IFEMA
Feria de Madrid



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 Vinyals

ernest@ceiarsis.com

Redacción

Manel Martínez

manel@ceiarsis.com

Colaboradores

Hermógenes Gil, Christian Machío,

Raquel Robalo, José Carlos Velasco

Sección constructores

Ernest Vinyals, Yvonne Rubio

PUBLICIDAD

Glòria Viñals

gloria@ceiarsis.com

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Antonio Forgione

antonio@ceiarsis.com

SUSCRIPCIONES

Departamento propio

suscripciones@ceiarsis.com

PRODUCCIÓN

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.

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

DIRECTORA GENERAL

Pilar Grau

GERENTE

Glòria Viñals

DIRECTOR ADJUNTO

Ernest Vinyals

abril 2011

No será una feria más

Pues ya la tenemos aquí: **Motortec Automechanika Ibérica** calienta motores ya antes de su apertura, con la *Semana de la Posventa*, para llegar al 30 de marzo, día en el que se inaugura la feria, con eco suficiente para que cale en el sector y fuera de él.

Y es cierto que hasta que no se cierren las puertas, el próximo 2 de abril, no podremos valorarlo en toda su dimensión, pero también lo es que en el ánimo y las agendas de todos, estos días están marcados como los que el sector se reúne en las instalaciones de IFEMA, y será el punto de encuentro de este año por excelencia para la posventa. Para la nacional, desde luego; para la ibérica, es de esperar; para la internacional, es el reto.

Porque hay curiosidad por ver si esa ilusión que parece haber recuperado en parte el sector por la propuesta madrileña, gracias al dinamismo de su directiva, cristaliza definitivamente en una buena feria: que cumpla los objetivos de sus expositores, que satisfaga a sus visitantes, y que sea, como se prometió, en tantas ocasiones y con tanta convicción, *catalizador de negocios, multiplicador de esfuerzos, foro de oportunidades...*

A favor, las ganas que hay de que este año suponga un paso más hacia un futuro positivo, decidido y firme, en un contexto general teñido de malísimas noticias por doquier, pero que, si miramos algo más atentamente, no nos han salpicado tanto como para no poder seguir adelante. Porque si bien se trabaja más cómodamente en tiempos de bonanza, esta situación actual no ha sido la que más se haya cebado con la posventa. O con la mayor parte de ella: con quien ha planificado, con quien ha trabajado con intensidad, con quien ha estado atento para realizar las correcciones que las rachas de viento de esta borrasca exigen; esa mayoría sigue adelante y con un horizonte claro y definido.

Y las ganas de las que les hablábamos se contagian. En una feria, las sensaciones se perciben más claramente, se intensifican.

Esta no será una feria más: las circunstancias que han rodeado todo su desarrollo a lo largo de este tiempo de preparación la hacen especial. Las circunstancias que rodean el contexto económico español la hacen importante. Las circunstancias que enmarcan a cada uno de los profesionales que acuden a ella, como visitantes o expositores, la hacen única.

Lo que más deseamos es que esta edición sea, definitivamente, tan buena como útil. Un éxito. Uno más alcanzado en común, para aprovecharlo y compartirlo con todos ustedes.





08



12



24



17



20

SUPLEMENTO
& P 43

SUPLEMENTO
CON C 66
de cache

(a)

Actualidad

- 06 **NOTICIAS**
Selección de noticias de nuestro sector
Mucho más en www.mryt.es
- 08 **FABRICANTES**
Segunda Residencia
Sogefi confía en CEVA para su logística.
- 10 **OPINIÓN**
Posventa en las venas
Julia Escribano comparte con nosotros sus ideas.
- 11 **OPINIÓN**
Pensando en voz alta
Chema Rodríguez, de Recalvi, comparte con nosotros sus opiniones.
- 12 **ENTREVISTA**
Experiencia, calidad, meticulosidad, flexibilidad e imagen
La nueva Fersa Bearings, desde dentro.
- 15 **TALLERES**
Programas para la red
X Convención Tecno-Centro.
- 16 **DISTRIBUCIÓN**
El primer CDA del año, con MotorMecanica como telón de fondo
ANCERA convocó su primer Club de la Distribución en Zaragoza.
- 17 **EVENTOS**
MotorMecanica necesita ir al taller
Resumen de la apuesta para automoción de Feria de Zaragoza.
- 22 **TALLERES**
Apuesta por las nuevas tecnologías
IV Convención de la red de talleres MultiTaller.

especial motortec automechanika

IBÉRICA

- 24 **Transmitiendo la ilusión del cambio**
Raúl Calleja, al frente del nuevo equipo directivo de Motortec Automechanika Ibérica.
- 28 **Internacionalización, negocio, tecnologías, formación, reuniones...**
Las actividades paralelas a la exposición ferrial.
- 31 **El sector está de fiesta**
Calentando motores para la celebración un evento esperado.
- 32 **Las novedades de los expositores**
Previo de lo que veremos en Motortec A.I.
- 41 **Punto de encuentro**
Aunque no se exponga, la posventa se citará en Madrid.

62



el desengrasante

62 La posventa jacobea

autopromotec

Homo faber fortunae suae

24° Fiera Biennale Internazionale de los Equipos y del Aftermarket Automovilístico

BOLONIA, ITALIA
25-29 MAYO 2011



Promotec SpA

Tel. +39 051.6424000 - Fax +39 051.733008
info@autopromotec.it - www.autopromotec.it

 BolognaFiere

www.autopromotec.it



APTA quiere cambios en el perjudicial nuevo Real Decreto que les regula

El sector de los accesorios y tuning se la juega

El pasado 14 de enero entró en vigor el **Real Decreto 866/2010** por el que se regula la tramitación de las reformas de vehículos. Reformas que, anteriores a este Real Decreto, eran una simple diligencia administrativa, ahora exigen un "Informe de Conformidad" que deberá ser emitido por el fabricante del vehículo o por un centro autorizado de homologaciones ya que no se permite transformación alguna, previa a la matriculación definitiva. Así, reformas que no se consideraban "reformas de importancia" y por lo tanto no necesitaban ser legalizadas en la ITV, ahora se consideran "reforma del vehículo", lo que obligará a su legalización y correspondiente apunte por parte de la estación ITV en la ficha técnica del vehículo.

Este nuevo marco legal, por tanto, supone una serie amenaza al negocio del tuning y de los accesorios. Ante la gravedad de la cuestión, la **Asociación de Profesionales del Tuning y Accesorios (APTA)**, que está integrada en **ANCERA**, convocó una reunión urgente el pasado jueves 17 de Febrero a la que se invitó a diez empresas del sector para tener una toma de contacto ante el problema. La asistencia finalmente de casi 60 personas, que representaban 45 empresas, da una idea de la gran preocupación existente. En dicha reunión se constituyó un Comité Ejecutivo formado por ocho empresas, cada una de las cuales representa un sector concreto. Dicho Comité Ejecutivo está presidido por **Miguel Ángel Cuerno** (presidente de ANCERA), siendo vicepresidente, **Jaime González (Misutonida)**, y vocales **Miguel Ángel Toledo (Norauto)**, **María Pérez (BC Tuning Line)**, **Jorge Martín (AECAM)**, **Jaime González (Mlin Tuning)**, **Enrique de la Vega (Jerezauto)**, **Alejandro Fontova (Plus Power)** y **Ricardo Arrondo (NTDD)**.

Ya se han iniciado las conversaciones con el **Ministerio de Industria, Turismo y Comercio** y en breve se espera poder mantener una reunión con ellos para exponerles el tema de forma ordenada y encontrar una solución. Este grupo de empresarios que han decidido colaborar presagian la reafirmación de un sector muy unido, digno y de mucho negocio. ●

www.ancera.org

Su objetivo, que el conductor tenga en cuenta el sistema de aire acondicionado

"Temporada Clima 2011" de Hella

Hella, ha iniciado la "Temporada Clima 2011", un conjunto de iniciativas a nivel de producto, servicios y promociones que pone en marcha con la llegada de la primavera. Una de estas iniciativas es la campaña "**Compruebe su aire acondicionado para el bien de su salud**" cuyo objetivo es concienciar sobre la importancia de revisar el sistema de climatización del vehículo. Dirigida tanto a mayoristas como a talleres, promueve las revisiones periódicas de estos sistemas para proteger al conductor y a sus pasajeros de la acumulación de bacterias dentro del vehículo.

Asimismo, Hella recuerda que la puesta a punto de estos sistemas también favorece la "salud del bolsillo" del automovilista, ya que un mantenimiento regular evita, por un lado, costes de reparación más altos en el futuro y, por otro, optimiza el consumo garantizando su correcto funcionamiento. De esta forma, la compañía, que dispone de más de 6.000 referencias para sistemas de climatización de turismos, vehículos industriales y refrigeración de motores, ofrecerá a través de su nueva Temporada Clima un completo "programa de apoyo" para el taller, que incluirá diverso material informativo, así como servicio técnico profesional. ●

www.hella.es



Schaeffler les presentó RepXpert

Jiménez Maña reúne a los talleres en Algeciras dentro de los encuentros del 75 aniversario

El acto, patrocinado por las marcas *Luk-INA-Fag*, comenzó con una exposición de **Manuel Jiménez Maña**, gerente de la compañía distribuidora perteneciente a **AD Parts**, sobre la situación actual del mercado, así como la amplia gama de servicios desarrollados por la compañía de cara a los clientes y que están basados en distribución rápida y eficaz, la amplitud de gama de productos existente en la central logística y el apoyo a los talleres en materia de formación e información técnica.

Marta Alejos, coordinadora de marketing de la división Automoción de Schaeffler Iberia, presentó su página RepXpert, el portal específico para el taller mecánico que ofrece conocimientos básicos actualizados, información de producto, ayuda en diagnosis e instrucciones de reparación. En el encuentro participó también **Francesc Poch**, responsable de proyectos de Grupo Eina-AD, que presentó la nueva formación técnica 2011 y los servicios que ofrece el equipo AD Service para España y parte de Europa, enmarcado en el Programa Millennium. ●



Se están celebrando reuniones para ver cómo se llevará a cabo

El "Plan Renove" de neumáticos aún no se ha concretado

Al cierre de redacción del presente número, el **plan de renovación de neumáticos** que quiere poner en marcha el gobierno y que pretende animar la sustitución de neumáticos viejos por cubiertas "ecológicas" que reducen el consumo de combustible se estaba negociando en los términos de su aplicación. Representantes de **CONEPA**, la Federación Española de Empresarios Profesionales de Automoción; de **ADINE**, la Asociación Nacional de Distribuidores e Importadores de Neumáticos y de **TNU**, el Sistema Integrado de Gestión de Neumáticos se reunieron con el director del **IDAE**, el Instituto para la Diversificación y Ahorro de Energía. De esta reunión las partes salieron destacando que el primer paso lo debe dar la administración: el Ministerio debe definir qué tipología de neumáticos entra en la categoría de eficiente, son sus técnicos los que están trabajando en esa definición, bajo la referencia de la normativa europea que será publicado en el BOE. Una vez definido, son los fabricantes los que deberán proponer, en un plazo es-

tablecido, los productos que cumplan estas normativas al Ministerio (acreditados con informes y documentación), que lo incluirá en un catálogo que estará disponible en la red. A partir de ahí, será el taller (no un colectivo) el que se dé de alta mediante una plataforma telemática muy similar a la de **MOVELE** (proyecto de movilidad eléctrica) para participar en el plan y acceder al catálogo de neumáticos adscritos. El automovilista (con datos individuales: DNI y matrícula del vehículo) elegirá el neumático que desea y el taller será quien gestione la solicitud informáticamente, que recibirá una autorización automáticamente para poder realizar la operación.

El Gobierno destinará 4,8 millones de euros a este "Plan Renove" por lo que la operaciones de cambio de neumáticos se limitaran a unas 60.000. De momento, el anuncio de este plan lo único que ha provocado ha sido un parón de las ventas ya que los conductores han dejado de cambiar los neumáticos a la espera de que se concreten las ayudas. ●



PSR ECOPIA EP150
195/65R15 091H `07.09.ST



Nuevos catálogos

Catálogo de Componentes de Gestión del Motor CGM1. Es lo último **FAE Francisco Albero** y suma 497 referencias de las que 149 son de nueva factura. Además, incorpora dos nuevas familias de producto, map sensor y Knock sensor. Con estas novedades la gama FAE de componentes de gestión del motor se estructura del siguiente modo: sensores: 160 referencias (cinco nuevas); captadores de impulsos: 250 (57 nuevas); map sensor: 36 (todas nuevas) y knock sensor: 51 (todas nuevas). Esta oferta se traduce en más de 45.000 aplicaciones en unos 11.000 modelos de turismos y en aproximadamente 1.500 vehículos industriales. El próximo mes de abril estará disponible en **Tec-Doc**. ●

www.fae.es

Guillermo Moreno ha sido **reelegido presidente** de **ATAYAPA**, la Asociación de Talleres de Reparación de Automóviles de la provincia de Alicante. Tras su reelección, Moreno pasó balance de sus cuatro años de gestión y destacó la inauguración y puesta en marcha del Centro para el Fomento del Empleo y Desarrollo Tecnológico del sector del Metal. De hecho, la consolidación de este proyecto ha sido el motivo principal por el que Moreno se presentó a la reelección. Otra de las líneas de actuación del presidente de ATAYAPA es luchar contra el intrusismo profesional y la competencia desleal, prácticas que están perjudicando gravemente al colectivo de talleres. ●

www.fempa.es

La distribuidora madrileña **Ital Recambios** y el fabricante de componentes para automoción **Metelli** han estrechado sus relaciones empresariales y han suscrito un acuerdo mediante el cual la primera se convierte en el **suministrador en exclusiva de los servicios de transporte y logística de Metelli en España**. Como consecuencia de ello, Ital Recambios distribuye toda la gama de componentes Metelli excepto su línea de componentes de motor. Así la distribuidora de Madrid proporciona al mercado los componentes de freno y de transmisión Metelli (discos y pastillas, cilindros de rueda y de freno, tambores, juntas de velocidad constante, ejes de transmisión, etc.) así como sus bombas de agua. Al reforzarse el apartado logístico, Ital Recambios garantiza la entrega en 24 horas en la península y en 48 en las islas. ●

www.italrecambios.es



También hemos publicado en www.mryt.es

- Tenneco regala mantas polares
- Nuevos receptores Pioneer
- Ya está preparado el II Ciclo de Conferencias de CESVIMAP
- Valeo promociona sus filtros de habitáculo
- Feu Vert recomienda revisar las presiones para ahorrar combustible
- Los filtros de combustible Bosch cumplen 80 años
- Alud de nuevas rótulas RTS
- Finalizada la fase de Internet del 8º Concurso Jóvenes Técnicos de Automoción
- Se busca piloto trasero del Opel Kadett
- Acuerdo entre Gt Motive y CMA Services
- UFI Filters, un año más proveedor tecnológico de la F1
- Motortec Automechanika Ibérica promueve la formación para los profesionales del taller
- Bo Marcusson, a FTE
- La esencia Bridgestone
- Feu Vert lanza una promoción Michelin
- Gates, proveedor del nuevo Start/Stop de PSA Peugeot Citroën
- Nuevas bandas de rodadura Bandag
- TSM Automóviles, de promoción
- Gt Motive patrocina la carrera popular Corre a tu taller
- Midas revisa gratis el sistema de alumbrado
- Comprar un navegador TomTom Go Live tiene premio
- Continental: nuevas homologaciones para Audi
- El sistema common rail conquista los mercados mundiales



SOGEFI CONFÍA EN CEVA LOGÍSTICS PARA EL ALMACENAMIENTO Y OPERATIVA DE DISTRIBUCIÓN DE SUS PRODUCTOS AL MERCADO POSVENTA

Segunda residencia

De las diferentes opciones que existen para conseguir que el producto llegue al cliente de la manera más rápida y eficiente posible, la compañía fabricante de filtros afincada en España ha elegido el outsourcing, con unos especialistas con quienes han creado un sistema de trabajo a medida.

Externalizar el almacenamiento y logística de los productos es una opción que, a priori, se contempla con cierto escepticismo, al menos en el sector posventa. Y así lo reconocía el propio **Mauro Prodi**, Consejero Delegado de **Sogefi** en España, cuando nos acompañaba a visitar **CEVA Logistics**, el operador que han elegido, radicado en Subirats, Barcelona: *“ha habido muchos ‘experimentos’; pocas son las compañías que lo utilizan, y menos las que han conseguido que funcione, pero este es uno de los que ha tenido éxito, porque ha habido un intenso trabajo conjunto en planear al milímetro lo que nuestro cliente necesita, y así no ha perdido nada de lo que estaba acostumbrado, sino que se ha beneficiado de los avances en la operativa”*.

Carlos Pozo, responsable de logística y suministro, que nos acompaña en la reunión añade: *“Aparte de ser especialistas, hemos establecido un procedimiento especial, una operativa ‘a medida’ que funciona en el mercado, que al final es lo que cuenta, y que se mantiene de forma sostenida. Es el mejor servicio al menor coste.”*

Esta nueva forma de trabajar se ha mostrado recientemente a la fuerza de ventas de la compañía (los agentes comerciales de Sogefi) y si bien algunos se habían mostrado muy escépticos, los comentarios recibidos hablan de satisfacción. Tal como afirma Prodi: *“ha aumentado la credibilidad y la fiabilidad en el procedimiento logístico, lo que tiene un impacto económico directo”*.

Los filtros de Sogefi se producen en las plantas del grupo (no sólo en la de Cerdanyola), y se hacen llegar a los clientes de la Península Ibérica desde Subirats, donde se les trata como si estuvieran en su segundo hogar.

CEVA Logistics

Se trata de un gestor de la cadena de suministro que opera a nivel mundial (fruto de la fusión de EGL Fleet Management y TNT Logistic); presente en 170 países y especialista en diseñar y ejecutar operaciones logísticas en toda la cadena de suministro. Estas, incluyen logística en mercados internos y externos, apoyo a la fabricación, distribución, así como servicios dedicados a la posventa, recambios y devoluciones. No es un mero almacenista o transportista, un campo en el que combina la flexibilidad de los medios de transporte tradicionales de carga, con los transportes multi-modal, sin tener los costes fijos de la explotación de aviones, flotas de ca-

miones o barcos dedicados (si bien tienen una flota de vehículos, gestionan y localizan el transporte más eficiente para cada uno de los clientes, buscando sinergias con el resto de productos que manejan). Con más de 1.500 clientes (y de automoción son unos cuantos, tanto en el canal constructor como en grandes firmas del canal IAM, un 15% de los 600 clientes a quienes atienden en nuestro mercado), su central de la región en la que España y Portugal se incluyen está en Milán (tienen 4 regiones), está dirigida por **Giuseppe Chiellino** a quien reporta la estructura española, dirigida por **Juan José Yabar**, siendo **Raúl Forés** el área manager de las operaciones de Catalunya.

Disponen de centros en Madrid, Bilbao, Valencia y el de Subirats, Barcelona, el que visitamos.

Sogefi+CEVA

El espacio destinado a Sogefi en las instalaciones de CEVA son 3.400 m², con 2700 SKU, donde se realizan servicios de recepción y ubicación, pick&pack, personalización, distribución capilar y punto a punto.

Tanto Forés como Pozo insisten en que la principal ventaja es poder disponer de una estructura altamente especializada, gracias a la integración en un sistema propio que engrana el know how de CEVA con el de Sogefi, cuyo enfoque es la satisfacción del cliente; así, el layout del almacén responde a las particulares necesidades del IAM, pero se trabaja en un sistema de ‘Lean’ en el que los análisis, el seguimiento, las mediciones de eficiencia son valorados continuamente para garantizar la calidad sostenida del servicio.

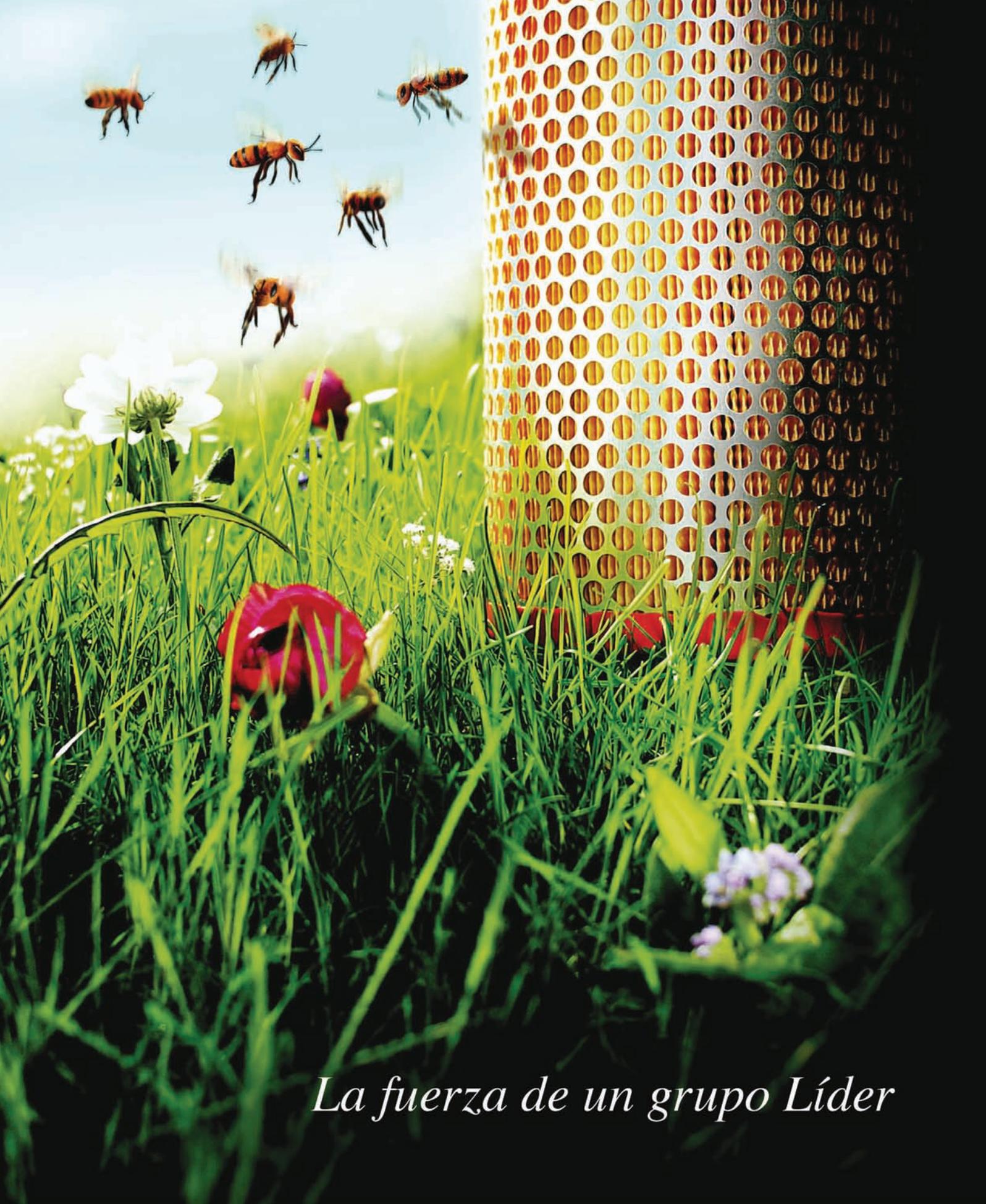
El 90% del personal -130 empleados- está instruido en el ‘Sistema Sogefi’, pero sólo un 5% está plenamente dedicado, unos 13 empleados de promedio, lo que implica capacidad de respuesta con la suficiente flexibilidad para momentos de mayor flujo.

El nivel de servicio en unidades está en el 97-98%; en las líneas de pedido de antes de las 16h se consiguió en 2010 un resultado del 96,06%, y existen proyectos de mejora con seguimientos mensuales (como el de planificación y control de entradas de producto de picking, por ejemplo, o el de organizar las urgencias), gracias al flujo de datos con ficheros planos que se van actualizando durante todo el día. ●

📍 www.sogefifiltration.com
www.es.cevalogistics.com



(i a d) Joaquín Saldaña, Juan Granados, Mauro Prodi, Raúl Forés y Carlos Pozo, en las instalaciones de CEVA Logistics en Subirats.



La fuerza de un grupo Líder

FRAM
Filters

FAAM
FILTER

FILTROS
purflux



SO/GEFI FILTRATION

www.sogefi.it

opinión

Posventa en las venas

“Qué socorrida es la Posventa”



Julia Escribano Cayuela
CPM Consultores

Estimados amigos, un año más, y con informaciones que no son muy positivas para el sector de Automoción; pero ya hemos pasado por varias crisis a lo largo de los años y siempre hay oportunidades, hay que saber buscarlas.

He trabajado muchos años en varias multinacionales y en especial en el área de Posventa, me he esforzado en demostrarles la importancia de dedicarle tiempo y recursos este apartado antes de que vinieran las vacas flacas y, en muchos casos, sólo cuando bajan las ventas de vehículos nuevos es cuando se mira a la Posventa como una tabla de salvación para no hundirse.

Significados

“Posventa” es solo una palabra, pero que significa mucho si sabemos entenderla:

Definición de posventa en la web:

“característica que puede ser complementaria o tener un protagonismo diferencial en la definición del nivel de calidad del producto. Por ejemplo, la compra de un electrodoméstico se ve influida por la disponibilidad de un eficiente servicio posventa de reparaciones y atención al cliente”.

Actuación en cuatro puntos

La ventaja competitiva en estos momentos, es de quien no solo busca la definición de la palabra “posventa”, sino quien realmente cree en ella para su continuidad de negocio, quien actúe decididamente en 4 puntos esenciales:

El Cliente

Si la empresa no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa. De nada sirve que el producto o el servicio sea de buena calidad, a precio competitivo o esté bien presentado, si no existen compradores.

La saturación de los mercados obliga a las empresas de distintos sectores y tamaños a pensar y actuar con criterios distintos para captar y retener a esos “clientes escurridizos” que no mantienen “lealtad” ni con las marcas ni con las empresas.

El Servicio

El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico.

Por ejemplo, el comprador de un ordenador, espera cierto número de prestaciones, antes durante y después de la compra propiamente dicha: demostraciones del funcionamiento, soluciones financieras, reparaciones rápidas, garantía posventa, etc.

El servicio es algo que va más allá de la amabilidad y de la gentileza. El servicio es “un valor agregado para el cliente”, y en ese campo el cliente es cada vez más exigente

La Comunicación Efectiva

El uso del teléfono y el tono de la conversación. En muchas comunicaciones debemos evaluar no solamente LO que decimos, sino COMO lo decimos. La habilidad de escuchar, comprender lo que está diciendo el Cliente y la habilidad de preguntar: el Cliente a veces tiene dificultad para expresarse, nuestra responsabilidad es llegar al verdadero asunto. La utilización de las nuevas herramientas de Internet, difundir información que convierte a la Web en el medio más adecuado para llegar a los usuarios y establecer relaciones interactivas y directas con ellos.

La Excelencia

La buena calidad en la atención crea nuevos clientes, y mantiene la lealtad con los propios.

Se logra poniendo en práctica conceptos cuya aplicación debe superar las expectativas con las que se cuenta, logrando sorprender al cliente para darle más de lo que esperaba.

En síntesis, estaremos logrando la excelencia si somos capaces de conseguir dar un paso más:

Calidad: “Es dar al cliente lo que se prometió”

Excelencia: “Es sorprender al cliente, dándole más de lo que se le prometió”.

Posventa: un bien necesario, no un mal

Pero, no nos engañemos, todos los buenos propósitos, los artículos de prensa, el interés en realizar coloquios, reuniones etc. donde se hable de “Posventa”, perderá de nuevo el interés cuando el Mercado de Venta de Vehículos Nuevos se reactive; entonces la Posventa volverá a caer en el olvido para la mayoría, y solo unos pocos seguiremos pensando que aún nos quedan muchas actividades por desarrollar y, sobretodo muchas oportunidades para mejorar un negocio a quien muchos denominan como “Posventa, Un mal necesario”. ●



Chema Rodríguez
Gerente
Grupo Recalvi

Pensando en voz alta... Correr más rápido... que la competencia

Antonio y Pepe se encontraban acampando y soportando un clima muy frío, calentándose los pies en una hoguera en un camping, cuando, de repente, apareció un oso. Cada año los osos despedazan a alguna persona, por lo que a Antonio y Pepe inmediatamente les entró el pánico. En ese momento, Antonio comenzó lentamente a ponerse sus zapatillas. Pepe, mirándole sorprendido le dijo: "¿qué haces Antonio?, ¿no te das cuenta de que aunque te pongas las zapatillas no te servirá de nada, ya que el oso correrá mucho más rápido que tú?". Antonio terminó de atarse los cordones, miró a su compañero y le dijo: "Pepe, yo no necesito correr más rápido que el oso para salvarme; es suficiente con que corra más que tú".

Muchas veces, una historia tan sencilla y simple sirve para ilustrar cómo la visión diferente de una persona puede tener grandes efectos sobre una situación determinada.

Este relato nos invita a reflexionar sobre lo importante que es pensar antes de actuar, no dejándose llevar por el pánico y mantener una visión más a largo plazo. El oso representaría la crisis actual que ha irrumpido en nuestras economías y su impacto en las empresas y familias, mientras que las zapatillas son las personas de una organización y la impor-

tancia real que cada empresa le da a su actitud, motivación, desarrollo, creatividad, etc.

En definitiva, el aprovechamiento de sus talentos es el mejor activo posible para la superación de la crisis, lo que repercutirá en generar empresas más dinámicas y reforzadas, que podrán superar la crisis y correr más rápido que la competencia.

Por eso, en estos momentos, lo que uno no puede hacer es salir a la calle dando más descuento que nadie, siendo el más agresivo e intentar solucionar su tesorería, solo por precio. Lo que hay que conseguir, realmente, es analizar la empresa y buscar estrategias de venta que no se basen solamente en este factor. Aunque éste es un argumento fácil y que todos conocemos, únicamente lo utilizan unos cuantos, aquellos con capacidad para pensar y dirigir una empresa. El resto, estoy seguro, serán presa del oso de nuestra historia.

Hay que pensar, generar implicación, motivación, unión, alegría y confianza. Este es el único argumento que, a mi manera de entender, hay que tener para superar los problemas del día a día, que en este tiempo se multiplican a los normales cotidianos generados en el desarrollo una actividad, motivados por la tan comentada crisis. ●



La bujía N° 1 en el mundo*

NGK es equipo original en: Alfa Romeo • AMG Mercedes • Aston Martin • Audi • Bentley • BMW • Citroën • Daewoo • Daihatsu DaimlerChrysler • Ferrari • Fiat • Ford • General Motors • Honda • Hyundai • Isuzu • Jaguar • Kawasaki • Kia • Lancia • Lexus Lotus • Maserati • MCC(SMART) • Mazda • Mitsubishi • Nissan • Opel • Peugeot • Renault • Rolls-Royce • Rove • Saab • Seat Skoda • Subaru • Suzuki • Toyota • VW • Volvo * la bujía más vendida en el mundo



www.ngk.es



FERSA BEARINGS, UNA COMPAÑÍA INTERNACIONAL RADICADA EN ZARAGOZA

Experiencia, calidad, meticulosidad, flexibilidad e imagen

Se trata de una compañía cuyos orígenes arrancan de 1968; con una trayectoria dilatada, esta se revitaliza en 2002 con la participación de un grupo inversor y en 2009 se trasladan a su nuevo emplazamiento, desde donde han perfilado y materializan ese nuevo impulso a nivel mundial.

