

# 337

## mayo 2011

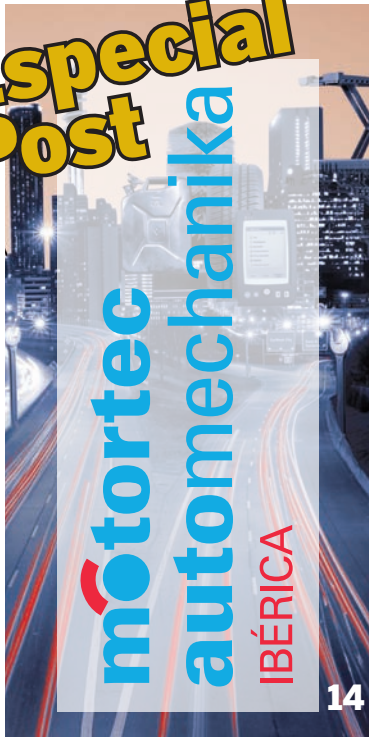
www.mryt.es

mundo recambio y taller

# mryt

DESDE 1980 LA REVISTA DE LA POSVENTA DEL AUTOMÓVIL

### Especial Post



14

### CLIMATIZACIÓN



Estaciones de carga y mantenimiento. 49



10

### II CONGRESO CENTROS DE REPARACIÓN DP

Soluciones globales para la red.



125 Años **Bosch** 1886-2011

## Sus clientes desean la Nº 1: Bujías Bosch

La innovación tecnológica de las Bujías Bosch, experiencia, y una estrecha colaboración con los fabricantes de automóviles la posicionan como líder del mercado europeo en primer equipo. Si sus clientes desean la Nº 1, ofrézcales Bujías Bosch. **Diagnosis, piezas y servicios: sólo es posible con Bosch.**

www.bosch-automotive.es

**ADEMÁS** **DAVASA**, de aniversario  
**Taranto**, eficiencia argentina  
**Denso Aftermarket Iberia** se presenta al sector  
**GIPA**: hábitos del consumidor  
**Autopromotec**: la próxima feria, en Bolonia



[www.contitech.es](http://www.contitech.es)

Seguridad en la carretera con el “auténtico”. Confíe en el Original de ContiTech.



**Calidad original es el mejor recambio.** Al cambiar la correa de distribución es necesario cambiar los componentes correspondientes al mismo tiempo; esto le garantiza una seguridad adicional para su motor. Decídase por la calidad, que fabricantes líderes de automóviles ya eligen en primeros equipos; solamente con la correa auténtica se mueve con seguridad en la carretera!

ContiTech España  
Continental Industrias del Caucho S.A.  
08940 CORNELLÀ (Barcelona)  
[info@contitech.es](mailto:info@contitech.es)

**Continental**   
**CONTITECH**



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

mayo 2011

## Posventa y política... en la feria

El resumen **Motortec A.I.** es uno de los temas principales que les hemos preparado en un completo reportaje en el interior de esta edición.

Una feria que ha supuesto un nuevo punto de partida para el sector. Con sus elementos a mejorar, sí (les remitimos al resumen) pero con sus logros, con la dinamización que los contenidos adicionales en formación, información (las nuevas normativas de gases fluorados ha tenido mucha repercusión), aniversarios, y presentación nuevos productos, equipos y servicios por parte de las compañías expositoras, con una estupenda respuesta en asistencia, con la presentación de nuevas compañías, como **Denso Aftermarket Ibérica** (cuya entrevista con sus responsables acompaña al tema del mes, *Climatización, Aire Acondicionado* y sus equipos).

Nos consta que los responsables de la feria ya están analizando las estrategias para proporcionar a la edición 2013 un resultado mucho más potente y renovado.

Y no son los únicos, con la aparición en sociedad de **Expomovil Comercial**, a celebrar el año que viene en Barcelona, que hacía sus pinitos en Madrid, y que se presentaba en las instalaciones de *Fira* recientemente (de lo que también les hablamos en esta edición).

Otro de los asuntos que se "cocía" en Madrid, fue el espinoso tema de la presidencia de la **Comisión de Recambios de SERNAUTO** que, desde que en diciembre de 2010 su actual presidente, **Benito Tesier**, anunció su intención de abrir puertas a una renovación del cargo, ha suscitado mucha controversia.

Seis lustros de tradición de candidatos optantes de los que el presidente saliente "apadrinara" una opción, presentada a los miembros para ser votado y refrendado a posteriori por la Asociación, se rompía cuando la directiva de SERNAUTO presentaba un candidato (**Carlos Sanrigoberto**, que ya fuera presidente en su día). Esto produjo tenso cruces de correos entre los implicados; el actual presidente intentó convocar a los miembros de la Comisión a una reunión en la feria, con el fin de informarles del *status quo* de la cuestión, desconvocada al final. Tras la última Junta de la asociación, después de la feria, a la que Tesier acudía como miembro de la misma con este tema en el orden del día, quisimos contrastar la información con el director general de SERNAUTO, **José Antonio Jiménez Saceda** para preguntarle si, efectivamente, había una documentación que oficializara la intención inicial de Tesier de dejar la presidencia, si las sesiones de la Comisión de Recambios estaban bloqueadas (como parecía, dado que no había habido reuniones desde diciembre), si la opción a la presidencia de la Comisión por parte de SERNAUTO se mantenía en firme, y si habían recabado la opinión de los miembros de la misma al respecto de la situación.

Pero la única comunicación recibida fue un correo del director general de la patronal de fabricantes de componentes en el que lamenta la carga de trabajo que le impide contactar para hablar de este tema.

El siguiente paso de esta (inquietante) historia es la próxima reunión de la Comisión de SERNAUTO marcada para el 12 de mayo. Una reunión que no se ha producido en el momento de escribir estas líneas.

La cuestión de la política sectorial y sus, a veces, opuestas corrientes internas, sus remolinos y sus tormentas, no es nueva en la Posventa. Y sigue suponiendo una tensión más que afrontar en un momento complejo como éste, en el que la cohesión debería ser primordial para el desarrollo eficaz de acciones que reviertan en una mejora de la Posventa.

Las tradiciones están para romperlas, dicen; pero quizá entonces hay que poner las cartas sobre la mesa, argumentar los cambios, ver si los implicados están de acuerdo en ello y oficializarlo. Porque, de lo contrario, se de-sa-tan rumores, especulaciones y malos entendidos (en Septiembre hay votaciones en SERNAUTO... y eso suscita más de una interpretación sobre lo que está pasando).

Las empresas son soberanas, las decisiones drásticas y las posturas imperativas a veces son necesarias, lo que no está tan claro es si en un foro empresarial, donde se deben tratar temas comunes, esto es lo más adecuado. Quizá es que siempre nos ha gustado más el diálogo transparente y el consenso más amplio posible.

Ojalá todo llegue a buen puerto.



(a)

## Actualidad

- 06 **NOTICIAS**  
**La actualidad de la posventa**  
En nuestras páginas y en nuestra web.
- 10 **TALLERES**  
**Más que un taller**  
II Congreso de Centros de Reparación DP, la red de Dipart.
- 39 **DISTRIBUIDORES**  
**DAVASA celebra su 40 aniversario**  
Concitaron a más de 300 invitados a una cena-homenaje.
- 40 FABRICANTES**  
**Nada escapa a Taranto**  
Juntas, retenes...y más desde Argentina.
- 42 **INFORME**  
**Las revisiones evitan averías**  
Conclusiones de GIPA en un estudio realizado con motivo de la "Semana de la Posventa".
- 44 **EVENTOS**  
**Internacional y en crecimiento**  
Autopromotec 2011, en Bolonia del 25 al 29 de mayo.



## especial motortec automechanika IBÉRICA

- 14 **CAMBIO DE TENDENCIA**  
Motortec A.I. consigue marcar un punto de inflexión ascendente.
- 18 **MUCHO QUE CONTAR**  
Resumen de las novedades presentadas en Motortec A.I.
- 28 **EXHAUSTIVO**  
Formación, información, jornadas técnicas, eventos y premios en Motortec A.I.
- 34 **MÁS VALORACIONES**  
Algunos de los más conocidos visitantes profesionales de la posventa opinan sobre el desarrollo de Motortec A.I.
- 37 **V CONGRESO TALLERES STAR: MÁS FORMACIÓN E INFORMACIÓN**  
Celebrado el paralelo a Motortec A.I.
- 38 **FÓRMULA AUTOFIT**  
II Convención de la red de talleres AutoFit, de Impormóvil, en Motortec A.I.



(t)

## Temas del mes

- 46 **ENTREVISTA**  
**Aportando Valor**  
Denso Aftermarket Iberia se presentó al sector.
- 49 **INFORME**  
**Preparados ante el cambio de gas**  
Estaciones de carga y mantenimiento de climatización y aire acondicionado.

39





# ALTA PRESTACION



En la competición tratamos con la velocidad, potencia, el tiempo, además con un factor clave, la experiencia. Como la de nuestros pilotos, que confían eligiendo nuestras pastillas de freno, porque saben y conocen que aportan rendimiento superior, proporcionando el control y la seguridad necesarias que requieren una conducción exigente tanto en la pista como en la circulación de calle.

Necto aporta una frenada potente, segura, consistente y silenciosa con una larga y eficaz duración.



pilot: Francesc Gutierrez



PASTILLAS, DISCOS, Y MORDAZAS DE FRENO



marca asociada al programa de fricción

Telf. +34 917 461 900

[www.fmecat.eu](http://www.fmecat.eu)



Unas instalaciones de 700 metros cuadrados en Marratxí (Mallorca)

## Radsa abre delegación en Baleares

La firma distribuidora miembro del grupo de distribución **CGA, Radsa**, ha puesto en marcha una **delegación en Baleares**, concretamente en la localidad de **Marratxí** en la isla de Mallorca. Las instalaciones superan los 700 metros cuadrados capaces de albergar un amplio stock de recambios de las principales marcas del sector. Su ámbito de distribución serán sus clientes y posventa de las islas Baleares.

Esta delegación se suma a las siete que ya disponía Radsa: Barcelona capital, Sant Quirze del Vallès (Barcelona), Girona, Reus (Tarragona), Sevilla, Jerez de la Frontera (Cádiz). A ellas cabe sumar su cuartel general de El Prat de Llobregat (Barcelona) que supera los 5.000 metros cuadrados. En la actualidad, Recambios Auto Diesel-Radsa cuenta con 170 empleados, 5.000 clientes activos y una facturación en el año 2008 de 41,6 millones de euros, dando servicio en las áreas de inyección diesel y gasolina, electricidad y mecánica de turismos, turbos, vehículo industrial y equipamiento de taller. Asesoramiento comercial y técnico, formación continuada, todo ello bajo los parámetros de experiencia contrastada y voluntad de servicio. ●

 [www.radsa.es](http://www.radsa.es)




Pasa a ser consejero de Group Auto Union International

## Fernando Pardo deja Group Auto Union España

El máximo responsable de **Group Auto Union España**, **Fernando Pardo**, ha anunciado que deja este cargo para pasar a ser **consejero** de la estructura internacional, de **Group Auto Union International**. No por ello reduce su actividad laboral ya que también se la ha encomendado desarrollar el Grupo y los conceptos de talleres en los mercados de América del Sur y África (Angola, Cabo Verde, Mozambique). **Auto Sueco** y sus puntos en esas zonas ya son una primera cabeza de puente, por lo que pronto iniciará las primeras acciones que, una vez desarrolladas, podrían llevarle a fijar residencia en fuera de España (quizá Miami) para acometer el desarrollo americano. *"De hecho esto es lo que me gusta, el desarrollo"* comentó a **MRyT**, *"es como más he disfrutado en este tiempo; en España queda todo con un equipo joven y preparado, así que estoy ilusionado con este reto"*.

Al frente de Group Auto Union España desde 1990, desde 2008 ya tenía "sucesor" en la figura de **Juan Carlos Pérez Castellanos**, un profesional experimentado de la posventa que se integró en el GAUE para garantizar la trayectoria ascendente del grupo. ●

 [www.groupautounion.com](http://www.groupautounion.com)

V Muestra de Maquinaria y Recambio para el Taller Peña Profesional

## Córdoba, punto neurálgico de la posventa

La ciudad andaluza se convertirá del **6 al 8 de mayo** en la capital española de la posventa ya que acogerá la **V Muestra de Maquinaria y Recambio para el Taller** que organiza la firma distribuidora **Peña Profesional**. No exageramos en que será centro neurálgico del mercado de reposición porque participarán como expositores en este certamen hasta ochenta fabricantes de componentes y de equipos de taller.

El conocido distribuidor, miembro de **Group Auto Union España**, espera la asistencia de unos 4.000 talleres de toda Andalucía que irán visitando la Muestra a lo largo de todas las jornadas, habiendo habilitado autocares desde diferentes puntos de la comunidad (a excepción de Huelva y Almería) para facilitar la visita. Los talleres tendrán, como en la pasada ocasión, garantizada la intendencia en los propios stands de los expositores, para que puedan dedicar tanto tiempo como necesiten a recabar la información de los productos a la vez que estar convenientemente aten-



didos en lo que al aspecto gastronómico se refiere. Grupo Peña también montará stand, mejor dicho, stands en el que estarán representadas todas sus divisiones: Autosport, Peña Carrocería, Peña Tuning, Peña Industrial, Piezas de Recambio de Grupo Peña Automoción, Peña Turismos, Peña de Baena y Peña Agrícola. También se destinará un espacio a la formación donde expositores y entidades impartirán ponencias y explicaciones técnicas. ●

 [www.gpautomocion.com](http://www.gpautomocion.com)

**Tony Wilson**, presidente de grupo **Klarius**, ha confirmado que el consejo de administración de la multinacional proveedora de recambios está negociando la implantación de un **centro de distribución en España**. La puesta en marcha del mismo se enmarca en la estrategia de grupo Klarius de ampliar su presencia en Europa con la puesta en marcha de hasta 16 nuevos almacenes. Otros países y ciudades donde están estudiando albergar estos centros logísticos son Portugal, Moscú o Estambul. La apertura de estos centros de distribución obedece a mantener la eficacia en la entrega de los productos del grupo a sus clientes. La cartera de productos de grupo Klarius asciende a más de 100.000 referencias de recambios para el mercado posventa del automóvil. **Klarius** y **QH** son sus marcas más destacadas. ●

 [www.klarius.es](http://www.klarius.es)

# Las multiventajas del número



En **Formación**, Programas pedagógicamente eficaces, que responden a los desafíos tecnológicos en Electrónica, Carrocería, Gestión Comercial...

En **Información**, la más estimulante oferta en Programas Informáticos de Información y Gestión de Motor.

En **Imagen**, un completo Material para que el Taller se vea bien y atraiga más: Señalización Exterior e Interior, Rótulos, Identificación, Vestuario Laboral, Señalética de Venta, etc

En **Marketing**, modernas tácticas para aumentar el número de Clientes y fidelizarlos a nuestra marca.

Y como hay muchas más ventajas, infórmese sobre las **Multiventajas del Líder en Talleres Multimarca** en

**[www.eurotaller.com](http://www.eurotaller.com)**

Visite ahora nuestra **nueva Web**  
**[www.eurotaller.com](http://www.eurotaller.com)**  
y benefíciase  
de sus últimas novedades.



EuroTaller es una actividad de:



Ha mejorado su herramienta formativa E-learning

## Aprendiendo con NGK

**NGK Spark Plug Europe** ha actualizado y perfeccionado su herramienta gratuita **E-learning** que ahora disfruta de más contenidos y es más interactiva y fácil de usar.

Disponible en la web [www.ngk.es](http://www.ngk.es), la nueva versión de esta **herramienta formativa** dispone de una nueva interfaz auto-explicativa que permite al usuario trabajar paso a paso a través de cuatro áreas temáticas: bujías, calentadores, sondas lambda y cables de encendido (de estos últimos se ofrece información por primera vez). Sobre estos componentes NGK proporciona basta

información técnica sobre sus funciones, diseño, diagnóstico, etc. complementada con gráficos en tres dimensiones, animaciones, voz en off, vídeos y elementos interactivos para mejorar el aprendizaje de los contenidos. La nueva interfaz, además, permite al usuario acceder a información actualizada totalmente gratuita mientras que los usuarios registrados tienen acceso a un área completamente restringida en la que pueden comprobar qué aspectos del aprendizaje tienen ya dominados y cuáles les falta por explorar y realizar un examen a final de cada sección del



tema para comprobar si asimilan los conocimientos.