Las instalaciones de Plaza, en Zaragoza, muestran esa nueva **Fersa Bearings** orientada a la excelencia y con una estrategia basada en la diversificación de mercados y la globalización; su equipo humano, desde el experto presidente **Isaac Tomás** (uno de los fundadores de la compañía), siguiendo por **Carlos Oehling** (uno de los nombres de referencia en la automoción aragonesa y en la posventa española con proyección internacional), continuando por su director comercial **José Ramón Blasco** (casi 30 años en la compañía) o la directora de exportación, **Montserrat de Lorenzo**, junto con ingenieros y demás personal, se aplica en ello.

Trayectoria

FERSA (Fábricas Europeas de Rodamientos, SA) empezó en 1968, con **Isaac Tomás** y su socio, como fusión de dos compañías Abad y Sánchez (A&S, las iniciales que aparecen en su marca), en la calle Biel de Zaragoza. Hasta 2001 la compañía crecía de una forma aceptable dentro del mercado, pero con una perspectiva de negocio continuista, en forma jurídica de SAL, trabajando en proyectos de primer equipo a nivel nacional

(Santana, Kubota, etc.) y recambios a nivel europeo, con lotes pequeños de fabricación.

En 2002 entra en el apartado accionarial *Going Investment*, (Grupo Goyanes, con **Carlos Oehling** al frente, experto conocedor de la automoción por su vinculación a Serva, vendida al Grupo Dana), que adquiere el 95%, quedando el restante en manos del actual presidente del consejo, Isaac Tomás.

En ese momento, ya como Fersa Bearings, la perspectiva cambia y se amplía: nueva imagen (la compañía prioriza la presentación corporativa, cuidada al detalle), inversiones (gracias a la sólida estructura financiera), nuevas herramientas de gestión, más capacidad de producción, nuevos mercados, nuevos medios productivos para nueva ingeniería (15 ingenieros con un centro específico a su cargo –el *Center Bearing Excellence*, donde se guarda el know how de la compañía– y con un plan muy focalizado al I+D+i, externalizando además, para determinados parámetros, investigación en Universidades o centros técnicos). Todo ello se traduce en los nuevos productos que conforman su catálogo. Y el crecimiento se vuelve exponencial, un 30-40% anual, con unas ventas que cre-



Nuevos productos en una cadencia más ágil que otros 'grandes' del sector.



José Ramón Blasco, director comercial de Fersa Bearings, en un momento de la conversación con Yvonne Rubio, directora de MRyT.



Tal como nos comentaba el director comercial de la compañía, la evolución de Fersa en el mercado crece a un ritmo vertiginoso.



El Center Bearing Excellence, verdadera joya de la corona de la compañía, donde se almacena todo el know how de los 40 años de experiencia en el mercado y donde se invierten muchos recursos.



cen en un 500% hasta 2008, fecha en la que se trasladan a su nuevo emplazamiento en Plaza, donde hoy trabajan más de 100 personas y supone un incremento del 300% de la producción.

Fersa, hoy

Fersa pasa a ser un nombre que juega en la "premier" de los mercados junto a los grandes grupos que participan en el sector del rodamiento, pese a su menor tamaño.

La experiencia de los 40 años de fabricación sigue activa, pero se enriquece: se amplía la capacidad de producción por el acceso a nuevos clientes en OEM y T1 (lo que les supone una gran concentración en esfuerzos humanos y económicos en este área), exportándose el 95% de los productos a 60 mercados de todo el mundo (América con un 28%, básicamente en el sur, pero también en EEUU y Canadá; un 27% en Asia, un 26% en Europa y un 10% en África), de esa producción, un 39% se destina al OE y un 61% en IAM (en el que se contempla el negocio PL- Private Label, es decir, producir para otros fabricantes), siendo los sectores de Vehículo Pesado el 40%, la Automoción el 35% e Industria un 25%; en el futuro, se planean nuevos crecimientos, especialmente en OE, con unas perspectivas de facturación que harían crecer más de un 40%, siendo el crecimiento previsto en posventa de un 15% anual, pudiéndose pasar, finalmente a invertir los actuales porcentajes de participación de la empresa en ambos canales.

Objetivos

Su objetivo persigue mantener su experiencia adaptándose a todo tipo de clientes y sus necesidades, por ser flexibles en producción (de hecho, su slogan es "expertos fabricantes de rodamientos"), pero potenciando los valores añadidos adquiridos en estos últimos años en capacidad de I+D+i (un apartado que recibe un 6% de las ventas anualmente), gran flexibilidad de producción: además de la planta de Zaragoza -rodamientos con know how e inversiones productivas más delicadas y T1-, se está ultimando su centro productivo con 100% capital propio en **China, Jiaxing**, a 90 km de Shanghai, para la fabricación inmediata de series largas-se prevé una producción de 6 millones de rodamientos anuales-, y se proyecta una en México (en un año se empezará el proyecto y entraría en producción en dos años) para apoyar las ventas de Sudamérica, apoyado por las oficinas comerciales para los distintos mercados en Brasil, India, España y China, abriéndose en paralelo con el proyecto de planta en México otras dos, en México y Estados Unidos.

En continua evolución

Sus principales ventajas (gracias a su dinámica ingeniería) son la capacidad de desarrollar nuevos productos y familias (su catálogo evoluciona en un 15-20% anualmente hasta llegar a las 100 referencias en las diferentes familias) y mejora continua de procesos productivos (para la durabilidad, calidad y performance de los rodamientos), algo muy relacionado con la exigencia de clientes de primer equipo,



La capacidad de I+D+i de Fersa se incrementa con una inversión del 6% anual de las ventas.



Los materiales se controlan para asegurar la calidad bajo parámetros exigentes.



Los sistemas de producción son innovadores y en continua evolución.

que luego trasladan directamente a posventa, puesto que no hay dos líneas distintas para ambos canales y que ha propiciado el lanzamiento de la familia **HiPro** con mejoras funcionales como mayor vida útil, reducción del riesgo al fallo prematuro, mejor adaptación y respuesta al desalineamiento, una distribución de esfuerzos más uniforme y una menor generación de temperatura durante su función, y la gama de **rodamientos compactos** de rueda en aplicaciones de línea pesada (HWT, KWT y CWT, con 20 nuevas referencias).

Eso se traduce en un catálogo completísimo, donde figuran rodamientos de rodillos cónicos (de una hilera) y **bicónicos** (y de más de 900 referencias y que les han aportado una gran imagen tecnológica y que prevén incrementar 20 referencias hasta 2013), rodamientos radiales y axiales de bolas, y de bolas de contacto angular, rodamientos cilíndricos (estándar y especial), de agujas, de embra-

que y **kits de rueda** (más de 357 referencias que no tenían en 2008); son 2.000 referencias en total que se incrementan anualmente, y que se plasman en una documentación en diversos soportes, siendo su versión papel de una presentación exquisita, para lo que se ve en el sector, y en dos idiomas, para facilitar su presentación internacional. Fue presentado en *Automechanika Frankfurt 2010* y asisten a diversas 'Automechanikas' en Shanghai, Johannesburgo, y otras ferias como EquipAuto, sea de forma directa o apoyando a sus distribuidores, como el caso de Automechanika Argentina.

Planes para Iberia

Nuestro país supone un 5% de la facturación y, aunque tradicionalmente las ventas han sido muy atomizadas, ya se plantean la estrategia de trabajar con los Grupos de Distribución (de hecho,

operan ya con *Serca* y *URVI*), si bien con una distribución selectiva (su idea es encontrar partners completamente integrados en la filosofía de la compañía, independientemente de su tamaño), a partir de su almacén en Zaragoza, donde se dispone del stock suficiente, sólido y eficiente para atender este tipo de mercado, trabajándose con el cliente la proyección de aprovisionamiento y trasladando la información a las herramientas de previsión de demanda en planta, para parametrizar la logística interna (que quizá deba externalizarse por necesidades de crecimiento de la compañía, que este año podría llegar al 60%) y dar servicio, que ronda actualmente el 85-90%, aunque su estrategia es apoyarse en los de stocks de consigna, en las instalaciones de determinados clientes, a quienes apoyan en áreas como comercial, marketing y técnica (con trainings -14 en diferente países- también al equipo de ventas de los clientes, jornadas técnicas, etc.).

De hecho, trabajan a nivel ibérico, planteando una red dividida en nueve zonas (en las que se incluye Portugal) teniendo representantes y clientes con centros logísticos (las más desarrolladas son las zonas de Andalucía, Extremadura, Galicia, Valencia, Portugal) hallándose en la actualidad en desarrollo de la zona centro y Catalunya.

De hecho, con su presencia en *Motortec A.I.* está planteada para acabar de consolidar esta estrategia de distribución y que se perciba en el mercado ibérico la realidad de la compañía y su evolución, al mismo nivel del que se disfruta en exportación, organizando encuentros con los distribuidores y realizando seminarios técnicos para los profesionales. ●

 www.fersa.com



Los almacenes con producto terminado aseguran el servicio al mercado posventa.

La convención aglutinó a los talleres de la red en España para darles a conocer programas y aspectos de los proveedores con los que conseguir potenciar el negocio.



X CONVENCION TECNO-CENTRO, SEVILLA

Programas para la red

Del 11 al 13 de marzo en Sevilla se desarrollaba la **X Convención de la red de talleres Tecno-Centro**, auspiciada por los socios de **CGA** y coordinada por **Dulce Rodríguez** y que aglutinaba a 320 profesionales, entre los que estaban 130 talleres, diversos distribuidores y demás miembros del staff de CGA.

En ella, se daban a conocer a los reparadores diversos aspectos que promotores y proveedores han previsto para apoyar y potenciar las posibilidades de negocio de los reparadores de la red.

Programas para la Red

Se habló de la **Certificación de Taller respetuoso con el medio ambiente** y se acreditará a los talleres con una identificación siempre que cumplan con un protocolo designado por la central.

Se realizó la presentación del **Programa Empresa** con servicios y tarifas unificadas a nivel nacional. Con esto se pretende conseguir acuerdos como "Red oficial tecno-centro" con diferentes empresas y compañías para el mantenimiento de las flotas de vehículos, compañías de renting y seguros.

La **formación técnica**, también aparecía en la convención: se habló de más de 24 cursos descentralizados a disposición de la Red tecno-Centro. Formación comercial, técnica y especializada para la red. Estos cursos no tienen ningún coste para el taller ya que son servicios incluidos en la cuota de mantenimiento.

Uno de los aspectos de gestión mencionados fue el programa de gestión y contable para todos los miembros de la red que lo deseen, un servicio gratuito.

En cuanto a **imagen**, este año anunciaron la aplicación de unos criterios de imagen dentro de la red para su unificación visual y mejor identificación de la misma.

Los proveedores

Los proveedores, presentaron sus informaciones; **Robert Bosch**, que da en exclusiva formación técnica para la red, así como la asistencia técnica telefónica (hot line) daba a conocer el nuevo programa de módulos **BBS Bosch brake Systems** en exclusiva para la red. **Jesús Bermejo** presentó nuevos productos en equipamiento de taller.

Tras un intenso debate sobre el plan **RENOVE** de neumáticos propuesto por el Gobierno, **Continental neumáticos**, ratificó su fuerte compromiso y colaboración hacia la red y **Raúl Gutiérrez** presentó una nueva gama de neumáticos: los **Contisport Contact 5**.

José M^a Romanach, de **Motul**, presentó en exclusiva para la red las campañas **Engine clean** y el catálogo de puntos por la compra de lubricantes específicos.

Osram, presentó una campaña exclusiva para los talleres de lámparas **night breaker** y sorteó entre todos los asistentes un expositor valorado en más de 3000 €. El agraciado fue **Talleres Sahara 4 x 4**, de Tarragona.

Bosal, tuvo una breve presentación de sus ganchos para remolques.

Valeo, presentó la situación actual de la compañía en España y la amplia gama de productos que distribuye.

Javier Monedero de **ZF Services Ibérica (Sachs)** presentó una ponencia técnica muy interesante para los talleres sobre los productos de la marca (embragues bimasa, amortiguadores, etc).

Una vez finalizada la reunión, el resto de la jornada supuso un espacio de ocio para los asistentes, disfrutando de la belleza de la capital hispalense. ●

📍 www.tecno-centro.com





UNA CINCUENTENA LARGA DE PROFESIONALES, REUNIDOS EN ZARAGOZA

El primer CDA del año, con MotorMecanica como telón de fondo

El Club de la Distribución de ANCERA, se reúne con los profesionales de la posventa para repasar los temas pendientes del sector.

Con **Arturo Aliaga**, consejero de industria de Aragón, **Benito Tesier** (Sr.), como presidente de ACARAZ, la asociación de recambistas de Zaragoza, y **Miguel Ángel Cuerno** en la mesa presidencial, el pasado 22 de febrero se reunieron en el *Hotel Boston* de Zaragoza más de cincuenta profesionales de la posventa entre los fabricantes de componentes partners de la asociación, los distribuidores de la zona, y talleres aragoneses para atender a la primera reunión del Club de la Distribución de ANCERA.

Aliaga y el apoyo a la Automoción

En la intervención de Aliaga, que iniciaba la reunión, se puso de manifiesto la voluntad de su consejería de proteger al sector de la Automoción y de las acciones apoyadas desde el Gobierno de Aragón: más ITV, parque tecnológico y circuito (MotorLand, para el que anunciaba novedades además de la celebración de MotoGP), junto con las validaciones de las piezas en Centro Zaragoza (en referencia a los dimes y diretes del sector con las aseguradoras), los "tiempos convulsos" por la cuestión de las enmiendas presentadas por PNV, CiU y PP a la Ley de Distribución que han provocado el enfrentamiento de Constructores y concesionarios: "somos como péndulos", decía, "vamos

de un extremo a otro". Anunciaba una reunión de las Comunidades autónomas para tratar de resolver este tema. Pero por supuesto, habló de las ferias: además del Motor Show Festival, habló de *MotorMecanica*, la opción ferial que se inauguraba al día siguiente: "una feria que será muy importante y en la que estamos muy implicados".

Como se mostró "dispuesto a escuchar las propuestas del sector del recambio para cooperar y encontrar caminos de confluencia, evitando 'pendulazos'", el presidente de ANCERA le arrancó la promesa de estudiar la colaboración de su Consejería para llevar adelante campañas informativas sobre los recambios y el sector independiente al consumidor final. También hubo compromiso para contactar con el Director general de Industria, del Ministerio, Jesús Candil, con el fin de lograr un equilibrio en el tema del nuevo decreto sobre reformas de importancia, que ha supuesto un perjuicio para el sector posventa.

El nuevo Reglamento

Tras la intervención de Aliaga, Cuerno iniciaba propiamente el CDA con los temas a tratar; el primero, el Reglamento 461/2010 y los derechos que supone: poder realizar mantenimientos en periodo de garantía del constructor sin perder ésta ("algo que no hay que cansarse de transmitir", decía, volviendo a pasar el

corte de los informativos televisivos en los que Almunia como Comisario de Competencia en Europa explicaba la importancia para el conductor de el nuevo marco) derecho a información técnica al sector reparador, y conceptualización del recambio original "que es el que vendemos nosotros".

¿Qué hace ANCERA?

Como explicación de que su papel en ANCERA consiste en defender el sector independiente, introdujo como ventajas y posibilidades creadas por la patronal con ese objetivo las publicidades a disposición del sector, en las que se habla de la libertad del usuario a elegir canal para las reparaciones de los vehículos según el nuevo marco legislativo, las ventajas de entidades como GESAFA y sus estudios sobre los desgastes de los amortiguadores como bagaje informativo a transmitir al sector, y el trabajo que se está llevando a cabo con la patronal de los desguazadores para que el trabajo de los desguaces no suponga un perjuicio al que llevan a cabo los distribuidores y talleres multi-marca independientes.

Constructores y aseguradoras, cuestiones pendientes

Hubo tiempo para hablar de los intentos de los constructores de mermar mercado al canal multimarca mediante publicidades en los que se ponen en duda la calidad o seguridad del canal multimarca y sus recambios y también se habló de los problemas del sector con las aseguradoras (los acuerdos con talleres y el compromiso implícito para el aprovisionamiento de recambios).

En ese momento, volvió a provocar las intervenciones de los talleres que fueron explicando su vivencia en este tema, finalizando con una alusión al debate entre constructores y concesionarios: "desde ANCERA se intentará que haya un equilibrio", terminaba, ya que se corre el riesgo de que los constructores asuman la distribución de los componentes. ●

www.ancera.org



La propuesta de Feria de Zaragoza no acaba de cuajar

No es que esperáramos un aluvión de gente en MotorMecanica a decir verdad. Ni en los dos pabellones, tras haberse hecho público el listado de expositores, ni en los amplísimos pasillos...pero siempre es de lamentar que una acción que se realice por el sector no consiga dinamizarlo, porque, al fin y al cabo, eso nos interesa a todos...

MotorMecánica necesita ir al taller

35.000 m², 207 firmas y 6000 visitantes en total. Cifras oficiales que *Feria de Zaragoza* notificaba en el balance final de **MotorMecánica**, un evento celebrado en sus instalaciones del 23 al 26 de febrero y que en todas las jornadas, excepto la del sábado, ha adolecido de poco movimiento, falta de definición y resultados irregulares.

La tarde del 21, en los últimos compases del montaje, muchas dudas entre los propios expositores. El aspecto inacabado que tiene todo en esos momentos no ayudaba a fortalecer la confianza en lo adecuado de estar presentes en esa manifestación.

Pero la suerte estaba echada, la apuesta de Feria de Zaragoza no tenía marcha atrás, el Gobierno de Aragón respaldaba *urbi et orbe* la propuesta (empezando por el CDA de la noche anterior, convocado por ANCERA, al que asistió), y al día siguiente tocaba inaugurar.

Primera jornada: la FP como protagonista

Abiertas las puertas, los stands encendían las luces luciendo su mejor cara, aunque muchos aún con las dudas de su papel allí y los resultados que se pudieran obtener.

Tras la inauguración oficial, con guardia de gala incorporada como manda el protocolo, paseo de la comitiva (de largo, el grupo más multitudinario visto en el primer día en los pasillos).

De los dos pabellones (o casi, ya que el espacio disponible se hallaba "acotado"), uno, el 8, orientado al tuning, los accesorios, la personalización de vehículos (con claras reminiscencias al MotorShow de pocos días antes) combinado de forma casi imposible con productos para la carrocería (**SRC** -los distribuidores de R-M-), los consumibles (**Glass Polish**), y el otro, el 6, con algo más de presencia de industria, pero mezclándose todo: los elementos de motor (**Automoción Oryx Parts**) con la maquinaria de diagnosis y taller (**Berton, Launch, Velyen**), componentes (**Air Fren**), filtración (**Mann+Hummel Ibérica**) y todos sus directivos destacando con luz propia, como suelen, redes de talleres en prospección (**Confort Auto**, de Grupo Soledad, o **Midas**) y demás presencia "corporativa" reunida en el stand de 800m² del Cluster de Automoción de Zaragoza con **Bosal, Airtex, Fersa, Brembo** se unía al, algo más pequeño, Cluster de la automoción de Jaén, (presentado como "la industria andaluza en Zaragoza"); así, los pocos stands con una relación más directa con la

posventa se alineaban junto a centros de investigación, asociaciones, institutos, iniciativas formativas y demás stands institucionales, junto a la presencia del concesionario de **Mercedes-Benz** en plaza (directamente vinculado a los **Aragón Skills** de **COMFORP**).

Como conductor hacia las salas de los eventos, diversos vehículos de época, en una parte del pabellón 7, gentileza del Club local de coleccionistas de vehículos históricos.

Muchos expositores, sin un plan o propuesta específica para el visitante; algunos por no saber muy bien lo que se iban a encontrar, otros un poco por que iban a estar ahí...por mostrarse al público asistente reforzando la imagen de marca en apoyo del cliente local, tal como respondieron a nuestra pregunta de qué producto estrella para la feria traían, y sus objetivos a lograr; aunque el público no acababa de llegar.

La primera jornada, y pese a ser un día tradicionalmente en poder de la FP, como lo fue, hubo un lento goteo de talleres (muy lento) que se acercaban a ver qué se cocía en el recinto de Feria de Zaragoza; cruzando el mediodía, algunos visitantes del sector del comercio y empresas vinculadas a la comunicación y al marketing.

Bien es cierto que esa jornada, sin los agobios de tener que atender a más visitas de las que el tiempo permite, se aprovechó para realizar contactos y relaciones profesionales: los fabricantes aprovechaban para saludarse (los que estaban exponiendo con lo que acudían a ver cómo iba, todo) para intercambiar opiniones, para visitar a la prensa profesional (que sí estuvo: casi todos los responsables de las cabeceras de la prensa especializada, alguna cabecera de revistas de usuario orientadas a la personalización y prensa generalista local) o para atenderla con calma al ser visitados.

Hay que decir, además, que la representación institucional de la posventa sí circulaba por los pasillos. **CETRAA** (con stand y turnándose su directiva y las de las asociaciones geográficamente limítrofes), **ANCERA**, **SERNAUTO**, **CONEPA**, aprovechaban la muy significativa presencia institucional de Aragón para estrechar relaciones.

Segunda y tercera jornadas, calma y eventos

La segunda jornada de la feria, jueves, arrancaba en un ambiente de tensa incertidumbre.

Como uno de los platos estrella presentados al sector, se llevó a cabo el **Foro de la Automoción**; un

evento algo generalista que se planteó los "retos a los que se enfrenta la Automoción" y el papel de la Alta competición en su desarrollo de futuro. Nombres como el del piloto **Pedro de la Rosa**, **Luís Valero**, director de ANFAC, **Jaime Puig**, director de Seat Soprt o **Antonio Cobo**, director de la planta de GM España en Figueruelas eran el gancho de un evento con mucha corbata de seda y coche oficial.

El viernes transcurrió muy parejo a la anterior: una mañana con algo de animación en los pasillos para pasar a una tarde muy tranquila.

Se llevó a cabo, en el centro de congresos: lo que debía ser el complemento "posventa" a la exposición: un debate sobre **Seguridad Vial, Educación Vial y Reparación**, en el que se ha puso de manifiesto la importancia de llevar a cabo un servicio posventa "de calidad y en lugares garantizados en los que trabajan profesionales". Según explicaba **Mariano Bistuer**, de Centro Zaragoza; como dato, en España cada año pasan la inspección más de 15 millones de turismo, de ellos, más del 80 por ciento pasan positivamente este mecanismo por su "seguridad" siendo la dirección del vehículo, los frenos y las emisiones contaminantes a la atmósfera son los tres "principales fallos" que presentan los automóviles españoles en la Inspección Técnica de Vehículos. En cuanto a la normativa, **Fernando Antoñanzas**, de Atarvez, explicaba que en España se siguen los mismos pasos que en el resto de países de la Unión Europea, dado que "es la misma normativa para todos".

Además, se puso de manifiesto la importancia de llevar a cabo mecanismos que propicien la seguridad vial ligada con el medio ambiente.

También se habló de ecología. Los ponentes coincidieron en que es un asunto que preocupa "cada día más", pero que "camina despacio", en palabras de Luis Rivas, secretario general de AECA ITV.

En representación de la Confederación Española de Talleres (cuyo presidente había sido anunciado como interviniente sin haber sido confirmado, al igual que lo había sido **José María Carcaño**, por Centro Zaragoza) **Pilar Gallart**, secretaria general de la asociación de automoción de Lérida (venta y reparación de vehículos, y miembro de CETRAA); la patronal incidía en la problemática de inspeccionar un vehículo en un lugar que no esté regulado "y más aún, con los vehículos actuales, que se conforman de tecnología y nuevos elementos" subrayando que la actual situación de crisis está beneficiando a talleres no homologados,

Eventos MotorMecánica



Mann+Hummel Ibérica y todo el equipo directivo posventa destacando en la feria.



Berton, con un stand atractivo y con pantallas para poder realizar demostraciones.



Launch, apoyando a su distribuidor Pinturas Santafé que, desde Reus, cubre Lérida, Aragón y Navarra.



La plana mayor, inaugurando, con guardia de gala.



El circuito, protagonista con muchos metros.



SRC, el distribuidor de R-M; que presentaba el Viva Systeme, una válvula con tubo adaptable para facilitar los cambios de aceite, de la empresa Cardist.



Bosal, Fersa, Airtex, en el stand del Cluster de la Automoción de Aragón



Velyen



Air Fren



Robert Bosch, presente de una forma tan tanto peculiar.



Centro Zaragoza, con dos ubicaciones, como las instalaciones de Pedrola y Motorland en Teruel.



Confort Auto, buscando nuevos puntos de servicio.



Midas.



CETRAA



Oryx Parts.



Smopyc 2011 quiere ser la mejor edición de todas.



Aragón Skills, la competición local de COMFORP.



Los clásicos, siempre atractivos...



Suministros Químicos Sabadell



Los productos de carrocería de Meguiar's.



Cramsa industrial.



Lecién.



Ágreda Automóvil, el concesionario Mercedes-Benz local.

puesto que cuentan con precios más bajos "pero carecen de los conocimientos y las máquinas necesarias para llevar a cabo una correcta puesta a punto". Con el objetivo de ampliar el conocimiento de la sociedad en materia de seguridad vial, todos ellos han apuntaron hacia la importancia de involucrar a los medios de comunicación y a las asociaciones de consumidores como "intermediadores". Asimismo, han resaltado la importancia de trabajar con los niños, que son "los conductores responsables del futuro". El debate estuvo moderado por nuestro colega de profesión **Raúl González**, y contó con una asistencia de alrededor de tres decenas de profesionales que interaccionaron entre asistentes y ponentes. Ambos eventos, pese a tener su peso, adolecieron de lo mismo que la propia exposición: indefinición de objetivos, conclusiones algo estériles. Salvas más efectivas que efectivas, en realidad.

Opiniones

Ya durante la feria, su director, **Sergio Diloy** transmitía su satisfacción por el hecho de haber conseguido celebrar la primera edición. En la nota final las frases y conceptos que aparecen hablan de "embrión", "gran perspectiva de futuro", "rigor de la institución ferial para apoyar a sectores estratégicos"; dichas por personalidades que han apoyado la celebración del evento (**Arturo Aliaga**, consejero de industria de Aragón, **Manuel Teruel**, presidente de Feria de Zaragoza). Las opiniones de algunos de los expositores que acudían de forma independiente no hablan de fracaso,

quizá debido a disponer de la experiencia suficiente como para acotar su participación y prepararla de una forma muy precisa; algunos se marcharon satisfechos por haber trabajado con cierta continuidad, aunque de forma muy local, intensificando la labor de sus distribuidores de zona; pero es que ese era su planteamiento: ni gran comercio, ni internacionalización. Otros expositores dentro de los clusters manifestaron opiniones algo dispares: mientras unos habían dejado el producto casi de forma testimonial, sin que nadie de la organización posventa acudiera, por haberlo definido así, otros sí enviaron a profesionales que fueron atendiendo las visitas, pero de forma muy relajada. Las conclusiones recabadas hablan de que no mereció la pena. Algunos fabricantes, no presentes como expositores pero sí como visitantes de la feria, habían acudido "porque es nuestra obligación conocer lo que tenga que ver con nuestro sector" y se marchaban reafirmados en la decisión tomada (algunos con dos horas les bastó y sobró, con quejas como falta de señalización, poca representatividad, etc.), y decepcionados por ver cómo se quemaba un cartucho en unos momentos en los que los esfuerzos suponen una inversión (ya no solo en dinero, sino en tiempo) que se mide al detalle, buscando el que sea satisfactoria.

Si hay otra edición, primero que pase por el taller

Fue feria que sólo tuvo sentido como inicio de algo; una primera vez, difícil, algo forzada, que, a nuestro

entender, deberá reorientarse para ser esa "otra cosa" que se buscaba, y dar respuesta a una necesidad detectada hace dos años, tal como afirman sus promotores, estuvo demasiado presente en las cabezas de los profesionales: para muchos supuso un "calentamiento" hacer prácticas para su inmediata feria de la posventa: **Motortec A.I. 2011**. El caso es saber hacia dónde. Y eso deberá decirlo el sector. Quizá deben hablar, un poco más y mucho antes, con fabricantes, distribuidores y talleres empezando por la "población" local. En Feria de Zaragoza no se arriesgan aún a hablar de una segunda edición. Caso de hacerse, algo que sería bien lícito, lo que está claro es que deberán revisar el modelo, los objetivos, la orientación, las fechas, y los apoyos sectoriales que hay que consultar y movilizar para que consiga ser eso distinto que la haga interesante. Un importante fabricante radicado en la región nos decía: "Un evento del automóvil, sea de posventa multimarca o marquista, tiene sitio en cualquier ciudad y región, porque no son patrimonio de nadie, así que un evento de esta índole en Zaragoza tendría todo el sentido, pero bien hecho. La Cámara de Comercio, la Feria y su director deben responder sobre los resultados porque se ha contado con recursos públicos, pero deberán reflexionar seriamente si quieren una feria bien hecha."

Veremos. ●

www.motormecanica.es
www.feriazaragoza.es

JAVIER MATESANZ,
DIRECTOR DE VENTAS DE
DANA AUTOMOCIÓN SA-GLASER

Una compañía de referencia en el mercado español de la estanqueidad que, gracias a su trabajo intenso y tenaz de su equipo, está alcanzando buenos resultados; y quieren seguir teniéndolos.



Más intensidad

Javier Matesanz conoce la compañía, **Dana Automoción SA-Glaser**, actualmente en el grupo de origen norteamericano **Dana Corporation**, como la palma de su mano. Conoce igual de bien el mercado de la posventa español y sabe qué necesitan sus clientes: producto de calidad, apoyo en gestión de producto, servicio experto, rápido y flexible, al precio adecuado. Y se lo da. Quisimos que nos contara cómo le ha ido a la compañía, cómo ve el mercado, los cambios que aprecia en él y qué proyectos tiene.

¿Cómo se cerró 2010 en Dana?

Los resultados han sido buenos. Hemos cerrado el año, tras mucho esfuerzo, con cifras positivas, lo cual está muy bien, tras algunos años en los que eso no había sido así. Aunque en Zaragoza las cifras siempre han sido buenas.

Pues conviene decirlo...¿se ha crecido también?

La planta de Dana Automoción, SA, que suministra a otros países, ha crecido sobre un 10-12% y, en España, pese a que la situación no es buena, se ha crecido también con dos dígitos, así que estoy muy contento.

¿Sobre qué han trabajado para conseguir ese crecimiento?

Básicamente ha sido afianzar el mercado de que ya disponíamos y aportar a los clientes el servicio, la atención, el precio (por supuesto, si no, no estás en el mercado), para que ellos hayan crecido. No hemos abierto nuevos clientes (desde 2008, porque tenemos un canal maduro, solvente), sino que en estos años estamos ayudando a que los clientes sean los "responsables" de acceder a más mercado, y así lo han hecho.

¿Y en ello ha tenido algo que ver la situación vivida en España por Elring?

No. A ver: **Elring** es, posiblemente, una de las marcas que, junto con **Victor Reinz**, es de las más reconocidas a nivel mundial. Y en cuanto a mercado, casi seguro que ambas tienen también la mayor parte de la cuota.

Lo que teníamos en España era un Elring "Light"; tenían su mercado, sus nichos e iban trabajando. El porqué Elring Alemania ha tomado la decisión de dejar de distribuir la marca directa-

mente no lo sé; posiblemente por un tema de resultados, que no eran muy boyantes (según mi percepción, ya que estás visitando clientes continuamente y ves dónde están y dónde no). Ahora depende de **Mahle**, y de **Motor Service**, y de **Comercial del Motor**. Es cierto que el frente de batalla es distinto y que habrá variación. Es una marca que tiene que estar ahí y a partir de ahora será una cuestión de hasta dónde sean capaces de seguir adelante con la marca y coger parte de cuota de mercado. Y lo harán, seguro. Lo que no sabemos es cuánto.

¿A costa de los resultados de quien?

¡Ya procuraré yo que a nosotros no nos afecte! Es lógico que estemos en su punto de mira, ya que concurrimos en los mismos mercados. **Federal-Mogul** y **Ajusa** tienen su parcela. Nosotros la nuestra. Y el mercado es el que hay; bajo mi punto de vista no está en crecimiento, con lo que cualquier movimiento podría suponer un cambio en la penetración de los actores actuales, porque no hay otra forma: al servicio oficial no lo van a captar, porque si para nosotros resulta complicado, peor para quien no trabaja en él, con lo que el camino es captar la cuota de los que ya estamos con mayor o menor parte de mercado.

Entiendo que establecerán su estrategia y la política comercial acorde a su compañía; veremos los resultados; de entrada, son tres organizaciones saliendo a la calle dirigidas, dos de ellas, a un mercado muy similar (**Motor Service** y **Comercial del Motor**, quizá más dirigidos a los rectificadores, reconструкторes) y **Mahle** más a grupos de distribución y tiendas.

A mi equipo lo que les he transmitido es que tenemos que seguir trabajando como hasta ahora, no podemos hacer más.

Entonces, ¿se plantean crecer o mantenerse?

Tenemos un plan de crecimiento, pero es más modesto que el de este año, no llegará a las dos cifras, porque eso lo veo complicado con la situación actual. Vamos a trabajar muchísimo en atención, servicio y en darles a los clientes todo lo que necesiten para que ellos sean los que crezcan. Estamos en los mercados de especialistas de motor que van a rectificadores y reconструкторes, con algunos rectificadores directamente y también estamos presentes en las tiendas del re-



cambio, así que ahí será donde intensifiquemos nuestro trabajo como lo hemos hecho hasta ahora.

¿Qué ofrecen?

El mercado, al final, lo que está pidiendo que le des todo en el día: si además puedes ajustar los stocks, ayudarles a que tengan el menor inventario posible, mejor. Los especialistas del motor son algo distintos, en este aspecto, tienen un gran inventario, pero en las tiendas es más complicado que tengan 30.000 referencias vivas, porque tienen muchos productos, así que les ayudamos a tener el menor margen posible, la mayor rotación posible y que les saquen un margen que suponga el que les siga siendo rentable trabajar este producto, que no supone mucha facturación, y es para ellos un "mal necesario".

También procuramos explicarles en coloquios porqué la junta ha ido cambiando en función de la evolución tecnológica de los motores y cómo les afecta, porque la formación técnica pura y dura se la hemos ofrecido desde hace muchos años, en niveles muy altos, es una ayuda informativa.

¿Y producto?

Nuestro catálogo se actualiza cada dos años y lo presentamos en *Automechanika Frankfurt* (porque Dana decidió estar sólo en *Automechanika Frankfurt* para Europa y *Las Vegas* para el mercado americano). Este año, además de turismo, agricultura e industrial para Víctor Reinz, se presentó sólo el catálogo de turismo de Glaser, así que en abril-mayo saldrá el catálogo de industrial.

Ambas gamas se igualan: hace cinco años, por motivos estratégicos internos (inversiones, básicamente), se decidió que la gama asiática desaparecía del catálogo Glaser y sólo aparecía en Víctor Reinz y en agrícola desaparecía de Víctor Reinz y sólo aparecía en Glaser. Ahora las gamas de Glaser y Víctor Reinz son iguales y ambas vuelven a tener turismo, industrial y agrícola.

Víctor Reinz es la gama de equipo original por imagen y precio. Glaser es una marca de reposición, con un precio distinto y su imagen reconocida. Ambas tienen todas las prestaciones de calidad y los mismos apoyos.

No van a estar en Motortec...

De hecho, sólo fallamos en la anterior edición y en esta, pero

se había convertido (ya desde 2007) en una feria poco internacional. A mi me encantaría estar en Motortec A.I., pero primero que Dana no tienen un presupuesto de marketing, y se ha decidido acudir a dos ferias para Europa y América; y después que se necesita demostrar que estar presente supone un beneficio, que siempre es difícil, pero que se puede medir. Apoyar al sector está muy bien, pero se necesita un retorno. No basta con ver a los clientes que ya conoces y tomarte algo con ellos.

Es fácil darle la culpa a los organizadores y decir que lo han hecho mal y no voy, pero no es el caso: percibo un cambio de dirección, pero cuando acuda a visitarla diré si tiene sentido para nosotros, y una de las cuestiones importantes sería que fuera realmente internacional.

Quizá vuelva a ser así, y yo sea capaz de demostrar numéricamente el beneficio de estar presentes; en ese supuesto, Dana aceptaría, porque lo que he podido argumentar con cifras, se ha concedido.

¿Cómo perciben sus clientes el año 2011?

La percepción que nos transmiten es de riesgo, por los impagados. Se sigue reparando, pero hay mucha morosidad y la percepción es de que esto va a incrementarse.

Si las ventas de producto caen un 2-3%, es asumible: no todos los años van a ser de crecimiento, hay que ajustarse y por suerte ha sido un sector financieramente solvente y los distribuidores han tenido capacidad y ganas de invertir en sus negocios; el problema es que está durando mucho en medio de un complicado contexto internacional y con falta de liquidez, no se mueve el dinero.

La cuestión es no caer en el pesimismo y bloquearse, hay que seguir trabajando; nosotros no tenemos morosidad, pero nuestros clientes están empezando con esos problemas; si bien hay una ley de nueva, no sé si va a suponer una ayuda, porque sólo equipara el marco legal al nivel europeo de 2004, y de forma algo más restrictiva, pero veremos qué tal funciona. Mientras, trabajar intensamente. ●

www.glaser.es

La 4ª Convención Multitaller congregó a 170 asistentes entre miembros de la red y acompañantes.

Apuesta por las nuevas tecnologías

La cuarta edición de la Convención MultiTaller tuvo un protagonista destacado, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Los dirigentes de esta red de talleres tienen claro que el futuro de la misma pasa por la adaptación de los miembros al acceso a Internet o a las redes sociales.

Córdoba acogió el fin de semana del 4 al 6 de marzo la cuarta edición de la **Convención MultiTaller**, recordemos, **red de talleres** impulsada en su momento por **Grunosur**, grupo de distribución que, junto con **Centro Holding España**, crearon el pasado año **C.G.A. (Concentración y Gestión Asociada)**. Como siempre, este acontecimiento combinó ocio y trabajo por lo que los asistentes pudieron conocer el estado actual de la red, sus proyectos y apuestas de presente y de futuro así como disfrutar de la rica gastronomía y los encantadores lugares de la ciudad andaluza.

Expansión, Comunicación y Formación

Bajo este título se abrió la jornada de trabajo en la que los primeros en intervenir fueron **Dulce Rodríguez**, responsable de la red Multitaller y **Alejandro San Nicolás**, formador de Cars

Marobe, empresa madrileña dedicada a varias actividades posventa, entre ellas, la formación técnica.

Rodríguez inició su intervención repasando el estado de la red Multitaller, los actuales servicios que presta y comentando las campañas promocionales realizadas en 2010. Actualmente, esta red cuenta con 164 talleres repartidos por todo el territorio nacional y ofrece los servicios de mantenimiento preventivo, aceites y filtros, mantenimiento de fábrica, cambio de aceite, correas y mangueras, iluminación y accesorios, frenos y neumáticos.

Tras este repaso lanzó un importante mensaje a los miembros que componen la red: deben apostar por las **nuevas tecnologías de la información y la comunicación**. Multitaller les presta todo su apoyo al respecto y no solo de "boquilla" ya que se han puesto manos a la obra y han puesto en marcha una nueva página web mucho más completa e interactiva. Prueba de ello es que



Dulce Rodríguez, responsable de la red MultiTaller.



Alejandro San Nicolás, formador de Cars Marobe.

incluye un interesante Foro donde los talleres pueden compartir sus experiencias profesionales. Además, Multitaller ya está presente en Facebook y en Twitter. Ahora hace falta que los talleres se suban plenamente al carro de Internet y las redes sociales, ya imprescindibles para intensificar las relaciones con los clientes, darse a conocer, promocionar las actividades y campañas..., en definitiva, para aportar rentabilidad e incrementar el volumen de negocio de las empresas.

Alejandro San Nicolás también incidió en la necesidad de invertir en tecnología de la información. Esta inversión debe servir para que los talleres Multitaller se acerquen al cliente y que éste perciba que estos centros de reparación son modernos y eficaces con lo que ello comporta en términos de atracción y fidelización. Este formador externo subrayó que las nuevas tecnologías potencian los apartados relacionados con la atención al cliente como la recepción, el proceso de reparación y, muy importante, de información sobre la misma, la transparencia, la rapidez, etc. En definitiva, concluyó San Nicolás, mejoran la satisfacción del cliente para así invertir en fidelización y atraen a futuros clientes de MultiTaller.

Cuerno y el reglamento

Habitual de estas lides, Miguel Ángel Cuerno, presidente de ANCERA, intervino en la Convención y su discurso versó sobre el reglamento para la posventa 461/2010 del cual está realizando una gran labor de difusión.

El presidente de patronal de distribución de recambios explicó a los talleres presentes los derechos que el nuevo reglamento otorga a los usuarios incidiendo en el que no pierden la garantía suscrita con el constructor si realizan las operaciones de mantenimiento en un taller multimarca independiente siempre y cuando se sigan las instrucciones del libro. También resaltó las oportunidades que aporta a la posventa independiente, sobre todo en términos de acceso a la información técnica. Sobre esta cuestión, recordó que los constructores están obligados a proporcionar a los operadores independientes el acceso a la información técnica a la vez que se la dan a los reparadores autorizados. Dicho acceso se debe realizar bajo pedido, sin retrasos, de forma útil y a un precio razonable.

Siguiendo con los fabricantes, apuntó que éstos no pueden condicionar la garantía a la reparación ni el servicio de un vehículo dentro de su red autorizada o el uso de su propia marca de recambios. De hecho, a cualquier vehículo nue-

vo se le puede realizar operaciones de reparación y de mantenimiento durante el periodo de garantía en cualquier taller mecánico con cualquier recambio original o equivalente. El nuevo reglamento defiende la filosofía de "El que paga, manda" recordó Cuerno.

Tras su parlamento, Cuerno preguntó a los allí presentes si los talleres Multitaller habían tenido problemas relacionados con los clientes y el nuevo reglamento. Varios miembros de la red alzaron su voz para comentar que algunos concesionarios les han acusado de realizar reparaciones en malas condiciones y que comprometen la garantía del vehículo.

Los talleres y la coyuntura actual

Tras el presidente de ANCERA tomó la palabra otro de los ponentes "clásicos" de la posventa, François Passaga, responsable de la consultora GIPA España. Como siempre, aportó datos y cifras muy interesantes.

Informó sobre las **dificultades actuales**: se están vendiendo aproximadamente medio millón menos de coches al año que hace cuatro o cinco años por lo que el taller tiene menos "materia prima" que reparar. Así mismo, ha disminuido el kilometraje anual recorrido, en 475 kilómetros de media según GIPA; en diez años los cambios de aceite han pasado de realizarse cada 7.000 kilómetros a cada 13.000 y hace unos años el usuario acudía al taller 2,8 veces al año y en la actualidad acude 1,8 veces. A todo ello cabe sumar que muchos clientes son ahora más pobres que hace tres años.

Sin embargo, Passaga no se rinde ante estos datos y animó a los asistentes con un listado de **oportunidades** para el taller también amplio. Así, la edad media del parque lleva dos años subiendo (ya está en 8,2 años de media) y se calcula que en 2015 el parque habrá envejecido otro año más y que el canal multimarca tendrá una mayor penetración en la posventa del automóvil.

Passaga se preguntó en voz alta si el profesional del taller multimarca independiente había hecho los deberes. Se respondió que, en general, los que se han adherido a una red de talleres sí han hecho los deberes, centrados en cinco materias: formación, información técnica, equipamiento, atención y servicio al conductor e imagen ante el conductor. Las redes de talleres, como Multitaller, han cumplido un papel clave en las mejoras en estos aspectos. ●

 www.multitaller.com



Córdoba, a fondo

La actividad "laboral" y de ocio se reparten a partes iguales en la Convención MultiTaller. Así los miembros de la red y sus acompañantes pudieron conocer a fondo Córdoba así como disfrutar de sus monumentos históricos y su gastronomía.

El primer día de jornada, el viernes, se realizaron las ponencias pero la cena se celebró en el mismo Hotel que acoge el Restaurante Al-Zagal, que combina la oferta gastronómica local con una amplia variedad de platos nacionales e internacionales.

Pero si hablamos de platos, el plato fuerte llegó al día siguiente con una excursión matinal en la que se pudo disfrutar de una panorámica de la ciudad y sus alrededores y de una visita a la Mezquita. Tras un almuerzo en la finca El Capricho del Alabardero, una impresionante casa señorial con bonitas vistas al río Guadalquivir, la expedición tuvo la tarde libre para descansar o conocer la histórica ciudad andaluza que, desde 1994, su casco antiguo es Patrimonio de la Humanidad según la UNESCO. Córdoba, además de su conocida Mezquita, ofrece al visitante lugares y edificios muy bonitos y con una larga historia como el Barrio de la Judería, la Puerta de Almodóvar, una de las tres únicas sinagogas de la edad media que se conservan en España o el Museo Diocesano.



Algunos asistentes intervinieron para explicar las quejas de los concesionarios ante el nuevo reglamento.



Miguel Ángel Cuerno, presidente de ANCERA.



François Passaga, responsable de GIPA España.

Entrevista

RAÚL CALLEJA, DIRECTOR DE MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA, AL FRENTE DE UN EQUIPO DINÁMICO PARA UNA EDICIÓN "DISTINTA" DE LA FERIA DE LA POSVENTA DEL AUTOMÓVIL DE MADRID A CELEBRAR DEL 30 DE MARZO AL 2 DE ABRIL

especial
motortec
automechanika
IBÉRICA

Son los artífices de que esta nueva edición de Motortec Automechaika Ibérica se perciba con un nuevo espíritu, bajo una nueva sensación mucho más ilusionante. Si bien hay que ver cómo esa ilusión cristaliza, conseguir en darle la vuelta a una tendencia claramente pesimista es todo un éxito.

Transmitiendo la i

Raúl Calleja es el líder del equipo al frente de **Motortec Automechanika Ibérica**, la feria de la posventa que cuenta ahora con los apellidos 'ilustres' con los que, tras el acuerdo del pasado febrero de 2010 con Messe Frankfurt, se la ha dotado de un halo de 'alcurnia'. No en balde, la marca *Automechanika* es sinónimo de seriedad y solvencia allá por donde transita, aunque los tiempos estén difíciles incluso para los más 'nobles'.

Calleja, nombrado director de la feria, y su director comercial, **Alberto Leal**, empezaron a configurar una estrategia de comunicación y contacto sectorial para reilusionar al sector.

Muchos kilómetros recorridos para visitar empresas o acudir a los eventos relevantes en los que presentar la nueva feria, hablar de *rentabilidad*, de *proximidad*, de *efecto multiplicador*, de *negocio...* han aprovechado la plataforma internacional de las otras ferias con sus mismos apellidos para hacer que los visitantes de otros países se fijen en el nuestro, han potenciado la plataforma comercial buscando compradores, han facilitado al máximo la gestión de los stands y las visitas, han programado una "popularización" del evento para llegar al usuario final (pese a ser una feria profesional), han utilizado los recursos de las TIC para comunicar continuamente, han recordado la formación del visitante más profesional...no han parado, vaya. Un gran reto en un año en el que la crisis galopa a sus anchas por el Estado. Y han conseguido, como mínimo, que la feria vuelva a sonar como opción para muchas empresas de nuestro sector posventa, se hayan decidido finalmente a acudir o no (y cuyos directivos estar en los pasillos, estarán), que algunas que habían desistido, reaparezcan, y que, las que nunca han dejado de pensar en Motortec como "su feria", vayan con mucha más seguridad, y algunas con más metros.

Así que, a priori, esta edición tiene buena pinta. Quisimos hablar con su director para que nos explicara a algunas semanas vista, qué percepción tiene, y qué esperan...

¿En qué situación está Motortec, a nivel de contratación?

Raúl Calleja: Cada vez hay más empresas que, a causa de la situación económica actual, deciden más tarde si asisten o no. De hecho, estamos recibiendo diariamente nuevas solicitudes de participación. Nosotros ponemos todas las facilidades del mundo para las empresas expositoras que quieran participar, porque estamos ahorrándoles el tiempo y recursos para que ellas puedan diseñar y montar un stand. Tenemos dos formatos de stands modulares, el *Basic* y el *Premium* y que por 2.500 uno y 3.200 euros el otro se tiene el stand ya montado y solo hay que traer productos, cartelería, etc. A fecha de hoy, estamos en las 420 empresas expositoras, creo que llegaremos a las 450; pero lo más importante no es el número sino la calidad y la importancia de estas empresas y visitantes.

Lo que nos interesa es la cantidad de relaciones comerciales que se puedan entablar dentro de la feria y que sean rentables para las dos partes. Es por ello que ya estamos gestionando las invitaciones de todos los clientes de los propios expositores. Tenemos un presupuesto muy importante para traer a más de 180 grandes compradores internacionales; el mercado portugués está prácticamente al 100% en cuanto a distribución que viene a la feria a visitarla. Estamos teniendo muchas peticiones de invitados del ámbito sudamericano, también de Tailandia, de Francia, de Italia; los grandes responsables de compras de esos mercados estarán aquí y estamos tratando de enfocarlos en los dos primeros días de feria, miércoles y jueves, que serán los días más de comercio; los talleres creemos que vendrán más viernes y sábado. También estamos dando facilidades para ello, por ejemplo, a través del programa de invitados internacionales: hasta 180 invitados. A nivel nacional nacional tenemos hasta 600 invitados con viaje y alojamiento pagados y que son clientes de los propios expositores. También hemos puesto a disposición rutas de autobuses en los dos primeros autobuses de España y de Portugal que vendrán a la feria, esto organizado vía CETRAA y CONEPA, también tenemos el tema de las invitaciones digitales que para nosotros es impor-

tante crear cultura de feria, no decir que "se está" en la feria sino también que "vamos a estar" en la feria. En este sentido las invitaciones digitales juegan un papel muy importante, muchos en sus mailings ya dicen que van a ser expositores en Motortec. Así se crea expectativa y por tanto potencia las visitas.

¿Están siendo más duras las negociaciones con los expositores teniendo en cuenta el contexto económico actual y las anteriores ediciones de Motortec, que fueron a la baja?

Alberto Leal: Independientemente de lo que comentas, el proyecto es novedoso y los expositores nos han abierto las puertas de su casa. Además, los hemos ido a visitar y nos hemos conocido mutuamente y hemos conocido el sector el cual nos ha dado una muy buena acogida. Es cierto que la situación económica es complicada y que el modelo tiene que evolucionar, pero nosotros hemos hecho un nuevo planteamiento y nos están escuchando. El balance final es que estamos muy satisfechos porque



Raúl Calleja,
planteamientos de e



Ilusión del cambio

hemos conseguido aunar los criterios y las sensibilidades de varios agentes del sector como las asociaciones de talleres, de la distribución, la prensa que en su mayoría están volcados con el proyecto y esto es ilusionante al margen de la difícil situación económica actual. La verdad es que el proyecto está gustando.

R. C.: Motortec es parte del sector de la posventa, y lo han percibido así. Por eso hemos creado la *Semana de la Posventa*, queremos ser su altavoz durante la semana del salón. Queremos que durante esa semana no se hable de otra cosa: del taller y de la posventa.

Hacer visible la posventa que siempre ha parecido invisible es un reto que quizás no se vea por completo este año...

R. C.: Sí, es un recorrido de medio y largo recorrido.

A. L.: Pero el comité organizador, en el que

están todas las asociaciones que representan al sector en España, se han unido para aprovechar el marco de la feria y crear "algo más", que en esta edición se consigan determinados objetivos; luego, en la próxima, algunos objetivos más. ¿por qué no hablar de posventa? Son más de 40.000 los talleres que operan en España, generan una gran actividad y nosotros tenemos el objetivo de sacar a la luz toda esta actividad.

Respecto a los visitantes, van a incentivar su asistencia, pero lo que desean los expositores es que sean interesantes, compradores, con capacidad de decisión, ¿cómo han trabajado para que acuda este tipo de visitante, con capacidad de decisión y de compra?

R.C.: A través de dos vías: una, a través del programa de compradores, tanto nacional como internacional, es decir, le estamos dicien-

do al expositor, "invita a tus 3-4-5 principales clientes tanto a nivel nacional como internacional". Los expositores ya están enviando estas invitaciones y nosotros actuamos como una mera agencia de viajes; esto garantiza que vienen expositores de nivel. La segunda vía es el acuerdo con Automechanika por el cual todos los service partners de Automechanika de los 52 países en los que opera están haciendo difusión de la feria y estamos organizando actividades paralelas. Por ejemplo, en el ámbito sudamericano está prevista la *Ronda Hispanoamericana del Aftermarket* y van a venir los 15 principales grupos de distribución de Latinoamérica a una jornada en la que vamos a hacer una visita guiada y un encuentro comercial con expositores de la feria; esto va a ser el primer día de feria, el 30, en el que les presentaremos los grupos de distribución de aquí.



**comunicando en foros y reuniones los nuevos
esta nueva edición de Motortec para el sector.**

Entrevista

RAÚL CALLEJA

especial
motortec
automechanika
IBÉRICA



Nosotros tenemos la obligación de crear flujos comerciales. No separamos el español y el portugués. Es una feria ibérica.

¿Han notado que los expositores hayan contratado menos espacio o que hayan bajado su presupuesto por las circunstancias actuales?

R.C.: Cada empresa tiene sus necesidades en cuanto a espacio pero la superficie media por expositor ha crecido, y bastante, en relación a la anterior edición. Por eso, hay más pabellones que en la última edición, estamos al 85% de superficie ocupada por pabellón. También tenemos reservados boxes para empresas que quieran dar formación (se van a dar formación sobre híbridos, seguros, etc.); tenemos ya de 8 a 10 boxes reservados y forma parte de las jornadas técnicas de la feria. Este servicio es gratuito, no se le cobra al expositor pero entendemos que es muy importante para la feria, para atraer al visitante profesional.

A.L.: A los boxes tiene acceso todo tipo de expositor: el pequeño, el mediano y el grande. Con ellos reforzamos la idea de que la feria tiene que ser para todo el sector y otro ejemplo de ello son los stands modulares.

Añadiendo contenidos...

R.C.: Buscamos ofrecer contenidos de todo lo que atañe a la posventa. Tenemos el día del neumático, que es el viernes, tanto *Signus*, *Sigaus* como el *Consortio del caucho* van a tener sus jornadas, van a estar los grandes fabricantes organizando este día. Los carroceros también tendrán una actividad, CETRAA y ANECRA van a organizar el *Encuentro Ibérico*

de Talleres, la *Galería de la Innovación* será una plataforma de difusión de las grandes novedades y nuevas tendencias; ahora ha cambiado de formato: antes se daban a conocer los ganadores antes de la feria y ya acudían con estas novedades al certamen. Este año, todos los productos candidatos estarán expuestos los dos primeros días, habrá un jurado cuyo valor en los votos tiene un 60%, y el 40% restante serán los votos de los visitantes de la feria. El jueves por la tarde-noche se elegirán los ganadores y se notificará a los el viernes por la mañana. Además, entre el público que haya votado se sortearán 40 cursos de conducción en la escuela que el RACC tiene en La Moraleja de en medio, en definitiva, muchas cosas que van a animar, tanto a expositores como a visitantes.

¿Habrá canal marquista?

R.C.: no tenemos una petición por parte de ellos de querer participar.

Nos hemos focalizado en posventa independiente. Marcas de pintura tampoco, pero sí proveedores de anexos, equipos y demás. Neumáticos, alguna pequeña y nueva del mercado. Las cinco grandes, representadas a través del *Consortio del Caucho*.

¿Cómo se ha planteado la semana de la posventa?

R.C.: La semana de la posventa se va a presentar de forma oficial en Barcelona de la mano de CETRAA y de la mano de AGT una semana antes de que empiece. Nos interesa calentar motores y por eso se ha decidido celebrarla antes de la feria, porque la clausura de la semana de la posventa será en el circuito del RACC con los cursos de conducción y allí se hará una rueda de prensa de cierre de feria.

Conjuntamente con las asociaciones provinciales y las asociaciones provinciales de tráfico va a haber presión mediática hablando de los diez consejos de mantenimiento preventivo y responsable del coche; también se hablará de la seguridad vial, medio ambiente y economía: vamos a repartir más de 20.000 pósters de la semana de la posventa a todos los talleres a través de las asociaciones provinciales y de nuestras propias bases de datos invitando a los talleres a hacer su propia acción promocional. Es un póster gigante con la imagen de la feria y con un espacio en el que invitamos al propio taller a que haga su propia promoción durante esa semana al usuario, ASETRA también va a hacer sus propias acciones: revisiones de las luces gratuita, un pequeño regalo... es decir, animar al taller a involucrar también al usuario final en esta campaña.

CETRAA está gestionando los contactos con la DGT y por ello la semana de la posventa se hace en también en Barcelona. La semana de la posventa tiene vocación nacional. Las federaciones de talleres están divulgando las acciones de la semana de la posventa.

Hablemos de las escuelas de formación profesional como visitantes...

R.C.: Les hemos reservado los días jueves y viernes. Estos chicos en dos o tres años tienen que estar incorporados en el mercado laboral y con todas las acciones que estamos haciendo como, por ejemplo, la *Galería de la Innovación*

en la que se ven todos los avances pretendemos que sean la vanguardia de la reparación. Dentro de esta cultura de feria en la que me gusta insistir tanto, comentamos con el expositor en que tiene que centrarse en anunciar su presencia a su cliente potencial, con el que puede hacer negocio; la culpa de que venga gente a buscar pegatinas es de la gente que da esas pegatinas.

A.L.: Hemos agrupado las visitas con nombres y apellidos: tienen que ser de los dos últimos años y solo jueves y viernes. Los centros de formación tienen que ver la feria como una acción más de su actividad formativa, no es sólo pasear. La feria es una buena plataforma para ellos y deben aprovecharla.

Al expositor indeciso ¿qué se le puede decir?

R.C.: Que *Motortec Automechanika Ibérica* es una herramienta comercial, que no es un coste, es una inversión, que en fechas viene muy bien porque la mayoría de acuerdos comerciales se cierran en los primeros meses y pueden ver a los principales compradores, que ésta es la feria del sector, nosotros reinvertimos los recursos de la feria tanto en la propia empresa para atraer a sus clientes y reinvertimos en el sector y que facilitamos al máximo su participación porque no hacen falta grandes inversiones. La inversión, a día de hoy, no es una barrera para no acudir a *Motortec* porque por 2.500 euros se puede estar presente con un stand montado con todo incluido y con 16 metros cuadrados. Nosotros estamos poniendo todas las herramientas para garantizar que viene el comprador, para concentrar el máximo de encuentros comerciales solamente en cuatro días (y no en cinco, que también creo que es importante) y que hay que invertir en formatos que son rentables hoy en día. Tengo 5.000 euros en promoción, ¿qué puedo hacer? Si por 2.500 puedo estar en la feria, con 16 metros y con todo montado y puedo ver a X mil posibles clientes, con otras fórmulas, ¿cuánto me costaría ir a visitar todos estos clientes, tanto en viajes como en tiempo... todo esto lo tienes concentrado aquí en muy pocos días y por muy poco dinero.

¿Y qué le diría al visitante profesional para que acuda?

R.C.: El mensaje se le puede dar al taller es que la feria solo se celebra cada dos años: tiene la oportunidad de ver en Madrid la fiesta del sector; tal como están cambiando las cosas y evolucionando el mundo del automóvil, puede conocer todo esto de primera mano el hecho puede intercambiar experiencias con otros colegas de profesión, de conocer y de ver a sus habituales proveedores, y ofrecemos una feria con una oferta en formación, jornadas paralelas, etc. a medida de cada visitante; se va a llevar un montón de ideas nuevas que puede implantar en el taller para seguir vendiendo y tener nuevas oportunidades comerciales. El pabellón de equipamiento, el 10, está a tope, con muchísimas novedades, con nueva tecnología, con muchos productos que se presentan en la *Galería de la Innovación* y que le pueden servir para ahorrar dinero al taller. ●

i www.motortec-automechanika-iberica.com



1.340 tormentas juntos.
Muchos amigos protegidos.
Tiempos revueltos.
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.



ACTIVIDADES EN EL MARCO DE LA FERIA

Internacionalización, negocio, tecnologías, formación, reuniones...

Además de la exposición en sí, que tiene el acento puesto en la internacionalización, la feria acoge diversas iniciativas para dotar de contenido al encuentro, con el fin de transmitir al visitante las novedades tecnológicas de los fabricantes, además de proporcionar información sobre los últimos desarrollos y normativas y alternativas de gestión, fomentando, además, las relaciones con los profesionales para potenciar los negocios.

En total, **Motortec Automechanika Ibérica** aglutinará los stands de las empresas expositoras, que ocuparán 70.000 metros cuadrados brutos, repartidos en los pabellones pares de Feria de Madrid con una sectorización que dedica el pabellón 10 a las propuestas en Reparación y Mantenimiento, junto a las de IT y Gestión. Por su parte, los pabellones 8 y 6 concentran la oferta de Recambios y Mecánica, mientras que el 4 reunirá a las compañías de Accesorios y Tuning, además de a las Estaciones de servicio y Car Wash. Por último, se ha reservado el pabellón 2 para Demostraciones y otras actividades.

Internacionalización

El mercado ibérico de la posventa es uno de los más representativos de Europa, ya que sólo en España y en 2009, el volumen de fabricación se tradujo en cerca de 23 mil millones de euros de facturación y más de 18 mil en importación, según datos de la Asociación Española de Fabricantes de Equipos y Componentes para Automoción (Sernauto). Si bien el 80% de la oferta expositora reflejará las propuestas de la industria nacional, los organizadores han trabajado para promover la oportunidad de establecer nuevos mercados estableciendo contactos con profesionales de otros países para inter-



cambiar las mejores prácticas profesionales. Además, se prevé que el 20% de la oferta corresponda a expositores internacionales, gracias a participaciones agrupadas -stands que reúnen distintas empresas de la misma nacionalidad-, como las originarias de Alemania, China, Eslovaquia, Marruecos, Malasia, Taiwan y Turquía. Además de la representación agrupada, algunos de estos territorios, como es el caso de Alemania, Eslovaquia y Marruecos también cuentan con la presencia de empresas que acuden de forma independiente. Al igual que lo hacen otras firmas internacionales, entre las que destaca la importante participación de compañías procedentes de Portugal e Italia, seguidas de empresas originarias de Benelux, Francia, Polonia, Grecia, República Checa, Estados Unidos y Reino Unido.

La llegada de firmas internacionales está favorecida por la completa red de comercialización que Automechanika tiene en todo el mundo y que permite a los participantes en la cita de Madrid multiplicar sus contactos en mercados de distintos países.