Otro aspecto destacado de la herramienta *E-learning* de NGK es su avatar animado que guía al usuario a través de todos los capítulos que componen el temario de *E-learning*, indicándole el contenido a seguir, aconsejándole al respecto para que el aprendizaje sea más ameno. ●

 [www.ngk.es](http://www.ngk.es)

### También hemos publicado en [www.mryt.es](http://www.mryt.es)

- Expomóvil Comercial se presentará el 27 de abril
- Los empleados de MANN+HUMMEL responden a la llamada de auxilio de Japón
- Confort Auto abre en Elche su nuevo centro
- La industria de componentes española crece
- Ufi Filters recomienda el cambio de filtro de habitáculo
- Feu Vert abre nuevo centro en A Coruña
- Nuevo piloto trasero Hella para remolques
- ASOTECAUTO apuesta por la formación y la información
- XIX Jornada de Talleres organizada por GRETAMUR y la FREMM
- Autoequip abre centro en L'Hospitalet de Llobregat
- Il Ciclo de Conferencias de la Cátedra CESVIMAP
- KYB contra la crisis
- SACORAUTO presenta una red de talleres propia
- Pirelli lanza el Cinturato P4
- CONEPA llevará a cabo nuevas acciones de divulgación del Reglamento 461/2010
- El Club de Fricción Valeo y su Viaje de Incentivos 2011 a Brasil
- Equip Auto 2011 anima a la participación
- GANVAM teme que la actividad del taller se resienta duramente este año
- Los talleres ADA usarán el Gt Estimate
- Norauto abre centro en Finestrat (Alicante)
- III Encuentro Hispano Marroquí del Sector de Automoción y



## 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 • MCCC(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](http://www.ngk.es)





*El símbolo de un líder en distribución*

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



***Cecaauto***



## II CONGRESO DE CENTROS DE REPARACIÓN DP, CÓRDOBA 8 AL 10 DE ABRIL

# Más que un Taller

De eso se trata, de lograr que la red se convierta en un centro integral de reparación; más allá de un mero taller; y para ello, el Grupo Dipart y sus 15 socios no escatiman en esfuerzos para dotarles de herramientas para que lo consigan.

**Fernando Riesco**, al frente del **Grupo Dipart**, nos confiaba su satisfacción por el camino recorrido en apenas 18 meses: *"somos 115 talleres, vamos abriendo nuevos puntos de servicio, y me han demostrado con su actitud la implicación tan honda que tienen con la red. Este primer trimestre ya hemos abierto 4 nuevos centros (las zonas más pobladas son Asturias, León, Castellón, Salamanca...) y las perspectivas son muy buenas. No es que nos marquemos previsiones para finales de año; iremos avanzando sin prisas; sabemos que para que la red sea rentable deberíamos llegar a 160 puntos, pero no nos hemos marcado plazos; lo importante es que se sientan cómodos, atendidos y, sobre todo, fidelizarlos."*

### Una convocatoria multitudinaria

La segunda convocatoria del Congreso anual (el primero se celebró el año pasado en Toledo) ha reunido a más de 200 invitados (talleres -90 de los 115-, proveedores -17 han sido los patrocinadores del evento: AS, Brembo, dayco, Exide, Federal-Mogul, GKN, IADA, KYB, Launch, ZF-Sachs, Mann+Hummel, Schaeffler, Sogefi, Talosa, Tenneco, TRW y Valeo-), distribuidores socios del grupo y prensa. Su lema: "Nosotros también podemos", con el tema del grupo Snap "I've got the power" como fondo, relacionado con las nuevas oportunidades que desde la directiva del grupo se entienden que ha aportado el 461/2010: se puede

realizar mantenimiento en periodo de garantía, se puede sellar el libro de mantenimientos de los vehículos, se puede acceder a la información técnica a un precio razonable, se puede emplear un recambio de calidad equivalente gracias a los proveedores.

### Más inversión, más recorrido

Riesco, en su intervención inicial, aportaba el dato que el pasado año se invirtió en la red un 30% más que en 2009 en los puntales que soportan la red: Formación, Información, Comunicación, Marketing e Imagen (estando el 80% de la red identificada ya corporativamente como DP, algo que se financia desde el grupo), siendo una de las previsiones que el restante 20% alcance esa imagen en un par de meses.

También aportaba un apunte positivo sobre la marcha del grupo en su tercer año de recorrido.

Su objetivo: que los talleres sean una referencia en su zona, prometiendo dotarles de medios para ello, pero también les pedía a cambio su implicación: *"hay que apostar por los proveedores y los distribuidores de zona"*, decía.

### Hacia el Centro Integral de Reparación

**Carlos Miranda**, coordinador de la red, recordaba los objetivos del pasado año que, debido al contexto en el que el canal marquista estaba sien-

do más agresivo al perder cuota y gracias a las nuevas tecnologías y el empleo de las herramientas (mencionaba que el uso creciente de las asesorías que, de un 60% en 2009 pasaron a un 90% en 2010, las campañas de comunicación, hacia el usuario, las promociones de 2010), han supuesto dar pasos firmes hacia el objetivo final de convertirse en más que un taller: en un Centro Integral de Reparación.

### Planes 2011

Entre las acciones para este año, anunciaba una intensificación de la formación en un 20% con implantación de la red en dos CCAA (diesel, sistemas de seguridad, etc.), además de dotar a su web (gracias a un acuerdo con NeoTec) de más contenido técnico, con la idea de eliminar el fax como medio de transmisión de datos, para reducir los tiempos de espera en la reparación y alcanzar un nivel equilibrado entre horas empleadas en las operaciones y horas facturadas.

Miranda comunicaba además su intención de que la red se implique en la imagen, anunciando la apertura de un concurso en el que los talleres deben enviar un dossier con imágenes y acciones y anunciando un premio "incógnita" en función del resultado: *"pero un buen premio"*, insistía.

Dos acciones se lanzarán este año: la campaña *"En este taller, tu coche como en casa"* y una promo e seguridad vial en la que el usuario que repare en los centros DP recibirá un chaleco.



Fernando Riesco, gerente de Dipart, hablaba de un 30% más de inversión en la red.



Carlos Miranda, presentando las nuevas campañas para los Centros de Reparación DP.



Antonio Amores, anunció la creación de la telediagnosis y el incremento de consultas en el Call center.



Juan Ramón Cervantes presentó la WebShop de Dipart basada en TecDoc y con datos técnicos de Vivid.



Fernando López ofreció numerosos datos contextuales de la posventa, para afirmar que el parque seguirá envejeciendo y que se vive en el mejor lado de la posventa.



Miguel Ángel Cuerno, explicaba las problemáticas actuales en las que las patronales del sector están interviniendo: aseguradoras, reuniones con el Ministerio para modificar el RD de reformas de importancia en los vehículos...y como siempre, propició las intervenciones del auditorio.



Los talleres, activos en la reunión.

## Técnica: in crescendo hacia la telediagnos

**Antonio Amores**, de *TecnoClub*, anunciaba un incremento de las llamadas al call center (un 19,7% respecto al año anterior, con 10.458 llamadas) y de su tendencia cada vez más técnica (redes CAN, multiplexados, etc.), un síntoma de la evolución de la red.

Anunciaba nuevas apuestas formativas en función de lo detectado y la implantación de la Telediagnos, para lo que se anunciaba que el taller debía disponer de una línea ADSL de al menos 3 megas, un ordenador (mejor portátil) y una máquina de diagnosis multimarca.

## Compras, mejor desde la WebShop de Dipart

**Juan Ramón Cervantes** de *ISI Condal*, presentaba las ventajas de trabajar con la WebShop personalizada de Dipart, basada en la de TecDoc y los datos técnicos de Vivid, vinculada al distribuidor de zona, en la que combinar las ventajas de la información técnica igual a la del constructor (aunque con esquemas estandarizados de creación propia) y la posibilidad de agilizar el proceso comercial de la compra de piezas (aún sin códigos VIN, pero con cruces de referencias, OE, IAM, esquemas de la

pieza, disponibilidades online, etc.): "la información más fresca y en tiempo real está en la red", decía.

## En el mejor lado de la posventa

**Fernando López**, de *Gipa*, era el encargado de explicar el entorno actual de la posventa, basándose en gráficas de datos, haciendo cálculos especulativos sobre las matriculaciones del futuro, analizando el comportamiento del consumidor para llegar a la conclusión que se está en el mejor lado de la posventa (el canal multimarca crece respecto al marquista): el parque actual es de una media de 8,3 años, y va a envejecer seguro, debiéndose aprovechar que el usuario pide más presupuestos para fidelizarle, e informarle tanto de las operaciones (transparencia en métodos y precios sin sorpresas) como de sus derechos (con la ayuda del "tirón mediático" de Almunia y el Reglamento) en esos nuevos contactos, basándose en lo que más le importa: fiabilidad, precio y cercanía, por ese orden.

## El Reglamento y los problemas de la posventa

El último en intervenir fue **Miguel Ángel**

**Cuerno**, presidente de ANCERA quien, tras llamar a los distribuidores a acudir al próximo Congreso de ANCERA el 9 y 10 de junio en Tarragona, explicaba a la audiencia la importancia de la repercusión del nuevo Reglamento mediante el vídeo de Almunia en la sesión del Parlamento, en el que se menciona a los actores del sector; además, habló de otras problemáticas que están siendo seguidas por las patronales sectoriales, pidiendo la implicación económica del taller para sufragar las acciones: la decisión de Mutua Madrileña en Madrid (sólo se pagan las defensas compradas en determinados puntos) provocó una devolución de estas piezas a los recambistas con la consecuente movilización de ANCERA que consiguió resolverlo parcialmente (habrá una conferencia en el futuro en Madrid para informar al taller de las acciones de las aseguradoras). También mencionó la reciente reunión de las patronales con el Ministerio para resolver las cuestiones relacionadas con las reformas de importancia de los vehículos y las supervisiones de la ITV que había amenazado el futuro de los fabricantes y distribuidores de accesorios, habiendo conseguido que se modifique en un 60% el texto (siguiendo las pautas propuestas por las patronales).

Por último, habló de la acción que se está siguiendo (en compañía de AFIBA, AERVI, FEDERTRANS, CONEPA, CETRAA) para frenar la acción de los constructores de V.I. en Europa que querían bloquear el acceso a la información técnica, con reuniones con los miembros del Gobierno que votan en el parlamento para convencerles que la información técnica relativa a los Vehículos Industriales debe ser abierta como la de los turismos. Consiguió dinamizar la jornada con las intervenciones de los talleres.

## Ocio local

Mientras se desarrollaba el Congreso, el programa alternativo de los acompañantes incluía una visita a los lugares más emblemáticos de la ciudad, incluyendo la mezquita con guía, tras lo que se reunían con los congresistas para desplazarse a la finca La Cigarra Alta, en la que se disfrutó de la gastronomía local y de una capea con "toreros" vestidos para la ocasión, que se lanzaron al coso haciendo las delicias de los asistentes.

Por la noche, cena de gala y el domingo regreso a los lugares de origen. ●

📍 [www.dipart.es](http://www.dipart.es) / [www.talleresdp.es](http://www.talleresdp.es)



Jornada de ocio con una capea en la finca La Cigarra Alta.



El correcto mantenimiento del automóvil previene de averías que suelen ser costosas. Es la principal conclusión del estudio.

Conocida por todos esta afirmación, GIPA le ha puesto cifras al titular de este artículo: los coches que no hacen sus revisiones periódicas tienen un 12,8% más de averías que los que sí. Esto supone un 16,5% más de gasto en la reparación de averías. Más claro, el agua. Concienciar a los conductores sobre la necesidad de un correcto mantenimiento es labor de la posventa y, en particular, de los talleres.

Principal conclusión de un estudio de GIPA para la “Semana de la Posventa”

## Las revisiones evitan averías

La consultora **GIPA España** dio a conocer en el marco de la **Semana de la Posventa** celebrada el pasado mes de marzo el estudio **“Comportamiento del Conductor frente al Mantenimiento Preventivo”**. Realizado a petición de **Motortec Automechanika Ibérica**, el estudio concluye que **“los coches que no hacen revisiones periódicas tienen un 12,8% más de averías que los que sí. Esto supone un 16,5% más de gasto en la reparación de averías”**. Otros dato concluyente es que **“en el ejercicio 2010 el 10,8% del parque circulante español tuvo, al menos, una avería”**. Los vehículos de más edad son los que padecen más averías. Este hecho, lógico, fue subrayado por GIPA; la consultora lleva ya tiempo alertando sobre el paulatino envejecimiento del parque de vehículos español.

### Diseción del estudio

Realizado a partir de **entrevistas personales de 45 minutos**, el estudio preguntó a **3.000 conductores** sobre el mantenimiento preventivo de componentes clave de la seguridad como los frenos, los neumáticos y las escobillas limpiaparabrisas y sobre un elemento clave en la fiabilidad, el cambio de aceite.

Un 41,2% de los encuestados no revisó el **sistema de frenado** en el ejercicio 2010. Un 38,8% sí lo había revisado y un 20% también porque los había cambiado. Un dato inquietante según GIPA es el hecho de que, por edades, las personas que menos comprueban el estado de los frenos, con un 54%, son las mayores de 65 años, edad a partir de la cual la capacidad de reacción ante un imprevisto empieza a reducirse.

En cuanto al control de la **presión de los neumáticos**, un tercio de los conductores no tiene el hábito de revisar la presión de los neumáticos habitualmente. El estudio constató que un 34,3% de los conductores no había revisado la presión en los dos últimos meses. Un 44,2% la habían revisado ellos mismos y en un 21,5% de los casos el taller les comprobó la presión. Algo mejores son las cifras sobre la comprobación del **estado de los neumáticos** del coche. Un 30,8% de los encuestados afirmó haberlos revisado o se los han revisado en el taller, un 34,6% los revisó y los sustituyó por unos nuevos y el 34,6% no valoró su estado en todo 2010. Un hecho que llama la atención es que, por zonas geográficas, los conductores que menos revisan el estado de los neumáticos son los procedentes de Galicia y Asturias, regiones que, por ser las más lluviosas, son en las que más atención se debería prestar a las cubiertas.

A la pregunta de si revisaron en 2010 las **escobillas limpiaparabrisas**, el 48,2% de los encuestados reconoció no haberlas revisado. El 33,6% las revisó o se las revisaron en el taller pero no las cambió y el 18,2% las revisó y las sustituyó. El kilometraje influye en comprobar más las escobillas pero, aún con todo, solo el 43% de los conductores que realizan 20.000 kilómetros o más no las revisaron. Por último, interesante resulta la actitud de los conductores ante la revisión del **nivel del aceite**. El estudio de GIPA constata que el 37,8% solo se ocupa de llevar el coche a cambiar el aceite cuando se enciende la luz. El 23,7% admite cambiar el aceite solo cuando se acuerda! y solo el 38,5% revisa el nivel del aceite habitualmente, cada dos o tres meses. A mayor kilometraje, más importancia tiene revisar el nivel del aceite. Sin embargo, solo el 43% de los conductores que reco-



El director adjunto de GIPA, Fernando López, presentó el estudio.

rren 30.000 kilómetros o más al año revisan habitualmente el nivel de lubricante.

Aunque el estudio no apunta nada al respecto, es obvio que el taller de reparación de automóviles juega un papel fundamental a la hora de concienciar a los conductores sobre la importancia de revisar los elementos y sistemas fundamentales del vehículo. ●

📍 [www.gipa.eu](http://www.gipa.eu)

# UNA FERIA COMO PUNTO DE INFLEXIÓN

## Cambio de tendencia

El objetivo de conseguir una feria distinta a la de la última edición, salvable y no en vías de desaparición, en la que poder basarse para lograr la conexión de oferta y demanda, en la que captar el interés de los profesionales de la posventa para que acudieran a ver las propuestas de los expositores y, sobre todo, que fuera punto de encuentro de los actores de la posventa, se consiguió; pero la edición 2013 es el verdadero reto.



### La feria, en datos

Del 30 de marzo al 2 de abril, cuatro pabellones para **Motortec Automechanika Ibérica** en el recinto ferial de IFEMA del Campo de las Naciones, Madrid: **4**, para **Estaciones de servicio, car wash, accesorios y tuning** –además del espacio para las actividades de conducción segura del RACC y la exposición de la *Galería de Innovación*; **6** y **8** para **Recambios y mecánica**, junto a una *zona VIP de Motortec A.I.*, para reuniones; **10** para **Reparación y Mantenimiento, IT y Gestión**.

**70.000 metros cuadrados** para 453 empresas expositoras, un 30% extranjeras (con representación de Alemania, Francia, Polonia, Portugal o el pabellón de asiáticos, con China a la cabeza); del total, un 30% se recuperaron de la edición 2007, y algunas exponían por vez primera.

La cifra de visitantes llegó a **39.965 profesionales** y según los organizadores, el 76% respondían a un perfil con muy alta capacidad (52%) o media-alta (24%) para influir en las decisiones de compra o en la política de proveedores de su empresa.

En cuanto a la procedencia, el **12% del total de asistentes eran extranjeros**, y de ellos, el 31% procedía de Portugal, junto con alemanes, franceses e italianos. La asistencia de profesionales latinoamericanos ha significado un 15% del cómputo total, con especial representación de Argentina. Entre los **visitantes españoles, el 70% llegaron desde fuera de Madrid**, con una presencia destacada de profesionales de Andalucía,

Cataluña, Valencia y Castilla y León.

Por segmento de actividad, **un 45,34% los profesionales visitantes fueron talleres**, y casi un **22% fueron miembros de la distribución**.

### Objetivo: generar negocio

Uno de los principales objetivos del evento, mencionado por su directiva en todos los foros a los que ha acudido durante los 9 meses de promoción (un dato temporal significativo, puesto que en realidad no han sido dos años, debido al *impasse* que se produjo mientras se negociaba el acuerdo alcanzado con *Messe Frankfurt* para obtener sus "apellidos") era actuar como una plataforma de negocio de primer orden, generadora de nuevas oportunidades comerciales para sus participantes, causando un efecto multiplicador de las acciones.

Para ello, se ideó la **I Ronda de Negocios Hispanoamericana del Aftermarket**, que reunió a representantes de 50 empresas de los mercados español e iberoamericano en encuentros B2B destinados a favorecer nuevas oportunidades de negocio entre estas industrias.

Con el mismo objetivo de dinamizar la actividad del sector de equipos, componentes y servicios para la automoción, se desarrolló un **Programa de compradores** que invitó, según la petición de los expositores, a 651 compradores nacionales e internacionales pertenecientes, en su mayoría, al canal de la gran distribución.

[www.motortec-automechanika-iberica.com](http://www.motortec-automechanika-iberica.com)



Cuatro pabellones, con pasillos algo amplios, con algunas zonas "acotadas", con stands de distintas envergaduras, pero con actividad.

# ¿QUÉ VIMOS EN MADRID?

Este **Motortec (A.I.)** no iba a ser nada parecido a la edición 2009. Eso estaba claro.

Por su nueva directiva, dinámica, comunicativa y a la escucha (radicalmente opuesta a la anterior); por su acuerdo con **Messe Frankfurt** que la dotaba de "apellidos ilustres"; por la apuesta de la "Semana de la Posventa" algo extraña en su consecución, pero una idea a explorar y explotar (con la Carrera resuelta satisfactoriamente y que tuvo su repercusión); por los *feed back* que previamente íbamos detectando entre los profesionales: unos, expositores convencidos con una *pre-feria* muy preparada; otros, visitantes de distintos perfiles de la cadena de valor de la posventa, que no se iban a perder

Lo que allí vimos se aproximó a lo que debería ser LA feria de la posventa de nuestro país.

Es cierto que los pabellones se estiraron con pasillos amplios, zonas "de relleno", mamparas, y que podía haberse resuelto con menos espacio (pero tener más pabellones era una manera de mostrar el avance respecto a la anterior edición). También lo es que la reducción de un día de muestra concentró las visitas, dotando a la feria de un aspecto de "lleno" (preferentemente en los pabellones 6 y 8, en parte gracias al gran trabajo de convocatoria de algunos de los expositores en *front cover*, que "regaron" la muestra con bolsas corporativas haciendo que los colores de sus compañías lucieran en todos los pasillos con mucha profusión), y no es menos cierto que, pese a lo que dicen las cifras, y pese a que los que *estaban, eran*, aún faltaban muchas empresas de peso específico notable en nuestro sector, además de la necesidad de atraer a más compañías internacionales (aunque las hubiera) para conseguir nuevos contactos entre los miembros de la distribución que buscan diferenciarse; y que se percibió una gran diferencia en la presentación de los diferentes stands.

Pero el sector acudió allí en pleno.

Con algunas quejas al respecto, por parte de los que sí habían apostado (y económicamente) por la feria con su presencia (sobre todo por lo que respecta a la extraña costumbre de apelar a la "amistad" para "ocupar" el espacio ajeno para sus encuentros profesionales, o para encontrarse en el stand *tutti frutti* -una denominación que tomamos prestada-, y que supone el tener encuentros comerciales de compañías en los pasillos, sin invertir en esa acción más que en el desplazamiento, y que fue visto y vivido con mucho desagrado por los expositores), pero las caras conocidas propiciaban los encuentros en pasillos, y ese era uno de los objetivos: ser el foro del sector este año en nuestro país.

Durante las distintas jornadas, satisfacción entre los expositores. Debemos decir que este año no hemos recibido más quejas que las económicas (y no siempre), incluso con comentarios que son muy significativos viniendo de empresas muy críticas y con mucha experiencia de "feriantes": "este ha sido un día al nivel de Frankfurt", llegaron a decir algunos "hemos atendido más expositores de fuera de nuestro país, haciendo buenos contactos", comentaban otros, si bien la internacionalización deberá intensificarse algo más, aunque se oía en los pasillos hablar inglés, francés, alemán...

Y es que los stands estaban constantemente en actividad, haciendo que nuestra visita con vistas a recabar información tuviera que reiterarse para llegar a cristalizar (caso de no haberla concertado previamente, que siempre es más cómodo por ambas partes).

Opiniones discrepantes entre los visitantes profesionales con los que nos topábamos (o que acudían a los distintos stands del "pasillo de la prensa", una opción que, a nuestro entender, debería modificarse para ser más cómodo para todos, aunque es de agradecer la idea de los *puntos de prensa* repartidos por la feria para que se pudiera acceder a los medios en papel en más de un pabellón): algunos muy satisfechos de ver la andadura, otros, algo más críticos: viendo la superficie excesiva para lo que se encontraba en realidad, o dudando del interés real de las ferias tal y como las conocemos, debido al trabajo diario, intenso y directo, favorecido por las tecnologías de la comunicación y por el *push* que esta época requiere en el mercado.

La FP acudió, como no podía ser de otro modo. Futuros profesionales a los que empezar a inculcar la imagen de marca, la realidad de las empresas, trabajo de marketing que algunos potenciaron y aprovecharon. En dos tandas (con diferencia entre los ciclos superiores, más interesados, y los más jovencitos, con una visita de menor madurez y verdaderos coleccionistas de lo que se les ofrecía a modo de obsequio).

Y la formación. Una oferta necesaria, pero irregular en su consecución: a veces boxes y salas no muy llenas, pese al esfuerzo organizativo que supone. Otras, con buenos resultados, fueran Jornadas o Encuentros. Oferta algo excesiva, quizá, pero siempre interesante.

Los premios de la **Galería de Innovación**, una idea en sí misma interesante, tuvo sus dimes y diretes.

Premiados algo "forzados", en el proceso de elección, dejando a un lado propuestas muy válidas por su eficacia, o desordenadas en cuanto a la categoría en la que estaban encajadas. Algunas quejas respecto al premio de elementos anteriormente reconocidos entre los postulantes.

Pero, pese a todo, fue una feria que cumplió con sus objetivos, y no se puede pedir más (o sí), dado el poco tiempo de promoción.

El verdadero reto no está en esta edición, que iba a ser distinta, como les hemos dicho al principio.

El desafío, y donde habrá que mirar con lupa si esta propuesta ha calado en el sector, se dará en la siguiente, en la que se verá si se ha convencido a los visitantes profesionales que se pasearon este año, indecisos (sean fabricantes, distribuidores, redes de talleres, o quizá la posventa marquista, que existe, aunque sea vista como ajena a esta feria -con la presencia en solitario de Mercedes-Benz- y que en el pasado levantó intensas ampollas) y posibles expositores (o no) de aquí a dos años.

Pronto se iniciará la acción comercial de la edición 2013 que será en marzo, quizá la segunda semana (y deberá lidiar con un 2012 en el que *Expomovil Comercial* presentará su opción y en el que también se desarrollará LA feria de la posventa en Europa: *Automechanika Frankfurt*, el espejo en el que se mira todo evento en nuestro continente y al que miran todos los profesionales como referente).

Dos años completos en los que trabajar para conseguir esa feria que dote a nuestro sector de visibilidad, notoriedad, importancia, nuevos contactos. Una buena feria. Para todos.



Raúl Calleja, director de la feria, comentando en nuestro stand su satisfacción con el resultado de la muestra.



...Un stand no sectorial...¿o sí?



Áreas de descanso en algunas zonas...



Espacio VIP



El RACC ofreció cursos a nuestros lectores que pasaron por nuestro stand.



## ...Y PARTE DE LO QUE OÍMOS...

Una de las funciones de tener un foro del sector en el que encontrarse es poder disponer de espacios en los que, además de saludar a profesionales con los que se habla mucho pero no te ves tanto y que, a lo largo del tiempo, has llegado a apreciar de veras, te llegan informaciones más o menos confidenciales, más o menos interesantes, más o menos veraces, que suponen acceder a las corrientes subterráneas del sector (que existen a pesar de los pesares, aunque sólo se reconocen en *petit comité*) y que configuran después sus movimientos en la superficie.

Parte de estos comentarios se los llevó la titularidad de la presidencia de la **Comisión de Recambios de SERNAUTO**. **Benito Tesier**, actual presidente, anunciaba hace unos meses, su intención de dejar la presidencia, abriéndose, como viene siendo habitual, un periodo para que los interesados se manifestaran. Pero Tesier reflexionó al respecto y pensó en permanecer; la cuestión es que desde la Asociación esa segunda iniciativa no se asumía, presentando un candidato propio. Durante la feria, convocatorias a reuniones de los miembros de la Comisión por parte de Tesier, con el fin de informar de los movimientos habidos en el seno de SERNAUTO y la intención de su directiva de presentar un candidato que no fuera sugerido por el presidente, votado por la Comisión y refrendado por la Asociación, una práctica que (al no estar especificada en los estatutos de la asociación) es la que se ha venido siguiendo en los últimos 30 años; al final, estas fueron desconvocadas, pero produjo malestar en el seno de la asociación.

Durante este tiempo, y más tras la última Junta de la asociación, a la que Tesier acudía como miembro de la misma con este tema en el orden del día, quisimos ponernos en contacto con el director general de SERNAUTO, **José Antonio Jiménez Saceda** para preguntarle si, efectivamente, había una documentación que oficializara la intención inicial de Tesier de dejar la presidencia, si SERNAUTO había presentado a **Carlos Sanrigoberto** (que ya fuera presidente en su día, participando, entre otros proyectos, en el desarrollo del medio de comunicación de la asociación, *Fabricar*, que en su día suscitó su controversia) si las sesiones de la Comisión de Recambios estaban bloqueadas y la opinión de los miembros de la Comisión de Recambios al respecto de la situación. Pero no ha sido posible obtener la postura de la Asociación; la única comunicación ha sido un correo del director general de SERNAUTO en el que lamenta la carga de trabajo que le impide contactar para hablar de este tema, afirmando que "las Comisiones de Trabajo de SERNAUTO no están bloqueadas, y en todas se están haciendo las reuniones correspondientes, de acuerdo a las actividades de trabajo normales que debemos desarrollar en nuestra Asociación".

El siguiente paso de esta historia es la próxima reunión de la Comisión de SERNAUTO marcada para el próximo 12 de mayo. En ella, quizá se pueda clarificar todo este embrollo, que no beneficia a nadie, y que, curiosamente se produce meses antes de las elecciones a la presidencia de SERNAUTO, en septiembre próximo.

La otra información se refiere a las ferias sectoriales. Desde hace algún tiempo, pugna de entidades por proporcionar al sector posventa una opción que se lleve el interés de los profesionales. Zaragoza tuvo su oportunidad, y Barcelona los está intentando. Durante Motortec A.I. se produjeron los primeros movimientos de la feria **Expomóvil Comercial**, desplazando a parte de su equipo comercial que empezaba a darla a conocer entre expositores y visitantes profesionales, con el fin de recabar potenciales clientes.

A celebrar en el recinto ferial de Montjuïc de Fira de Barcelona, los próximos 15 al 17 de marzo, está impulsada por la **UPM** (Unión Patronal Metalúrgica) y apoyada por **ANCERA**.

Bajo la denominación de Saló del Recambio, Accesorios, Equipos y Posventa del Automóvil, se trata de una feria que pretende dar al sector una nueva plataforma, bajo un prisma de exposición austero, sin grandes dispendios, para impulsar los negocios de expositores y visitantes y darles nuevas oportunidades para desarrollarlos.

La feria, que se celebra en año par, como **Automechanika**

**Frankfurt**, se plantea ser una opción ferial menos de representación que de negocio puro, para ayudar a las empresas (catalanas, aragonesas, etc.) a establecer nuevas relaciones comerciales con sus clientes y conseguir un retorno claro.

Los interesados pueden entrar en contacto con los promotores en el correo: [expomovilcomercial@firabcn.es](mailto:expomovilcomercial@firabcn.es)



## NUESTRA EDITORIAL

### EN LA FERIA MRYT, ELECTROCAR, WWW.MRYT.ES

Procuramos no saltarnos ninguna.

De hecho, acudimos a casi todas las que se desarrollan en nuestro continente, vinculadas a la posventa o a la venta de vehículos. Incluso a algunas extra continentales.

El contacto con el sector, con nuestros lectores (clientes y muchos, ya amigos a tras estos más de 30 años) es para nosotros un placer y una fuente de información y nuevas energías.

Presentar nuestro trabajo y "premiar" de algún modo a los (cada vez más) que se deciden por nuestro medio para informarse es uno de los objetivos que perseguimos.

Además del que se nos supone, como prensa especializada que somos: recabar información. De todo tipo. De los pasillos (donde la informalidad del encuentro propicia confidencias y pulsa el sentir real del sector), de los stands de los expositores, de las opiniones que nos llegan en forma de sugerencias.

Este año, situados en el pasillo entre el pabellón 8 y el 10, nos trajimos de nuestra sede en Barcelona nuestros medios, nuestros CD informativos, junto con unos vídeos y algunos juegos con los que atraer la atención de los visitantes (con bastante éxito, la verdad); y les regalábamos un vale para vivir la experiencia de las *Técnicas de Conducción Segura del RACC* (con experiencia de vuelo incluida).

Nos fue bien. Estamos contentos. Y queremos darles las gracias a todos desde aquí por su confianza.

Sólo podemos prometer seguir mejorando.

Sígannos y lo podrán comprobar.



## LA SEMANA DE LA POSVENTA

Una de las iniciativas de promoción de la feria fue la creación de la "**Semana de la Posventa**"; una de las estrellas era la **I Carrera Popular "Corre al Taller. Cuida tu coche. Cuida de ti"**; celebrada el domingo 27 de marzo casi un millar de corredores se reunió en el Parque Juan Carlos I de Madrid que, a pesar del frío y de la amenaza de lluvia, y se animaron a correr disfrutando de una mañana intensa cubriendo los 10 kilómetros de la carrera. Los ganadores absolutos fueron: **Elías Salvador Domínguez** (33'43"), **Francisco Ortega García** (35'14") y **José Luis Serrano** (35'37") que recibieron sus trofeos de manos de **Ramón Marcos**, presidente de la Asociación de Talleres de Madrid (Asetra), el director de Motortec Automechanika Ibérica, **Raúl Calleja**, y **Rafael Gómez Smith**, director Técnico de Talleres de Mutua Madrileña. En chicas **Sonia López**, en 41 minutos y 14 segundos, miembro de la expedición de **Mann+Hummel**.

El lema era "*automovilistas y talleres responsables*" que fue relatado por **José Manuel Díaz**, comentarista de la Premier League en TVE hasta hace unos meses, quien, desde megafonía, recordaba periódicamente los consejos de mantenimiento responsable redactados por ASETRA, una parte importante de la campaña de comunicación puesta en marcha por ASETRA en este año de Año de la Seguridad Vial.

El último, el más meritorio, cruzó la meta cuando en el cronómetro ponía 01:28'31".

Muchos grupos de corredores organizados sectoriales. Los de algunas de las empresas patrocinadoras, como Robert Bosch, (casi el 10% de los inscritos), O Mutua Madrileña, Mann Hummel, Valeo, Philips, Sigaus, Signus, Eurotaller, Repanet.... También lo hizo Miguel Ángel Cuerno, presidente de la patronal de los distribuidores de recambio, Ancera.

Y se produjo la difusión del "Corre al Taller. Cuida tu Coche. Cuida de ti" en los telediarios de Telemadrid y Cuatro en sus diferentes emisiones se hicieron eco de la Carrera Corre al Taller ayer. Ramón Marcos, explicó a reporteros de ambas cadenas televisivas los objetivos de la campaña de comunicación que, desde ASETRA, están llevando a cabo para mentalizar a los usuarios madrileños de la conveniencia de acudir al taller.

La Carrera Popular Corre al taller y la iniciativa Semana de la Posventa fueron protagonistas en diferentes programas de radio y en la prensa escrita. Representantes de ASETRA han hablado de todo ello con medios informativos como Onda Madrid, Onda Cero, Gestiona Motor, Punto Radio, La Razón, El Mundo, El País, PR Seguridad Vial, Autofácil, Telemadrid, etc. Hoy, una reseña del acontecimiento deportivo aparece en las grandes pantallas de televisión del Metro de Madrid.

La carrera es una iniciativa en favor de la Seguridad Vial, promovida por la Asociación de Talleres de Madrid (Asetra), Motortec-Ilfema y RBI, con el patrocinio de: **Mutua Madrileña** (patrocinador principal), **Bosch**, **Bosch Car Service**, **Bosal**, **Cepsa**, **Contitech**, **Eurotaller**, **Gt Motive**, **Hella**, **Kumho**, **Mann Hummel**, **Philips**, **Racc**, **Road House**, **Sachs Boge**, **Serca-Spg**, **Sigaus**, **Signus**, **Repanet-Standox** y **Valeo**.







**Respire tranquilo.**



**La diferencia entre respirar limpio o no, está en MANN-FILTER.**

Para **MANN-FILTER** consideramos que el filtro de habitáculo es el más importante porque, además de proteger su vehículo, cuida de sus ocupantes.

- **Por seguridad:** un filtro de habitáculo sucio puede provocar fallos en el sistema de climatización y el empañamiento de las lunas.
- **Por salud:** el filtro de habitáculo evita la entrada de polen y otras sustancias que provocan asma y alergías. No sustituirlo a tiempo puede favorecer además el crecimiento de hongos y moho en el circuito de climatización.
- **Por confort:** los filtros de habitáculo con carbón activo (tipo CUK) evitan no sólo la entrada de polvo, hollín y otras partículas sólidas, sino que además neutralizan los olores y gases nocivos.