Programa de compradores

Con este objetivo, se ha promovido un **Programa de Compradores** a través del cual se ha invitado a visitar la Feria a cerca de 500 representantes de las empresas de mayor potencial comercial de la industria de la posventa. De estos profesionales, 180 compradores internacionales de 38 países ya han confirmado su asistencia. Entre los mercados representados por los invitados internacionales destaca una importante presencia de los profesionales portugueses, uno de los principales ámbitos de influencia de la Feria. Asimismo, se ha incidido en la participación de otros responsables de la industria europea procedentes de Alemania, Italia, Francia, Andorra, Bélgica, Dinamarca, Irlanda, Islandia, Letonia, Lituania, Reino Unido, Rumanía, Rusia, Serbia, Suecia y Ucrania, además de otros territorios como Argelia, Marruecos, Turquía, Israel, Estados Unidos, Tailandia, Sudáfrica, Australia, Emiratos Árabes, Hong Kong, India y Líbano, entre otros. Junto a

éstos, y dado el importante papel de Motortec Automechanika Ibérica como puente de unión entre el sector europeo y el sudamericano, no podían faltar compradores también del mercado latino como Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Panamá o Paraguay. Algunos de estos compradores participarán en la *I Ronda de Negocios Hispanoamericana del Aftermarket*, que se celebrará el 30 de marzo entre las actividades de la Feria. En este foro se promueven los encuentros B2B entre empresarios españoles y profesionales latinoamericanos para favorecer los intercambios entre estos mercados.

Galería de la innovación

Esta iniciativa pretende alentar la creación de productos y servicios de vanguardia en el sector de la posventa, y contribuir a su difusión. De esta forma, el Salón ofrece a los expositores la oportunidad de que sus últimas propuestas y el fruto de sus investigaciones en I+D se beneficien de la promoción extra que supone estar presentes en la Galería de Innovación.

Los artículos elegidos para formar parte de la exposición y la competición de las casi 30 solicitudes recibidas se decidirán el lunes 21 por un jurado compuesto por representantes de centros tecnológicos, institutos técnicos universitarios, consultorías, asociaciones y prensa especializada; posteriormente, estarán reunidos en una muestra situada en el pabellón 4, para ser visitados por los profesionales que acudan a la feria ya que, por primera vez, además de la opinión de los expertos, los visitantes profesionales podrán participar en la elección de los ganadores votando el producto que, según su opinión, suponga un avance tecnológico, organizativo, funcional, de diseño o instrumental, que quede reflejado en una mejora en el rendimiento. Entre los visitantes participantes se sortearán 40 cursos de conducción, patrocinados por **Continental**, a realizar en el circuito de la *Escuela RACC de Conducción Segura*.

Las compañías seleccionadas, podrán exponer un distintivo en su stand para comunicar que su propuesta ha sido elegida para formar parte de

REUNIONES PROFESIONALES

30 de marzo

- Como transformar la comunicación y marketing en el sector de la posventa. IE
- XI Jornada Ascatravi sobre temas de interés para los fabricantes de 2ª fase y transformados de vehículos industriales y comerciales
- EESS: Visiones de futuro. Hacia un modelo de estación de servicios (Revista Carburol)
- Encuentro de los recambistas de Madrid (AMARAUTO)

31 de marzo

- I Conferencia nacional de bienes de equipo para talleres (AFIBA)
- Reunión de secretarios de CETRAA
- Junta directiva de CETRAA
- Día del Neumático: Seguridad vial (Consorcio del Caucho)
- Jornada Anual del Observatorio Industrial del sector de fabricantes de equipos y componentes para automoción (SERNAUTO)
- II Jornada de Posventa del Club Automoción ESADE
- Junta directiva CONEPA

1 de Abril

- Día del Neumático: IV Convención anual de Productores adheridos a SIGNUS
- Vehículo listo-factura preparada-cliente informado y satisfecho (Asanetwork)
- Encuentro Gt Motive sobre el futuro del taller
- III Encuentro ibérico de talleres (CETRAA-ANECRA, ambas patronales de reparadores de España y Portugal).
- 40 aniversario de DAVASA

2 de Abril

- III Convención AutoFit





esta sección, un distintivo que también podrán utilizar para identificar su producto como artículo seleccionado para la Galería de Innovación 2011 en su publicidad, en sus embalajes o en sus campañas de promoción.

Se concederá un galardón por cada una de las nueve categorías: *carrocería y pintura*; *componentes mecánicos*; *componentes eléctricos y electrónicos*; *accesorios*; *estaciones de servicio y cuidado del vehículo*; *equipos y herramientas para talleres*; *equipamientos para diagnóstico del vehículo*; *servicios de gestión para automoción*; y *contribución a la innovación en el vehículo*. Además, se ofrecerá un premio especial al producto que destaque por su contribución al medio ambiente. Los galardones se entregarán el 1 de abril a las 12.00.

Jornadas formativas e informativas

Por otro lado, se está trabajando en el programa de jornadas de información y formación. Tanto **CONEPA** como **CETRAA** han programado temas formativos en su aula de formación Dentro de este programa, destaca la **Automechanika Academy**, que consiste en una serie de boxes distribuidos por todos los pabellones, en donde los expositores podrán presentar sus productos, realizar demostraciones, compartir experiencias y conocimientos, organizar seminarios, mesas de debate o impartir clases teóricas o prácticas. Además, se habilitará el Pabellón 2, para demostraciones



de las empresas participantes; entre otras van a desarrollar esta actividad, **GT Motive**, **Centro Zaragoza**, **Asetra**, **Hella**, **Schaeffler**, **Launch Ibérica** o **Tavola**. Y entre los temas, se hablará de:

- Valoraciones y seguros en talleres
- Motores y climatización en híbridos
- Formación sobre gases fluorados
- Riesgos eléctricos en la manipulación de co-

- ches híbridos
- Nuevas herramientas para el taller para fidelizar clientes: SMS y webs
- Acceso e información técnica del fabricante
- Organización del taller: Control de costes del taller de carrocería. Certificación talleres CZ
- Nuevos modelos de gestión en la carrocería
- Distribuidores de aceite
- Aplicación de la diagnosis a la formación

VISIBILIZAR AL SECTOR, LLEGAR AL USUARIO Y CALENTANDO MOTORES PARA LA FERIA

especial
motortec
automechanika
IBÉRICA

El sector está de fiesta

Los organizadores de la feria y su comité organizador quieren que el sector posventa llegue también al gran público, al conductor, y por ello han organizado actividades transmitiendo la exposición como "fiesta del sector", integrándole en ella con base al mantenimiento del automóvil y la seguridad vial.

Paralelamente a la exposición, la Feria Internacional de Componentes, Equipos y Servicios de Automoción celebrará distintas actividades enmarcadas dentro de la **Semana de la Posventa**, aunque durará algo más que siete días, del 21 de marzo al 3 de abril.

La semana de la posventa

Se trata de una propuesta que se lanzó en la primera reunión del Comité Organizador y que persigue, con el telón de fondo de que el sector posventa está de fiesta con la celebración de Motortec A.I. hacer partícipe al conductor de ese evento, aprovechando para recalcar la importancia del mantenimiento del vehículo como medio para aumentar la seguridad vial y optimizar la vida del automóvil, fomentando que ciudadanos, profesionales de la posventa, medios de comunicación y Administraciones públicas comprendan y favorezcan las ventajas sociales que conlleva el cuidado del vehículo en cuestiones como la seguridad vial, el medio ambiente y la economía, uniendo a las principales asociaciones, empresas y entidades implicadas en el sector de los componentes, equipos y servicios de automoción.

CETRAA se plantea la semana con la presentación, en la sede del RACC, de la campaña "Tu taller cuida de tu coche, y cuida de ti" difundiendo entre sus asociaciones miembros carteles que deben llegar a todos los asociados (on-line), para que éstos se los hagan llegar al usuario concediéndole algún tipo de "atención" especial.

Por su parte, **ASETRA**, la asociación de talleres de Madrid, ha puesto un especial empeño en esta campaña, haciendo llegar durante las semanas previas a la feria 5.000 envíos postales a los reparadores madrileños con el póster de la Semana de la Posventa, el Póster de la carrera Corre a tu taller y una carta de invitación de ASETRA y Motortec a unirse a la iniciativa. También se han redactado "Los 10 consejos ASETRA de Mantenimiento Responsable" sobre algunos de los componentes relacionados con el mantenimiento preventivo del automóvil con el objetivo de potenciar la seguridad y prevenir averías más caras de reparar (que se pueden descargar en www.correaltaller.com). Estas acciones han venido acompañadas de diversas circulares en las que se da a conocer al taller la situación del mercado de reparación y mantenimiento (una bajada del 20%) y la necesidad de que se recupere la cultura de mantenimiento con propuestas de modelos de circulares para enviar al conductor con el fin de que acuda al taller en un periodo de tiempo acotado, ofreciéndole detalles



Folleto de adscripción del taller asociado a CETRAA durante la semana de la posventa.

por ello (descuentos, chequeos gratuitos, entrega de obsequio).

CONEPA participa muy activamente en la Semana de la posventa, ya que entienden que es una forma muy interesante de llamar la atención del taller (promoviendo la dinamización de las comunicaciones hacia el cliente, a quien deben informar de la iniciativa, y la relación con otros profesionales de la posventa, acudiendo a Motortec) y la de la opinión pública, incidiendo en la importancia de los mantenimientos en pro de la seguridad vial. Para ello, han enviado cartas a medios explicando la iniciativa, invitaciones gratuitas a los talleres (sea por internet o por circular) y han promovido la visita de asociaciones adscritas mediante autocares (han manifestado interés las asociaciones de Coruña, Almería, Burgos y Álava).



El obsequio que Serca ha preparado para los participantes en la carrera



I Carrera Popular

Entre las iniciativas de sensibilización social que se desarrollan en la Semana de la Posventa se encuentra la **I Carrera Popular "Corre al taller. Cuida tu coche. Cuida de ti."** Una actividad que invita a conductores, profesionales de la posventa y aficionados a unirse, el próximo 27 de marzo a partir de las 11.30, para realizar un recorrido de 10 kilómetros responsables en pro de la seguridad vial. La carrera se desarrollará alrededor del perímetro exterior de Feria de Madrid y sus organizadores, encabezados por **Motortec Automechanika Ibérica**, **ASETRA** y **RBI**, con el patrocinio principal de **Mutua Madrileña**, y de compañías, marcas y entidades como **GT Motive**, **Bosch Car Service**, **Road House**, **Signus**, **Sigaus**, **Repanet** (la red de talleres de **Standex**), **EuroTaller** (la red de talleres de **Group Auto Union España**), **Philips**, **Serca** y su red **SPG**, que obsequiarán una visera a todos los participantes, **Bosal**, **ZF Trading** o **Valeo**, pretenden concienciar a los usuarios de la necesidad de acudir al taller periódicamente para el control del vehículo, ya que estas visitas pueden reducir los accidentes causados por problemas técnicos, al tiempo que disminuyen el impacto negativo de la conducción en el medio ambiente y previene averías graves y costosas. Durante el acto de presentación de la carrera, se entregó el diploma de conductor responsable, que otorga ASETRA, al triple medallista de atletismo **Chema Martínez**, un deportista que encarna los valores de responsabilidad y alto rendimiento que contribuyen a promover la seguridad vial y, por tanto, a mejorar la sociedad. Entre los participantes, numerosos profesionales en activo en la posventa. ●



ANTICIPO DE LO QUE
ALLÍ PODRÁ VERSE

especial
mórtotec
automechanika
IBÉRICA

Las novedades de los expositores

Los expositores han previsto sus mejores galas, y muchos de ellos realizarán presentaciones de productos, servicios, herramientas, etc., para los visitantes profesionales que se acerquen al evento.

Seguidamente, les incluimos un anticipo de lo que podremos contemplar allí; posteriormente, en nuestra próxima edición de mayo, tendrán un completo resumen de lo que la feria dio de sí a partir de nuestra visita directa.

ACTIA MULLER 10D10

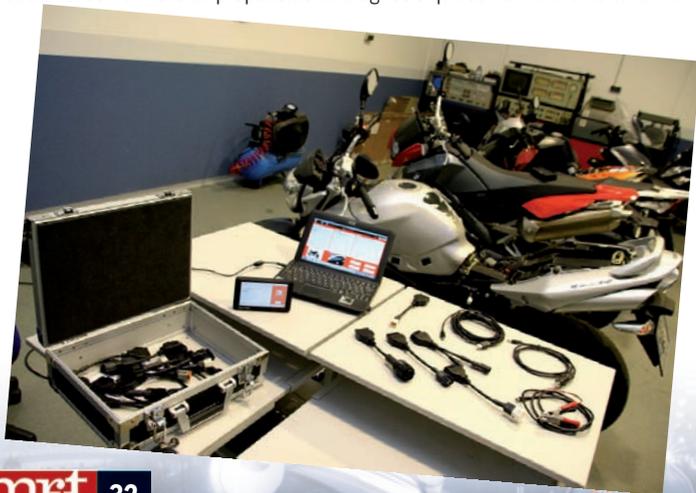
La compañía especialista en diagnóstico electrónica y equipamiento para los talleres acudirá a la feria con una novedad mundial, el **Actia Control**, que será presentada oficialmente en su stand. Incorpora en un solo equipo todas las funciones que permiten realizar la pre Inspección Técnica del vehículo, así como su diagnóstico electrónica, de tal manera de poder hacer un chequeo tanto visual como mecánico y electrónico del vehículo, con impresión de un informe para la entrega al usuario. El programa guía al operario paso a paso, desde la identificación del vehículo hasta el informe final. Cada elemento del vehículo revisado se corresponde con un icono específico, para acceder tanto a las pantallas de inspección visual como de introducción de los datos medidos. La pan-



talla táctil del nuevo Tablet PC ACTIA y su formato de 10 pulgadas en 16/9 permiten una navegación rápida y una buena legibilidad de las diferentes acciones. Su peso reducido, su gran autonomía y su modo de comunicación por bluetooth garantizan un nivel máximo de movilidad durante las operaciones en el vehículo.

BERTON 10F11

Presentarán su software para la autodiagnos electrónica de motocicletas **Berton Data Bike**, el paquete de software que contiene la base de datos técnicos de motocicleta y que, gracias al concepto modular de los equipos Berton, puede ser instalado tanto en un **TDU_PDA**, en un **TDU_PC** o en el nuevo **TDU Netbook** y por supuesto también en el propio PC del taller. En todos los casos, la comunicación con la motocicleta a diagnosticar se realiza mediante el **The_Box**, el interfaz Bluetooth que permite la comunicación inalámbrica con las centralitas del vehículo a través de su toma de diagnóstico. Además, es perfectamente compatible con los sistemas de diagnóstico basados en Bertondata que el taller ya tuviera con anterioridad, pudiendo simplemente añadir el módulo de diagnóstico de motos a cualquier solución (basada en Windows XP o 7) para automóviles o vehículos industriales existente, permite trabajar con 17 marcas. El equipo ya se presentó en la pasada edición de Automechanika Frankfurt con gran éxito, pero la puesta de largo para el mercado español tendrá lugar en la feria, a la que acudirán con el resto de propuestas de diagnóstico que son un referente en el mercado español.



GECORUSA

ALIANZA INTERNACIONAL DE RECAMBISTAS 8C11

El acuerdo alcanzado por **Agerauto** y **Gecorusa** tendrá su puesta de largo en la feria presentándose bajo el paraguas común de AIR, consolidando así la entidad constituida el pasado julio y que pretende reforzarse en un futuro más cercano.

BREMBO 8C06

Brembo presenta el nuevo programa de formación multimedia **Brembo Brake System Academy** y su nuevo catálogo integrado **Friction products**.

En él, se dispone del programa de pastillas Brembo que incluye un catálogo de aproximadamente 1000 códigos, ya disponible en TecDoc, con más de 80 códigos nuevos cada año para el 98% de los vehículos europeos en circulación.

También se encuentran los kits para frenos de tambor en las gamas **Standard Kit** y **Kit&Fit** ofrecen todo lo que un mecánico necesita para garantizar el mantenimiento profesional de los frenos traseros: zapatas, cilindros, sistema de recuperación automático, muelles y lubricante. El programa de componentes hidráulicos completa la oferta de productos Brembo para el mercado del recambio. De modo coherente con el enfoque global del mercado de los frenos, la oferta para los clientes europeos incluye un paquete completo de piezas para el mantenimiento y la sustitución de los sistemas de frenos.

Fruto de su acuerdo con **TMD** para el mercado español, los productos de las marcas también estarán presentes **Textar** y **Mintex**.



El stand de **CEI Arsis**, con nuestros medios **MRyT**, **ElectroCar** y **www.mryt.es**, estará situado en el **Pabellón 10 stand N05**, y nosotros nos multiplicaremos por los pabellones...



CONTINENTAL AUTOMOTIVE SPAIN

8C01B

Nuevamente presentes, mostrarán a todos los visitantes y al sector de la automoción en general sus propuestas e innovaciones en cuanto a automoción, vehículo industrial e industria y marina. Se presenta a los visitantes bajo los lemas: *Eficiencia en la carretera*, *Soluciones conjuntas para el automóvil* y *De la mano de un líder*. Entre las soluciones para el automóvil se quiere hacer énfasis en la colaboración de las marcas **ATE** y **VDO** destacando además los sistemas de diagnóstico **Contisys**, el concepto de **centro de frenado ATE** y las **nuevas pastillas ATE Ceramic**. La presencia de la empresa en la feria no sólo se centra en el mercado de la posventa sino que sus soluciones para los vehículos industriales también tendrán un hueco y tratamiento muy especial que abarca desde sus conocidos tacógrafos digitales, sistemas de descarga, archivo y análisis de los datos, soluciones de telemática y su conocida **red de talleres expertos en tacógrafo DTCO+**. Por último, las soluciones para industria, agricultura y marina también estarán presentes. Otra de las novedades es el resultado de la estrecha colaboración con el **Grupo Schaeffler**, desarrollando y poniendo en marcha un concepto denominado "Technology Live" en el que durante los cuatro días de feria de 11.00 a 18.00 todos los asistentes podrán disfrutar de presentaciones en vivo de las marcas: INA, FAG, ATE y VDO. De forma paralela a la feria y con el fin de crear un entorno exclusivo para su red de talleres DTCO+, la compañía ha invitado personalmente a estos prestigiosos clientes el día 31 de marzo para presentarles de primera mano las novedades e innovaciones en los productos de venta en su red.



DAVASA 10D04

Aprovechando la celebración del **cuarenta cumpleaños de la empresa**, la distribuidora líder en productos para el automóvil, acude al evento referencia del sector, invitando a sus mejores clientes. Para Davasa, socio de CGA, habitual expositor en la feria, 2011 es un año muy especial; celebra su cuarenta aniversario, y Motortec Automechanika Ibérica es su punto de partida. La empresa quiere festejar esta ocasión con todos aquellos que visiten su stand además de presentar las últimas novedades en equipamiento para el taller. Asimismo, el afán de ofrecer siempre a sus clientes la solución más completa hace que Davasa exponga en Motortec la más amplia gama de productos existentes en el mercado de los recambios para el automóvil. De mano de las marcas líderes: Bosch, Blaupunkt, Brembo, Continental, Luk, Motul, Parrot, Shell o Valeo, Davasa se dispone a mostrar lo mejor de sí misma en su cuarenta aniversario.

DELPHI 8D12

Delphi vuelve a participar en el salón madrileño del aftermarket, para presentar al mercado sus renovadas gamas de producto en los ámbitos del diesel, frenos, dirección & suspensión y de la electrónica de motor.

DIAVIA AIRE 8D16

A partir del 1 de Enero de 2011 los fabricantes de automóviles van a comenzar a introducir un nuevo refrigerante para equipos de A/A obligados por una directiva europea. El nuevo refrigerante es el denominado R1234yf que respecto al utilizado actualmente tiene un índice de efecto invernadero de 4 (frente a 1.430) pero es ligeramente inflamable. Esta característica obliga a la adopción de medidas de seguridad en las estaciones de servicio.



Para cumplir con las nuevas medidas de seguridad y de precisión y calidad, Diavia presenta en Motortec Automechanika la nueva **Estación AC1234** es la primera diseñada por la firma ROBINAIR para este nuevo gas refrigerante. Para el nuevo modelo AC1234, ROBINAIR ha desarrollado y patentado un sistema que consiste en intercambiar la bomba de vacío entre el circuito del vehículo y el compresor, de forma que el refrigerante aspirado por la bomba de vacío también es recuperado, siendo aspirado por el compresor y trasvasado al tanque de la estación. Esto sólo es posible con la configuración desarrollada por Robinair, con un nuevo sistema hidráulico gestionado mediante electro válvulas y los impulsos enviados por un software de control, ya que de otra forma el compresor perdería su aceite y se griparía. Con este sistema se puede garantizar un porcentaje mínimo de recuperación del 95% del refrigerante contenido en el circuito frente al 85% tradicional, reduciéndose notablemente la expulsión de gas al medio ambiente.

La estación incorpora además un sensor de gas refrigerante, que no permite el arranque de la máquina si detecta la presencia de refrigerante por una fuga de sus componentes internos, dada su inflamabilidad. Sobre esta medida de seguridad además se ha introducido una funcionalidad importante como es el diseño de la estación de forma que el sensor interno también recoge y detecta el refrigerante en caso de fuga de la botella externa de la máquina, que es utilizada para recargar la estación. Con otras máquinas el taller debe almacenar siempre la botella en un lugar ventilado por seguridad, pero esta funcionalidad de diseño permite dejar siempre dicha botella montada sobre la estación, mejorándose la seguridad y la productividad del taller. Otra innovación se ha introducido en el sistema de carga, cuya parte final se realiza de forma discontinua mediante impulsos enviados a las electro válvulas, midiendo cada vez la carga de refrigerante y lográndose una precisión superior.

La estación es certificada CE y cumple todas las normativas SAE requeridas por la VDA Alemana y por los fabricantes de vehículos referentes a calidad y cantidad de gas recuperado, precisión de carga y dispositivos de seguridad. Dispone de display VGA que permite reproducir su video de manejo, e incluye conexiones Ethernet, Bluetooth y lector de tarjetas SD para su integración con el sistema de gestión del taller.

FEBI BILSTEIN 8D08

En un stand mayor que el de la anterior edición, la firma presentará al público profesional de Motortec A.I. la herramienta **febi Tester** y el nuevo programa **febi bilstein ProKit**, ambos enfocadas al ahorro de costos y aumento de beneficios del distribuidor y del taller, además de diversos catálogos que han publicado recientemente, promoviendo los nuevos servicios on line para sus clientes.

El **febi Tester** es una herramienta universal de comprobación del estado de la suspensión y dirección del eje delantero y trasero del vehículo para ruedas de hasta cinco pulgadas que no necesita corriente eléctrica ni utilización de gas; creado por un profesional del taller, la patente de febi supone para el profesional reparador visualizar el movimiento de todas las piezas en efecto de marcha real hasta 180 km/h (algo que no es posible con el elevador); además de verificar su estado, el equipo permite en tan sólo diez minutos explicar al usuario la operación a realizar con una demostración visual. El equipo dispone de un vídeo que muestra el procedimiento y el uso del equipo.

El programa **febi bilstein ProKit** supone proporcionar al profesional la posibilidad de solicitar todas las piezas necesarias para una reparación con una sola referencia febi, eliminando errores y ganando tiempo. El programa se ha iniciado con las piezas de dirección y suspensión (con 1000 referencias), pero se van a incorporar nuevas familias de producto.

La compañía ha renovado completamente su página web (<http://www.febi.com/febies/pagina-de-inicio.html>), que es mucho más atractiva y potente en las búsquedas y en la que ha anunciado la publicación de sus recientes catálogos.

De su **Truck Division** han sido dos: el primero de ellos es el de **Mercedes Benz 2011/2012** que incluye 180 piezas nuevas, donde por primera vez participa también Axor. El catálogo está ordenado por números de equipo original de forma ascendente. El segundo es la nueva edición **2011/2012 del catálogo Volvo FH**, se encuentran más de 600 piezas para los tipos de vehículo FH de Volvo, donde por primera vez se incluye el grupo de productos "correas trapezoidales acanaladas". Entre sus características especiales, destaca la bomba de agua Fast Mover, que incluye doce aletas en el nuevo modelo, así como distintos juegos de pivotes de mangueta febi de fabricación propia. En cuanto a la **Car División**, se ha editado el catálogo **Mercedes-Benz 2011** que incluye 600 artículos nuevos de febi, además de nuevas líneas de productos, como bujías, cadenas de distribución y juegos de bombas de aceite. El catálogo también contiene piezas de recambio para los nuevos modelos Mercedes-Benz (BM166 ML, BM 172 SLK, BM 218 CLS y BM X204 C-Coupe).

Por último, los fabricantes de origen alemán, con sede en Zaragoza, han creado www.febiweb.com dirigida a los distribuidores de la compañía, un nuevo sitio en el que se puede realizar comercio electrónico, permitiendo el diseño de un catálogo "a medida".



FERSA 8B04

De hecho, con su presencia en *Motortec A.I.* está planteada para consolidar su estrategia de distribución ibérica y que se perciba en el mercado la realidad de la compañía y su evolución: mantener su experiencia adaptándose a todo tipo de clientes y sus necesidades, por ser flexibles en producción (de hecho, su slogan es "expertos fabricantes de rodamientos"), pero potenciando los valores añadidos adquiridos en estos últimos años en capacidad de I+D+i (un apartado que recibe un 6% de las ventas anualmente) y gran flexibilidad de producción: además de la planta de Zaragoza -rodamientos con know how e inversiones productivas más delicadas y T1-, se está ultimando su centro productivo con 100% capital propio en **China, Jiaxing**, a 90 km de Shanghai, para la fabricación inmediata de series largas -se prevé una producción de 6 millones de rodamientos anuales-, y se proyecta una en México al mismo nivel del que se disfruta en exportación, organizando encuentros con los distribuidores y realizando seminarios técnicos para los profesionales.

Nuestro país supone un 5% de la facturación y, aunque tradicionalmente las ventas han sido muy atomizadas, se plantean la estrategia de trabajar con los Grupos de Distribución, si bien con una distribución selectiva, desde su almacén en Zaragoza, donde se dispone del stock suficiente, sólido y eficiente para atender este tipo de mercado, trabajándose con el cliente la proyección de aprovisionamiento y trasladando la información a las herramientas de previsión de demanda en planta, para parametrizar la logística interna y dar servicio, que ronda actualmente el 85-90%, aunque su estrategia es apoyarse en los de stocks de consigna, en las instalaciones de determinados clientes, a quienes apoyan en áreas como comercial, marketing y técnica.

A nivel ibérico, se plantean una red dividida en nueve zonas (en las que se incluye Portugal) teniendo representantes y clientes con centros logísticos (las más desarrolladas son las zonas de Andalucía, Extremadura, Galicia, Valencia, Portugal) hallándose en la actualidad en desarrollo de la zona centro y Catalunya.



FESTOOL 10D15

Socio acreditado del taller desde hace 80 años, Festool busca soluciones bajo el lema *Mejor con un Sistema*. Y tiene razones para ello, porque precisamente en la situación económica actual, para el taller es más importante que nunca optimizar todos los procesos de trabajo y mejorar aún más la productividad. Por eso, las herramientas eléctricas y neumáticas portátiles no son una solución aislada, sino un componente integrante dentro del universo Festool, continuamente en desarrollo. Máquinas, accesorios y consumibles: una perfecta combinación que puede completarse con versátiles aspiradores y/o una eficiente organización del puesto de trabajo. Para el taller de chapa y pintura todo ello se traduce en un trabajo más rápido y eficiente, con resultados perfectos, incluso en las aplicaciones más particulares. El ahorro de tiempo y de trabajos de retoque que se consigue con todo ello conlleva un aumento de la productividad. Unos resultados perfectos y una elevada calidad de trabajo se traducen en la motivación del personal y la satisfacción del cliente, lo que garantiza el éxito del profesional en el futuro.

Esto es lo que el fabricante de herramientas electroportátiles alemán pretende demostrar durante la feria a los profesionales del taller. En los 150 metros de exposición, estarán los Sistemas de la marca en marcha y también sus técnicos especializados para asesorar a los visitantes en todo el momento.

FRIG AIR IBERIA 6B02

Frig Air, empresa dedicada a la distribución de recambios para turismos y vehículo industrial tanto en las gamas de producto de Intercambio Térmico como Aire Acondicionado y la conocida firma italiana especializada en recambios de vehículos asiáticos **Japanparts** han llegado a un **acuerdo de colaboración** para el mercado de España. Frig Air realizará el soporte logístico y comercial para la distribución de los productos Japanparts, para lo cual, cuenta con un almacén situado en Alcalá de Henares-Madrid.

Con este acuerdo Japanparts pretende reforzar su presencia en el mercado español ofreciendo un servicio más ágil y próximo del que hasta ahora venía prestando. La firma **Ribo Representaciones** seguirá colaborando comercialmente con Frig Air Iberia.



STAND GRUPO SERCA
MOTORTEC 2011



GRUPO SERCA AUTOMOCIÓN 8C05

La compañía ha decidido presentarse en la feria para fidelizar su base de clientes, a quienes han enviado 3.600 invitaciones a través de su revista interna El Periódico del Taller, sorteando un regalo sorpresa a todo aquel que participe; además mostrará sus productos y servicios, como la maquinaria, un apartado para el servicio informático en el que, entre otros aspectos, se promoverá el programa **Serca gestión**, se potenciarán los nuevos acuerdos de distribución de neumáticos **Kenda**, se reforzará el programa para talleres multimarca **Profesional Plus**, y se simulará un taller con la imagen de su red **SPG**.

GT MOTIVE 10D18

Su presentación coincide con la celebración del **40 aniversario** (1971-2011). Una conmemoración ilustrada por el lema de la compañía: *Gt Motive: Tu negocio. Nuestra visión.*

Gt Motive es la única empresa española dedicada al desarrollo de herramientas informáticas para la valoración, y sus productos ofrecen un idioma común a todos los implicados en el sector de la posventa del automóvil, ya que gracias a ellos los talleres, sus clientes y los peritos de compañías aseguradoras saben qué precio van a tener las operaciones que se le van a realizar a un vehículo antes de iniciarse las mismas. En la actualidad Gt Motive se utiliza en 11.500 talleres, cuenta entre sus clientes con 24.000 usuarios en talleres, 3.100 peritos y 54 compañías aseguradoras, de renting y de garantías mecánicas.

Se realizará un refuerzo de la presentación de los nuevos productos y aplicativos de la compañía para el sector posventa como el **GTGO!** Que en poco más de 5 meses ha conseguido 1.758 claves asignadas (79% al taller multimarca y un 81% mecánica e integral), con un microsite que ha conseguido 11.990 visitas.

Durante la celebración de la feria realizarán un sinnúmero de actividades en su stand, para clientes, usuarios, y profesionales relevantes de la posventa; será un espacio abierto de información, formación, comunicación y nuevas propuestas ya que el centro será el visitante, denominada **Aula GT Motive**. Además participará en debates en el marco de la feria que reflexionarán sobre el taller del futuro.



DOLZ

BOMBAS DE AGUA | WATER PUMPS | POMPES A EAU

NUESTRA EXPERIENCIA A SU SERVICIO MIRANDO HACIA EL FUTURO



INDUSTRIAS DOLZ

C/ Vall de Uxó, 1 / 12004 Castellón / Spain. Tel: +34 964 340 038 / Fax: +34 964 241 301 / dolz@idolz.com / www.idolz.com

especial
motortec
automechanika
IBÉRICA

HELLA 8C04

La compañía acude al salón con el objetivo de apostar nuevamente por la feria más representativa del sector del recambio en España y afianzar su imagen en calidad, diseño e innovación como proveedor de la industria del automóvil. En esta edición, **Hella** contará con un stand de más de 200 metros cuadrados con el fin de consolidar su posición como proveedor global y experto en iluminación, electricidad, electrónica -diagnosis-, termocontrol y química, reiterando su mensaje de solidez y confianza a sus distribuidores y talleres. Ha diseñado un programa completo de actividades dirigido preferentemente a sus distribuidores y **red de talleres Servicio Asociado Hella**, con el fin de atender y mostrar de primera mano sus últimas novedades. A través de una serie de acciones directas, Hella quiere ofrecer una atención personalizada y preferente siguiendo con su filosofía de estar cerca del cliente. Durante estos cuatro días, Hella realizará distintas **ponencias técnicas y presentaciones de producto** sobre las principales novedades técnicas en iluminación y nuevas herramientas de aire acondicionado. Además Hella conferirá especial atención a sus últimos desarrollos en **diagnosis** y consejos para el **repintado del automóvil** de la mano de las marcas *DeBeer, Octoral, Sonne* y abrasivos *Kovax*. Paralelamente a estas acciones, Hella participará activamente en la iniciativa "Corre al taller, cuida de tu coche, cuida de ti", continuando con su labor de concienciación por la seguridad vial y el correcto mantenimiento del vehículo, tal como lleva haciendo a lo largo de la última década. Innovación, tecnología y calidad. Entre las novedades que Hella llevará a esta nueva edición del salón, destaca en Iluminación el **nuevo faro inteligente diseñado 100% LED para el Audi A8**, con funciones específicas de alumbrado AFS (Adaptative Front Lighting System), adaptadas a prácticamente cualquier situación de la carretera, garantizando en todo momento una conducción más segura. Además este faro se caracteriza por combinar lo último en tecnología LED con un diseño de vanguardia. Respecto a las novedades que dará a conocer la compañía en materia de diagnosis, **Hella Gutmann Solutions (HGS)** exhibirá su nuevo equipo **Mega Macs 66**, caracterizado por su pantalla táctil (hardware) y un avanzado software de ayuda online interactiva. En la actualidad, los equipos de HGS se caracterizan por ofrecer la mayor cobertura del mercado, con documentación de más de 14.000 modelos en circulación, permitiendo reducir el tiempo de localización de las averías y aumentando la rentabilidad del taller. Asimismo, la multinacional alemana aprovechará este encuentro para reforzar su campaña "Temporada Clima 2011" a través de su experto en **Termocontrol Behr Hella Service (BHS)**. La marca Behr Hella Service dispone de más de 2.000 referencias en refrigeración de motor y climatización del vehículo, cubriendo casi el medio centenar de marcas de vehículos y un total de 1.364 modelos, incluyendo todas sus variantes de carrocería. Además, con sus radiadores de refrigerante Hella abarca el 80% del parque de automóviles de Europa Occidental, el 44% en el área de intercoolers y el 40% en el segmento de ventiladores de radiadores y condensadores.



IADA 8C14

IADA estará presente como expositor en la próxima edición de Motortec Automechanika Ibérica. En la feria, la compañía presentará sus productos químicos, como sus anticongelantes, aceites de motor y aditivos, así como las novedades de éste año: su **nueva gama de Productos de Limpieza** destinados al profesional, y su **actualizada gama de Sprays** destinados a mantener y limpiar cualquier tipo componente.

Los productos más destacados que podrán verse son:

- Desengrasante de Maquinaria pesada: energético limpiador desengrasante para la limpieza de vehículos de transporte y maquinaria de obra pública sin frotar.
- Gel de Manos Concentrado: jabón líquido para la limpieza y desengrase de las manos. Con un elevado poder de limpieza, especial para suciedades debidas a grasas, aceite, lubricantes y tintas.
- Jabón de Manos con Micropartículas: gel energético con micro partículas para la limpieza y desengrase de las manos. Sus componentes desengrasantes, humectantes y emolientes, proporcionan un elevado poder de limpieza, dejando las manos suaves.

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



IMPORMOVIL 8C03

Presentarán los productos en los que se están enfocando en los últimos meses: pintura **Sonne, Neumáticos**, etc.

Y tendrán presencia destacada las marcas, aceite **Motul**, escobillas **Trico**, amortiguadores **Bilstein** y cristalería **Pilkintong**. Tendrán apartados para la **red de talleres Autofit**, de la que ya cuentan con 80 talleres y para el departamento de VDP (venta a distribución profesional), celebrando el 2 de abril, sábado, la **3ª Convención** anual Autofit en una de las salas de la entrada norte planta de arriba Y en la que trabajarán el desarrollo de la red, con el plan de trabajo 2011, los desarrollos de programas informáticos, como el catálogo on-line, además de contexto normativo (Reglamento, Aire Acondicionado), junto con acuerdos con los proveedores.

Punto destacado: la Campaña de marketing **"Fórmula Autofit 2011"** un concurso con el que se pretende fidelizar y premiar a los clientes habituales. El concurso arrancará con el inicio del primer Gran Premio de Fórmula 1 del año, que tendrá lugar en Melbourne, Australia, el próximo 27 de marzo. Para participar basta con realizar una reparación en cualquiera de los talleres AUTOFIT adscritos a la promoción, donde se proporcionará a todos los clientes un código para poder comenzar a ganar premios participando en Fórmula Autofit 2011.

Cada participante decidirá quién obtendrá la Pole Position en cada Gran Premio de Fórmula 1, y a continuación apostará qué pilotos serán los que entren en el podio al finalizar la carrera del domingo. De esta forma, cada participante obtendrá una cantidad de puntos dependiendo de los aciertos que haya logrado. Los tres primeros clasificados en Fórmula Autofit 2011 de cada carrera recibirán importantes premios directos, lo que, asimismo, le permitirá continuar sumando puntos para optar al gran premio final. Los premios semanales se darán a conocer al comienzo de cada semana, incrementando la cuantía de los premios a medida que vaya avanzando el campeonato.

Una vez terminado el Mundial de Fórmula 1, el participante que haya acumulado mayor número de puntos a lo largo de todo el torneo ganará un viaje para dos personas al templo Ferrari en Maranello, conocido por ser el hogar de la Scuderia Ferrari, la división deportiva de automóviles Ferrari encargada de las competencias de Fórmula 1. En la ciudad italiana, el ganador del concurso podrá disfrutar junto a la persona que elija de dos noches de hotel, con todos los gastos pagados, así como de una visita guiada al museo Ferrari, satisfaciendo así uno de los grandes sueños de todo aficionado a la Fórmula 1.



MEYLE-WULF GAERTNER AUTOPARTS AG 8A08

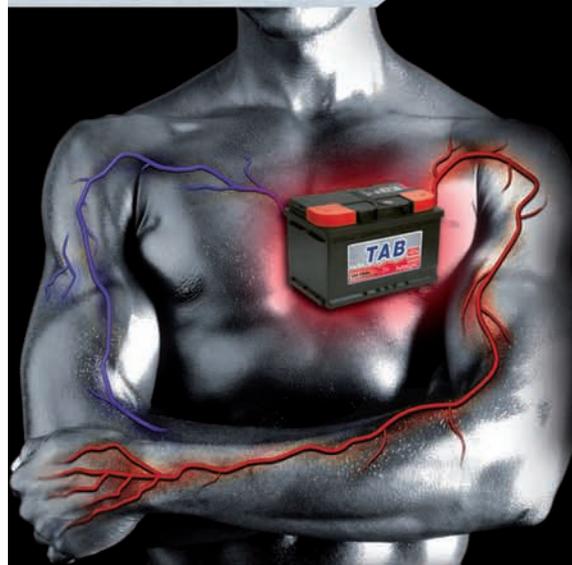
El disco de freno PD (Platinum Disk - disco de platino) de Meyle ofrece un recubrimiento especial de láminas de cinc que, como se ha demostrado, protege durante más tiempo contra el óxido. Eso lo demuestran los resultados del test de rociado de sal, los cuales podrán observarse en el stand de la feria. Por otra parte, el disco de freno está provisto de una lijadura en cruz que garantiza una entrada rápida. El disco se suministra montado y no tiene que desengrasarse. Los discos de freno MEYLE-PD de alta calidad, que conservan su aspecto brillante incluso tras un funcionamiento prolongado, pueden obtenerse para todos los modelos de vehículos habituales de la clase superior y media, y en el futuro también estarán disponibles para modelos de vehículos pequeños.

Wulf Gaertner Autoparts ha sometido a un test de comparación de 10 días al disco de freno PD de su marca MEYLE con un disco de freno convencional del mercado libre de piezas y un disco OE también recubierto. Ello simula el uso prolongado de los componentes en el vehículo. Los resultados y los componentes del test se presentarán en la feria. El denominado test de rociado de sal para la simulación de influencias corrosivas es un procedimiento acreditado según la norma DIN 50021SS. El test fue realizado en el laboratorio de calidad de Wulf Gaertner Autoparts en Hamburgo. Frente al disco de freno convencional, que presentó una formación de corrosión intensa y amplia, el disco de freno MEYLE-PD mostró solamente una ligera formación de óxido blanco y óxido en zonas aisladas de la superficie y la parte interior de las perforaciones al cabo de 240 horas. El disco de freno OE recubierto mostró igualmente una formación de óxido considerable cerca de las perforaciones, la cual se acrecentaba en los bordes, e igualmente una formación de óxido blanco.

En el grupo de productos de freno, el fabricante hamburgués Wulf Gaertner Autoparts ofrece un amplio surtido de discos, forros y componentes de freno de calidad comprobada de su marca MEYLE. En comparación con discos de freno convencionales, el disco de freno MEYLE-PD está recubierto con una capa de láminas de cinc de desarrollo especial que protege contra óxido de forma duradera y le confiere un brillo noble y persistente. El recubrimiento superficial está exento de cromo 6 y no contiene cromóxido ni otros metales pesados, como plomo, cadmio, níquel o mercurio. La lijadura en cruz garantiza el frenado. Por otra parte, Wulf Gaertner Autoparts sirve de soporte con servicios de mantenimiento adicionales, entre los cuales se cuentan unas instrucciones que han de tenerse en cuenta al sustituir el disco y los forros de freno, pues los talleres de automóviles pueden ahorrarse una secuencia de trabajo justo en el montaje del disco de freno MEYLE-PD: generalmente, los nuevos discos de freno tienen que desengrasarse antes del montaje, lo cual no se aplica al recubrimiento de superficie especial del disco de freno MEYLE-PD. Los mismos pueden montarse de inmediato. Como medida de control, Wulf Gaertner Autoparts recomienda medir el tope lateral fuera del disco de freno, el cual no debe superar 0,05mm.

TAB
Batteries

Energy in motion



Potencia a tu medida.

Tecnología punta. El resultado de la investigación y la innovación continuas marcadas por un solo objetivo: ofrecerte siempre las últimas novedades.

Baterías de calidad. La gama más amplia del mercado en baterías de arranque, semitracción, estacionarias, tracción, AGM (náutica y caravaning), motocicletas...

Tu aliado en baterías. Te ofrecemos una atención personalizada, tanto en fabricación a medida, como en cursos de formación.

"Para baterías, BATERIAS TAB. Sin duda".



TAB, soluciones integrales... todos los accesorios para tus baterías.

Cargadores, terminales, testers, cables de emergencia, densímetros, pinzas de arranque, cajas para baterías, compensadores de carga para 24 voltios...



Infórmate sobre nuestra amplia red de distribución. ¡Llama ahora!

TAB Starter SPAIN S.L.

937 197 918
www.tabspain.com

especial
motortec
automechanika
IBÉRICA

MIRKA 6B04

La compañía presentará el nuevo puesto de lijado **Trolley Mirka**, en el que se pueden colocar todas las herramientas necesarias para un buen lijado, en un mismo lugar y de forma ordenada. El puesto de lijado Mirka proporciona la ventaja de tener la lijadora, el aspirador y las lijas, de manera cómoda, manejable y de fácil transporte en el mismo lugar. El puesto de lijado está compuesto por: Lijadora rotorbital eléctrica MIRKA CEROS 650CV. Tubo de aspiración MIRKA HOSE D.S. . KIT SOPORTE 415/915. Aspirador MIRKA 915. KIT OPERADOR DUAL con conexión "Y". BLOCK DE LIJADO 70X198.MM. MANGUERA PARA BLOCK 20 MM X 4M. TROLLEY MIRKA Además si lo prefieren se puede hacer la composición del PUESTO DE LIJADO MIRKA con la Lijadora neumática MIRKA ROS 650 CV.



PHIRA 8D05

La compañía se presentará con un stand de 105 m2 en el que espera recibir a todos sus clientes. Durante la feria, presentará su **nuevo catálogo de productos 2011**, en el que se incluyen las nuevas referencias. Como novedad, se cuenta con una amplia gama destinada a *furgonetas*, lo que supone la cobertura de cerca del 75% del total de los vehículos del parque. Con el objetivo de acercarse más a los distribuidores y a sus clientes, los talleres, Phira ofrecerá a las 12.30 horas de todos los días de la feria sesiones informativas de 45 minutos de duración, para dar a conocer con todo detalle sus procesos de fabricación, la probada calidad de sus productos, el fácil montaje de sus piezas y su eficaz servicio de entregas.



SCHAEFFLER IBERIA 8B13

Schaeffler Ibérica a través de su portal www.repxpert.com y MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA han organizado una serie de autobuses que partirán de las principales provincias españolas rumbo a la feria y han fletado autobuses desde las principales capitales de provincia para que los profesionales reparadores conozcan en primera persona las últimas novedades del sector de componentes, y disfrutar de las sorpresas que le esperan en el stand de LUKINA-FAG. Si el profesional es uno de los 12.500 socios del Club RepXpert, podrá asistir de forma gratuita.



RAVAGLIOLI 10D06

Ravaglioli lanza su gama de desmontadoras con "plato clásico" **Smart Lever pero** sin la exigencia de utilizar un desmontable. Después del lanzamiento en los años pasados de una gama "sin desmontable" de alto nivel con bloqueo de la rueda central, posicionamiento de los rodillos para destalar por láser y muchos más detalles de alta gama, Ravaglioli lanza al mercado estas desmontadoras para una franja de mercado más mediana, económicamente más baratas, pero siempre sin utilizar por parte del utilizador de la palanca detrás de la uña. Es una óptima opción para anular la fatiga y los dolores de espalda desmontando ruedas. La gama preverá desmontadoras automáticas y semi automáticas con varios tipos de platos (para ruedas de hasta 30" de llanta) y con la posibilidad de varios accesorios (brazos de ayuda, protecciones para ruedas de aluminio). Una relación calidad - precio - prestaciones entre las mejores del mercado.

Presentarán la nueva gama de **alineadores** en versión **WS** (wireless, sin cables) y **WD** (wired, con cables). Amplia gama con 6 y 8 sensores, con garras hasta 24", inclinómetros electrónicos, con programa totalmente renovado, funciones más modernas, captadores más livianos con medición a 20 grados y, sobre todo, precios más baratos y muy asequibles.

Presentarán también un nuevo elevador de 2 columnas **KPS 244 HEK** tiene capacidad de 4 ton, base portante y transmisión por cardan. Lleva 2 motores, es totalmente asimétrico y con distancia entre columnas 2650 mm. La altura de los tacos del suelo es de 100 mm., que lo hace particularmente apto a levantar turismos, 4 X 4 y furgonetas. Es un elevador "todo terreno" que cubre cualquier tipo de exigencia del taller y, al mismo tiempo, se puede montar en cualquier tipo de suelo llevando una base portante en forma de H.

SAGOLA 10F12

Con motivo de la feria Sagola presenta sus novedades dando una respuesta profesional y de calidad a todas las necesidades del sector de carrocería: la nueva pistola **4500 Xtreme**, una renovada **Mini Xtreme**, mejoras en los filtros, nuevas máscaras de respiración, etc. Son muchos los avances que presenta Sagola en su folleto **Promoción Motortec 2011 Carrocería**. Esta nueva generación, a la vanguardia de la tecnología, ofrece grandes mejoras: diseños más ergonómicos, mayor facilidad de aplicación, acabados de alta calidad... en definitiva, presenta múltiples soluciones al sector de la automoción y todo ello con la garantía de SAGOLA.

Además aprovecha la ocasión para lanzar ofertas inmejorables a lo largo de sus 16 páginas, llenas de fotos de aplicación y producto. Dicho folleto se incluye como encarte de la Revista Centro Zaragoza o bien podrá consultarlo a través de nuestros distribuidores. La 4500 Xtreme es una pistola que ha perfilado su estética, ergonomía y peso, mejora además el aspecto exterior con un brillo y color representativo del fabricante español, y que de esta forma, actualiza su pistola estrella para las necesidades actuales del refinishing. Es una pistola desarrollada y testada por los principales fabricantes y agentes del sector, con muy buenas sensaciones y donde SAGOLA sigue apostando por la calidad, robustez y fiabilidad, además de suavizar y dar más rapidez al proceso de pintado.



SIGNUS 10B14

SIGNUS estará presente en la feria 2011 con el objetivo de informar sobre las obligaciones medioambientales que deben asumir los productores de neumáticos. Todos los talleres que se acerquen a su stand tendrán la oportunidad de rellenar un formulario y entrar en el **sorteo de una Xbox 360** de 4 GB con Kinect y el juego Adventure.

Así mismo, van a desarrollar la **IV Convención de Empresas Adheridas a SIGNUS** que se celebrará el próximo 1 de abril en las salas N107 y N108 de la entrada Norte de la feria. Aunque este evento que han venido haciendo en años anteriores ha estado dirigido sólo a las empresas adheridas a SIGNUS con el objeto de informarles sobre la marcha gestión de los neumáticos fuera de uso, este año, el Director general de SIGNUS, Jesús M^o Núñez Ímaz, presentará los datos definitivos de gestión de 2010. Durante la reunión el Director de Relaciones Institucionales de SIGNUS, Román Martín, explicará con detalle el Plan Empresarial de Prevención de Neumáticos Fuera de Uso presentado ante el Ministerio de medio Ambiente y Medio Rural y Marino y a las comunidades autónomas, el pasado mes de octubre. Al final de la jornada contarán con representantes de las asociaciones con las que tienen un acuerdo de colaboración para debatir sobre la implicación de las entidades en la lucha contra el fraude que cometen muchos productores de neumáticos, al eludir su responsabilidad de gestionar correctamente los residuos que generan.

SIGNUS



TEXA IBERICA 10D11

Acudirán presentando sus nuevos productos como el **OBD Matrix**, un pequeño instrumento de diagnóstico que lee y registra directamente en carretera el funcionamiento de los sistemas eléctricos y electrónicos del automóvil que están recopilados en el software IDC4 de Texa. Al poder ser utilizado mientras el vehículo está circulando, permite identificar fallos puntuales y esporádicos que hacen perder mucho tiempo al taller. El OBD Matrix se instala en el vehículo del cliente y éste circula unos días con él. El dispositivo es capaz de grabar hasta noventa horas. Al grabar los datos, cuando el reparador los consulta determinará de qué avería se trata. La consulta de los datos registrados es muy sencilla para el profesional del taller, basta con que descargue en el PC los datos memorizados. La compatibilidad tampoco es problema, el OBD Matrix se puede instalar en más de mil modelos de 61 marcas automovilísticas.

Texa ha renovado la gama **Konfort de estaciones de carga y mantenimiento del aire acondicionado** para adaptarse a las nuevas normativas medioambientales que entran en vigor este 2011 con la estación **780R Bi-Gas**, el modelo cumbre de la gama y ya capaz de trabajar indistintamente con ambos gases permitiendo al electromecánico trabajar con todos los sistemas de climatización independientemente del gas que utilicen.

También mostrarán el **IDC4**, desarrollado y creado como una plataforma global capaz de gestionar sobre los distintos tipos de vehículos que acuden a los talleres, léase, turismos, vehículos industriales, agrícolas, motocicletas, etc. Cuenta con una nueva gráfica más moderna e intuitiva, con selecciones más inmediatas, nuevas funciones y un área dedicada a la multimedia y a informaciones para el cliente. Con estas mejoras, este nuevo software se presenta con el objetivo de facilitar al máximo el trabajo diario del profesional del taller. Disponible en **tres versiones**, "light", "plus" e "info", y en dos formatos, para **PC** y para **"pocket"**.



Nuestras Juntas de Culata están hechas de:

Metal, Elastómeros y ...

100% Pasión

PASSION

... ponemos las ideas en marcha!



especial
mórtortec
automechanika
IBÉRICA

VELYEN 10G02

Presentarán una **alineadora** con un nuevo software que permite realizar el alabeo por empuje sin levantar el vehículo, compensa la excentricidad axial y sólo se necesita hacer rodar el vehículo hacia delante y hacia atrás, con esta función no es preciso cambiar la altura del vehículo, de manera que el análisis de los datos medidos quedan claros para el reparador. También realiza las mediciones de dimensiones en cuadrado, permitiendo medir la diferencia de la distancia entre ruedas y deducir de ella la desalineación de los ejes. Así mismo el especialista en soluciones de elevación y engrase para talleres de reparación de vehículos acudirá con una nueva línea de elevadores, la **Premium**, que se ofrece como una solución que aporta "máximo rendimiento y versatilidad en el puesto de trabajo". Serán elevadores con características técnicas y constructivas punteras

MANTENANCE FREE HIGH PERFORMANCE

Las baterías de altas prestaciones sin mantenimiento son ideales cuando es necesaria una gran potencia. Con más potencia, menor mantenimiento y mayor duración, las baterías MF de Yuasa incluyen un diseño de rejilla radial y placas adicionales para proporcionar hasta un 30 % más de amperios de arranque. Son la elección ideal para motocicletas, utilitarios, scooters, quads, vehículos cortacésped, embarcaciones privadas y motoneves.

MANTENANCE FREE

Las baterías VRLA sin mantenimiento ofrecen un diseño hermético que no precisa relleno. Ideales para motocicletas, scooters, quads, vehículos cortacésped y embarcaciones privadas. El diseño a prueba de derrames significa que es prácticamente imposible que se produzcan fugas. La avanzada tecnología de calcio y plomo incrementa la potencia de arranque. El retardante de sulfatación reduce notablemente la sulfatación en las placas, alargando su vida.

YUMICRON / CX

Las baterías Yumicron CX están diseñadas para ofrecer más potencia, menos mantenimiento y mayor duración. La primera batería para motocicletas basada en tecnología de calcio y plomo, la Yumicron CX está especialmente diseñada para los actuales vehículos grandes y complejos que precisan una gran potencia de arranque. Ofrece todas las características de la Yumicron estándar más el diseño único de la CX para proporcionar más amperios de arranque en frío, tecnología de calcio y plomo para reducir las pérdidas de agua y las necesidades de servicio en un 66 % en comparación con la de antimonio y plomo, y autodescarga mucho menor para prolongar los periodos entre cargas.

YUASA - Número uno del mundo en baterías para moto
Localice fácilmente la referencia para cualquier vehículo en el buscador de baterías de www.yuasabateria.com

YUASA 8C16

Presentarán su renovada gama de **Automoción** y, como novedad, la gama más completa de baterías de **moto** del mercado. Yuasa actualmente es el fabricante nº 2 del mundo en fabricación de baterías y nº 1 en cuanto al mercado de motocicletas.

En las gama de automoción se dispone de las líneas **Profesional** (Hasta 25.000 arranques de motor. Ideales para vehículos con especificaciones estándar. Libre Mantenimiento. Tecnología Calcio), **Supreme** (Hasta 40.000 arranques de motor. Selladas y a prueba de fugas para el compartimento del motor y la instalación en el vehículo. Ideales para vehículos con elevadas especificaciones (Nav, dvd, a/a). Tecnología de calcio-calcio), **Cargo**, **Cargo SHD** (diseñadas para maximizar la capacidad de ciclo profundo mediante innovadoras fórmulas y diseño de las placas. Para vehículos de elevadas especificaciones y equipamientos adicionales. Uso urbano intenso.-Autobuses urbanos. Resistentes a vibraciones en entornos extremos. Uso para cámaras frigoríficas. Mayor capacidad de carga sobre baterías convencionales), **Marine, Caravana** y la de **AGM** especial para vehículos con tecnología Stop and Start (Mayor producción de energía. Triplica la durabilidad cíclica de las baterías con tecnología convencional. Mejor arranque, incluso con temperaturas bajas. Mayor vida útil: La batería no "envejece" de la misma forma que las baterías de tecnología convencional. Desprendimiento mínimo del material de las placas. A prueba de derrames y fugas: Total flexibilidad de instalación y seguridad. Se puede montar en cualquier ángulo de inclinación, incluso en posición horizontal. Libre de mantenimiento. Mayor capacidad de almacenaje).

En moto, se presentará el catálogo más completo con 4 gamas diferentes que van desde baterías de última generación con tecnología AGM y selladas 100% hasta convencionales de 6v. La gama esta compuesta por más de 80 diferentes referencias.

FILTROS
cartés

Especialista global en filtración

Más de 80 marcas,
siempre a tu servicio

www.filtrosartes.com - tu mejor herramienta

Gestiona on line las 24h tus pedidos,
e-facturas, envíos, stock, y mucho más.

Automoción - Transporte - Agrícola - Obra Pública

Industria - Minería - Marina

SMOPYC 2011
5-9 ABRIL ZARAGOZA
VISITANOS EN EL HALL 1 STAND C-D/27-36

mórtortec automechanika IBÉRICA
30 marzo-2 abril MADRID
VISITANOS EN EL STAND 8C09

MANN FILTER **STEP FILTERS** **WIX FILTERS** **MAHLE** Driven by performance

Fleetguard **ULTRAFILTR** **SEPAR FILTER** **aldAIR**

DELPHI **MPFILTERS** **ULTRAFILTER** **R.M.F.**

domnick hunter **VOKES** **EPE** **STEP FILTERS**

MAHLE Industrial Filtration **AMAZON** **HAYWARD** **CINTROPUR**

HYDAC **UCC** **viledon**

MADRID - 902 300 360 BARCELONA - 902 300 361 SEVILLA - 902 300 362

AUNQUE NO SE EXPONGA, EL SECTOR POSVENTA SE DA CITA EN MADRID

especial
motortec
automechanika
IBÉRICA

Punto de encuentro

Es cierto que no están todos los que son, pero no están exponiendo, porque por los pasillos vamos a encontrarnos con profesionales de referencia en el sector que, pese a no tener stand, no van a dejar de acudir a un evento en el que encontrarse con el sector es parte del objetivo.

¿Podrían comentarnos brevemente las razones fundamentales de la no participación de la empresa que representa en Motortec Automechanika Ibérica?

¿Visitarán la feria? si es así, ¿cuántos días han previsto para su visita? ¿han cerrado entrevistas con profesionales de la posventa en la feria?

¿Exponen en otras ferias europeas?

¿Qué haría falta para que se decidieran a exponer en la siguiente edición de Motortec Automechanika Ibérica?

AD PARTS- LLUÍS TARRAGÓ, DIRECTOR GENERAL

1. A pesar de que reconocemos la buena labor profesional realizada por el nuevo equipo de Motortec para relanzar esta feria, el Grupo ha considerado que los Salones no nos aportan ninguna ventaja competitiva en proporción del alto coste que suponen, y respecto de otras soluciones de las que disponemos.
2. Sí. Uno. Ninguna en concreto, aunque sí comentado con varias firmas que pasaríamos a visitarlos si tenían stand.
3. No
4. Cada vez es más difícil que este tipo de ferias resulten atractivos económica y estratégicamente.

AUDATEX- RICARDO BUCHÓ, JEFE DPTO. MARKETING Y COMUNICACIÓN

1. Como el resto de ferias de cualquier sector, el objetivo actual de las mismas es crear y mantener imagen de marca. Muy lejos queda el objetivo de la ferias en lo relativo a crear negocio. En nuestro caso, Audatex nunca ha estado presente en Motortec, por lo que tenemos la "ventaja" de no estar "en obligación moral" de estar presentes por aquello de mantener la imagen de marca. En estos momentos reinvertimos los costes que supondría nuestra presencia en la feria para trasladárselos a los clientes en forma de hacer más accesibles y prácticos y funcionales nuestros servicios. Ya lo hicimos hace dos años y este año también lo vamos a hacer.
2. Si, asistiremos para visitar a clientes y proveedores.
3. Si, en Alemania tenemos presencia desde hace años, pero en cada país Audatex gestiona de manera independiente su presencia de marca.
4. Evidentemente los costes son altos para el retorno de inversión que se genera, incluso cuando hablamos solo de "imagen de marca". Si la edición de este año sorprendiera, analizaríamos en detalle nuestra presencia para dentro de dos años.

DANA AUTOMOCION-GLASER- JAVIER MATE SANZ, DIRECTOR DE VENTAS

1. La decisión de Dana es participar en Automechakina Frankfurt como feria en Europa.
2. Tenemos intención visitar la feria, iremos 1 día y hasta el momento no tenemos visitas concertadas.
3. Automechanika Frankfurt.
4. Tendrían que cambiar las directrices de Dana.

DAYCO EUROPE AFTERMARKET- BRUNO PADIERNA, DIRECTOR POSVENTA

1. Otras prioridades en la inversión.
2. Realizaré una única visita informativa para ver de primera mano el resultado de la feria.
3. Sí. Priorizamos en países emergentes, donde tenemos que captar mercado y en ferias internacionales donde presentamos nuestras novedades.
4. Sería más fácil apostar por la feria si recuperara los niveles de exposición y asistencia profesional que tenía en ediciones anteriores a 2009.

JOHNSON CONTROLS AUTOBATERÍAS- ROCÍO PALOMAR, DIRECTORA DE MARKETING IBERIA

1. No hemos participado en las últimas ediciones, al igual que en esta, por una decisión de nuestra central.
2. Por supuesto visitaremos la feria para encontrarnos con los profesionales de nuestro sector. Nuestro equipo se repartirá para estar presentes todos los días.
3. Este año, hemos expuesto en BOOT, en Dusseldorf, con motivo del lanzamiento de las baterías de semitracción VARTA Profesional. En ninguna otra.
4. Un cambio de estrategia en nuestra central.

Distribuidores, representantes, fabricantes, y diversos profesionales relacionados con la posventa que, pese a no contar con stand propio acudirán a Motortec Automechanika Ibérica.

La decisión de no acudir a una feria no depende sólo de un factor económico (aunque éste siempre cuente); los objetivos particulares de las compañías, sus necesidades concretas, la estrategia de acercamiento al mercado o las decisiones multinacionales suponen que una compañía esté o no presente con un stand. Pero este evento es suficientemente importante como para que el sector se plantee acudir.

Quisimos preguntarles a algunos actores del sector una serie de cuestiones sobre su asistencia o no a las ferias. Estas son sus respuestas.

NGK SPARK PLUG EUROPE- JOSEF MARIA FREIXES, DIRECTOR

1. No nos ofrece nada novedoso que haga cambiar nuestra intención de no participar.
2. Si, visitaré la feria a pesar de que no tengo ninguna entrevista concertada.
3. Como compañía multinacional que somos, exponemos en todas las ferias europeas que gozan de un mínimo de prestigio.
4. Primero, que los costes fueran acorde con lo que la feria ofrece y segundo, que como expositores nos sintiéramos respetados y atendidos.

REAXI- JOSEF MARÍA CLOP, GERENTE

1. No participamos porque el mercado ha bajado mucho y los precios de alquiler de stands en la feria son abusivos. Al igual que los hoteles y todo lo que conlleva la Feria.
2. Sí, un día, y hemos cerrado entrevistas.
3. No
4. Que se active el mercado y los precios sean asequibles. Y además, que los medios de comunicación los divulgarán con más tiempo y que la organización de la Feria regalase entradas a todos los talleres de España.