Por su vehículo y por sus ocupantes cambie el filtro del habitáculo:  
**CADA 15.000 KM O UNA VEZ AL AÑO.**

**MANN  
FILTER**

**MANN-FILTER – Perfect parts. Perfect service.**

**MANN+HUMMEL IBÉRICA, S.A.**

Las firmas presentes acudieron para mostrar a los profesionales sus últimos desarrollos, soluciones, equipos, componentes, servicios y apoyos a disposición de la cadena de valor de la posventa.



SELECCIONAMOS LAS NOVEDADES DE LOS EXPOSITORES

# Mucho que contar



Varias novedades en el stand de **Air Fren**: culatas, placas y equipos de reparación para compresores, nuevos fuelles de cabina, fuelles de suspensión neumática y kits de reparación de cáliper.



**Alianza Internacional de Recambistas**, compuesta por los grupos de distribución **Agerauto** y **GECORUSA**, aprovecharon la cita madrileña para difundir la cohesión de dicha alianza, tras un año de andadura, y exponer productos de varios de sus proveedores.

**Autotecnic 2000**  
cumple 20 años este 2011 y en Motortec lo celebró por todo lo alto. En la página 29 encuentran los detalles.

Destacada presencia de **Berton** en *Motortec A.I.*: se pudo conocer el nuevo **Servicio de Asistencia Técnica Remota i.S.A.T.** que complementa al tradicional SAT de Berton, pero permite a sus técnicos interactuar con el cliente por muy lejos que estén éstos.

Mostraron también las TDU: **TDU\_Netbook**, soluciones al 100% de los problemas y gran capacidad de diagnóstico.

**TDU\_PDA**: opción más económica, misma cobertura y más portabilidad y **TDU\_for\_PC**: para los que prefieren utilizar su PC habitual como terminal.

También se mostraba el software de diagnóstico para motocicletas **Bertondata Bike**. Se presentaron dos nuevas fórmulas de adquisición de sus equipos que, se unen a la compra convencional: **Renting**: con la posibilidad de pagar los equipos adquiridos en ajustadas cuotas a 3, 4 o 5 años junto con las garantías que comportan este tipo de operaciones (seguros contra daños, etc.). Con una última cuota simbólica de 20 euros, el equipo pasa a ser propiedad del taller y **Tarifa plana**: pago de una cuota inicial de compra de la partida de hardware (interface y cableado) y en el pago mensual de una pequeña cantidad que representa el alquiler con opción a compra del software.

Como dinamización, expusieron las fotos de los 16 finalistas del concurso fotográfico **"Tu trabajo te recompensa"**, que se inició meses antes de la feria y que consistió en enviar fotos de los talleres clientes de la compañía mientras trabajaban con sus equipos de diagnóstico para mostrar el día a día de los talleres. Los visitantes que se pasaron por el stand de Berton votaron por la mejor fotografía y, una vez hecho el recuento de votos, el ganador fue **Talleres Daytona** de la localidad murciana de Los Dolores. El premio obtenido, un magnífico **TDU\_NetBook Berton**.





**Brembo**, de celebración. Además de mostrar sus productos (el sistema completo de frenos ampliado con pastillas, un programa completo de componentes hidráulicos, los kits de mantenimiento para frenos de tambor traseros que incluyen zapatas, cilindros, sistemas de recuperación automática, muelles y lubricante -incluso premontados- discos pintados en gris o negro para vehículos de lujo, el disco autoventilado para vehículo industrial **Star Pillar**) y servicios (el nuevo programa de formación multimedia **"Brems Brake System Academy"** y su nuevo catálogo integrado **"Friction products"**) junto al reflejo del acuerdo de distribución alcanzado con **TMD** para las marcas **Textar** y **Mintex**, se organizó una multitudinaria recepción para celebrar los **50 años** de la firma.



**Continental**, con un stand muy activo y repleto de innovaciones: el equipo de diagnóstico multimarca **ContiSys OBD & Scan** de la marca **VDO**, las nuevas pastilla **Ate Ceramic** (ganadoras del premio a la contribución al medio ambiente de la Galería de innovación) y el perfil de la red de talleres "expertos en tacógrafos" **DTCO+** y los **Centros de Frenos ATE**.



En su décimo año como empresa, y su primera participación en **Motortec A.I., CRO (Central del Recambio Original)** pretendía darse a conocer más en el resto de España (ya que el 80% de su facturación se sitúa en Catalunya). La compañía factura un 60% a talleres multimarca y un 40% a distribuidores y mayoristas.



**DAVASA**, los miembros de **CGA**, estuvieron presentes en la feria para mostrar las últimas novedades en equipamiento para el taller y la más amplia gama de productos de mano de las marcas líderes: **Bosch, Blaupunkt, Brembo, Continental, Luk, Motul, Parrot, Shell** o **Valeo**, pero tuvo especial relevancia la celebración de su **cuarenta aniversario**.



Presentación en el stand de **Delphi** en la que la firma de origen estadounidense confirmó su apuesta por el mercado posventa español: con su nuevo **equipo de diagnóstico con base PC convertible**, una **ampliación de su cartera de productos**, con varias acciones de marketing, y con la puesta en marcha de un centro de formación y con el impulso de su **red de talleres Delphi Service Centre**.



**Denso Aftermarket Ibérica** aprovechó la feria madrileña para presentarse en sociedad, acudiendo el vicepresidente de la unidad posventa en Europa, **Claude Verhegge**; su máximo responsable en España y Portugal es **Miguel Portolés**, y su director de marketing, **Pablo Rodríguez**, nos su explicó que, con la puesta en marcha de esta unidad, que cuida los productos de una manera muy especial (nos mostraba los embalajes para los radiadores, estudiados al detalle para proteger el producto, como uno de los muchos valores añadidos) la compañía quiere estar más cerca del cliente español. En una primera fase comercializará productos de climatización, sistemas térmicos y térmico motor.

La división **Dynamic** de **Brugarolas, SA**, que el año pasado celebró su 125 aniversario, presentaba los productos **Dyno-Tab**, marca registrada de los americanos Chemplex Automotive Group de la cual son distribuidores en España. El **Dyno-Tab One** es un aditivo en formato de pastillas, tanto para gasolina como diesel que incrementa el octanaje y reduce las emisiones. El **Dyno-Tab Plus** también en formato de pastillas mantiene limpios los inyectores y las pastillas **Dyno-Tab limpia parabrisas** proporcionan (disueltas en el líquido del depósito destinado a tal fin) proporcionan un alto poder de limpieza.



El stand de **Diavia**, donde también se celebraba su 25 aniversario, tuvieron protagonismo la estación de reciclaje y carga **Robinair AC1234YF** y el sistema de carga de aceite al vacío **041260M** ya compatible con el nuevo refrigerante R1234yf y que cuenta con un sistema patentado que permite que el refrigerante aspirado por la bomba de vacío también sea recuperado.



**FAE** presentaba las nuevas líneas de producto lanzadas este año: los componentes de sistemas de gestión electrónica, que obtuvieron una gran acogida en su contacto directo con los clientes.



Las patronales (**ANCERA, CETRAA, ASETRA/CONENA, ASBOC**), presentes en la feria para dar a conocer sus actividades a favor de los profesionales. **Automechanika Worldwide**, también dispuso de su espacio en el que mostrar su potencia expositiva internacional (no en balde **Motortec** lleva sus "apellidos": **Automechanika Ibérica**....).



El stand central de **febi bilstein**, la compañía fabricante de origen alemán con sede en Zaragoza, disponía de un espacio mayor que en la anterior edición, con una puesta en escena a tono con lo visto en Frankfurt, bajo el conocido lema central "Soluciones made in Germany". En una planificada estrategia de comunicación y marketing, la presencia de marca de la compañía se emplazaba en una zona de paso entre dos de los pabellones más visitados y se "paseaba" profusamente por la feria mediante las bolsas con el vistoso anagrama blanco y rojo entregadas por las azafatas a los profesionales que se acercaban al stand, y se transmitían, de forma estructurada y eficaz, las ideas y soluciones de la compañía para sus clientes (su distribución selectiva) y el usuario final del producto (el taller).

La zona interior se planteó en dos espacios diferenciados, para sus *divisiones de turismo y vehículo industrial*, más una zona, visible a pie de entrada, en la que se exponían otros productos, como los **febi ProKit** (todas las piezas de una reparación con una sola referencia febi), para el que han previsto un **nuevo catálogo** que incluye las ya disponibles referencias en dirección y suspensión, junto a más de 900 recientemente incorporadas, que corresponden a las nuevas líneas de producto; productos caucho metal para trenes de rodaje, accesorios para árbol de cardán, y cojinetes de motor y cajas de cambios; también disponen de su programa **febi Plus**, las piezas de calidad original (las "cautivas"). Durante toda la feria, sus tres técnicos expusieron los proyectos y nove-

dades de ambas divisiones a los numerosos visitantes, como el **nuevo catálogo para vehículo comercial ligero** con 900 nuevas referencias, y un **nuevo catálogo de vehículo industrial**, con unas 500 nuevas referencias, o el **catálogo general 2011 en CD ROM**.

También se emplazó una zona específica en el stand, con vídeos explicativos, destinada al comprobador del juego de articulaciones del vehículo, el **febi Tester**, de patente propia y producto finalista en la *Galería de Innovación*, cuyas explicaciones y demos (disponiendo de una zona situada en el pabellón 10, con un vehículo en el que se hallaba instalado el equipo para verlo actuar de forma práctica) estaban a cargo de las dos coordinadoras de taller, que interactuaban con los profesionales de la reparación dándoles a conocer la gama completa de productos y servicios de la compañía y haciéndoles participar en un juego sencillo, en un soporte tipo "tablet", en el que los profesionales debían relacionar elementos mecánicos con la zona adecuada del vehículo, a cambio de un obsequio, un camioncito de material "anti stress". Fruto de esa interacción, la compañía extrae, ampliación de base de datos aparte, las necesidades reales de los reparadores y plantea nuevas estrategias o incorporación de nuevos productos.

...Y ningún signo externo que evidenciara la reciente adquisición, acordada por las cúpulas alemanas a principios de año, de **ADL Blue Print**, aunque sus responsables españoles acudieran a la feria, y se pasaran por el stand de sus nuevos aliados...

# ContiSys

El sistema de diagnóstico multimarca.

Ágil, rápido, completo.

ContiSys OBD



ContiSys Scan



Con la confianza del proveedor líder en primer equipo.



www.vdo.es

VDO - A Trademark of the Continental Corporation

Continental Automotive Spain S.A.

C/Sepúlveda 11, 28108 Alcobendas (Madrid) | Tfn: 91 657 21 21 | E-mail: info@vdo.es

**VDO**

**especial**  
**mórtotec**  
**automechanika**  
**IBÉRICA**



**Fersa** planteaba su presencia en la feria 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 TI-, estando ya activo su centro productivo con 100% capital propio en **China, Jiaxing**, 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; se organizaron encuentros con los distribuidores y realizando seminarios técnicos para los profesionales.



**Filtros Cartés**, dispusieron de un stand en el que mostraron las novedades de las más de 80 marcas (las de los fabricantes que confían su distribución a este especialista europeo de filtración -incluso de filtros de cabinas de pintura- y las propias como **Step Filters**); así mismo, en uno de los box de formación se ofrecían dos conferencias sobre filtros de pequeña maquinaria hasta alto rendimiento, y sobre filtración en general y filtración en cabinas de pintura.



El acuerdo con **Japanparts** era uno de los principales argumentos de **Frig Air** en la feria: supone el soporte logístico y comercial para la distribución de los productos asiáticos, para lo cual cuenta con un almacén situado en Alcalá de Henares-Madrid. La firma está disfrutando ya de resultados positivos respecto a 2010, gracias a este acuerdo y a la incorporación de los productos especializados en vehículo industrial (incluyendo panales).



La compañía especializada en estudios de la posventa **Gipa** se planteaba la feria como un punto de encuentro entre clientes y conocidos.



**Grovisa** volvía a la feria como plataforma de presentación de sus novedades: **nuevas correas y tensores Hutchinson, discos con revestimiento anticorrosivo de Pagid, tubos de escape y caudímetros Eberspächer, kits con bomba de agua Hepu, baterías Moll, filtros Hengst, amortiguadores de portón Stabilus y viscosos, electroventiladores y lámparas Beru**. La compañía cuenta con una herramienta de comercio electrónico (**grovisa.net**), pero sigue intensificando su estrategia de acercarse al cliente, con lo que ha abierto una delegación en Málaga, estando **prevista la apertura en Valencia**. Con el fin de gratificar la fidelidad de sus muchos clientes, **han renovado su catálogo de puntos** con regalos de excelente calidad.

**Gt Motive** tuvo un estupendo regalo por su 40 aniversario: triunfó con el **Gt GO!** en los premios de la Galería de Innovación; el equipo al completo no podía estar más satisfecho. Es una aplicación informática sencilla, ideal para talleres pequeños y medianos, que informa al cliente final sobre los costes de las operaciones de reparación y mantenimiento.



**Hella** se presentaba con dos stands con novedades junto con el **faro LED** para el Audi A8, la gama de climatización **Behr Hella Service** o las nuevas baterías **AGM**, divulgó la "**Temporada Clima 2011**" y, en una zona independiente presentaba el equipo de diagnóstico **Mega Macs 66** de **Hella Gutmann Solutions**.





Los fabricantes de frenos **ICER** acudían a la feria para mostrar sus productos a los profesionales, cosechando multitud de visitas.



**Impormovil** acudía a la feria para dar a conocer los cambios que, desde hace dos años, ha ido experimentando la compañía en los que se ha reforzado la línea de **pinturas** (distribuyendo Sonne) la de **neumáticos** y la de **productos para vehículos asiáticos** (en el que se ha cuadruplicado el stock). El conocido **distribuidor exclusivo de los limpiaparabrisas Trico** (de que destaca la gama Exact Fit) ha lanzado **3 catálogos on-line** (neumáticos, cristalería y carrocería, al que más adelante se le unirá el de mecánica) en los que, de forma sencilla, el distribuidor y taller pueden ver el stock en vivo, pudiéndose presupuestar conociendo de antemano los márgenes obtenidos debido a la numerosa información que se maneja. La compañía celebraba, además, su **Convención de Talleres AutoFit**.



**Iada** presentaba su nueva gama de **Productos de Limpieza** destinados al profesional (un desengrasante de maquinaria pesada, un gel de Manos Concentrado y jabón de manos con micropartículas) y su actualizada **gama de Sprays** destinados a mantener y limpiar cualquier tipo componente.



Los turcos **Inci Akü** mostraban las baterías de su marca **Eas** (llevan 25 años como productores con más de 4 millones de unidades al año, pero con la nueva factoría que se está construyendo -100.000m<sup>2</sup> - se llegará a los 7 millones de capacidad); pretenden desarrollar la distribución de su producto en el mercado español, apoyándose en un almacén de logística externalizado (en Barcelona). Sus productos contemplan las baterías de tracción, industriales, de arranque y start-stop, además de presentar la **Nano Gold**, una batería con garantía de 3 años.



**Istobal** se presentaba con diversos productos: los **nuevos puentes de lavado M'Nex** con control de velocidad y posición, configurador de programas, alta presión mayor anchura de lavado, o fotocélulas de nueva generación, los centros de lavado **n'joywash Premium** con alta y baja presión sin cambiar de lanza y terminales de pago, y el premiado en la Galería de Innovación, el sistema de fijación de cepillos **Link-it**.



El stand de **Launch Ibérica** y **Grupo Circuit** estuvo muy concurrido durante toda la feria. No era para menos si tenemos en cuenta las numerosas novedades expuestas: el equipo de diagnóstico **X-431 Solo**, la impresora para el **X-431 Diagon**, el equipo de diagnóstico para OBD y evolución del Creader V, **Creader VI**, el alineador de direcciones **X-631 Kit**, la equilibradora de neumáticos **KWB503**, un **nuevo gato eléctrico**, un **medidor de presiones digital** o el **último cargador y comprobador de baterías de hasta 400 amperios**. Para el taller de **chapa y pintura** presentó dos primicias, un **brazo** y un **plano aspirante**.



**Mercedes-Benz**, "sólo ante el peligro", como representante de la posventa de los constructores.



Como ya viene siendo habitual, durante la feria **Mann+Hummel Ibérica** convocaba una rueda de prensa en la que todo el equipo desplazado, comandado por su director general **Stephen Schneider**, daban a conocer la situación de la compañía, que fabrica más de 500 millones de filtros en su planta española, con 700 empleados, sus perspectivas y las líneas maestras de su stand.

Schneider habló de un **2010** en el que se recuperó la situación positiva, con una nueva directiva y un plan de negocios que llega a 2018, presentando unos crecimientos sólidos y rentables y con la apertura de nuevos campos de negocio: la unidad de filtración de agua. En cuanto a los **recambios**, se daban a conocer unos resultados positivos 2010, con **115 millones de euros de facturación en nuestro país**, esperándose que este año se siga creciendo a partir de mejoras en la cadena de suministro.

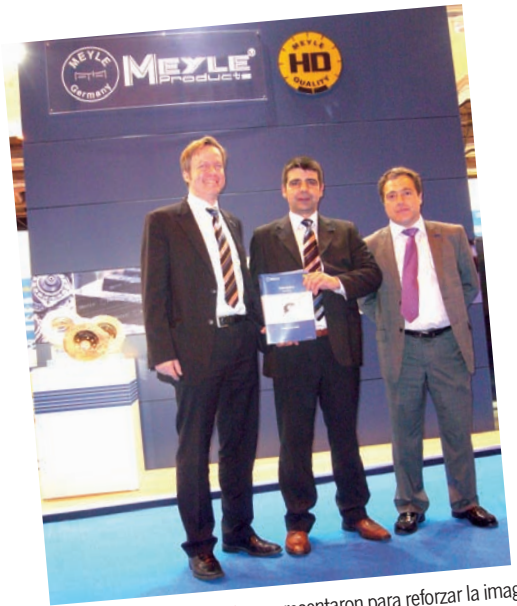
**Jorge Sala**, director comercial, incidía en esta visión, presentando el filtro como un producto interesante para la posventa, por su alta rotación, y fácil gestión (basada en la previsibilidad), hablando de un crecimiento sano en toda España con una tendencia de 2011 esperada.

Respecto al stand, se hablaba de una inversión "a lo Mann", cercano y en apoyo del sector del recambio, del taller y de la FP (participando, además de el I carrera de la Posventa - con buenas posiciones del numeroso equipo desplazado para ello en las clasificaciones finales, venciendo en categoría femenina- en una **Gymkana** junto con otra firma estudiada para que los futuros profesionales acudieran a informarse, obsequiándoles por ello, aparte de disponer de su zona de ocio, con unas canastas en las que los visitantes podían practicar la puntería). Sala entendía la feria como un punto ineludible para presentar la imagen de una compañía que apuesta por la calidad de OE en toda la gama y todas las referencias, siempre en movimiento.

El stand mostraba **cuatro bancos con filtros Mann y de otros competidores** en los que demostrar las diferencias en cuanto a calidad de todos ellos, poniendo también énfasis en la **gama asiática**, la zona de **vehículo industrial** que se está potenciando con buenos resultados, la **fábrica de Zaragoza** y la **línea industrial**.

Así mismo, **Javier Bellmunt**, responsable de marketing, presentaba la nueva creatividad para los anuncios de la compañía, en la que los personajes que aparecen son de la compañía.

En cuanto a nuevos productos: los **filtros de Urea para sistemas SCR**, el **nuevo filtro acústico**, y el **filtro de habitáculo Freccious Plus**, que consiguió el premio en la Galería de Innovación.



**Wulf Gaertner-Meyle** se presentaron para reforzar la imagen de la marca, en España de la mano de **Meycar**, con una excelente acogida por su gran calidad (mejorada en los productos HD), incluso en el segmento de mercado que exige precio. Meycar pretende ampliar sus zonas de influencia selectiva con total paratenariado. Su nivel de ventas está consolidado, esperando crecimiento para 2011. La estrella del stand fue el **disco PD** y el nuevo catálogo (sujetado por **Alberto Castro** en la imagen flanqueado a su derecha por **Lars Peters**, director de posventa europeo y, a su izquierda, por **Juan Miguel Soriano**).



**Pedro Sanz**, miembro de **CGA**, también presente en Motortec A.I.



**Jaume Domínguez**, de **PSH** nos comentaba su acuerdo con **DMV** para la distribución en exclusiva de los **bancos de pruebas JVT One** para Europa, Sudáfrica; aparte, siguen creciendo en referencias de alternadores.





**Sacorauto**, miembro de **CGA** repartía un folleto con su nueva imagen, anunciando la creación de una **red de talleres propia, Sacorauto Service**, aunque aún no se halla perfilada por completo.



**Schaeffler (LuK, INA, Fag)** realizó un importante esfuerzo de comunicación en la feria en el stand, diversas zonas como la **Innovation Drive, Technology Live**, la apuesta por la formación que estuvo muy concurrida, la colaboración con Mann+Hummel por la **Gymkama** para la FP, y los nuevos desarrollos como el **embrague PSG**, un nuevo **embrague autoajustable PAC** o el sistema **Uni Air** que fue premiado en la Galería de Innovación.



**SIGAUS** informó a los talleres sobre la posibilidad de participar en el Programa **"Taller Colaborador"**, que otorga un distintivo a aquellos talleres que realizan operaciones de cambio de aceite y que acreditan el cumplimiento de la normativa respecto a la gestión del aceite usado. Más de 1.200 talleres de todo tipo y ubicados por todo el territorio nacional ya forman parte del Programa.



**TAB Starter Spain** presentó como novedades en la feria la gama **NANO**, la gama **OCEAN**, diseñada para grandes prestaciones en náutica y la nueva imagen y ampliación de referencias en **MOTO** que, fueron acogidas todas ellas con gran interés, tanto por clientes como por los nuevos contactos.

it's a **child's** play

**FRIGAIR**

Together, for more than 15 years, we control motor vehicle temperatures  
Now available even for Trucks!



**Grupo Serca Automoción** volvía a la feria para realizar una presentación de su potencial para el cliente de sus socios (el programa **Professional Plus** -con 157 talleres en activo-, reforzar la imagen de la **red SPG** -disponían de un "taller" en su stand-, o el apartado de **maquinaria**). El grupo sigue creciendo a partir del crecimiento de sus socios y la incorporación de nuevos miembros (tienen 42 solicitudes para ello y en 2010 crecieron un 13,86%) y productos (el **neumático**, tras su acuerdo con ha doblado la cifra en un año). Así mismo, se estuvieron planteando acuerdos internacionales con el grupo **S'Energy** de Francia -con un volumen similar al de Serca en España- lo que pasaría a ser **Serca Francia**, iniciando contactos con compañías sudamericanas.

Durante toda la feria se proponía a los talleres visitantes entrar en un **sorteo de 2 televisores Samsung de 30"** dejando los datos y el nombre del proveedor socio del Grupo.



Con nuevos equipos, **Talleres Electro Auto** se presentaba en la feria potenciando así mismo su red de talleres.



El stand de **Texa Ibérica Diagnosis** estuvo repleto por sus muchas novedades: la **gama Konfort Serie 700** de estaciones de carga y mantenimiento del sistema de aire acondicionado, el **software de diagnosis IDC 4** o las herramientas para la lectura de averías del vehículo **OBD Log**, **OBD Matrix** y **OBD Log Bluetooth**. Tampoco faltaron equipos de diagnosis tan conocidos y populares como la familia Axone (Pad, Direct, etc.) y Navigator o los analizadores de gases y opacímetros Gasbox Autopower y Opabox Autopower.



**TNU** estuvo presente con su exposición "**Recicla y Sonríe**", formada por paneles interactivos, con la que se pretendió difundir la importancia que tiene el reciclaje de neumáticos fuera de uso, ya que si no se gestionan correctamente, tardarían más de 1.000 años en desaparecer de la naturaleza. También se entregaron los premios del **1er concurso fotográfico "El neumático en positivo"** que tuvo una gran participación, con casi 1.000 obras presentadas.



**Yuasa** estuvo presente con su renovada gama de automoción con las gamas **Professional**, **Supreme**, **Cargo**, **Cargo SHD**, **Marine**, **Caravana** y **AGM especial** para vehículos con tecnología **Stop and Start** y, como novedad, la **gama de baterías de moto** compuesta por más de 80 diferentes referencias, con 4 líneas diferentes que van desde baterías de última generación con tecnología **AGM** y selladas 100% hasta convencionales de 6v.



# 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.*



[www.meyle.com](http://www.meyle.com)

Sencillamente dura más.

PROGRAMA PARALELO DE  
FORMACIÓN,  
INFORMACIÓN,  
JORNADAS TÉCNICAS,  
Y PREMIOS

especial  
**mórtotec**  
**automechanika**  
IBÉRICA

# Exhaustivo



Boxes de formación, espacios específicos en los stands, y eventos por doquier para dotar a la feria de un contenido extra interesante para el profesional de la posventa.

Como programa alternativo, más de 140 actividades entre multitud de *demos* en los stands y en los boxes de formación (situados en el pabellón 6) junto a distintas salas del recinto ferial.

## **SIGNUS: datos, valorización y mesa redonda con los talleres**

SIGNUS celebró su **IV Reunión con Productores Adheridos**, en la que se trataron diferentes aspectos sobre la actividad que desarrolla la Entidad. **Jesús M<sup>a</sup> Núñez Ímaz**, director general, presentó los datos oficiales de la gestión de los neumáticos fuera de uso durante el año 2010: en ese ejercicio, SIGNUS recogió 195.480 toneladas de neumáticos usados en la totalidad de los puntos de generación de España que lo solicitaron, contando con más de 32.000 puntos de generación registrados en el Sistema. Como en años anteriores y debido al fraude derivado de la puesta en el mercado no declarada, SIGNUS recogió cerca de 13.000 toneladas más de lo que está obligado por ley, lo que supone un 7%. Continuando su apuesta por la innovación incrementó su inversión en proyectos de I+D a través de diversas colaboraciones con entidades públicas y privadas de reconocido prestigio para garantizar el futuro sostenible de la valorización de los NFU con el menor coste para el usuario final.

**Román Martín Antón**, director de relaciones institucionales, explicó cómo ha sido la elaboración del *Plan Empresarial de Prevención* que exige el Real Decreto 1619/2005 a todos los productores de neumáticos con el objetivo de identificar los mecanismos aplicables para alargar la vida útil de los neumáticos y facilitar su reutilización, el reciclado y otras formas de valorización de los neumáticos fue-

ra de uso, incorporando medidas de prevención a lo largo de todas las fases de vida del neumático: diseño, producción, distribución, consumo y uso. Por último se celebró una *mesa redonda* con la participación de representantes de las principales asociaciones de talleres de España, con las que la entidad tiene acuerdos de colaboración: CONEPA, CETRAA y GANVAM debatiéndose sobre el fraude que comenten algunos productores de neumáticos que eluden su responsabilidad de garantizar la correcta gestión de los neumáticos que ponen por primera vez a la venta en España y sobre las medidas y actuaciones que se están desarrollando o se pretenden llevar a cabo por la Entidad Gestora y por las diferentes asociaciones participantes.

## **III Convención Ibérica de la Reparación del Automóvil: CETRAA y ANECRA**

Presidida por **Francesc Faura**, presidente de CETRAA y **José Verissimo**, miembro del Comité ejecutivo de ANECRA, la jornada se desarrollaba en la Sala Retiro del recinto ferial, llevando la moderación de las mesas **Jorge Neves**, secretario general de ANECRA. En una primera parte, dedicada al *análisis de la situación de la posventa en el territorio ibérico*, se contó con las intervenciones de **Antonio Atiénzar**, miembro de la asociación de Albacete, **Guillermo de Llera** de Gipa y **Joao Patricio** de ANECRA, hablando de la situación de la posventa y comparando el parque portugués y español parecido proporcionalmente en función del número de habitantes (el de nuestros vecinos lusos algo más antiguo y con motorizaciones distintas). El segundo tema a tratar fue el de la *formación profesio-*

*nal*, interviniendo **Ángel Asensio**, de la asociación de Alicante, que resaltaba la poca actualización de los equipos y programas formativos de la FP española, además de un representante de CEPRA quien comentaba su sistema de FP, con una buena conexión con las empresas para la realización de prácticas. El *CE 461/2010 y su aplicación en la posventa* fue el siguiente tema; para hablar de la realidad actual, las perspectivas, los objetivos, el aseguramiento de la información técnica y medios de diagnóstico a la posventa independiente así como la asistencia a los automóviles por los talleres independientes como garantía de marca participaron **Armando Higuera**, secretario general de CETRAA, quien comentaba las directrices a aplicar y la necesidad de los talleres de seleccionar su especialización; **Athyde Tavares**, abogado de ANECRA recordó, ante determinadas cuestiones planteadas, los derechos que los talleres deben ejercer y la especialización del taller como medio para alcanzar mayor competitividad; **Rafael Coloma**, miembro de la comisión nacional de Competencia en España, que aclaraba el alcance del rechazo de una garantía si un taller intervenía en el mantenimiento o reparación, poniendo como ejemplo alguna demanda desestimada al respecto (ANCERA vs. Nissan); lo defendido por la entidad (coincidente con la visión de CETRAA sobre el asunto) supone que el taller que intervenga en alguna reparación debe explicar completamente los procedimientos, siguiendo los protocolos de los talleres oficiales, y clarificó que los talleres independientes pueden sellar el libro de mantenimiento (propiedad del titular del vehículo) siempre que se haga constar que es un miembro del canal independiente, ya que, caso de no ser así se podría incurrir en una infrac-



Los boxes de formación, Empleados por diversas compañías, entidades, asociaciones, para dar a conocer aspectos técnicos innovativos en los productos, novedades normativas, procedimientos de reparación, y un largo etc. de temas.



# 20 años de éxitos

**Autotecnic 2000**  
años

**Autotecnic 2000** ya ha recorrido 20 años de trayecto; un viaje por el mundo de las Nuevas Tecnologías, cuyo destino siempre ha sido poner a disposición del taller todos los recursos necesarios para alcanzar la **especialización en Técnicas de Diagnóstico Avanzado**.

Su innovador y exclusivo programa de Formación Técnica, acompañado de un Servicio de Asistencia a la Reparación totalmente profesional, ha permitido que en estos **20 años**, miles de talleres hayan podido adquirir la capacitación y el apoyo necesario para consolidarse como auténticos especialistas en Diagnóstico y resolución de averías.

Siempre atentos a las nuevas tendencias y a los cambios que el avance de la Tecnología ha supuesto en la forma de trabajar para el taller, **Autotecnic 2000** no ha dejado de apostar por la innovación, adaptando sus estrategias a las necesidades emergentes para ofrecer los programas formativos más avanzados y efectivos del sector.

Decenas de empresas de la distribución han confiado en Autotecnic para ofrecer a sus clientes, el valor añadido que supone contratar sus servicios y ponerlos a disposición del taller en forma de campañas comerciales y de fidelización. Sin duda, una forma muy efectiva de facilitar el acceso a los talleres a estrategias de capacitación avaladas por el Centro de Formación líder en España.

Según palabras de su Director General, **Francesc Creus**: "nuestro principal objetivo no es otro que conseguir que el taller que se sube a nuestro tren, alcance con nuestros cursos y en tiempo record el nivel necesario para acceder a todo tipo de reparaciones, contando con todo el apoyo de nuestro **Servicio de Asistencia a la Reparación**; para ello, contamos con los medios más avanzados y el equipo humano más capacitado en el ámbito de la Formación Técnica Especializada. Paralelamente, nos centramos en estudiar las necesidades de las tiendas distribuidoras de recambio que nos contratan, para diseñar trajes a medida que encajen perfectamente en sus necesidades de establecer vínculos sólidos y estrechos con sus clientes, garantizando el máximo nivel de satisfacción de los talleres suscritos a nuestros **Planes de Especialización en Diagnóstico**".

La prueba del "buen sabor de boca" que esta empresa está dejando entre sus clientes y colaboradores, son los cientos de mensajes y dedicatorias que en su muro del stand en Motortec dejaron a su paso por la Feria; una propuesta simpática que no pasó desapercibida para los amigos de **Autotecnic 2000**.

Ahora a por 20 más... ¡felicidades Autotecnic!



**Autotecnic 2000**

**Autotecnic 2000**

C/ Segre 57-59 Local 2 – 08030 BARCELONA

Tel. 902 19 54 24 – Fax 93 274 40 98 – [www.autotecnic2000.com](http://www.autotecnic2000.com) – [autotecnic@autotecnic2000.com](mailto:autotecnic@autotecnic2000.com)



Las demos, estrellas en determinados stands y en espacios creados específicamente para mostrar en activo los productos.



GT Motive, junto con la feria organizó la Jornada El Futuro del Taller y el Taller del Futuro, con diversos ponentes.



## “El Futuro del Taller y el Taller del Futuro” según GT Motive

GT Motive organizó, junto con la feria, una jornada técnica en la que seis ponentes presentaron al auditorio convocado en la Sala Retiro distintas temáticas: el representante de **Robert Bosch** en el evento habló sobre el presente y futuro de la tecnología en el automóvil, **Autotecnic 2000** comentaba distintos aspectos existentes en la diagnosis a distancia, y las ayudas remotas a la reparación. **Texa Ibérica** explicaba las nuevas tecnologías de diagnosis a bordo existentes en los nuevos modelos del mercado, útiles a la hora de que se reconozcan determinados tipos de avería. **SPX Ibérica** comunicaba los nuevos desafíos en equipamiento para el taller ante la llegada del vehículo eléctrico, **Spies Hecker** dio una pincelada sobre la pintura del los coches del mañana, y **GT Motive** dio a conocer las soluciones informáticas que sirven de apoyo al taller en localización de piezas, gestión de pedidos y mantenimientos etc.

## ASETRA

La asociación de talleres madrileña hizo un considerable esfuerzo en materia de formación durante el certamen, con la organización de trece sesiones formativas que fueron desde temas técnicos (como la reparación de motocicletas) hasta las nuevas herramientas ligadas a las tecnologías de la información (mensajes SMS o posicionamiento en buscadores para las páginas webs de los talleres), pasando por temas de intensa actualidad como el Plan Renove de Neumáticos, el abandono de vehículos en el taller, de organización empresarial (entrenamiento de los equipos de trabajo por el jefe de taller o la economía social en el taller) o gestión de residuos.