SOFEFI FILTRATION- MAURO PRODI, DIRECTOR GENERAL

1. La estrategia del Grupo Sogefi es la de participar en aquellas ferias de proyección mundial. A nivel local europeo y en el mundo entero existen una serie de eventos en los que no nos es posible participar en todos atendiendo la clara vocación global que tiene el Grupo Sogefi.
2. Si por supuesto. Visitaremos la feria durante toda la semana, en la que tenemos previsto llevar a cabo una serie de encuentros profesionales.
3. La estrategia del Grupo Sogefi nos lleva a exponer tanto en la Feria de Equip Auto de París, como en la Automechanika de Frankfurt.
4. Motortec es la feria local que mayor esfuerzo está haciendo para conseguir una importante proyección internacional, por lo que de seguir la tendencia actual se evaluará la posibilidad de participar en el futuro en éste evento.



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



43
Noticias

46
Noticias Centro
Zaragoza

48
Actualidad: IV
Convención Pro&Car

50
Informe:
herramientas de
identificación y pre-
paración del color

53
Técnica CESVIMAP:
sustitución de una
carrocería

55
Aerografía:
decoración de un
DAF XF 105 Super
Espace Cab
(y 2ª parte)

60
Actualidad:
visitamos el taller
Centre Integral de
Xapa-CIX instalado
por Reauxi

EL SPEEDART R-M desarrolla nuevo proceso sin lijado

La marca de **Basf Coatings**, en aras de obtener un ahorro de tiempo y un aumento de la eficacia, ha creado un sistema innovador, el proceso sin lijado **SpeedArt**.

Consciente de que los paneles de acero de los automóviles suelen tener una capa de pintura electroforética (e-coat) dura y, por tanto, difícil de lijar, **R-M** ha conseguido eliminar toda la operación de lijado a través del proceso **SpeedArt** usando el sellador **ExtraSealer**. En este procedimiento el sellador se utiliza directamente sobre el nuevo panel con pintura electroforética y, tras solo 15 minutos de secado al aire a 20°, ya se puede aplicar la capa superior. El proceso es más rápido y más económico. Además, la capa superior se puede aplicar en un intervalo de tiempo generoso, entre 15 minutos y 5 días después de haber aplicado la imprimación, por lo que se pueden pintar varios paneles a la vez y, así, mejorar notablemente la eficiencia. Basta con respetar una regla básica: ser especialmente cuidadoso a la hora de limpiar el nuevo panel antes de aplicar la imprimación.

El **SpeedArt** también muestra sus virtudes con el concepto **GreyShade** y el aditivo **FlexPro**. Utilizando el concepto **GreyShade**, el brillo del aparejo de relleno puede adaptarse a la pintura más antigua que le rodea. La reducción del contraste permite ahorros significativos en el caso de la aplicación de la capa superior en lo que se refiere al tiempo que dura el proceso y a los materiales. **SpeedArt** cubre, así mismo, el número creciente de piezas de plástico que necesitan la reparación. El uso del aditivo **FlexPro**, combinado con **ExtraSealer**, proporciona un proceso de reparación eficiente al proceder con la aplicación. Se puede saltar el paso anterior necesario para la aplicación de una imprimación. Es más, se podría eliminar el lijado del aparato de relleno y se podría aplicar la capa superior a los 20 minutos de haber aplicado el **ExtraSealer**. Por último, apuntar que el concepto **GreyShade** también se puede utilizar en las piezas de plástico, con el consiguiente ahorro en la aplicación de la capa superior. ◀

www.rmpaint.com



PARA ACABADOS PLATEADOS DE LLANTAS,
CARCASAS DE RETROVISORES, ETC.

BASE PERMAHYD SILVER STAR DE SPIES HECKER

Spies Hecker ha lanzado una nueva base, la **Permahyd Silver Star**. Desarrollada para el repintado de llantas y otros accesorios como, por ejemplo, las carcasas de los retrovisores, proporciona un acabado metálico gracias a unos pigmentos extra-finos que aportan una textura y un color que embellece los tipos de accesorios citados. "Este tipo de piezas normalmente están recubiertas de capas de pintura plateada de la mejor calidad. Con la base **Silver Star**, **Spies Hecker** ofrece ahora una materia prima de excelente calidad para afrontar, tanto el primer pintado como las reparaciones necesarias" explica **Frank Barduna**, responsable del Departamento Técnico de la marca alemana de pinturas. Con este nuevo producto **Spies Hecker** cubre las demandas del mercado relativas a las distintos plateados, una tonalidad claramente al alza. **Barduna** justifica el lanzamiento del **Permahyd Silver Star**: "la nueva base **Silver Star** es nuestra respuesta a las necesidades de los talleres, que demandan un tono brillante y elegante". Y añade: "los pigmentos metálicos microscópicos conforman un brillo suave idéntico al del aluminio. Para alcanzar los mejores resultados, los pintores deben aplicar una fina capa de barniz sobre la imprimación antes de pasar a la base y lijar cuidadosamente la superficie para evitar que el efecto de la base se desvirtúe debido a las variaciones en la textura del sustrato".

La nueva base de **Spies Hecker** cumple con la normativa COV y puede ser recubierta con cualquier barniz **Permasolid** aplicado en 1,5 capas. ◀

www.spieshecker.es



NOTICIAS

FIRMA DEDICADA LA REPARACIÓN DE CRISTALES Y ÓPTICAS

KITS PARA LA AUTO REPARACIÓN CON GLASS POLISH

Expertos en la reparación de rayadas, daños en cristales y ópticas, **Glass Polish España** proporciona al mercado kits especialmente diseñados para empresas que deseen realizar sus propias reparaciones. Estos kits se presentan con sus correspondientes instrucciones y permite reparar ópticas de policarbonato opacas y de vidrio con rayadas así como lunas rayadas y con impactos. Un catálogo on-line reúne toda la oferta al respecto. Además de estos kits, Glass Polish España realiza reparaciones con y sin desplazamiento y ofrece formación y soporte técnico a profesionales del taller de carrocería y pintura.

Afincada en Les Franqueses del Vallès (Barcelona), Glass Polish España es la delegación en nuestro país de Glass Polish, multinacional con más de 15 años de andadura y cuyos sistemas de pulido y kits de reparación están presentes en más de 25 países. ◀

 www.glasspolish.es



ACELERA LOS PROCESOS DE PINTADO EN ZONAS DE PREPARACIÓN RÁPIDA Y CABINAS

Reauxi lanza calentador de aire comprimido

Lo último de la importadora y distribuidora **Reauxi** para el profesional del taller de chapa y pintura es un **calentador de aire comprimido** cuya principal aplicación es acelerar los procesos de pintado en zonas de preparación rápida y en cabinas de pintura.

Sus condiciones ideales de uso son una temperatura de 22° y una humedad relativa del 50%. Con ellas, consigue una velocidad de evaporación ideal sobre las pinturas base agua para disminuir así el riesgo de piel de naranja y lograr una mejor atomización así como una correcta deposición de las partículas metalizadas siempre y cuando las otras variables (distancia de la pistola, presión en la aplicación, etc.) sean las adecuadas.

Reauxi destaca del nuevo calentador sus ventajas: aumenta el ahorro energético frente a los sistemas tradicionales, disminuye el tiempo de aplicación y el riesgo de manchas, proporciona un secado más rápido y un mejor estiramiento y brillo de la pintura y permite el calentamiento del aire hasta unos 60° del aire de pulverización o pintura base agua en aplicaciones aerográficas a baja presión. ◀

 www.reauxi.com

SEGÚN EL INFORME DE TENDENCIAS DE COLOR DE DUPONT CORRESPONDIENTE A 2010

El negro, el color de moda en Europa

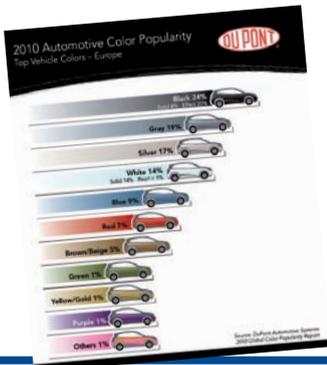
DuPont presentó recientemente su tradicional **informe anual** sobre tendencias de color *Global Automotive Colour Popularity Report*. La edición 2010 de este informe concluye que, a nivel mundial, el color preferido a la hora de adquirir un automóvil es el plateado con un 26% de cuota de mercado. Le sigue muy de cerca el negro, con un 24% de las ventas en este color mientras que el

tercer y cuarto puesto lo copan el blanco, el perlado blanco y el gris. En quinto puesto aparece el único color no neutro, el rojo cuya popularidad, no obstante, está aumentando.

En Europa es el negro el color más popular en casi todas las categorías de automóviles con un 24% de las ventas. El gris alcanza el 19% de penetración y el plateado desciende al tercer puesto con un 17% de popularidad.

Ha analizado los resultados del informe **Linda Van Calster**, directora de comunicaciones de marketing de **DuPont Refinish** para EMEA: "el informe demuestra que los colores neutros siguen siendo muy populares en Europa, donde el negro, el gris y el plateado compiten por el primer puesto. Sin embargo, como los consumidores están demandando vehículos con diseños y estilos más innovadores, también se requieren colores más complejos, incluso en la paleta de tonalidades neutras". ◀

 www.dupont.com



ALBERGAN LA DISTRIBUCIÓN Y LA REPARACIÓN DE LUNAS DE AUTOMOCIÓN

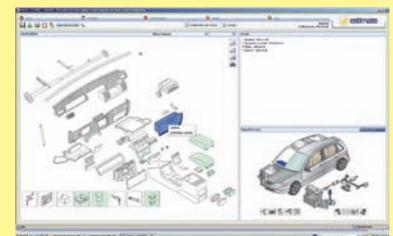
NUEVAS INSTALACIONES DE SAINT-GOBAIN AUTOVER

El Polígono Industrial Nueva Andalucía de la localidad madrileña de Getafe acoge las **nuevas instalaciones** de **Saint-Gobain Autover España** las cuales duplican la capacidad de almacenaje del "antiguo" almacén del Polígono San Marcos. Desde la nueva nave, de 9.000 metros cuadrados, se distribuye todo tipo de acristalamientos de seguridad a los talleres de reparación y sustitución de vidrios para el sector de la automoción (Saint-Gobain Autover) y alberga también la sede **Saint-Gobain Glassdrive España**, la red de talleres de reparación y sustitución de lunas del Grupo.

La inauguración fue por todo lo alto. Acudieron el alcalde de Getafe, **Pedro Castro**, el consejero de Economía y Hacienda de la Comunidad de Madrid, **Antonio Beteta**, así como el delegado general de Saint-Gobain para España, **Ricardo**

de Ramón, y **Miguel Sousa**, director general de Saint-Gobain Autover España. Se destacó que se ha invertido medio millón de euros en esta nueva nave cuya puesta en marcha abre la posibilidad de incrementar el volumen de plantilla de Saint-Gobain que, en la Comunidad de Madrid, da empleo a 1.5000 personas. ◀

 www.autover.es / www.glassdrive.es



Fondomóvil y **Gt Motive** han suscrito un **acuerdo** mediante el cual la primera ofrecerá la instalación del **Gt Estimate Gold R** a sus clientes en aras de mejorar la gestión y la rentabilidad de sus talleres. El **Gt Estimate**, recordemos, es una solución informática desarrollada y suministrada por Gt Motive que ofrece información instantánea y detallada del vehículo que entra en un taller para ser reparado o revisado. Además, calcula en el acto el precio final de las operaciones a realizar y proporciona un presupuesto previo al cliente.

Fondomóvil, es una empresa madrileña dedicada a la distribución de material de pintura y anexos cuya cartera de clientes en el sector de la carrocería ronda el medio millar de talleres. ◀

 www.fondomovil.com / www.gtmotive.com

DS CHECK

Sistema de verificación de los elementos que intervienen en la geometría de la dirección

¿Está dañada la carrocería o la suspensión?

Con DS Check y la hoja de alineación del vehículo podrá determinar dónde se ubica el daño y cuáles son las piezas a sustituir. Sin pasos en falsos.

Las cotas o ángulos de la dirección pueden verse afectados por daños o cambios en elementos de la suspensión; también por modificaciones en los puntos de anclaje de la carrocería tras un siniestro.

En esta situación, el profesional puede dudar entre sustituir piezas o modificar cotas, siendo necesario efectuar determinados desmontajes, para lo que debe solicitar la aprobación del cliente. Con **DS Check** y la hoja de alineación, el profesional dispone de una ayuda adicional para discernir si el problema radica en la carrocería o en un elemento concreto de la suspensión.

Guía, paso a paso, para la detección de anomalías



CESVIMAP



DS CHECK

Garantía Rentabilidad

Sencillez

Eficacia

Soluciones

Ventajas

- 1** Evita conflictos en el taller: Combinando DS CHECK con un proceso de diagnóstico y verificación de la alineación es posible determinar si está afectada la carrocería o los elementos de la suspensión. Se evitan pasos en falso y llamadas al cliente.
- 2** La aplicación es muy útil para talleres de reparación y de neumáticos.
- 3** Permite trabajar sin necesidad de tener el vehículo presente.

Tipos de suspensiones que contempla DS CHECK:

Delanteras

- Brazo superpuesto
- Tipo McPherson

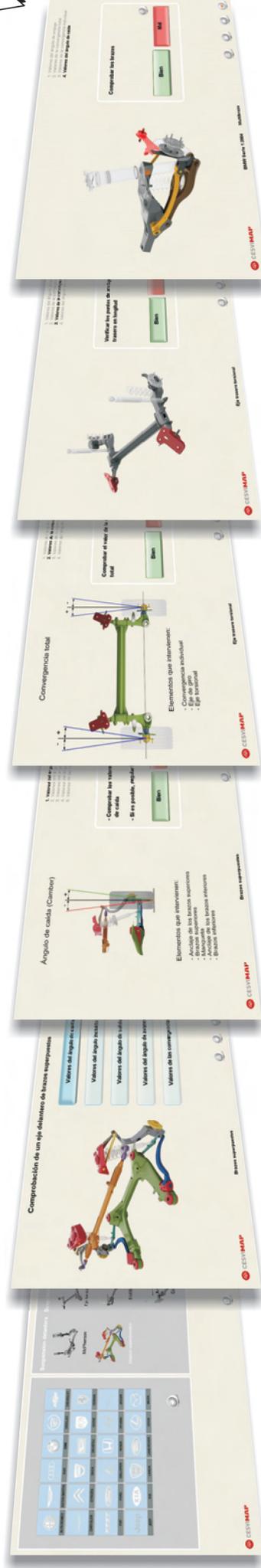
Traseras

- Multibrazo
- Eje rígido
- Eje torsional



DS Check es una aplicación muy sencilla de manejar e intuitiva. El profesional podrá escoger directamente la clase de suspensión con la que ha de trabajar o recurrir a la marca y modelo del vehículo, asignando automáticamente la aplicación el tipo de suspensión trasera y delantera de ese modelo concreto.

Descárgatelo gratis en www.cesvimap.com



- Actualización anual de la base de datos de vehículos.

CENTRO ZARAGOZA Y SU OFERTA FORMATIVA PARA EL PRIMER TRIMESTRE DE 2011

En el Instituto de Investigación sobre reparación de vehículos, S.A., más conocido como *Centro Zaragoza*, trabajan, entre otras acciones, para ofrecer los cursos de formación que todos los profesionales, relacionados con la reparación de los vehículos y con la seguridad vial, demandan.

Fruto de las sugerencias obtenidas de los más de 23.000 profesionales que se han formado en el instituto y de su experiencia en materia de formación, Centro Zaragoza presenta su nuevo y totalmente actualizado Programa de cursos abiertos presenciales de formación, previstos para el 1er semestre de 2011.

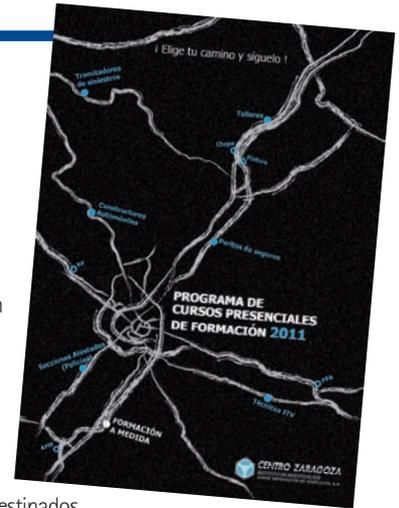
En total han programado 47 tipos de cursos de formación presenciales distintos, 7 de ellos totalmente nuevos: 2 tipos de cursos dirigidos a tramitadores de siniestros de entidades aseguradoras, 16 de ellos dirigidos a Peritos de Seguros de Automóviles, Tramitadores de siniestros y técnicos de Entidades Aseguradoras; otros 19 tipos de cursos destinados

a los Profesionales de la reparación de automóviles y a Peritos de seguros de automóviles, 1 tipo de curso dirigido en especial al personal técnico que realiza la Inspección Técnica de Vehículos, 2 tipos de cursos correspondientes al área de Recursos Humanos; y respecto a las novedades, 4 de los nuevos cursos van dirigidos a vendedores de automóviles, asesores de servicio, profesionales del marketing, profesores de F.P. y peritos y; los otros 3, a profesionales de talleres de reparación de vehículos industriales y comerciales.

En su página web www.centro-zaragoza.com, encontrará información más detallada de cada una de las acciones formativas que ponen a disposición de todos los profesionales del sector, para este primer semestre de 2011.

Centro Zaragoza, además de su plan de cursos abiertos presenciales programados, ofrece la posibilidad de diseñar e impartir cursos "a medida" de las necesidades formativas de los profesionales de las empresas del sector, así como formación On-line a través de su CAMPUS CZ.

En el "avance-resumen" de los cursos presenciales que se impartirán en marzo y abril de 2011 se puede consultar con algo más de detalle la oferta formativa. ◀



Avance cursos CZ

On Line – Campus CZ

TOMA DE DATOS EN LA RECONSTRUCCIÓN DE ACCIDENTES DE TRÁFICA.

- FECHAS: Del 7 de marzo al 8 de abril de 2011.
- DURACION: 30 horas.
- IMPORTE: 450 Euros (exento IVA).

REPARACIÓN DE PLÁSTICOS.

- FECHAS: Del 14 de marzo al 8 de abril de 2011.
- DURACION: 25 horas.
- IMPORTE: 340 Euros (exento IVA).

Presenciales

DIAGNOSIS.

- FECHAS: 1 y 2 de marzo de 2011.
- DURACION: 2 días (10 horas lectivas).
- IMPORTE: 533 Euros (exento IVA).

CIRCUITOS Y SISTEMAS ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS DEL AUTOMÓVIL

- FECHAS: 10 y 11 de marzo de 2011.
- DURACION: 2 días (10 horas lectivas).
- IMPORTE: 532 Euros (exento IVA).

TECNOLOGÍA DEL AUTOMÓVIL.

- FECHAS: Del 14 al 18 de marzo de 2011.
- DURACION: 5 días (30 horas lectivas).
- IMPORTE: 1.120 Euros (exento IVA).

TÉCNICAS DE RECONSTRUCCIÓN DE ACCIDENTES DE TRÁFICO (Nivel iniciación)

- FECHAS: Del 21 al 24 de marzo de 2011.
- DURACION: 4 días (22 horas lectivas).
- IMPORTE: 1.180 Euros (exento IVA). TECNOLOGÍA DEL AUTOMÓVIL (Módulo 1).
- FECHAS: 31 de marzo y 1 de abril de 2011.

REPARACIÓN DE CABINAS DE VEHÍCULOS INDUSTRIALES.

- FECHAS: Del 4 al 6 de abril de 2011.
- DURACION: 3 días (16 horas lectivas).
- IMPORTE: 880 Euros (exento IVA).

INTERPRETACIÓN DE PRUEBAS DE AUTOMÓVILES EN LA PRENSA ESPECIALIZADA.

- FECHAS: 5 y 6 de abril de 2011.
- DURACION: 2 días (12 horas lectivas).
- IMPORTE: 512 Euros (exento IVA).

SISTEMA DE BALORACIÓN (BAREMOS).

- FECHAS: Del 11 al 13 de abril de 2011.
- DURACION: 3 días (16 horas lectivas).
- IMPORTE: 737 Euros (exento IVA).

CARROCERÍA RÁPIDA.

- FECHAS: Del 11 al 14 de abril de 2011.
- DURACION: 4 días (22 horas lectivas).
- IMPORTE: 1123 Euros (exento IVA).

ORGANIZACIÓN DEL TALLER DE CARROCERÍA Y PINTURA DE AUTOMÓVILES.

- FECHAS: Del 11 al 14 de abril de 2011.
- DURACION: 4 días (22 horas lectivas).
- IMPORTE: 1123 Euros (exento IVA).

INICIACIÓN A LA INSPECCIÓN E INVESTIGACIÓN DE VEHÍCULOS INCENDIADOS.

- FECHAS: 12 de abril de 2011.
- DURACION: 1 día (6 horas lectivas).
- IMPORTE: 490 Euros (exento IVA).

PROCESOS DE SOLDADURA DE REPARACIÓN DE VEHÍCULOS.

- FECHAS: 14 y 15 de abril de 2011.
- DURACION: 2 días (10 horas lectivas).
- IMPORTE: 614 Euros (exento IVA).

TECNOLOGÍA DEL AUTOMÓVIL (Módulo 2).

- FECHAS: 14 y 15 de abril de 2011.

CONTROL DE COSTES DE DAÑOS MATERIALES DE VEHÍCULOS.

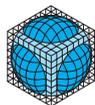
- FECHAS: 13 de mayo de 2011.
- DURACION: 1 día (6 horas lectivas).
- IMPORTE: 600 Euros (más IVA).

RECONSTRUCCIÓN DE ACCIDENTES DE TRÁFICO CON PEATONES (ATROPELLOS).

- FECHAS: 14 y 15 de abril de 2011.
- DURACION: 2 días (10 horas lectivas).
- IMPORTE: 868 Euros (más IVA).

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN TALLERES DE CARROCERÍA Y PINTURA DE AUTOMÓVILES.

- FECHAS: 15 de abril de 2011.
- DURACION: 1 día (4 horas lectivas).
- IMPORTE: 308 Euros (más IVA).



AquaMax

EXTRA

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..



A la IV Convención asistieron 23 de los 24 asociados de Pro&Car.

PRO&CAR LANZARÁ UNA MARCA PROPIA DE PINTURAS, SE EXTENDERÁ POR ESPAÑA...

Planes de expansión

Grupo Pro&Car (Central de Profesionales Carroceros) celebró el pasado mes de febrero su cuarta convención y en ella anunció importantes proyectos que van hacer que central de compras amplíe sus servicios y su presencia en España... incluso no descartan proyectarse a nivel internacional.

El pasado 25 de febrero **Grupo Pro&Car (Central de Profesionales Carroceros)** celebró su **cuarta convención** y en ella dio a conocer sus planes a corto y medio plazo. **Sergio Salinas**, gerente de Pro&Car explicó los planes más inmediatos y los proyectos a medio plazo que pretende desarrollar esta central de compras compuesta en la actualidad por **24 distribuidores de repintado** que suman **110 puntos de venta**, más de 4.600 clientes, 1.462 máquinas de pintura, 944 trabajadores, más de 100.000 metros cuadrados de instalaciones y 452 vehículos de reparto.

Expansión nacional e internacional

Uno de los objetivos prioritarios de Pro&Car es expandirse por todo el territorio nacional. Actualmente está presente en buena parte de la zona este peninsular pero le falta por cubrir el noroeste y plazas tan importantes como Madrid o Zaragoza. Salinas apuntó que en este primer semestre de 2011 **aspiran a cubrir todo el territorio nacional**. Los requisitos para integrarse como asociado en Pro&Car son sencillos: tener una distribución de pintura/refinish en una provincia no ocupada y adquirir

el compromiso de vender la gama de productos Pro&Car en su zona. Tras la expansión nacional, desde Pro&Car incluso se plantean la internacionalización. Prevén implantarse en Italia y, más adelante y en función de la situación del mercado, en Portugal.

Más marca Pro&Car

Pro&Car ha creado una marca propia con el mismo nombre. Actualmente su cartera de productos se compone de discos, productos de enmascarar, disolventes, anexos y el *EasyCover*, un protector adhesivo que distribuye en exclusiva.

El siguiente paso es **comercializar pintura** bajo marca **Pro&Car**. Salinas avanzó que será una tarea complicada pero en el segundo semestre de año iniciará las negociaciones con los fabricantes de pinturas con el fin de llevar a buen puerto este proyecto.

Sergio Salinas comentó el posicionamiento de la marca Pro&Car. Afirma que es una **marca Premium pero de precio competitivo**. ¿Cómo logra esta cuadratura del círculo? el gerente de Pro&Car subraya que Pro&Car



De izquierda a derecha, Sergio Salinas y José A. Gomar, gerente y director de márketing de Pro&Car respectivamente.

puede proponer productos de calidad a un precio por debajo de las marcas Premium gracias a la ausencia de intermediaciones y a unos gastos estructurales menores. Por ejemplo, es un producto que se vende directamente del proveedor al asociado para generar los mínimos gastos. Los socios, por su parte, ya gestionan la logística.

Filosofía de Pro&Car

Salinas explicó que Pro&Car es una central de compras cuya principal misión es **defender el interés de la central y de los asociados**. Los miembros de Pro&Car no van más allá de ser asociados y el beneficio que obtienen es unos precios más competitivos, derivados de que es la central quien negocia con los proveedores. A partir de aquí, Pro&Car establece un plan de negocios con escalados en función de la cifra individual de cada asociado. Otra de las aportaciones de Pro&Car es una marca propia que proporciona una amplia gama de productos que destacan por su relación calidad-precio o la puesta en marcha de campañas de márketing y de promoción, realizadas a partir de una aportación que realizan los asociados.

Como apuntó el gerente de Pro&Car, los asociados ni ganan ni pierden nada pero se benefician de unas **negociaciones más ágiles** realizadas por Pro&Car, estructura en la que los asociados mantienen su independencia a la vez que se benefician de una mayor capacidad de compra y de las ventajas de distribuir una marca propia. Los asociados incluso podrían servir en el futuro a una red de talleres abanderada, proyecto que Salinas contempla pero, como mínimo, a medio plazo. ◀

www.proandcar.com



Miguel Ángel Cuerno se dirige a los miembros de Pro&Car ante la atenta mirada de Sergio Salinas.

La intervención de Miguel Ángel Cuerno

El presidente de **ANCERA**, Miguel Ángel Cuerno, participó en la IV Convención de Pro&Car y animó a los allí presentes (23 de los 24 asociados de Pro&Car, -el que faltaba es del sector de la náutica-), a adherirse a **ARPA**, la **Asociación Española del Repintado del Automóvil**.

Como no podía ser de otra manera, también les instó a denunciar las irregularidades de las aseguradoras y a luchar contra la voluntad de algunas de ellas por controlar el mercado de la reparación.

Cuerno también recordó que tanto ANCERA como **AECAR**, la **Asociación Española de la Carrocería**, están para defender y ayudar a la posventa independiente, ya sean distribuidores de productos y maquinaria o talleres de reparación.



Cuerno (izquierda) y Juesas con sus reconocimientos.

Reconocimientos

Los organizadores de la Convención no quisieron acabar el acto sin reconocer a las empresas y personas que han tenido un papel clave en el desarrollo de Pro&Car.

Además de entregar un reconocimiento a los ponentes, Miguel Ángel Cuerno, presidente de ANCERA, y Miguel Juesas, de Recambios Segorbe, Jose A. Pomar, responsable de márketing de Pro&Car, entregó una placa a los asociados Savalpa (Andalucía) en reconocimiento al compromiso para con la red y a los tres que han logrado una mayor facturación: Flick Comercial (Canarias), Recambios Segorbe (Aragón y Comunidad Valenciana) y Perchan (Andalucía).

HERRAMIENTAS DE IDENTIFICACIÓN Y PREPARACIÓN DEL COLOR

Catálogo 2011

Los principales fabricantes de pinturas ofrecen una gama de herramientas de color cada vez más amplia y en la que la informática juega un papel fundamental. El paso de las fichas que, ojo, aún se usan, a potentes programas de software permiten igualar cualquier color, y eso que cada vez hay mayor número y variedad de tonalidades. Veamos varias de las propuestas más interesantes del mercado.

AKZO NOBEL

Sus dos marcas Sikkens y Lesonal ofrecen herramientas de identificación y preparación del color.

Sikkens pone a disposición del profesional del taller de carrocería y pintura varias propuestas entre las que destaca el espectrofotómetro **Automachic 3** cuya tecnología LED y su sistema de medición en tres ángulos ayuda al pintor a conseguir la fórmula de color más ajustada ya que, no solo ayuda a elegir la fórmula de color que más se ajusta al color del coche sino que incluso es capaz de retocar la fórmula en el caso de ser necesario para obtener una mayor precisión del color. Así mismo, gracias a su fácil y rápido manejo, consigue reducir los tiempos de búsqueda y de selección de color. Otra herramienta bastante novedosa e interesante es el **Mixit Pro**, un software de nueva generación para la búsqueda del color y su gestión. El **Mixit Pro** también está en **versión on-line** a través de la web www.sikkens.es. La oferta de color Sikkens se completa con la documentación de color **Colorscala Car Color** y **ColorScalaPro**.

La oferta de color **Lesonal**, por su parte, es prácticamente idéntica a la de Sikkens pero cambian los

nombres de los productos. El Mixit on-line de Sikkens se denomina **Color Link** en el entorno Lesonal. Lo mismo ocurre con la documentación **Colorscala Pro** que, bajo marca Lesonal, se denomina **Variant Documentation**.

www.sikkens.es
www.lesonal.es

BASF COATINGS

A través de la marca **Glaserit** propone una amplia gama en colorimetría. Su última novedad al respecto es el **Profit Manager Pro**, una solución informática global que proporciona búsqueda de color, fichas técnicas y hojas de seguridad, balanzas, colores personales, inventario, control de trabajo, control de costes, informes, pedidos automáticos, etc. Se actualiza tres veces al año. Su herramienta "estrella", por la gran aceptación que tiene en el mercado, es el **Color Profi System**, un armario con pastillas de colores pintadas con las tonalidades originales que ayudan a realizar un buen trabajo. Estas pastillas son de gran utilidad porque se pueden comparar con la chapa obteniendo la variante de color indicada de forma rápida y optimizando costes de pintura porque se evitan formu-

laciones innecesarias. Glasurit también ha desarrollado una versión del Color Profi System para vehículo industrial, el **Color Truck System**, que se nutre de los colores desarrollados para camiones y vehículos industriales. Otra propuesta es el software específico **Color Online**, el servicio de Internet para colores de Glasurit. Se trata de una base de datos el línea que ofrece información detallada de más de 200.000 fórmulas de mezcla de los colores originales de todos los fabricantes de vehículos. Permite identificar las fórmulas de mezcla con rapidez y sin esfuerzos. El **Color List 101** completa la oferta de color de esta marca, es un libro de color que se edita anualmente y que recopila todos los modelos de las marcas de automóviles con sus correspondientes códigos de color del fabricante, el año en que se produjo, el nombre del color que le dio el fabricante y la tecnología con la que se puede lograr, la Serie 22, la Serie 68 o la Serie 90.

La oferta **R-M** está a la misma altura. Su herramienta más destacada es el **Colortronic 2**, un pequeño y cómodo espectrofotómetro portátil que identifica el color en cinco pasos y del que la marca asegura mejora la eficiencia y rentabilidad del taller. Su último lanzamiento es el **Colormaster M3**, solución que reúne la gama de colores de 44 fabri-



El Automachic 3 de Sikkens es un avanzado espectrofotómetro con tecnología LED y medición de tres ángulos.