La jornada “estrella” fue, no obstante, la dedicada a la normativa sobre gases fluorados en el sector de la reparación y el mantenimiento de vehículos, donde se contó con la presencia de **Alberto Moral**, técnico de la Subdirección de Calidad del Aire del Ministerio de Medio Ambiente, Rural y Marino. Así mismo, las representantes de los departamentos de Medio Ambiente y Formación de ASETRA informaron en el mismo acto sobre el anuncio de que en la Comunidad Autónoma de Madrid será la Dirección General de Industria el organismo competente para expedir los certificados profesionales y para acreditar los centros de formación que harán posible el cumplimiento del **Real Decreto 795/2010**. La Vicepresidencia y Portavocía de la Comunidad de Madrid informó a ASETRA de ello tan sólo dos días antes de la celebración de la jornada.

En total, algo más de cien profesionales participaron en las jornadas de ASETRA durante los tres primeros días del certamen.

Dos de los tres vehículos de su Departamento de Promoción, rotulados con el anagrama de ASETRA, “ayudaron” a llegar al stand a los profesionales del taller desde sus ubicaciones en los pabellones 8 y 10.

De sus acciones de formación, la “estrella” fue la dedicada a profundizar en la normativa sobre gases fluorados en el sector de la reparación y el mantenimiento de vehículos, donde se contó con un técnico de la Subdirección de Calidad del Aire del Ministerio de Medio Ambiente, Rural y Marino.



ción de la competencia. **Cristina Camacho**, miembro de la autoridad de Competencia en Portugal recordó algunos aspectos de las directrices, resaltando que no habían sido apenas consultados respecto a posibles infracciones. **François Passaga**, de Gipa ofreció una serie de datos (antigüedad del parque, en crecimiento) sobre los que se basaba para resaltar las oportunidades que se les abren a los talleres.

## I Conferencia Nacional de bienes de equipo para automoción

Organizado por **AFIBA** la Asociación de Fabricantes, Distribuidores e Importadores de Bienes de Equipo para la Automoción, el encuentro, celebrado 31 de marzo en la sala N101, trató de las últimas novedades en cuanto a los nuevos sistemas de pre-ITV, a partir de la intervención de profesionales como **Fernando Casado**, jefe de Área de VTEQ, quien aludía a la colaboración entre entidades similares a nivel internacional con diferentes visiones del sistema de inspección, trabajado por AFIBA dentro de la Asociación Europea de Equipamiento para Taller (Egea), que sigue directrices de la Dirección General de Movilidad Europea. Entre los proyectos para inspección vehicular que valora la Comisión Europea, con el asesoramiento de EGEA están la estandarización de datos a nivel europeo, la inclusión de dispositivos de diagnosis electrónica en el vehículo, así como de nuevos sistemas avanzados de ITV. **Juan Maties**, consejero delegado de Dekra,

# 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

## APTA:

### en activo por el sector del accesorio y Tuning

El pasado 14 de enero entro en vigor el Real Decreto 866/2010 por el que se regulaba la tramitación de las reformas de vehículos. Reformas que, anteriormente eran una simple diligencia administrativa y con la nueva normativa exigían "Informe de Conformidad" 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. Reformas que no se consideraban "reformas de importancia" y por lo tanto no necesitaban ser legalizadas en la ITV, se consideraban "reforma del vehículo", lo que obligaba a su legalización y correspondiente apunte por parte de la estación ITV en la ficha técnica del vehículo. Ante la gravedad del asunto se constituyó el Comité Ejecutivo de la **Asociación de Profesionales de Tuning y Accesorios (APTA)** formado por ocho empresas, cada una de las cuales representa un sector concreto, presidiendo 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** (AEICAM), **Jaime González** (MLIN TUNING), **Enrique de la Vega** (JEREZAUTO), **Alejandro Fontova** (PLUS POWER) y **Ricardo Arrondo** (NTDD).

Durante la celebración de Motortec A.I. tuvo lugar una reunión informativa en la que se daba a conocer la situación, que finalmente se resolvía en parte el pasado 4 Abril, tras una reunión de la asociación con el Ministerio de Industria, que tuvo como resultado el estar reconocidos como interlocutores en estos temas, además de conseguir la publicación la Web del Ministerio de un 60% de cambios sobre el RD 866/2010 (acordes con lo solicitado por la asociación), además de conseguir que la retroactividad se redujera a la última ITV.



La recientemente creada APTA, en una mesa redonda informativa sobre la situación respecto al RD 866/2010, sobre las reformas de importancia en los vehículos, que ponía en peligro al sector de los accesorios, tuning, etc.

## Galería de Innovación 2011

Los miembros del jurado de la Galería de Innovación, encabezados por el presidente del Comité Organizador de Motortec Automechanika Ibérica, **José Antonio Jiménez Saceda** (director general de SERNAUTO), eligieron, de un elenco de 17 finalistas, los productos, según el jurado, más vanguardistas del sector de la posventa. Los galardones se entregaron en un acto celebrado el 1 de abril, en el que además de anunciar los ganadores se entregó el trofeo y diploma acreditativo del premio.

En total, se concedieron siete premios –dos de las categorías existentes quedaron desiertas- y correspondieron, en el apartado dedicado a *Carrocería y Pintura*, a la **Pistola 4500 Xtreme** de **Sagola**, de alta transferencia y rendimiento indicada para todas las nuevas pinturas de acabados en el repintado de automóvil. En el segmento de los *Componentes mecánicos* se premiaron el **INA UNIAIR**, el sistema electrohidráulico de accionamiento de válvulas por levas presentado por **Schaeffler Ibérica**, mientras que en la categoría de *Componentes eléctricos y electrónicos*, el galardón recayó en el **Faro 100% Led del Audi A8** de **Hella**, con funciones AFS (Adaptative Front Lighting System).

El cuarto apartado, el dedicado a los *Accesorios*, tuvo como vencedor al filtro de habitáculo **Frecious Filter**, de **Mann+Hummel Ibérica** y en el segmento dedicado a las *Estaciones de Servicio y Cuidado del Vehículo*, el premiado fue de **Istobal**, con su sistema de fijación de cepillos **Link-it**.

Por su parte, entre los *Equipos y Herramientas para Talleres*, el más competido y con más debate entre el jurado, el reconocimiento fue para el **BFH2000**, de **Aguado Automoción**, que realiza la diagnosis de los procesos de equilibrio del conjunto del neumático. En el segmento dedicado específicamente al *Equipamiento para diagnóstico del vehículo* se premió (generando alguna discrepancia en el resto de finalistas) el **OBD Matriz**, de **Texa Ibérica Diagnosis**, que localiza de forma automática las averías en carretera de todos los sistemas del vehículo.

Además de los galardones en cada categoría, el jurado reconocía de forma especial al producto que más contribuye con el *Medio Ambiente*, premiando las **Pastillas ATE Ceramic**, de **Continental Automotive Spain** que, reducen la generación de polvo de frenado, al tiempo que proporcionan mayor confort y reducen el desgaste.

Otro de los premios extraordinarios fue el *Premio profesional de la reparación*, que se atribuye a los productos más votados por el público profesional que visita la Feria. En esta categoría, el galardón recayó en el **GTGO!** el buscador de información para el taller desarrollado por **Gt Motive Einsa SAU**.

En la entrega de premios **Fermín Lucas**, director general de IFEMA reconocía "el esfuerzo innovador y creativo que realizan los diferentes colectivos empresariales".

Los premiados en la Galería de Innovación, junto con organizadores y jurados.



hablaba de la necesidad de actualización en materia de legislación debido a la evolución tecnológica (señalando la delantera de países como Alemania o Francia, que han incluido análisis de electrónica y seguridad. **Luis Rivas** y **Guillermo Rodríguez**, respectivamente secretario general y director técnico de Aeca-ITV mencionaron, por un lado el trabajo con el Ministerio de Industrial para elaborar manuales de procedimiento con nuevos elementos de análisis como electrónica o readaptación de elementos contaminantes (que se activará el 1 de enero de 2012); por otro lado, señalaron que la voluntad de la asociación es cooperar en la prevención, aunque necesitan que las instituciones manifiesten su obligatoriedad. Por último, **Antonio Muñoz**, experto en calidad y seguridad industrial y ex secretario general de Calidad y Seguridad Industrial del Ministerio de Industria, destacaba a la ITV como elemento fundamental para el mantenimiento y un servicio público necesario como garantía de seguridad, llamando la atención sobre el 20% de vehículos rechazados en una primera prueba; hablaba también de la necesidad de la participación sectorial para legislar y la implicación de las Comunidades Autónomas para consensuar temas en todo el territorio nacional.

### Más reuniones

No fueron las únicas reuniones que se dieron en el marco de Motortec A.I. Además, **ASCATRAVI** organizaba la *IX Jornada sobre temas de interés para los fabricantes de 2ª fase y transformación de vehículos industriales y comerciales*, se desarrolló también la Jornada del **Instituto de Empresa** sobre la *transformación de la comunicación y el marketing en ventas en el sector posventa*, **SERNAUTO** organizaba la *Jornada anual del observatorio Industrial del sector de fabricantes de equipos y componentes*, el **Consorcio del caucho** organizó una *Jornada sobre el neumático en la seguridad vial*, y **ESADE** organizó la *II Jornada de posventa del Club de Automoción*, junto a la de **ASANETWORK-B2B Automotive**, que trató del *vehículo listo, factura preparada, cliente informado y satisfecho*.



# motortec automechanika

IBÉRICA

Feria Internacional de Componentes, Equipos y Servicios para la Automoción

¡¡GRACIAS!!  
Por tu contribución al Éxito  
de la FIESTA del SECTOR  
¡ Nos vemos en 2013 !



Arranca tu motor de negocios

Con Licencia de:

[motortec-automechanika-iberica.com](http://motortec-automechanika-iberica.com)

messe frankfurt



IFEMA  
Feria de  
Madrid



## encuentros, opiniones

LOS VISITANTES PROFESIONALES EN LOS PASILLOS DE MOTORTEC A.I.

# Más valoraciones

Para complementar el reportaje, lo que los profesionales que se pasearon por la feria manifestaron al respecto de lo que vieron.

**1** ¿Qué le ha parecido esta edición de Motortec A.I. en términos de expositores, visitantes (nacionales e internacionales), acciones promocionales, oferta de formación, etc. comparándola con otras ediciones (2001, 2003, 2007 y 2009)? ¿Y comparándola con otras ferias (nacionales e internacionales)?

**2** ¿Considera cubiertas sus expectativas como visitante profesional?

**3** ¿Qué necesitaría aportarle Motortec A.I. para que su compañía se planteara una posible participación como expositor en la edición 2013?

**4** ¿Considera que el sector posventa español necesita una feria? ¿Por qué?

**AD PARTS- J. BOSCH, PRESIDENTE, L.TARRAGÓ, DIRECTOR GENERAL, J. BOSCH, AD BOSCH**

- 1- El envoltorio muy correcto. En expositores de recambios no mucha participación, desconocemos el nivel de satisfacción de los expusieron, habría que preguntarle a ellos. En cuanto a equipos de taller, la participación era mayor y que una parte de nuestras distribuidas estaban presentes, la valoración la podremos hacer dentro de unos días, comparando los resultados de ventas en este segmento del mismo periodo del pasado año. Nuestra percepción es de que el taller visitante fue más bien local, bastantes de Madrid y sus alrededores y muchos menos a medida que aumentaba la distancia. La comparación con las nacionales, lo desconocemos. La de Zaragoza por lo que cuentan los que asistieron fue bastante menos concurrida. Querer compararla con EquipAuto o Automechanika (si bien hay mucha diferencia de una con otra) es desconocer la realidad.
- 2- Nosotros, francamente, no teníamos ninguna expectativa que cubrir. Íbamos a pasar el día visitando los amigos que allí se habían desplazado o expuesto.
- 3- AD PARTS es un colectivo que cubre la totalidad de España, Portugal, las Islas y el territorio español en África. No tenemos plaza libre para aceptar otro socio. Por cuestiones estatutarias no podemos vender fuera de los territorios asignados. También somos bien conocidos por todos los proveedores y éstos ya nos visitan regularmente. ¿A nivel del colectivo de AD PARTS, qué retorno podemos conseguir con la participación al evento? Para AD PARTS el dispendio que no tiene retorno es mero gasto por lo cual, para nosotros, hoy, el asistir a una feria de esta índole no creemos que sea un buen modelo de gestión de negocio. Las circunstancias no son iguales para todos, por lo tanto cada uno es libre de tomar la decisión que crea mejor para sus intereses. Toda opción es respetable.
- 4- Seguramente para algunos será sí, para otros será no. Nuestra opinión cuenta poco dado que ya nos hemos manifestado, no obstante, si los que la montan y venden el espacio lo consideran negocio y los que exponen obtienen el beneficio que les compense, la feria tiene sentido. En caso contrario éstos dejarán de participar y los otros de montarla. El regulador de cualquier relación comercial son los resultados, satisfactorios o no, que consigan los que intervienen.

**AR MARKETING, JUAN CARLOS VILLAR**

- 1- Ha estado mucho mejor desde luego que la anterior, lo cual tampoco creo que fuera una tarea muy difícil. Con respecto a las ferias del 2007 y



2005 creo que se ha notado la falta de expositores importantes que son a su vez también actores muy importantes y que sería necesario que estuviesen de nuevo. A la comparativa con otras ferias internacionales, llámese Paris y Frankfurt, desde luego de momento esta muy por debajo.

- 2- Como visitante profesional creo que se ha mejorado con respecto a la feria anterior, pero creo que todavía tendría que dar mucho más para cubrir las expectativas de los profesionales, mas afluencia de clientes, grupos, grupos de talleres, etc.
- 3- NO exponemos, solo somos visitantes profesionales, como agentes comerciales del sector.
- 4- Creo que la necesitamos y que sería muy positivo para nuestro sector tener una feria realmente importante.

**AUDATEX, RICARDO BUCHÓ, JEFE DPTO. DE MARKETING Y COMUNICACIÓN**

- 1- Esta edición ha hecho revivir una feria que estaba al borde del precipicio. Creo que esta edición ha servido para sembrar confianza "moderada" en el modelo de feria como exponente de la actividad de la posventa en España. Superar la edición de 2009 era fácil, y creo que el camino para conseguir éxitos de años pasado puede haber empezado a recorrerse. La difusión, la promoción de la feria ha sido acertada, aunque quedan por limar ciertos aspectos que "cantaban" un poco en lo que se refiere a la sensación de pleno. Me explico. Pasillos muuuuy anchos que evidencian todavía la falta de expositores, espacios ocupados para "rellenar" (RACC y puntos de descanso)...En cuanto a la comparación con otras ferias, el modelo Alemán podría ser uno de los referentes. En España no podemos compararla con nada (Automecánica no cuenta)
- 2- Mi rol como visitante era distinto al de los visitantes que buscaban proveedores de cualquier tipo. Como potencial expositor vi un incremento sustancial de visitantes profesionales y eso es de valorar
- 3- Primero un planteamiento todavía más innovador como feria, más reclamo para los visitantes, y un menor coste del m2. La relación calidad/precio en me-



tros cuadrados y servicios no está acorde con lo ofrecido por la organización.

4- Indudablemente es necesaria, ¿un sector sin feria?... Eso sí, de calidad y creíble como organización.

**CECAUTO- JESÚS LUCAS, GERENTE CECAUTO CENTRO,**

- 1- Nos ha parecido muy interesante y una demostración de intenciones muy positiva para las próximas ediciones. Creemos que los responsables han hecho un buen trabajo.
- 2- Los fabricantes que han acudido estaban un poco expectantes y creemos que el resultado ha sido satisfactorio.
- 3- De esta forma es muy probable que nos planteáramos esa posibilidad.
- 4- Rotundamente Sí.



**CECAUTO- DISTRIBUCIÓN (ARE), RAFAEL GARGALLO**

- 1- Indiscutiblemente, la feria ha mejorado respecto a las dos últimas ediciones, aunque aun estamos lejos de alcanzar las del 2001 y 2003. Pero en principio la cosa ha funcionado bien. Estamos lejos de EquipAuto y muy lejos o lejísimos de Automechanika Frankfurt.
- 2- Han faltado las estrellas del sector; no todas, pero sí algunas muy importantes. Pero creo que esta-

mos en el buen camino, sobran expositores locales sin alto nivel de competencia para el mercado nacional y menos aún el internacional.

- 3- Posiblemente, y es una opinión muy personal, habría que confeccionar un contrato para tres años consecutivos de Motortec. Con unas precios que irían creciendo del primer año al tercero con lo cual fidelizaría a otras compañías y sobre todo garantizaría el futuro, en momentos financieros delicados como el actual.
- 4- España y su conjunto tiene muchos atractivos y es un aliciente para estar y venir a esta feria; sería, de algún modo, lanzar nuestros productos a otros mercados.

**HOLY-AUTO- MANUEL ALCALDE, GERENTE**

- 1- La feria está mejor que la última edición, pero aún es menor que las ediciones 2001 y 2003. Desde luego, nada que ver con Automechanika Frankfurt, que es el perfil de feria ideal para el grupo, porque nos interesa buscar proveedores que no están presentes en el mercado para diferenciarnos.
- 2- Mis expectativas se han cubierto, pero quizá gracias al esfuerzo de los expositores.
- 3- Desde el punto de vista del grupo, necesitaríamos aglutinar la aportación de los asociados como para que se consiguiera equilibrar la inversión, pero es difícil y tampoco se ha creído necesario las veces que se ha planteado.
- 4- Sí, porque los contactos son importantes, siendo un foro de reunión.



**LIZARTE- MÓNICA FUENTES, DIRECTORA COMERCIAL**

- 1- He visto en general mayor actividad que en la edición anterior. Pese al marco económico en el que estamos, he visto cierto repunte en la feria.
- 2- Realmente he aprovechado la visita a la feria para estar tanto con clientes, representantes y colegas del sector.
- 3- Un mayor número de visitantes extranjeros.
- 4- Ya hay una feria y está en Frankfurt.

**NGK- JOSEP MARÍA FREIXES, GERENTE**

- 1- Mejorable.
- 2- Ha permitido mantener múltiples contactos en un periodo corto de tiempo.
- 3- Costes razonables y facilidades logísticas.
- 4- Es conveniente para mantener un espíritu que entusiasme al sector.



**OMR, OLEGARIO MAGDALENA**

- 1- Esta nueva edición de Motortec en cuanto a expositores considero que ha sido escasa, todos sabemos que si no acuden determinadas empresas, las cuales por gama de producto y facturación nos dejan un vacío difícil de llenar.

El concepto visitantes considero que internacionales bien y destaco la asistencia en nacionales donde nos hemos encontrado casi la totalidad del sector aunque fuera en los pasillos.

- 1- Entiendo que ha sido una feria muy positiva, con la particularidad de no mantener entrevistas en los correspondientes stands, sino en la cafetería, en el pasillo o abusando de la cordialidad de algún expositor.





- 2- Por mi actividad dentro de el sector no es muy factible plantearme participar en Motortec como expositor.
- 3- Creo que nuestro sector necesita una feria de calidad especialista del automóvil como otros muchos sectores disponen de la suya.

**REAUXI, JOSEP MARÍA CLOP, GERENTE**

- 1- Mejor que la edición 2009. Como comparación, Autopromotec en Bolonia me parece una feria muy ordenada sectorialmente, lo que la hace muy fácil de visitar.
- 2- Me ha parecido algo floja en cuanto a la falta de expositores de carrocería y pintura.
- 3- Puede que me lo plantee. Me gustaría que estuviera todo más ordenado sectorialmente, que hubiera más representación del sector en el que me muevo.
- 4- Sí.



**REPRESENTACIONES HERNANDEZ, PACO HERNÁNDEZ**

- 1- Evidentemente han faltado bastantes firmas importantes dentro del sector, en ese sentido, ha sido mas floja que los años 2001 o 2003, salvo el 2009, pero estoy seguro que será un punto de inflexión y en la próxima edición muchas firmas que no han estado sí estarán. Respecto a los visitantes creo que ha sido un nivel aceptable aunque evidentemente debe superarse en próximas ediciones. A nivel nacional supera a cualquiera y respecto a lo internacional no ha estado a buen nivel.



- 2- Básicamente, sí.
- 3- Sí. Creo que todo sector necesita una feria como punto de encuentro de los profesionales del mismo.

**SOGEFI, MAURO PRODI, DIRECTOR GENERAL**

- 1- Se ha notado un empuje importante de Motortec, tanto a nivel de organización de la misma feria y las actividades que se han ofrecido alrededor, como en la presencia de los visitantes y expositores. Se ha observado un incremento importante, comparado con la última edición de Motortec en 2009, en todas las áreas, ya sea en actividades, visitantes, como en expositores. El nivel de la feria ha mejorado mucho, acercándose a niveles internacionales, aunque aún no llega a un nivel equiparable en lo que respecta a superficie de exposición y orientación internacional.
- 2- Nuestras expectativas se han superado, teniendo en cuenta la última edición de Motortec. Hemos podido aprovechar el entorno para encuentros profesionales de nuestro ámbito, de forma muy satisfactoria.
- 3- La estrategia del Grupo Sogefi es la de participar en aquellas ferias de proyección mundial como Equipauto o Automechanika. En cuanto Motortec consiga una proyección tan internacional como las ferias de Paris o Frankfurt, estaremos en línea con nuestras directrices y política de empresa y evaluaremos la posibilidad de participar en la próxima edición del 2013.
- 4- La competencia en el mercado siempre es provechosa y el mercado posventa español ganaría relevancia con una feria importante a nivel internacional. Si se concentra todo el esfuerzo en una única feria de importancia internacional en España, se podría conseguir un valor añadido para el todo el sector de la posventa.

**UFI FILTERS IBÉRICA, EDUARD MARTÍ, GERENTE**

- 1- Con muchas ganas, forzando en muchos casos reactivar el evento. En términos de expositores (sólo puedo hablar de los pabellones de mecánica, no visité el de maquinaria), más pobre que en la edición 2009. En cuanto a visitantes, sólo estuve los días 31 y 1. En estos dos días, vi a mucho profesional del sector español, y muy poco de otros países. Creo que no es comparable. Motortec ha sido el referente en lo últimos años en España, pero no tiene nada que ver con Automechanika Frankfurt o



EquipAuto Paris.

- 2- Si: visitar a los clientes-distribuidores que tenían stand y saludar en los pasillos al resto de nuestros clientes.
- 3- Como política de marketing de nuestro Grupo, sólo exponemos en ferias internacionales en Europa y, excepcionalmente, sólo en Italia por ser el país de origen de nuestro grupo y donde existe una vinculación, tradición e historia entre nuestra compañía UFI Filters SpA. Con nuestra política de distribución actual, nada en particular.
- 4- Entendemos que Motortec es una feria que puede ser potencialmente útil para una compañía con una política de distribución intensiva, con muchos distribuidores y red de ventas zonal. No es nuestro caso. Obviamente, siempre es interesante un punto de encuentro del sector, pero repito, depende de la estrategia de comercial y comunicación de cada compañía.

**VALEO SERVICE, JUAN CARLO MARTÍN, DIRECTOR COMERCIAL**

- 1- Veo mucha gente en la feria, y parece que la distribución ha vuelto a acudir; esta edición no tiene nada que ver con la de hace dos años.
- 2- Sí.
- 3- Este año se ha planteado, pero las decisiones no se toman en plaza incluso con EquipAuto ha habido duda. Para la edición 2013 se volverá a plantear.
- 4- Sí.





SE CELEBRÓ PARALELAMENTE A MOTORTEC A.I.,  
EN EL HOTEL MELIA AVENIDA AMÉRICA

# V Congreso Talleres STAR: más formación e información

Se trata de una red consolidada que dispone de nuevas herramientas para evolucionar, y para la que, en un futuro, se prevé una integración con TecnoTaller, de Agerauto, la estructura con la que GECORUSA ha creado Alianza Internacional de Recambistas'.

Al rebufo de **Motortec A.I.**, pero en un hotel cercano a la feria, el *Meliá Avenida América*, la plana mayor de **GECORUSA**, comandada por su presidente, **Ramón Otero**, y su gerente **José Miguel Ibáñez**, concitaba a los talleres de **Star** para celebrar el **V Congreso** de la red, que cuenta con casi 200 miembros, acompañándoles los proveedores del grupo y miembros de la prensa.

## Nuevas fórmulas con toda la experiencia

El presidente del Grupo de distribución intervenía ante el centenar de talleres que acudieron a la convocatoria explicando la importancia de su papel como enlace ante los conductores, el cliente final, apelando a encontrar en conjunto nuevas fórmulas de trabajo, si bien aprovechando el bagaje de la experiencia.

En primer plano, a la derecha, el gerente del grupo, José Miguel Ibáñez, junto al presidente, Ramón Otero, atendiendo a la presentación de novedades.



## Nuevas herramientas

Durante la jornada, se presentaron las nuevas herramientas informáticas que se han previsto para los talleres miembros.

La primera de ellas fue el programa **DataCom**, de origen alemán, que viene contrastada por la experiencia en uso, en toda Europa, por parte de más de 60.000 talleres, cuyas características fueron expuestas por **Ralph Pelman**, quien informó a los congresistas de sus particularidades, especialmente el empleo del número VIN, un elemento identificador clave en la localización de la pieza correcta.


## Más servicios en la web

También se anunció la integración, en la página web de la red, de un apartado de acceso restringido a los socios denominado **InformaStar**, a cargo de **Vicente Benito**, profesor de FP en Valencia. En él,

se ofrecerá información de averías y soluciones recopiladas a lo largo de la experiencia de diversos talleres, de la propia información de Benito, el responsable del proyecto. Como complemento, en este apartado figurará un diccionario de técnico.

## Fusión con TecnoTaller, en la hoja de ruta de AIR

Sobre la red Star planea el proyecto de fusión con **TecnoTaller**, la red de **Agerauto**, con quien GECORUSA ha creado la **Alianza Internacional de Recambistas** (con stand propio en Motortec A.I.), pero que no tiene fecha inmediata para su cristalización, si bien está presente en la hoja de ruta de los planes de AIR a desarrollar en el mercado. ●

 [www.gecorusa.com](http://www.gecorusa.com)  
[www.serviciostar.com](http://www.serviciostar.com)



La mitad de la red, aproximadamente, acudió a su V Congreso donde se les presentaron diversas novedades, basadas en las nuevas tecnologías.



### III CONVENCION DE TALLERES AUTOFIT, 1 DE ABRIL, IFEMA, MADRID

# Fórmula Autofit

La reunión, aprovechando la visita de los talleres a la feria, suponía el pistoletazo de salida de una promoción interesante para fidelizar a los clientes habituales.



Ricardo Crespo, coordinador de la red, explicando sus proyectos a la audiencia.

Celebrada en la Sala Retiro, durante el marco de **Motortec A.I.**, la **III Convención de Talleres Autofit** supuso reunir de nuevo a la red, para explicarles los proyectos que **Impormovil**, promotores de la misma tienen previsto llevar a cabo: el desarrollo de la red, plan de trabajo 2011, los desarrollos de programas informáticos, como el catálogo on-line, además de contexto normativo (CE 461/2010, Aire Acondicionado), junto con acuerdos con los proveedores.

#### Punto destacado: la campaña de marketing "Fórmula Autofit 2011"

La estrella de la convención fue la presentación de un concurso, **Formula AutoFit 2011**, con el que se pretende fidelizar y premiar a los clientes habituales. El concurso arrancaba con el inicio del primer Gran Premio de Fórmula 1 del año, en Melbourne, Australia.

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.

Cada participante deberá realizar su pronóstico sobre quién obtendrá la *Pole Position* en cada GP 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 dependien-

do de los aciertos que haya logrado.

Los tres primeros clasificados en **Fórmula Autofit 2011** de cada carrera recibirán importantes premios directos, lo que, asimismo, 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 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 de la marca del Cavallino rampante, y la 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.

#### Muestra de los proveedores

Como complemento a las exposiciones de **Ricardo Crespo**, **Ángel Velasco**, **Juan Carlos García** y **Sergio Martínez**, los fabricantes dispusieron de una zona en la que exponer los productos de sus compañías, donde los responsables de las firmas atendieron a sus visitantes. ●

www.autofit.es  
www.impormovil.es



Ángel Velasco, durante la presentación.



Los talleres, asistentes, del total de 80 que conforman actualmente la red.

Tras las informaciones, los fabricantes dispusieron de zonas de exposición donde atender a los congresistas para informarles de sus productos.





Una multitudinaria cena en el Palacio del Negralejo con empleados, proveedores, clientes y prensa.

Pasaron revista a los parámetros que la han llevado de su inicio a la actualidad y prometieron seguir en esa línea

## 40 ANIVERSARIO DAVASA celebra su 40 aniversario

En una multitudinaria cena, se reunieron empleados, proveedores, clientes y prensa para festejar la andadura de la empresa, ahora dentro del Grupo CGA; parabienes y buenos deseos...y samba.

La invitación para celebrar los 40 años de **DAVASA** nos concitaba a 355 invitados a una cena en el *Palacio del Negralejo*, cerca de Madrid el pasado 1 de abril (tercera noche tras la jornada de **Motortec A.I.**, donde estaban presentes con un stand en el que la efemérides tuvo protagonismo).

### Agradecimiento

En sus palabras, **José Porras**, presidente de DAVASA, agradecía a todos los presentes la implicación en los 40 años de la empresa. "A los empleados, porque son lo más importante de la casa, y valor para el desarrollo; a los fabricantes por su innovación y los apoyos en las campañas, a los clientes", decía. Menciona el espíritu de la compañía de trabajar para generar capital, innovando, siendo valientes, algo que, según Porras "muchos han copiado después, incluso entre nuestros concurrentes, pero hemos sido un estímulo par crear proyectos".

"Estos 40 años han pasado muy rápido y no ha sido siempre fácil", decía, "pero se va a seguir por ese camino: la seriedad, el compromiso, la creatividad y adaptación rápida, la lealtad a los clientes y proveedores, la formación, la inversión y la humildad".

### Reto de futuro

Sobre el presente y el futuro, Porras se manifestaba de la siguiente manera: "cuesta ponerlo en positivo, pero con la experiencia del pasado, se puede asumir ese reto, fantástico para los más jóvenes, en el que la evolución de la tecnología en los vehículos tiene mucho que ver y DAVASA estará ahí para vender lo que haga falta, formando para poder hacerlo; quizá habrá otros, pero DAVASA lo va a hacer mejor y más rápido". Mencionó también el concepto *Marca DAVASA* diciendo: "os pido que utilicéis DAVASA como marca de valor, si la tratamos con un poco de cariño, dentro de 40 años se celebrará el 80 aniversario". Volvía a tomar la palabra para acordarse de la prensa, aunque con algo de reticencia sobre el trabajo realizado, si bien considerando la labor necesaria para el sector.

### Recuerdos

**Alfredo Gallardo**, miembro de la cuarta generación de un negocio de 80 años sevillano vinculado a DAVASA, Diesel Gallardo salió al estrado para destacar la profesionalidad y seriedad de la compañía, y le hizo entrega a Porras de una figura conmemorativa de la ciudad, el *Giraldillo*.

Por su parte, **Desiderio Alfonso**, de Automoción Pérez Bolívar, de Granada entregó al presidente de DAVASA una placa conmemorativa.



Alfredo Gallardo, quien le entregaba a José Porras un *Giraldillo* como recuerdo del aniversario.



Desiderio Alfonso, hacía entrega de una placa conmemorativa.

## DAVASA, HOY

En la actualidad son tres las Empresas que forman el **Grupo DAVASA** estando presentes en el territorio nacional de la siguiente forma:

**DAVASA**, que ejerce su ámbito de influencia en las Comunidades Autónomas de Andalucía, Murcia, País Valenciano, Cataluña, Baleares, Extremadura y Madrid y, tras la absorción de **DISTRINORTE**, también en el País Vasco, La Rioja, Navarra y Cantabria, **DAVASA Portugal** con delegaciones en Lisboa y Coimbra y **GERSTENMAIER**, con 3 tiendas en la Comunidad de Madrid y 1 en Canarias. Atienden a más de 15.000 clientes, con el apoyo de 1000 proveedores.



### Samba pa ti

La velada terminaba con un sorteo de productos (2 atornilladoras Bosch IXO IV Wine Edition -con saca corchos-, 2 conjuntos reloj y pluma Ferrari y un iPad 16Gb Wifi) y un espectáculo en el que un grupo de bailarines brasileiros entraban en la sala para animar a bailar samba a los asistentes. ●

[www.davasa.es](http://www.davasa.es)

Como espectáculo de final de fiesta, a samba.



Claudia Oliveira, responsable de marketing de DAVASA, anunciando el sorteo de regalos entre los asistentes.

VISITAMOS TARANTO,  
UNA EMPRESA LÍDER EN  
COMPONENTES DEL AUTOMÓVIL



# Nada escapa a Taranto

Esta frase la encontramos en la web de la empresa Taranto con la que finalizamos nuestro periplo por tierras argentinas. Nos ha gustado el mensaje con el que transmiten la fiabilidad de sus productos. Por algo son líderes en venta en su mercado patrio y en Sudamérica, teniendo cada vez más presencia en primer equipo.

Nuestra hoja de ruta por Argentina culmina con la visita a **Taranto**. Estuvimos con el ingeniero **Emiliano Ruggeri**, su responsable técnico comercial de la división Equipo Original, en la sede de Taranto en Villa Elisa en el gran Buenos Aires. Este ingeniero nos explicó cuales son las actividades y los objetivos de esta empresa fabricante de componentes para automoción.

## Objetivo: equipo original

Taranto es una empresa de **capital 100% argentino** cuyo presidente es **Norberto Taranto**. Empresa de carácter eminentemente familiar, sus hijos forman parte del Directorio, **Diego** en Diseño y Desarrollo y **Cinthia**, en RRHH y Márketing.