Carta de colores Glasurit y cajones con pastillas de color para vehículo industrial Graphite HD Color Guide de R-M.

cantes de automóviles y contiene más de 10.000 tarjetas pintadas con los acabados R-M. El Colormaster facilita la visualización del color y sus variantes evitando la aplicación sobre placas de control y se actualiza tres veces al año incorporando en cada actualización entre 500 y 800 nuevas pastillas. Otras herramientas de color R-M son la guía **Colorindex**, que permite ver los colores sólidos, metálicos y perlados de más de cuarenta fabricantes; el software **Color Explorer 2**, pensado para ayudar al taller en la gestión de la pintura (de las máquinas de mezcla, el precio de la fórmula, etc.); la **versión on-line del Color Explorer**, que dispone de todas las fórmulas de color de todos los fabricantes; la **Graphite HD Color Guide**, herramienta de color para vehículos comerciales cuyos once cajones reúnen un total de 2.800 pastillas de color y el medio de información **Color Data**, que vincula los datos del Shop Mater y del Color Explorer 2 para proporcionar la función del sistema de mezcla on-line, del sistema de fórmulas, fichas técnicas, hojas de seguridad y personalización de colores.

www.glasurit.com
www.rmpaint.com

DUPONT IBÉRICA

Amplio elenco de herramientas de color es el que propone **DuPont Refinish**. Su novedad más reciente es el **ColorNet Pro** es una programa informático avanzado que reproduce el color de forma digital permitiendo a los pintores realizar una muestra de color a medida directamente en la pantalla. Fácil de utilizar el ColorNet Pro cuenta con funciones avanzadas de búsqueda para localizar el color en pintura lista para usar, con un módulo de gestión de la pintura, permite pesar productos auxiliares y se puede conectar al sistema de gestión del taller. El espectrofotómetro **ChromaVision** sigue marcando la pauta en el apartado de colorimetría DuPont, la última generación incorpora un nuevo puerto de conexión

USB, adaptador Bluetooth para trabajar en la igualación del color sin cables de por medio, una correa de muñeca y un kit de calibración optimizado en el que se ha incluido una placa verde que se suma a las placas blanca y negra usuales. El ChromaVision lee el color y localiza la fórmula precisa dentro de la amplia base de datos de colores que DuPont mantiene constantemente actualizada. Su uso es sencillo, basta con colocarlo sobre la superficie limpia del vehículo y medir el color en tres puntos diferentes cerca de la zona dañada según los tres ángulos patentados por DuPont. A continuación, el dispositivo se conecta a un ordenador que disponga de un programa de localización del color como el ColorQuick Pro o el ColorNet Pro para visualizar la fórmula de color exacta en la pantalla y en la calidad deseada. Otras herramientas son las **alternativas de color** y su web, www.dupontrefinish.es. Las alternativas de color recopilan más de 8.000 muestras pintadas con productos DuPont y proporcionan al pintor una impresión real del producto acabado y la máxima precisión de color. Se actualizan cada tres meses. Por lo que respecta a la web, el apartado de localización de color contiene amplia información al respecto actualizada diariamente así como el buscador de color on-line que ofrece diferentes opciones de búsqueda o la prestación "Listo para Usar" que permite seleccionar, al momento, los diluyentes, endurecedores y aditivos a añadir a la fórmula de mezcla para que sea totalmente "lista para usar".

www.dupontrefinish.es

LECHLER COATINGS IBÉRICA

Desde L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona) comercializa varias herramientas de color **Lechler**, la última en incorporarse a la cartera de productos, el **Color Box 5 Chroma**, una carta de colores ordenada cromáticamente cuyas pastillas de color están pintadas al agua. Reproduce fielmente los colores, tanto a nivel de color como técnico y está especialmente indicada para aquellos profesiona-

les que deseen trabajar con una carta de color por degradación. El **alma mater** de esta oferta, sin embargo, es el **Lechler Explorer**, un programa de gestión de la reparación de pintura y de búsqueda de fórmulas de color que también aporta información técnica y de seguridad y está capacitado para imprimir etiquetas individualizadas. Destaca por su polivalencia y por permitir trabajar de forma muy intuitiva. Se actualiza vía Internet y cuenta con desarrollos específicos para la gestión del color. Otros productos de "color" son la carta de colores de efectos especiales **Master Chroma**; la carta de colores específica para motocicletas **Master Moto**; la específica para camiones y autobuses **Master Truck**; la **Color Box 5**, una carta de colores ordenada por código de fabricante del vehículo cuyas pastillas están pintadas al agua; la **Mastercar**, carta de colores ordenada por fabricante del vehículo cuyas pastillas de color están agrupadas en macetas; **balanzas electrónicas** para pesar las fórmulas con precisión y la **web www.lechler.eu** que incluye las fórmulas de color actualizadas a diario.

www.lechler.eu

MADRID PAINTS AUTOMOCIÓN

El importador en exclusiva para España del fabricante de pintura **Mipa** pone a disposición del mercado la gama de herramientas de color de esta marca alemana compuesta por soluciones como un espectrofotómetro, la carta de colores **MCS-2** o una balanza de medición digital con dos dígitos de decimales. El espectrofotómetro comercializado por Mipa proviene del fabricante X-Rite pero la marca alemana lo ha ajustado adaptándolo a las formulaciones actuales del mercado para alcanzar una elevada cobertura del parque. El software al que va asociado se actualiza constantemente para satisfacer las demandas de los vehículos que entran en los talleres de chapa y pintura. En cuanto a la carta de colores MCS-2, reúne un amplio número de pastillas de color reales que muestran con



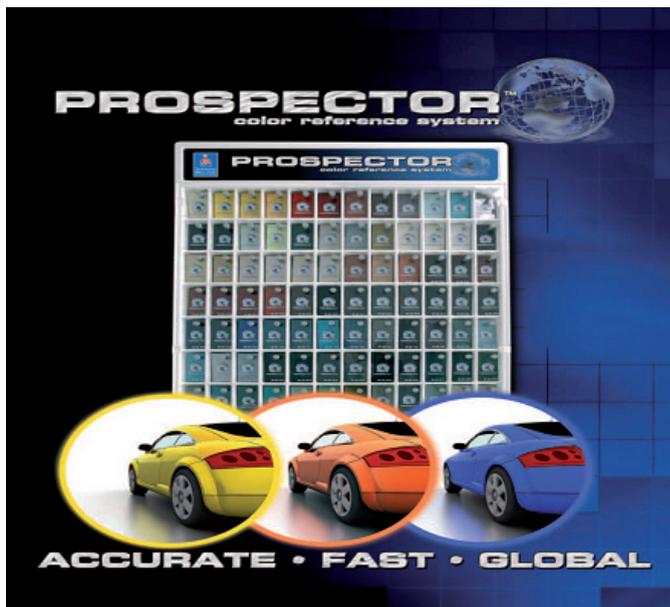
El espectrofotómetro ChromaVision de DuPont Refinish cuenta con un adaptador Bluetooth, un nuevo adaptador USB, correa de muñeca y un kit de calibración mejorado.



El Color Box de Lechler proporciona un amplio elenco de pastillas de color pintadas al agua.



Carta de colores MCS-2 de Mipa, marca importada en exclusiva en España por Madrid Paints Automoción.



Una de las soluciones de colorimetría de Sherwin Williams, la carta de color por degradación Prospector. Llega de manos de Scott Warren Ibérica.



Espectrofotómetro Genius de Standox. Mide el color de forma muy precisa para permitir la posterior identificación de la fórmula exacta.

gran precisión el color sirviendo de gran ayuda al pintor a la hora de comparar colores.
www.madrid-paints.es

SCOTT WARREN IBÉRICA

Con cuartel general en Ugao Miravalles, Vizcaya, importa la gama de repintado **Sherwin Williams**. En el apartado de color propone el software de color **Acces 5.3**, fichas técnicas y de seguridad, la carta de colores **Prospector** y un sistema de balanzas para el pesado de tintas. Dentro de esta amplia oferta, juega un papel clave la carta de colores Prospector. Se trata de una carta de color por degradación cuyas placas están ordenadas en tacos por familias de color. Todas ellas están pintadas a mano en base al agua y proporcionan una gran fiabilidad al profesional del taller de carrocería y pintura.

www.sherwineu.com

STANDOX IBÉRICA

La marca alemana **Standox** cuenta con un amplio elenco de soluciones para la identificación y preparación del color. Dentro de 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 Advanced** 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. Como novedad, a finales del año pasado lanzó un folleto sobre colorimetría a través del cual informa a los talleres de carrocería y pintura sobre la oferta de Standox en colorimetría. Mención especial merecen el programa Standowin Advanced y el espectrofotómetro Genius. El programa informático de gestión del color recientemente renovado y que se puede combinar tanto con sistemas de básculas sencillas como en básculas de alta potencia. Una de sus principales prestaciones es que proporciona la visualización digital de la tonalidad aproximada de la muestra de color OEM "Digital Color Display" permitiendo a los pintores realizar una muestra de color a medida directamente en la pantalla. Por lo que respecta al Genius, permite encontrar la tonalidad de color exacta colocando el espectrofotómetro directamente sobre la carrocería, cerca de la zona dañada. El dispositivo medirá el color para posteriormente ser analizado desde un ordenador que proporcionará la fórmula exacta.

www.standox.es

CARROCERÍA

La sustitución de una carrocería es una de las operaciones que mayor complejidad presenta para el taller reparador, no tanto por la dificultad de la operación como por la continuidad que demanda el proceso. Así pues, es fundamental la perfecta coordinación de todas las áreas del taller para optimizar al máximo los procesos de trabajo.

Sustitución de una carrocería



La decisión de sustituir la carrocería se tomará en función de aspectos técnicos y económicos, determinados por el tipo de siniestro y las piezas afectadas. En este sentido, es imprescindible conocer la forma en la que el fabricante suministra la carrocería, es decir, si viene completa o desnuda (sin las piezas amovibles exteriores).



Carrocería nueva



Daños en las piezas amovibles

La cantidad de piezas fijas que se han de sustituir dictará, desde el punto de vista técnico y económico, la conveniencia o no de esta operación, ya que la dificultad y coste de sustitución de piezas como los techos, pisos o aletas indicarán la rentabilidad del cambio de carrocería.

Proceso de sustitución

El proceso de sustitución comenzará con el retroquelado del nuevo número de bastidor, quedando la carrocería nueva preparada para iniciar el proceso de pintado.

● PROCESO DE PINTADO

El proceso de pintado se realizará en dos fases. En la primera, se pintarán únicamente los interiores de la carrocería, de forma que se puedan montar la mayor cantidad de accesorios sin que tengan que ser desmontados para el pintado final.

De esta forma, se evitará el posible repintado de las piezas exteriores que, accidentalmente, pudieran dañarse durante el proceso de cambio de la carrocería.

Mientras la carrocería nueva se encuentra en esta fase de pintado, el chapista puede comenzar con los desmontajes de piezas de la carrocería dañada. Al realizar simultáneamente ambas operaciones, se optimiza el tiempo global del proceso

de sustitución.

De esta forma, se reducirá el tiempo de permanencia del vehículo en el taller, con la consiguiente ventaja de ahorro de espacio y tiempo.

● DESMONTAJE DE LOS INTERIORES

Tras desmontar las puertas, se desviste el interior del habitáculo. En este caso, todos estos desmontajes irán orientados a descubrir el conjunto de la instalación eléctrica.

Se retiran todos aquellos guarnecidos que sean necesarios para extraer la moqueta del habitáculo, desmontando finalmente los cinturones de seguridad, prestando especial atención a la desactivación de los pretensores.

La operación continúa con la retirada del salpicadero, siendo fundamental mantener un perfecto orden en el desmontaje e identificación de grapas y conectores para evitar errores en el posterior montaje sobre la carrocería nueva.



Pintado de los interiores



Desmontaje de las piezas exteriores



Desmontaje del salpicadero

Una vez que se ha dejado al descubierto la instalación eléctrica del habitáculo se desmontan las piezas exteriores, como capó, portón, paragolpes, etc.

● **DESMONTAJE DE LOS CONJUNTOS MECÁNICOS**

Para extraer la instalación eléctrica es necesario desmontar la mecánica del vehículo, extrayendo los radiadores, los conjuntos mecánicos delanteros, la mecánica trasera y el depósito de combustible.



Desmontaje de los conjuntos mecánicos

Mientras se realizan las operaciones de mecánica, el chapista podrá seguir trabajando sobre aquellas piezas que se hubieran decidido reparar. De esta manera, nuevamente se optimizan los tiempos de reparación.

● **INSTALACIÓN ELÉCTRICA**

El montaje de la instalación eléctrica completa en la carrocería nueva se realizará guiándose por las diferentes grapas y canalizaciones que, previamente, se habrán dispuesto sobre la misma.



Conjunto de la instalación eléctrica

La instalación eléctrica se desmonta en conjunto, siendo necesaria la participación de dos operarios para su traslado.

Tras montar la instalación en la carrocería nueva, se procederá al montaje de los conjuntos mecánicos, siguiendo el procedimiento inverso al desmontaje.

● **MONTAJE DE LOS INTERIORES**

Tras montar los conjuntos mecánicos, se colocarán las piezas interiores del vehículo. Se comenzará por el salpicadero, asegurándose de la perfecta conexión de los diferentes conectores y de las distintas grapas y elementos de fijación. No se debe olvidar que la mayor cantidad de problemas después de un cambio de carrocería están producidos por ruidos en el salpicadero.

Finalmente, se montan los guarnecidos interiores, los cinturones de seguridad, la moqueta y todos aquellos accesorios que no interfieran en la operación final del pintado.



Pintado final

● **Acabado final**

La operación de acabado comenzará con el pintado exterior de la carrocería. Previamente, se habrán enmascarado los distintos huecos para evitar pulverizar en su interior y en los conjuntos mecánicos. En la siguiente fase, se procede a realizar el montaje de los accesorios y guarnecidos restantes, entre ellos, los guarnecidos de techo, los de los pilares traseros o los de la puerta.



Montaje de los elementos acristalados

Finalmente, se colocan las lunas, los paragolpes, los faros y los pilotos.

● **OPERACIONES ADICIONALES**

Terminado el montaje del vehículo, se renovarán las correspondientes protecciones anticorrosivas, antigraillonados y ceras de cavidades. También se realizará una alineación del vehículo y se verificará el reglaje de los faros y el perfecto comportamiento de todos y cada unos de los dispositivos, efectuando una prueba en carretera para comprobar posibles defectos.



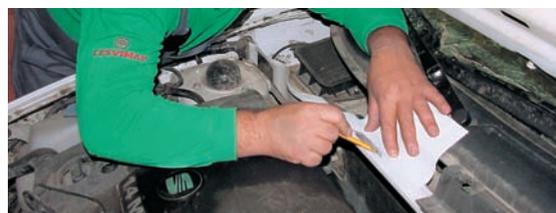
Alineación del vehículo

Trámites legales

Al realizarse el cambio de carrocería no se debe olvidar la necesidad de dar vigencia legal a la intervención. Para ello, se debe realizar toda una serie de tramitaciones y documentos, recogidos en el manual de reformas de importancia, en su grupo 14, como sustitución total o parcial del bastidor o de la estructura autoportante. Será necesario un informe favorable del fabricante o de su representante en España, un certificado de fabricación del nuevo bastidor y un certificado del taller que hace la reforma, debiendo retroquelarse el número de bastidor original seguido de una ÓRÓ al final.

También se extraerá un facsímil del viejo número de bastidor, certificando la destrucción de la pieza con el recorte del VIN.

Con toda esa información, será necesario supe-



Tramitación legal del cambio de carrocería

rar la correspondiente ITV, donde se verificará la reforma de importancia llevada a cabo y la correcta identificación del vehículo (la ITV difiere en función de que el vehículo exceda o no los cuatro años de antigüedad). Es necesario realizar, además, una ITV de accidentado cuando la documentación del vehículo haya sido retirada. Finalmente, se debe solicitar la expedición de un nuevo permiso de circulación.



Tramitación en la ITV



Como dejamos apuntado en la primera parte de este reportaje, seguimos en el proceso de ilustrar un gigante de la carretera, un DAF XF 105 Súper Space Cab de 150 Cv, la gama más alta del fabricante holandés de camiones.

VIKINGOS EN ASTURIAS (yII)

El primer paso será recortar con el cúter el contorno de la figura del guerrero; una vez cortado el contorno, cogemos la parte interior de la figura y por la parte de atrás le pegamos varios trozos de cinta repartidos en todo su contorno; esta cinta la doblamos para que tenga dos caras adhesivas, una se pegará al papel, y la otra a la superficie de la carrocería donde vamos a pintar, de esta forma queda sujeta para poder marcar con el aerógrafo su contorno. Fig Nº 28. El siguiente paso será colocar la plantilla recortada en el lugar de la carrocería donde la vamos a pintar, Fig Nº 29. Colocada la máscara que utilizaremos de plantilla, marcamos de una manera muy tenue todo su contorno con



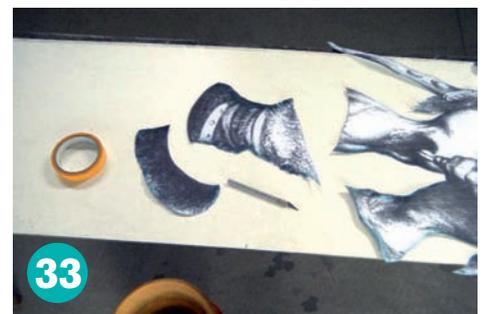
28



30



32



33



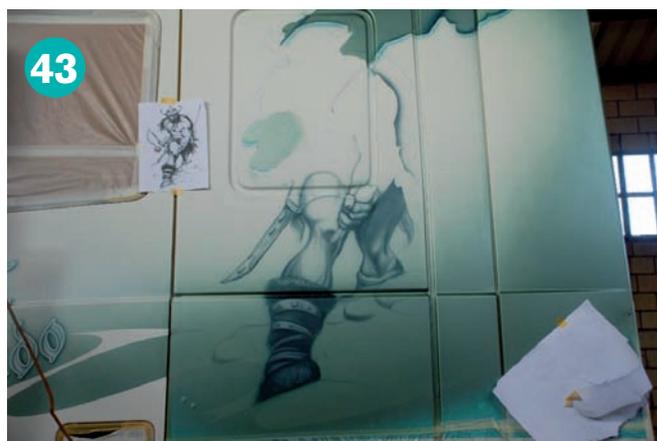
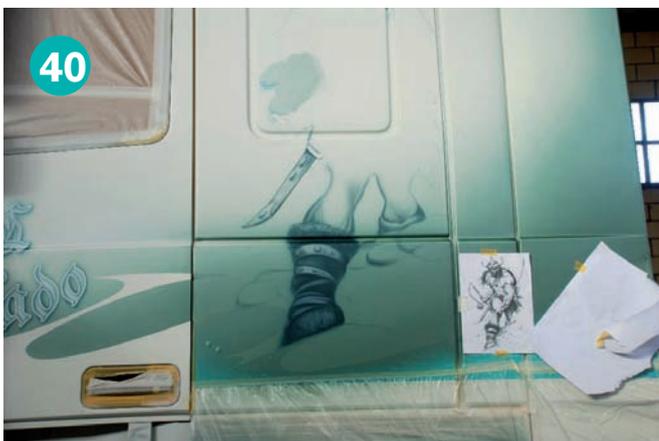
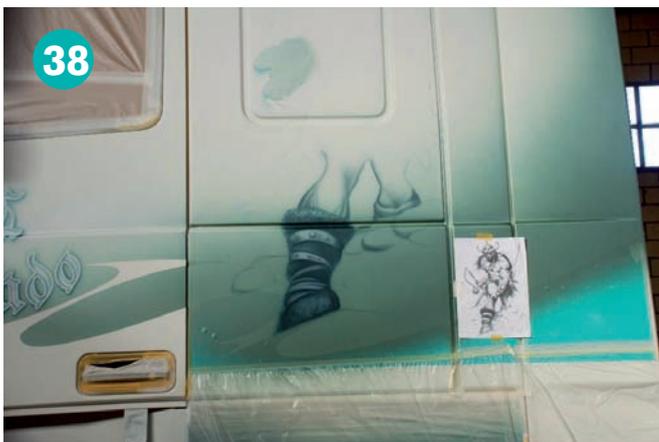
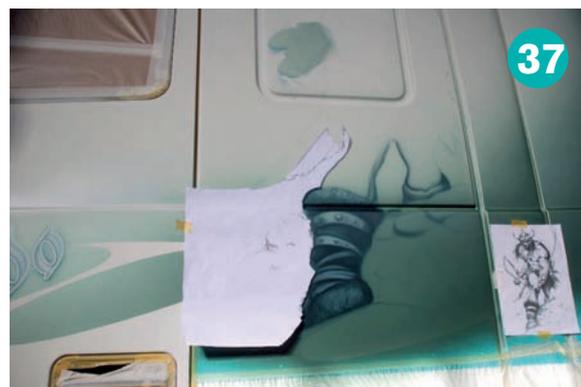
29



31



34



el aerógrafo ciñéndonos al borde, solo queremos dejar situada la figura en la carrocería, Fig Nº 30 y Fig Nº 31.

A partir de aquí iremos recortando la plantilla en sus partes más significativas para marcar los ras-

gos principales de la figura. Comenzamos por la bota del guerrero, recortamos ésta y la colocamos de la misma manera que hicimos con la figura completa utilizando cinta doble para sujetarla; hecho esto, rociamos con el aerógrafo en el corte

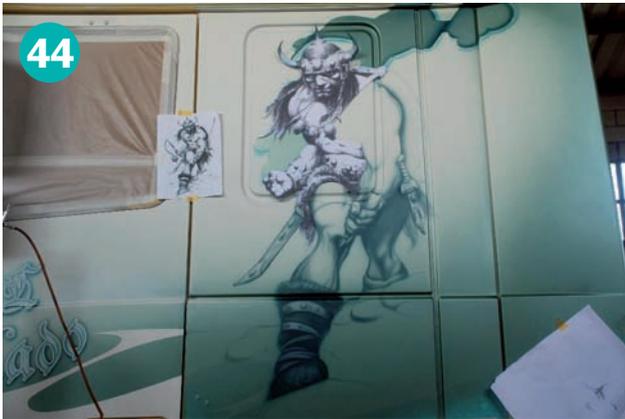
superior donde aparece la pierna, Fig Nº 32.

A continuación seguimos recortando las partes más significativas de la bota para ir marcando, Fig Nº 33; cogemos estos recortes y vamos marcando las correas de la bota, Fig Nº 34; marcadas

estas, continuamos con el aerógrafo a mano alzada para ir definiendo la bota, Fig Nº 35 y Fig Nº 36.

Seguimos ahora con las piernas; en ocasiones, colocamos la máscara exterior para ir definiendo más intensamente el contorno de la figura; al ser una máscara levantada, no de adherencia, el contorno se acentúa pero de una manera algo difuminada; esto da mas naturalidad a la figura, Fig Nº 37 y Fig Nº 38.

Ahora pasamos a la funda de la espada, continuamos colocando máscara exterior Fig Nº 39, definimos bien el contorno y el interior la trabajamos a mano alzada. Fig Nº 40. El siguiente paso será colocar la máscara interior del brazo que sujeta la espada, Fig Nº 41 y marcamos su contorno, Fig Nº 42; marcado el contorno, definimos el puño y los dedos a mano alzada con el aerógrafo, Fig Nº 43. A continuación, colocamos la máscara de parte del cuerpo, Fig Nº 44 y marcamos la correa del pecho, Fig Nº 45, para seguida-





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



61



62



63



64



65



66



67

mente marcar el contorno de la cara, Fig N° 46. Poco a poco vamos definiendo toda la figura, marcando y trabajando los detalles a mano alzada, Fig N° 47. Ahora continuamos con el rostro y marcamos la nariz, también el contorno de la espalda, Fig N° 48. Siguiendo con el rostro y marcados los rasgos principales comenzamos a trabajar a mano alzada con el aerógrafo, Fig N° 49 y Fig N° 50. Definido el rostro pasamos a trabajar el casco, Fig N° 51 y Fig N° 52.

Como vemos los pasos son repetitivos y similares hasta que completamos la figura, al trabajar en un solo color se comienza con tonos muy suaves para ir oscureciendo hasta conseguir la fuerza necesaria, lo podemos ver en Fig N° 53, resultado final de la figura del guerrero.

Para las dos ilustraciones restantes que hemos plasmado en la carrocería del DAF hemos seguido el mismo procedimiento, por lo que solo mostrare una pequeña parte de los pasos que seguí que van desde el Fig N° 54 hasta Fig N° 68, donde también podemos ver el resultado final de la decoración del DAF. ◀



68



**CENTRE INTEGRAL DE XAPA, EN VALLFOGONA DE BALAGUER,
INSTALADO POR REAUXI**

DE LUXE

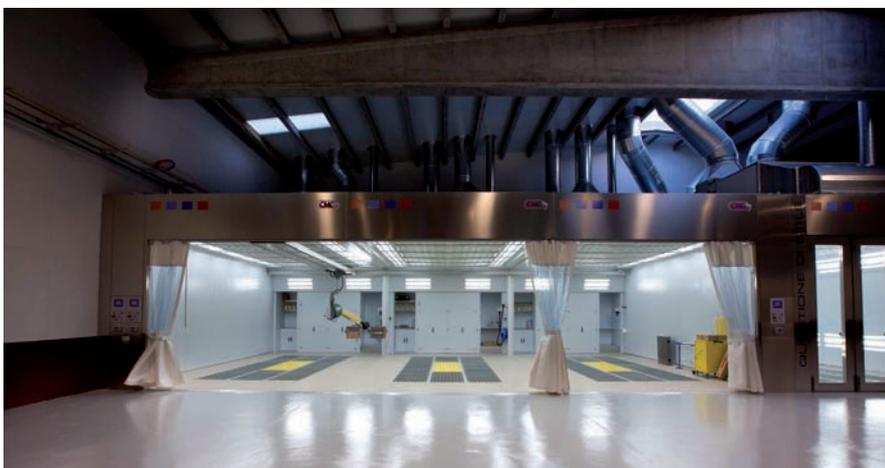
Se trata de un amplio taller en Lérida heredero de otros centros con casi medio siglo de experiencia. Impecable, y con todos los elementos necesarios para dar el más adecuado servicio a los vehículos con la calidad más absoluta.

Centre Integral de Xapa-CIX es un taller multimarca de 1.500 m² especializado en chapa y pintura que aglutina la experiencia de un taller de marca fundado en los años 60 y de otro centro de la misma especialidad para hasta cinco marcas más. Los dos socios propietarios del negocio decidieron renovar las instalaciones, un proyecto que arranca hace un año trasladándose el pasado mes de febrero a la nueva nave (propiedad de uno de ellos) y confiando en *Josep Maria Roiges* para gestionarlo, no en balde lleva 27 años de profesión en el primero de los centros. Su objetivo es llegar a conseguir una cadencia de 100 reparaciones mensuales, el 80% de las que provienen de las aseguradoras, para quienes trabajan sin ser talleres concertados de ninguna de ellas, afirmando que, si bien deben aceptar determinadas condiciones económicas, eligen libremente su proveedor de recambios, sin que ello les suponga problema alguno.



Dotación

En el taller, en el que trabajan seis personas (4 de ellos son operarios), se ha contado con el apoyo de Reauxi para la instalación de su





equipamiento: dos cabinas CMC serie INOX de última generación, con sistema setting para poder hacer secado y pintados parciales al vehículo; además de tener inverters de impulsión y extracción, cuenta con grupos en el techo totalmente aislados e insonorizados, un cuadro táctil que permite elegir cualquier tipo de secado y la programación de cualquier marca de pintura, conectado vía internet para poder controlar el servicio posventa.

Se han instalado 3 zonas de preparación con temperatura, elevación, y equipado con infrarrojos aéreos de la marca TRISK computerizados para seleccionar los procesos de secado de cada producto.

También se ha instalado un laboratorio de pinturas serie INOX con vestíbulo y sala de máquinas para lavar pistolas.

Por otro lado, se ha instalado un sistema de aspiración de la marca CAV para cubrir la aspiración centralizada en cualquier punto del taller equipado con una turbina inverter modelo BORA que permite trabajar 7 personas lijando a la vez. Las zonas de preparación están equipadas con cabezales modelo MINI PLUS. También, se han montado brazos y raíles en la zona de chapa y montaje.

Así mismo, se ha instalado una sala de máquinas donde se ubican los dos compresores, la turbina de aspiración y un departamento de residuos, todo ello con serie INOX.

Han instalado un minibanco Globaljig modelo Koala, lavadoras de pistolas Rosauto en agua caliente, y todos los pintores van equipados con pistolas SATAjet 4000 B para pinturas y barnices y aparejos, además de disponer de equipos de protección respiratoria SATA (mascarillas y filtración) y armarios en inoxidable. ◀

www.reauxi.com



UNA IDEA PEREGRINA, DOS ÁNGELES DE LA GUAR INVITADOS BENDITOS, PENITENCIA GASTRONÓMIC

Posventa jaco



Galicia es tierra de meigas, y éstas se presentan cuando menos se lo espera uno; en esta ocasión, y sin ser nosotros supersticiosos, quisimos ponernos a buen recaudo, así que quedamos con nuestros invitados en Santiago, tras abrazar al santo, para cocinar con ellos, disfrutar de su conversación y de las delicias gastronómicas locales.



DA, UNOS A...Y UN PULPO

bea

Un encuentro en Galicia, con distribuidores locales, en periodo de carnaval, y con el apoyo de dos agentes comerciales de referencia en la zona.

Una charla distendida sobre el sector, la profesión, la coyuntura y con un marco gastronómico enclavado en Santiago, el *Restaurante Ruta Jacobea*, en el que el reto era preparar con maestría un pulpo al estilo gallego y con la guía de expertos (y hacerlo *comme il faut*), para disfrutar de las tapas cocinadas, y del estupendo cocido con las *orejas* y las *filloas* (postres típicos de carnaval en Galicia) que nos prepararon para almorzar en buena compañía.

Nuestros invitados: **Chema Rodríguez**, de **Recalvi**, **Ramón Otero**, de **Otero Caritón**, **Alberto Sanmarco**, de **Automaquinor**, y **Antonio Rodríguez** y **Juan Carlos Villar** de **AR Marketing**.

Una jornada agradable, divertida y diferente, en la que aprendimos mucho. Y no sólo a preparar pulpo...

Antes de todo, paseo por la ciudad y besar el santo

Antonio y Juan Carlos fueron nuestros guías y ángeles de la guarda. Nos enseñaron la ciudad, en calma tras un año santo, la fabulosa catedral y su plaza del Obradoiro, punto final para los peregrinos de todo el mundo, el corazón de Santiago de Compostela, cuyo nombre hace alusión al taller (*obradoiro*, en gallego) de canteros que funcionaba en la plaza durante la construcción de la Catedral.

En la plaza, magnífica en un día fresco pero soleado. En el centro de esta bella plaza se encuentra el kilómetro 0 de todos los caminos a Santiago. Los edificios que la rodean son muestras de diferentes estilos arquitectónicos. Al este, la fachada barroca de la Catedral flanqueada por el Museo a su derecha, y el Palacio de Gelmírez a su izquierda. Para cumplir con la tradición, nos llevaron a abrazar la imagen del apóstol Santiago el Mayor, quien, según la tradición tiene allí su sepultura.

Luego, vendría el reto en la cocina.

Paseando por Santiago de Compostela



Antonio Rodríguez escuchando nuestra idea peregrina...



Juan Carlos nos explica las tradiciones en año santo, y nos encaminamos a la fabulosa plaza del Obradoiro...



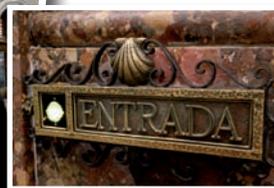
La monumentalidad del lugar no deja indiferente a nadie.



Al no ser año santo, la puerta está cerrada, pero estar cerca tiene algo especial...



En el pórtico de la Gloria.



La catedral, el sepulcro, un lugar de recogimiento y la meta para muchos que se deciden a emprender un camino, que, sobre todo, es una experiencia interior.

Cocinillas



El restaurante elegido, con referencias por doquier a las peregrinaciones, atendido por profesionales a quienes debemos agradecer su colaboración en todo momento.



Empieza el reto: Pulpo que hay que preparar convenientemente, so pena de malograr una delicia culinaria local...



Este es el ejemplar elegido para la demo...



Convenientemente ataviados, empezamos con la elaboración.



Si no se prepara previamente, el pulpo es un chicle imposible de tragar...



Tras cocerlo, el aspecto que debe tener es éste.



Buscando voluntarios para la cocción...



Te ha tocado: ten presentes las instrucciones...



... parece que ya está... cocido...



La prueba del nuevo; está cocido.

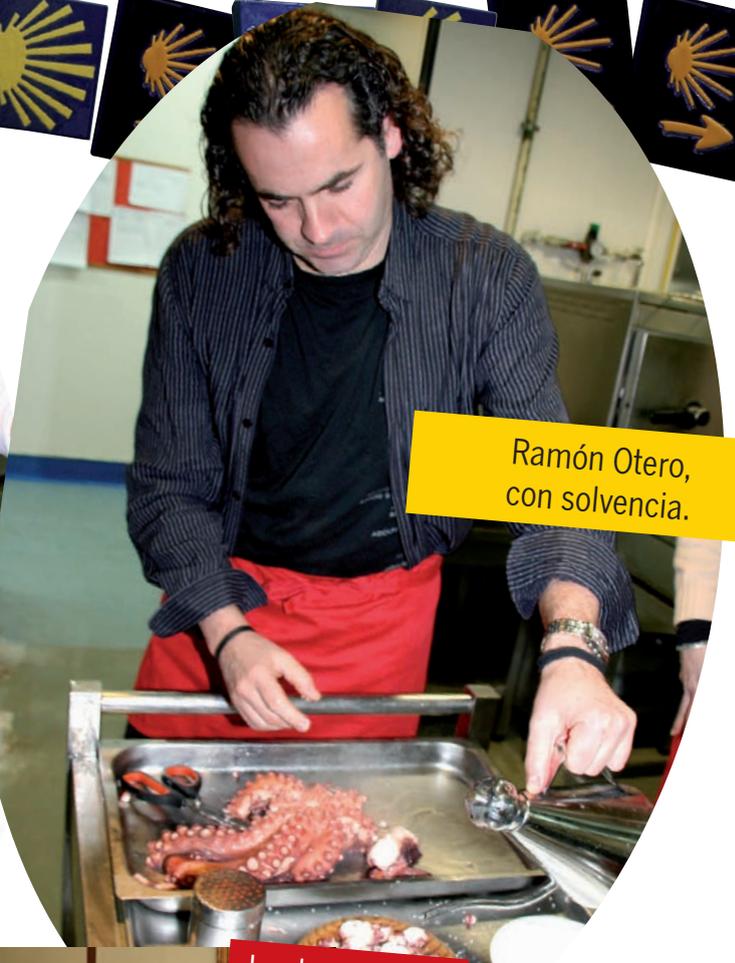


Y así es como se prepara...

Nuestros invitados, expertos cocineros



Alberto Sanmarco, que se da mucho garbo.



Ramón Otero, con solvencia.



El resultado



La degustación



Juan Carlos Villar, con energía.



Chema Rodríguez, elegante cocinero.



Charlando entre amigos

Tras lo humano y lo divino, algo de sector. Una opinión compartida: las posibilidades que existen en esta posventa española que, pese a la crisis generalizada que sufre el país, no ha sido de los sectores más castigados. Pese a las dificultades y a la necesidad de duplicar esfuerzos para ajustar la operativa y las estrategias de las empresas, sigue habiendo mercado, siguen existiendo posibilidades de crecimiento, sigue habiendo solvencia y buen hacer. Generalizado. Los concesionarios no se vieron como un competidor, sino como un concurrente, al que hay que observar, pero que tiene su problemática y que aún no ha conseguido el *know how* del canal multimarca. Como amenazas: la morosidad derivada de la crisis financiera que afecta al conductor, con la repercusión que tiene en los talleres, lo que produce un efecto dominó en los negocios de distribución y en sus proveedores, y que hay que vigilar muy de cerca. Todos están en ello. Y la cadena de valor funciona y trabaja con bastante armonía. Como incertidumbres en el mercado: las nuevas empresas que ofertan sus productos por internet como canal de aprovisionamiento ajeno al sector de la distribución "tradicional", pese a que casi todas las compañías que operan desde hace años en el sector emplean ya ese recurso para ofrecer la opción a sus clientes fácil, cómoda, con valores añadidos. La forma de hacer negocios ha cambiado con las nuevas tecnologías, y la rapidez en la transmisión de datos es fundamental para la gestión diaria del quehacer de los profesionales de la posventa, cada día surgen nuevas herramientas que pueden suponer un giro en el día a día, pero sigue siendo un canal profesional, B2B, en el que no se contempla (como en Sudamérica) una apertura al exterior hacia el usuario. Otra incertidumbre: la compactación de plataformas por parte de los constructores de vehículos, que va a tener su efecto en los negocios de distribución para posventa y va a cambiar la multiplicidad de diseño de piezas, reduciéndose (aunque supondría facilitar la labor de almacenaje, hay que seguir hay que estar pendiente de referencias, códigos, y sobre todo, flujo de información rápida); no obstante, se apuntaba, los cons-



tructores siguen lanzando modelos, y la carrocería, el "vestido" va a ser tan variada como siempre o más. También salieron a la conversación las nuevas disposiciones de velocidad y sus posibles efectos en el mercado, pero que se veían en positivo: caravanas en las autopistas, que pueden ser hasta beneficiosas, los precios del petróleo, que hacen que el conductor se retenga de emplear el vehículo. La electrónica como reto, ya que, pese a ser presentada como la solución más solvente a la seguridad, a la gestión del motor, a la fiabilidad, sigue siendo una fuente de negocio porque las averías suelen provenir de ese tipo de dispositivos; aunque la mecánica sigue imperando, entre fabricantes, entre distribuidores las piezas clásicas de mantenimiento las de más rotación, aunque también piezas de motor. Más se haría si las ITV hicieran a conciencia su trabajo, se apuntaba. Y la conversación volvía al futuro prometedor que hay en el sector, con la premisa de prepararse de seguir adaptándose a los nuevos retos para dar un servicio total, tener de todo para dar respuesta: multispecialización, realizar acuerdos (no necesariamente entre grupos de distribución, también de grupos de empresas, de servicios, buscando el valor añadido). Y se cerró la charla con las tapas, y con una alabanza a la distribución de Galicia por parte de Antonio Rodríguez: muchos (no *pocones*, decía), maravillosos, solventes, emprendedores y expertos. Y es verdad.


www.concdecoche.com

66 Noticias: Toyota, Citroën, ANFAC, ANIACAM, FACONAUTO, GANVAM

67 Actualidad: presentación del Lexus CT 200h y de las versiones COPA de SEAT

68 Actualidad: concurso International Top Service People de SEAT

70 Comparativa: Mazda 5 vs. Peugeot 5008

72 Actualidad: novedades del Salón Internacional del Automóvil de Ginebra



De izquierda a derecha, Tofiño, Araújo, Takahashi, Santero y Leroy.

HA INICIADO LA CONSTRUCCIÓN DE SU NUEVO CENTRO LOGÍSTICO

Más capacidad de servicio Toyota

Toyota Motor Europe ha puesto la primera piedra de su nuevo **Toyota Parts Centre España (TPCES)**, su nuevo **centro logístico de recambios en España**. El acto de puesta en marcha de la construcción de estas instalaciones se celebró el 9 de marzo y asistieron el embajador de Japón en España, el Sr. **Takahashi**; **María Luisa Araújo**, vicepresidenta de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y consejera de Economía y Hacienda; **Teresa Santero**, secretaria general de Industria del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio; **José Manuel Tofiño**, alcalde de Illescas y **Didier Leroy**, presidente de Toyota Motor Europe.

La localidad toledana de Illescas acoge el nuevo centro logístico que gestionará la entrega de recambios y accesorios de Toyota en toda España. Las nuevas instalaciones tendrán una gran capacidad para prestar un servicio de garantías a un parque, el de la marca japonesa, cada vez más numeroso en nuestro país. Así, contará con una superficie de almacenamiento de 13.000 metros cuadrados, más del doble de la que tiene el centro actual de San Agustín de Guadalix (Madrid). Con esta superficie estará capacitado para almacenar más de 290.000 componentes correspondientes a más de 51.000 referencias de recambios y accesorios. El cambio de centro logístico permitirá aumentar un 53% el número de pedidos que se tramitan diariamente y, en paralelo a este traslado, Toyota aumentará los puntos de entrega hasta los 224. Hasta ahora eran 127.

www.toyota.es

ACUERDO ENTRE ANFAC, ANIACAM, FACONAUTO Y GANVAM

Distribuidores y fabricantes firman la paz

→ Si en el pasado número les informábamos sobre la polémica que había desatado la nueva **ley de distribución de vehículos** y que supuso que los fabricantes incluso amenazarían con desinvertir en España, días más tarde se ha logrado un acuerdo para satisfacer a todas las partes. Las principales asociaciones del automóvil, **ANFAC**, **ANIACAM**, **FACONAUTO** y **GANVAM**, con la mediación del **Ministerio de Industria, Turismo y Comercio**, han acordado instar al Gobierno a que, en el plazo más breve posible, se dirija a las fuerzas parlamentarias para que presenten una

Enmienda que deje **sin efectos jurídicos la Disposición Adicional 16ª de la Ley de Economía Sostenible**. Esta disposición es la que regula la normativa aprobada por el Congreso el pasado 15 de febrero y que puso en armas y que tanto disgustó a los fabricantes de vehículos y agradó al colectivo de concesionarios. Fruto de estas negociaciones, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio se ha comprometido a presentar en el plazo de tres meses un anteproyecto de **Ley de Contratos de Distribución Comercial** para diversos sectores de la economía española, incluido el automóvil, y que será elevado por el Gobierno a las Cortes Generales en el plazo de seis meses. Hasta la aprobación y entrada en vigor de esta Ley de Contratos de Distribución, el Gobierno presentará a las principales asociaciones del sector de automoción un código de buenas prácticas.

www.anfac.com /
www.aniacam.com /
www.faconauto.com /
www.ganvam.es



UN ESPACIO ESPECÍFICO Y SERVICIOS AÑADIDOS PARA SUS CLIENTES PROFESIONALES

Los Business Center de Citroën



Citroën ha puesto en marcha los **Business Center**, un espacio dentro de las concesiones dedicado a los clientes profesionales de la marca a los que se les proporcionan servicios de valor añadido como personal especializado dedicados en exclusiva para ellos, una amplia flota de vehículos de prueba, financiación específica, contratos de mantenimiento y reparación a medida o accesorios y propuestas de transformación de vehículos para adaptarse a las necesidades de cada empresa.

Subrayar que los Business Center prestan especial atención al área de posventa. Los empresarios clientes de Citroën cuentan con un interlocutor directo, con un número de teléfono específico en el taller. En caso de avería o inmovilización de los vehículos, la marca se compromete a un plazo máximo de cita de 72 horas además de ofrecer al cliente una solución de movilidad para que no se pare la actividad de su empresa. Los profesionales del taller "clase Business" han recibido una formación especializada para atender estos vehículos.

Los Business Center ocupan un área específica y señalizada dentro de la concesión y ya son 58 los operativos en toda la geografía española. El objetivo de Citroën con ellos es ampliar los servicios a empresas. Conviene apuntar que este tipo de clientela representó en 2010 casi un 30% de las ventas de automóviles en España, un porcentaje que sube hasta el 51,2% en el caso de los vehículos comerciales.

www.citroen.es



EN EL CONCURSO INTERNATIONAL TOP SERVICE

Los españoles, en forma



La marca automovilística española celebró recientemente en Sitges (Barcelona) la edición 2011 del concurso International Top Service People que premia a los mejores profesionales de la rama de posventa. La delegación española acaparó hasta siete galardones en un certamen en el que participaban 26 países.

→ Tres primeros puestos, un segundo, un tercero y la victoria por equipos es el balance de resultados de **La Roja de SEAT**, la selección de técnicos posventa que surgieron de la competición nacional celebrada en diciembre pasado y que tenían que **batirse el cobre** (y la plata y el oro) con los profesionales de la red posventa de SEAT de todo el mundo en la **12^a** edición del concurso **International Top Service People** celebrado el segundo fin de semana de marzo en Sitges (Barcelona). En total, **noventa técnicos de 26 países** en los que la marca española tiene presencia se disputaban el premio en seis categorías: **Jefe de Servicio, Jefe de Recambios, Asesor de Servicio, Electromecánico, Chapista y Pintor**.



Noventa técnicos de posventa de SEAT de 26 países participaron en la edición 2011 de este concurso.

Competición... y más

El día antes de las pruebas, normalmente de cariz lúdico, los participantes pudieron visitar en exclusiva la colección de vehículos históricos de SEAT en la antigua planta de Zona Franca, en Barcelona.



Las pruebas se celebraron en unos impresionantes boxes habilitados en el Centre de Disseny que SEAT posee en Sitges.



Uno de los concursantes, en plena acción.

Los ganadores de 2011

Jefe de Servicio	Yasar Özugur (Turquía) y Antonio Manuel Vaca (España) ex-aequo
Jefe de Recambios	Enrique Pérez (España)
Asesor de Servicio	Fernando Rísquez (España)
Electromecánico	Ton Steur (Holanda)
Chapista	Michael Berger (Alemania)
Pintor	Michal Císar (Chequia)
'Field Force'	Rui Miguel Domingues (Portugal)
Equipo ganador	España
Ganador absoluto	Ton Steur (Holanda)

Fue curioso comprobar cómo ha pasado el tiempo para todos excepto para los modelos allí expuestos, perfectamente conservados. Desde el famoso 1400, el primer modelo fabricado por la marca, hasta los últimos prototipos, el Salsa, el Tango y el Fórmula, más de 60 años de historia industrial pasaron por delante de los **topserviceros** de todo el mundo.

La competición suele resultar siempre la excusa para disfrutar de un fin de semana único en Sitges. La ciudad catalana, sin embargo, se vio este fin de semana sumida en un diluvio de proporciones bíblicas que no cesó hasta el domingo. A pesar de ello, la lluvia no **refrescó** la tensión de la competición, como siempre realmente ajustada, que se celebró, como viene siendo habitual, en el **Centre de Disney** de Sitges. Las pruebas prácticas de pintura también se celebraron este año en las ejemplares instalaciones de **Garage Central**, concesionario SEAT de Vilanova i la Geltrú. Prueba del alto nivel de competitividad fue que en la categoría de Jefe de Servicio, por primera vez en los International Top Service People, se dio un empate técnico entre el participante turco y el español, de modo que ambos compartieron al fin la primera plaza. Tras la cena de gala de despedida de la competición, que se celebró en lo que había sido el Gran Casino de Barcelona, la finca Mas Solers de Sant Pere de Ribes, la entrega de premios fue amenizada por las irreales y humorísticas representaciones de Els Comediants y las muy reales y sugerentes mañás de Elsa Anka, quien condujo el evento. Después de los premios, **Guido Blankenheim**, director internacional de recambios y servicio de SEAT, tuvo palabras de ánimo para todos, alentándoles a seguir en la brecha ante un año que no se espera menos complicado que 2010, aunque será un ejercicio lleno de optimismo gracias a las novedades que la marca española lanzará durante este año que servirán de revulsivo para que las cifras mejoren. **C**

www.seat.es



Prueba de la categoría de Jefe de Recambios. Las otras categorías del certamen fueron Jefe de Servicio, Asesor de Servicio, Electromecánico, Chapista y Pintor.



Garage Central de Vilanova i la Geltrú acogió las pruebas prácticas de pintura (en la imagen).



El día antes de la competición, los concursantes visitaron la colección de vehículos históricos de SEAT en la antigua planta de la marca española en la Zona Franca.



La "Armada Española" flanquea a Guido Blankenheim: Fernando Rísquez, Alberto Antón, Aarón Carrascosa, Orlando Valero (SEAT España), Antonio Manuel Vaca, Jesús de la Cruz y Enrique Pérez.



El certamen combinó trabajo y ocio. En la imagen vemos a los concursantes disfrutando de una "calçotada".



El Mazda 5 y el Peugeot 5008 son dos monovolúmenes compactos de 5+2 plazas.

COMPARAMOS DOS MONOVOLÚMENES EL MAZDA 5 Y EL PEUGEOT 5008

Evolución y revolución

Ponemos frente a frente dos monovolúmenes compactos con siete plazas (5+2) cuyos objetivos son similares: estar al acecho de los súper ventas Citroën C4, Renault Scénic, Ford CMax o SEAT Altea. Sus armas tienen para ello, aunque son diferentes la del modelo francés y la del japonés.

➔ El **Mazda 5** es la segunda generación de este monovolumen que, sin ser un súper ventas, ha tenido una buena acogida en el mercado español. El **Peugeot 5008**, por su parte, es de nueva factura y, aunque la marca francesa ha llegado con retardo al mundo monovolumen (tampoco la hacía falta visto el éxito comercial del 307 y 308 familiar), lo ha hecho con un gran producto. Los distintos orígenes de ambos modelos se notan en el diseño. El japonés es mucho más conservador que el francés. De hecho es menos atrevido que su generación precedente mientras que el 5008 goza de un atrevido diseño. Ya tenemos la gran diferencia, la estética. A pesar de ella, comparten el mismo objetivo: son **dos monovolúmenes compactos de 5+2 plazas** que están más cerca de la filosofía de un familiar grande que de una furgoneta para pasajeros. Por tanto, se dirigen a un conductor que no da prioridad al espacio o al tamaño sino a un diseño compacto que cumpla con sus necesidades familiares de modularidad y versatilidad.

¿Corredizas o de compás?

De medidas similares (**4,58 metros de largo el Mazda y 4,52 el Peugeot**) el modelo japonés se impone en versatilidad. Su modularidad es mayor al poder jugar más con el espacio de los asientos de la fila central. Sin embargo, el factor más decisivo para ganarle en este aspecto son las puertas corredizas eléctricas del modelo japonés frente a las convencionales puertas de compás del 5008. Las puertas corredizas resultan ideales para que salgan los pasajeros o a la hora de sacar un bebé desde su cuco si hemos aparcado en un lugar estrecho. Además, como en el 5 son eléctricas, se elimina el inconveniente de tener que hacer mucha fuerza para empujarlas. El espacio es similar en ambos casos pero el **maletero** del modelo francés es más grande (**679 litros frente a 426**) así como la tercer fila que, aunque es para niños en ambos modelos visto su reducido tamaño, en el 5008 parecen más cómodas. En cualquier caso, tanto el Mazda 5 como el Peugeot

5008 ofrecen espacio y polivalencia suficiente para una familia tipo de cuatro miembros que, esporádicamente, transportan a seis o siete pasajeros.

Vida a bordo

Pocas pegas se le pueden poner a estos dos monovolúmenes en cuanto a confort. Ambos han dado prioridad a la **comodidad de marcha** y han optado por unas suspensiones blandas. Como es habitual dada la filosofía de la marca, los son más en el modelo francés por lo que nos atrevemos a afirmar que el Mazda disfruta de algo más de dinamismo. Las diferencias, no obstante, son mínimas. Los conductores irán cómodos en ambos casos aunque en el japonés es mejor la visibilidad, tanto de las dimensiones del vehículo como por los retrovisores. En cuanto a los pasajeros, también gozarán de un elevado nivel de comodidad apenas notándose diferencia entre ambos modelos aunque los asientos parecen más cómodos los del Peugeot.

La compra

El Peugeot 5008 es significativamente más caro que el Mazda 5. La horquilla de precios del **modelo francés oscila entre los 26.500 y los 33.000 euros** y la del **japonés, entre los 23.000 y los 27.000 euros**. Eso sí, la calidad percibida de los acabados del 5008 es superior, ofrece mayores posibilidades de equipamiento así como elegir entre un mayor número de motores y versiones. Los interesados en el Peugeot pueden elegir entre tres variantes diésel HDi de 112, 150 y 163 CV y dos propulsores gasolina, la VTi de 120 CV y la THP de 156. Mazda, por su parte, solo propone para el 5 un motor diésel CRTD de 116 y un gasolina de nueva generación DISI de 150 CV. Además, el 5008 se puede escoger con cambio automático. En el Mazda 5 se hecha en falta alguna motorización diésel más potente. Como contrapartida, nos gustó mucho y es eficaz su sistema de parada y arranque iStop. **C**

www.mazda.es



Las puertas corredizas eléctricas aportan un plus de versatilidad al modelo japonés.



Maletero del Peugeot 5008. En este apartado se impone el monovolumen francés.



Sus interiores son parecidos, correctos en ambos casos aunque el francés da más sensación de calidad. Eso sí, su precio también es más elevado.

CALIDAD - SERVICIO - COMUNICACIÓN

EXPERIENCIA

PARA NUESTROS CLIENTES

3 fábricas
en Italia

60
años de historia

20
depósitos
en Europa

2000
referencias disponibles

Somos una empresa dinámica y flexible , que hacemos nuestro trabajo con gran entusiasmo y dedicación en todo el proceso productivo. Ofrecemos una gama de sistemas de filtración para la automoción de altísima calidad, desarrollados y producidos en nuestras fábricas, con un eficiente servicio que garantiza la máxima fiabilidad.

Tenemos un único e importante objetivo : aportar valor añadido a nuestros clientes.

Engineered & Made in Italy



**clean
filters®**

Value for Your Business

MUCHOS PROTOTIPOS PERO POCOS ESTRENOS DE NUEVOS MODELOS DE "CALLE"

Ginebra piensa en verde

La 81ª edición del Salón Internacional del Automóvil de Ginebra, el primero que se celebra y el de referencia en el viejo continente, disimuló sus pocas novedades con la abundancia de muchos prototipos, la inmensa mayoría, de carácter ecológico. Se impusieron, por tanto, las tecnologías eléctrica e híbrida. En esta página tienen una pequeña muestra de algunas de las primicias que allí se presentaron.



BMW Serie 1 Coupé. La marca bávara mostró en Ginebra esta nueva variante así como el flamante Serie 6, el M5 y la segunda generación del Serie 1.



Además del nuevo monovolumen Freemont (hasta ahora comercializado en España como Dodge Journey), Fiat presentó el prototipo 500 Coupe Zagato de la imagen. Bajo su aspecto deportivo esconde un motor que, con solo 0,9 litros entrega 105 CV.



Prototipo Nissan Esflow, un coupé de dos plazas completamente eléctrico. La deportividad puede ser verde según la marca nipona cuyo nuevo Micra también captó la atención de numerosos visitantes.



Opel presentó el ligero *restyling* del Corsa (en la imagen) y la nueva saga de motores ecoFLEX más eficaces. También adelantó la posible estética de la nueva generación del Zafira a través del Zafira Concept Tourer.



Peugeot fue una de las marcas que dio a conocer mayor número de novedades: el 308 renovado, la berlina 508 e innovaciones medioambientales como la micro-hibridación e-HDi, el 3008 Híbrido4 (el primer híbrido diésel del mercado -en la imagen-) o el 100% eléctrico iOn.



Concept Car Captur de Renault. Con éste y otros prototipos como el R-Space la marca del rombo avanzó el diseño de sus futuros modelos. También presentó una amplia gama de vehículos eléctricos, entre ellos el Twizy, un urbano que se fabricará en Valladolid.



James Muir, presidente de SEAT, posa junto al IBX Concept, el futuro SUV urbano de la marca española. En su stand también se expuso el novedoso Alhambra 4 con tracción integral.



Toyota reveló cómo será la nueva generación del utilitario Yaris a través del prototipo híbrido Yaris HSD Concept. Fiel a esta tecnología mostró también el "full Hybrid" Prius+. Otras de sus primicias fueron el urbano 100% eléctrico EV y el prototipo deportivo FT-86 II.



Volkswagen presentó en sociedad los nuevos Golf Cabriolet y el Tiguan renovado (en la imagen). En su stand también se pudo contemplar el nuevo Jetta y Passat BlueMotion o el Bulli, prototipo cuyos trazos pueden ser un futuro monovolumen de tamaño medio.



Recambios
Originales BMW



¿Te gusta conducir?



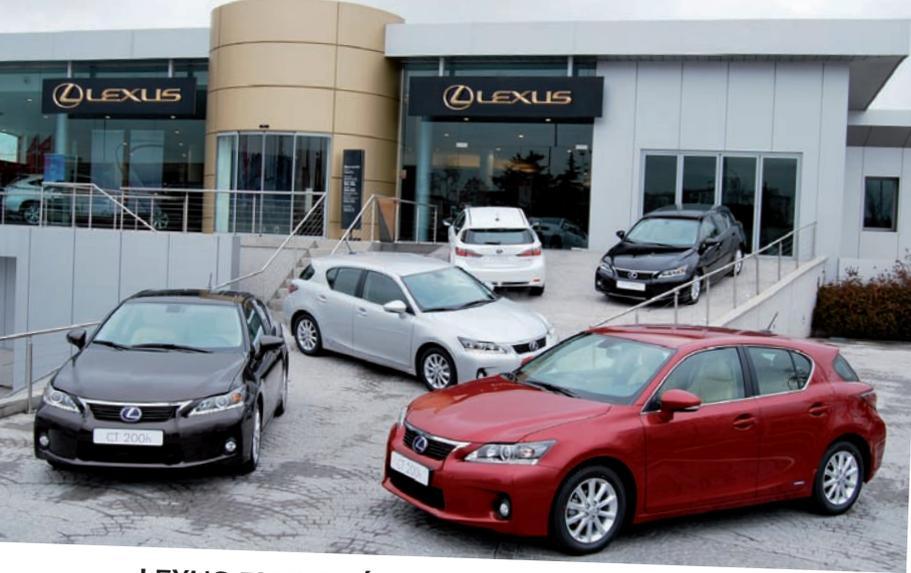
DISFRUTAR ES ELEGIR LO ORIGINAL

Disfrutar es tener el socio perfecto y trabajar en equipo. Y para su taller, nosotros somos ese socio perfecto, pues le ofrecemos toda nuestra experiencia, asesoramiento personal y asistencia técnica, asegurándole un seguimiento exhaustivo de su pedido.

Nuestro almacén tiene a su disposición todos los Recambios Originales BMW que necesite, piezas de alta precisión y durabilidad que le garantizarán un montaje perfecto, siempre dentro de los plazos previstos. Disfrute de la funcionalidad y exactitud que los Recambios Originales BMW le ofrecen contactando con el Servicio Oficial BMW más próximo. Estarán encantados de atenderle.

RECAMBIOS ORIGINALES BMW

BMW EfficientDynamics
Menor consumo. Mejores prestaciones.



LEXUS ENTREGÓ SIMULTÁNEAMENTE LAS PRIMERAS UNIDADES DEL CT200H

Presentación sin precedentes

➔ El pasado 10 de marzo **Lexus** organizó un acto sin precedentes: presentó y entregó de forma simultánea a toda la red de **Centros Autorizados Lexus** de España las primeras 300 unidades de su nuevo compacto Premium **CT 200h**. Fue, de hecho, la mayor entrega a cliente particular de vehículos híbridos realizada hasta ahora en Europa. Fuimos invitados al acto de entrega que se llevó a cabo en las instalaciones de Lexus en el número 82 de la calle París de Barcelona, instalaciones a las que les "tocaron" tres de estas 300 unidades. La concesión barcelonesa

contó con la presencia del director de Lexus en España, **Fernando de Miguel**, así como con caras conocidas con el periodista **Manel Fuentes** o el aventurero **Álvaro Bultó**. **Joan Llavina**, consejero delegado de **Lexus Barcelona**, dirigió el evento. Esta marca Premium tiene depositadas grandes esperanzas con el nuevo CT 200h. El hecho de tratarse de un vehículo compacto hace prever que obtenga unas buenas cifras de ventas. De hecho, tal como explicó De Miguel: *"el CT 200h está levantando una gran expectación entre el público joven, que antes no había considerado nuestra marca. Los*

500 pedidos acumulados que llevamos contabilizados a fecha de 1 de marzo nos hacen augurar el mejor de los éxitos para este nuevo modelo". El Lexus CT 200h es un compacto de 4,32 metros de largo y cinco puertas cuyo sistema Lexus Hybrid Drive proporciona unas brillantes cifras: potencia total de 136 CV, 180 km/h de velocidad máxima, aceleración de 0 a 100 km/h en 10,3 segundos y, aún más sorprendente, un consumo de 3,8 litros cada 100 kilómetros en ciclo combinado y unas emisiones de tan solo 87 gr/km. **C**

www.mundolexus.com

DISPONIBLES EN LOS MODELOS IBIZA, LEÓN, ALTEA Y ALTEA XL

Llegan las versiones Copa de SEAT

SEAT está realizando una ruta itinerante presentando las nuevas versiones **COPA** y tuvimos la ocasión de asistir a la presentación celebrada el pasado 8 de marzo en la localidad barcelonesa de Pallejà. Con estas versiones COPA, la marca española ofrece un completo equipamiento a un precio muy competitivo. Cuatro modelos se benefician de esta versión, el **Ibiza**, el **León**, el **Altea** y el **Altea XL** y se distinguen por una anagrama exclusivo. El **Ibiza COPA** es una variante del acabado Style, de hecho se denomina Style COPA, y respecto a éste, añade apoyabrazos delantero, cajones bajos los asientos delanteros (no disponibles en la versión Ecomotive), redes y toma de 12V en el maletero, andaje **top theater** en los asientos traseros, cajón y compartimento bajo el maletero y dos elásticos y ganchos en el maletero. En el caso del **León** dos son los acabados COPA, **COPA Reference** y **COPA Style** y éstos sustituyen a las variantes Reference y Style comercializadas hasta ahora. El León COPA Reference añade al equipamiento de serie el climatizador, el Bluetooth, un tapizado específico y el ajuste lumbar en los asientos delanteros. El acabado COPA Style, añade, al equipamiento comentado, el navegador SEAT

Media System y otro tapizado específico. Por último, los paquetes COPA para el **Altea** y el **Altea XL** son también dos y se benefician los acabados Reference y Style. Este monovolumen, en versión **Reference COPA**, añade al Reference estándar el Bluetooth, el climatizador, el ajuste lumbar en asientos posteriores, dos altavoces adicionales, retrovisores exteriores calefactables y un tapizado específico. Tal como ocurre en el León, con el acabado **Style COPA** para los Altea y Altea XL cabe sumar el navegador SEAT Media System y el tapizado específico. **C**

www.seat.es





Todo gira en torno a la calidad.

Somos un fabricante con una visión extraordinaria.

¿Cómo garantizamos en MEYLE que usted sólo obtenga repuestos de máxima calidad? Muy sencillo: nosotros mismos los fabricamos. A este respecto, nuestros ingenieros cuidan hasta el más mínimo detalle – y lo que a primera vista parece un regaliz helicoidal lo convierten en una pieza MEYLE-HD, cuya calidad supera con creces a las piezas originales.

Visítenos en la MOTORTEC, Pabellón 8 – Stand 8A08

www.meyle.com



Sencillamente dura más.