Grupo Taranto es actualmente uno de los fabricantes de recambios más importantes de Argentina, tanto en el mercado de primer equipo como en el de aftermarket. A día de hoy, el **80% de la facturación** se genera en el **mercado posventa** a través del suministro de recambios y el **20%** restante corresponde a venta de **equipo original**. Ruggeri nos explica que Taranto ha puesto en marcha una estrategia empresarial cuyo **objetivo** es que esta relación de 80-20 pase a ser de **50-50** en el plazo de unos cuatro años. Es decir que para 2012 o 2013 la mitad de su facturación corresponda a primer equipo. El hecho de poner en marcha este ambicioso plan es una muestra de la calidad de sus componentes habida cuenta de los estrictos estándares de calidad que exigen las factorías de los fabricantes de automóviles y de motores.

A la pregunta de cómo van a llevar a buen puerto esta estrategia de aumentar su presencia en primer equipo, Ruggeri se basa en las dimensiones y la capacidad de producción y de I+D+i que ha implantado Taranto. En la actualidad el grupo posee **nueve plantas productoras** y cinco distribuidoras. **Cuatro** de ellas están en **San Juan**, en el centro del país, donde se producen las juntas y los retenes.

En **Villa Elisa**, situada en el gran Buenos Aires, cuenta con **dos plantas**. Una se dedica a la fabricación de pastillas de freno y embragues. Dos líneas de estampado con prensas de hasta 600 toneladas permiten a Taranto fabricar piezas estam-

padas como subconjuntos para embragues y otras piezas. Esta impresionante planta también tiene una línea de soldadura así como otra en la que se fabrican juntas industriales para aplicaciones no relacionadas con el automóvil. El destino de estas juntas son la industria petrolera, química, etc. Apuntar que Taranto es un referente en la fabricación de juntas produciendo variantes de todo tipo de esta pieza tanto para automoción como para industria. La otra planta de Villa Elisa acoge los departamentos de ingeniería y comercial de equipo original. Merece especial mención la dotación tecnológica de esta planta, con dos máquinas láser. También acoge esta planta una pequeña línea dedicada a la fabricación de juntas duras, un tipo de junta muy específico.

El **centro de matricería**, denominado **UTM** por Taranto, es otra de sus instalaciones. Desde este centro se suministran a otras plantas del grupo las matrices para moldes de goma, para lo retenes, los tornillos, etc.

En la zona oeste de gran Buenos Aires, en **Haedo**, tiene una planta más, **Taranto Ochoteco**, dedicada a la producción de tornillos, tuercas, arandelas, lo que Taranto denomina fijaciones. El 80% de su producción se entrega a plantas de fabricación de automóviles. Esta planta pertenecía a otra empresa pero la adquirió Taranto y la integró dentro del grupo en 2005.

Las últimas incorporaciones son **dos nuevas plantas de Córdoba** pertenecientes a dos empresas adquiridas recientemente por Taranto, **Formec** y **Matricería Austral**. La primera proporciona forja, es decir, todo lo que es pieza forjada así como mecanizados. Allí, fabrica extremos de dirección, barras de suspensión, etc. La adquisición de Matricería Austral fue una operación muy importante para Taranto ya que esta empresa era una de las matricerías más importantes de Sudamérica. El resultado es que con esta adquisición Taranto incorpora a su cartera de productos piezas de carrocería como aletas o capós, tiene capacidad de hacer todo tipo de estampados al contar con prensas de hasta 2.000 toneladas y potencia la línea de ensamblajes con su capacidad para soldar por



Personal de Taranto en el stand que esta empresa montó en Automechanika Argentina el pasado mes de noviembre.

puntos, por sección, MIG, etc.

Esta amplia estructura se ve reforzada por ambiciosas políticas de calidad de producción y de atención al cliente. La empresa reinvierte alrededor del 10% de su facturación en I+D, mejora de productos y ampliación de su capacidad productiva lo cual le permite mantenerse en vanguardia abasteciendo a las fábricas de los constructores de automóviles internacionales y al mercado posventa. Taranto ha ganado dos veces el Premio a la Calidad Nacional (2001 y 2005), una vez el Iberoamericano (2003) y está trabajando enfocada al premio Deming (Calidad Total de Japón).

En todas sus plantas busca la excelencia. Todas ellas tienen un aspecto impecable y poseen certificaciones ISO 14000, 9000 y TS. La planta de producción de juntas, por ejemplo, es una referencia mundial a nivel tecnológico.

## Juntas, retenes... y más

De esta exhaustiva presentación de la empresa, centrada en su gran capacidad de producción con estándares internacionales de calidad, dedujimos que, aunque Taranto es conocida por ser un fabricante y proveedor de **juntas y retenes**, ha diversificado su oferta tal como nos confirmó Ruggeri. Taranto fabrica con el mismo estándar de calidad pastillas de freno, embragues, tornillos, piezas forjadas, piezas estampadas, mecanizadas, bujes o piezas de goma.

La ampliación de la gama de producto ha supuesto, a su vez, una ampliación de personal y Taranto cuenta ya con una plantilla de **entre 1.400 y 1.500 trabajadores**. Este crecimiento también ha





En la imagen, una de las plantas de Taranto en San Juan. Es una de las diez que posee la firma argentina.



Fiel a su política de calidad, todas las plantas de Taranto poseen los certificados ISO 14000, 9000 y TS.



Emiliano Ruggeri, responsable técnico comercial OEM de Taranto.



En esta planta de San Juan se fabrican juntas y retenes.



Taranto fabrica juntas y retenes pero también pastillas de freno, embragues, piezas estampadas y mecanizadas, tornillos o piezas de goma.

comportado la implantación de **dos distribuidoras en Brasil**, una en Sao Paulo y otra en Recife. Estas distribuidoras, que gestionan tanto la rama de primer equipo como la de aftermarket, forman parte de la estructura de Taranto. No son, por tanto, externas, son una sucursal. Taranto también posee **sucursales en México y en España**.

### España y Europa

Taranto posee una sucursal en España pero no es el mercado español ni el europeo la gran prioridad de Taranto. El **viejo continente** es un **proyecto a medio plazo**. Además, recuerda Ruggeri, actualmente es difícil entrar en el mercado europeo como consecuencia de las diferencias de precio de las materias primas. "A día de hoy, en Europa el acero está un 20% más económico que el precio al que lo compramos nosotros. Le economía de

escala que manejan los productores en Europa y el alto porcentaje de automatización hace complicado introducirse en el mercado europeo" apunta Ruggeri.

De momento, Taranto está tratando de **hacerse fuerte en América** y, conseguido este poderío, se planteará su desembarco en Europa que, como mínimo, no llegará hasta 2015.

El poderío actual de Taranto es una **facturación en 2009 de 45 millones de dólares**, una posición privilegiada como proveedor de componentes para el automóvil en Argentina, en Sudamérica y en los 25 países a los que exporta, una amplia cartera de productos de calidad, una gran infraestructura y capacidad de producción y un capital humano de unas 1.500 personas. No es poco. ●

① [www.taranto.com.ar](http://www.taranto.com.ar) / [ruggerie@taranto.com.ar](mailto:ruggerie@taranto.com.ar)

# grupo de distribución SPG Talleres



**Datos sede central:**  
C/ Maestro Juan Corrales, 14-16 Entlo.2ª  
Tel. 93 475 71 00  
Fax 93 475 71 01  
spgtalleres@serca.es/ www.serca.es

## Nota:

Esta es la ficha de la red SPG Talleres promovida por Grupo Serca Automoción tal como debería haber sido publicada en la anterior edición de nuestro Especial Redes de Talleres 2011.

**Empresa promotora:** Grupo Serca / Carmelo J. Pinto, gerente  
**Director de expansión de la red en España:** Juan Carlos Rico  
**Especialidades:** Mantenimiento general del automóvil

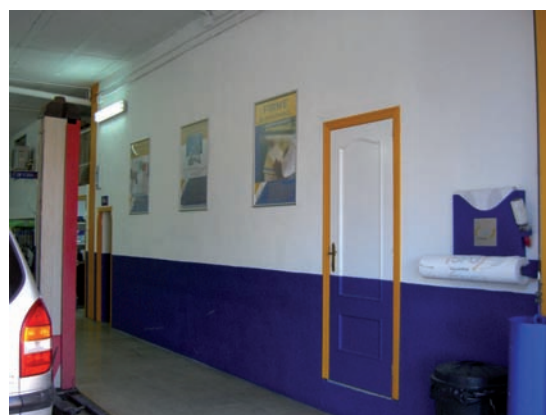
**Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:** 170 Talleres / 36 Provincias (Albacete 1, Alicante 10, Avila 2, Badajoz 1, Barcelona 14, Burgos 2, Caceres 2, Cadiz 1, Castellon 14, Ciudad Real 1, Cordoba 5, Cuenca 2, Gijon 1, Guadalajara 4, Granada 2, Huelva 5, Huesca 1, Jaen 3, Las Palmas G.C. 2, Madrid 23, Malaga 12, Murcia 1, Navarra 1, Pontevedra 9, San Sebastian 2, Santander 1, Segovia 4, Sevilla 4, Soria 1, Tarragona 10, Tenerife 4, Teruel 6, Toledo 3, Valencia 10, Zamora 1, Zaragoza 6).

**Presencia fuera de nuestras fronteras:** No

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:** Visión comercial, experiencia en el sector, equipamiento actualizado, y predisposición a adaptar sus instalaciones a imagen corporativa.

**Productos y servicios ofertados a la red por la empresa promotora:** Imagen corporativa, cursos de formación, información técnica, consultoría técnica línea 902, plataforma técnica on-line, congreso nacional, promociones, publicidad, catalogo productos marca propia (Serca), catalogo artículos promocionales, programa informático de gestión, congreso nacional, garantía reparación y asistencia nacional, acuerdos con flotas.

**Productos y servicios ofrecidos por la red al usuario final:** Campañas promocionales, ofertas, artículos de agradecimiento a la visita, garantía reparación y asistencia nacional.



**NUEVO REGLAMENTO UE 461/2010**

**SI TIENES UN COCHE, ¡esto te interesa!**

- ✓ NO SE PIERDE LA GARANTÍA DEL VEHÍCULO POR HACER EL MANTENIMIENTO, SEGÚN ESTABLECE EL CONSTRUCTOR EN EL LIBRO DE MANTENIMIENTO, FUERA DE LOS SERVICIOS OFICIALES DE LA MARCA.
- ✓ NO SE PIERDE LA GARANTÍA DEL VEHÍCULO POR HACER REPARACIONES FUERA DE LOS TALLERES OFICIALES: NO CUBIERTAS POR LA GARANTÍA (ROTURA DE PAREDES, GOLPES DE CHAPA, ETC.).
- ✓ SÓLO LAS REPARACIONES POR DEFECTO DE FABRICACIÓN Y CON EL VEHÍCULO EN GARANTÍA SE HARÁN OÍDOS INDOLÉ EL CONSTRUCTOR DEL COCHE.

www.serca.es

**REVISIÓN DE INVIERNO** #2010/11\*

Le obsequiamos con un gorro de invierno SPG Talleres al realizar nuestra revisión de invierno, consistente en el cambio de aceite del motor, la comprobación del nivel del líquido anticongelante y el estado de la batería.

UNA EXTENSA RED DE TALLERES A SU DISPOSICIÓN

10 AÑOS

CONSULTE NUESTROS PRECIOS

**RECOMENDADO POR SU SEGURIDAD, LA DE LOS SUVOS Y POR LA DE LOS DEMÁS, REVISÉ SU VEHÍCULO ANTES DE INICIAR UN VIAJE.** ¡SU COCHE ESTÁ EN GARANTÍA, PODRÁ REALIZAR SU MANTENIMIENTO FUERA DE LOS SERVICIOS OFICIALES DE LA MARCA, SIN QUE POR ELLO PERDIA LA GARANTÍA DEL FABRICANTE. ¡SUSCIBE REGISTRO 461/2010!

# SÚBASE AL TREN...

## DE LA MEJOR RED


LA RED SPG TALLERES LE OFRECE LOS MEJORES ARGUMENTOS PARA RENTABILIZAR AL MÁXIMO SU TALLER



**SPG**<sup>®</sup>  
TALLERES

- IMAGEN CORPORATIVA INTEGRAL
- INFORMACIÓN TÉCNICA ACTUALIZADA
- CONSULTORÍA TÉCNICA LÍNEA 900
- CURSOS DE FORMACIÓN PRESENCIALES
- GARANTÍA DE REPARACIÓN Y ASISTENCIA NACIONAL
- PROMOCIONES Y OFERTAS CONJUNTAS
- PROGRAMA INFORMÁTICO DE GESTIÓN

+ INFO [www.serca.es](http://www.serca.es)

PATROCINADORES 

 **brembo**  
VILLAR<sup>®</sup>

 **DAYCO**  
MARKIV  
Automotive

 **Krafft**  
PROFESSIONAL

 **LEMFÖRDER**  
 **SACHS**

 **LUK**  **INA**  **FAG**  
SCHAEFFLER GROUP

 **MAHLE**  
ORIGINAL

 **FILTRES purflux**

 **QH**

 **RH**  
roadhouse

 **TUDOR**

 **Valeo**

 **VARTA**  
BY JOHNSON CONTROLS

Una de las ferias por excelencia de equipamiento y maquinaria que busca posicionarse con las grandes en cuanto a accesorios, recambios y pintura, contando con el canal constructor y eventos de relevancia para dotar de contenido adicional a la cada vez mayor oferta expositora.



# autopromotec

EN BOLONIA DEL 25 AL 29 DE MAYO

# Internacional y en c



Autopromotec 2011 se celebrará en la ciudad italiana de Bolonia entre los días 25 y 29 de mayo. En ella estarán representados los sectores de recambios, accesorios y componentes, equipamiento y herramientas para taller, neumáticos, equipos de lavado y servicios para la reparación y la posventa.

El "tour" de presentaciones de **Autopromotec 2011** viajó (desde diciembre de 2010) por todo el mundo: Europa (Frankfurt, Londres, París, Madrid, etc.), además de viajar a Casablanca,

Estambul, El Cairo, Beirut, Japón, Norte y Sur América, etc. Su principal objetivo: la internacionalización y la localización de oportunidades en países emergentes. Y por ello Autopromotec organizará la participación y la agenda de encuentros de compradores y concesionarios procedentes sobre todo de **Argentina, Brasil, Egipto y Polonia**.

El objetivo de esta edición es superar las brillantes cifras de la edición 2009 que alcanzó los 1.443 expositores, los 150.000 metros cuadrados de exposición y los 101.620 visitantes,



# Autopromotec

## crecimiento



### ACUERDO CON EXPOMOVIL COMERCIAL

**Expomovil Comercial**, organizada por *Fira de Barcelona* con el apoyo de diversas entidades del sector (UPM, ANCERA, CETRAA, AFIBA, APTA) se presentaba recientemente a la prensa especializada con el "plus" del acuerdo que se firmará con **Promotec**, los propietarios de **Autopromotec**.

Expomovil Comercial será un salón profesional, bienal, orientado a recambios, accesorios, equipos y posventa del automóvil que se celebrará en el Pabellón 1 y Plaza del Universo del recinto ferial Montjuïc 1 de Fira de Barcelona, del 15 al 17 de marzo (de jueves a sábado), de 10h00 a 19h00 horas, ocupando una superficie neta prevista de 7.500 m<sup>2</sup> para unos 150 expositores (pensando, a priori, en la posventa multimarca) y una previsión de 8.000 visitantes (básicamente talleres aunque se espera también a miembros de la distribución) y con un formato asequible, atractivo, fácil, cómodo, rentable con la mínima inversión para los expositores (para quienes tienen packs "llave en mano" a unos precios "contenidos"), limitándose a unos 100m<sup>2</sup> los espacios disponibles por firma, con el fin de buscar una homogeneidad en la oferta expositora, si bien adaptándose a lo que las empresas necesiten. La feria contará con aspectos formativos, como complemento lo que espera atraer al taller.

Mediante el acuerdo, Expomovil Comercial dispondrá de un encuentro con la prensa italiana, un stand en la feria en el que promocionar su opción ferial, además de visitar comercialmente a las empresas españolas y cooperar con las asociaciones italianas: "se transmitirá todo el 'know how' de la feria que ha trascendido su 'expertise' en equipos y componentes para pasar a ser de posventa, incluidos los constructores; además de la posibilidad de llegar a futuras soluciones de partenariat como para acometer proyectos comunes con plataformas en países emergentes para proporcionar oportunidades comerciales tanto a los dos promotores como a los clientes" tal como explicaban **Michel Alexandre Morlat**, responsable de la internacionalización de Autopromotec y **Emmanuele Vicentini**, responsable de marketing.



EAAS, un evento de relevancia en la feria.

16.689 de ellos extranjeros. La voluntad de internacionalización se está cumpliendo, en la edición 2011 el número de empresas expositoras de fuera de Italia superará el 35% y ya se han conseguido 1450 expositores, un 2% más que en 2009.

### Eventos

Siempre activo en el desarrollo de nuevas actividades, Autopromotec organizará eventos y nuevos servicios: el **AutopromotecEDU**, el **Autopromotec Industrial Vehicles Service** y la tercera edición del Simposio **Europeo del Aftermarket EAAS 11**:

**AutopromotecEDU** será un espacio dentro de la feria en el que se realizarán encuentros donde se abordarán cuestiones claves para la posventa del automóvil como el mantenimiento, las estrategias de marketing no convencional, la seguridad, los marcos legales o las tendencias futuras del sector. El objetivo es reflexionar sobre estas cuestiones y proporcionar instrumentos de trabajo concretos a los profesionales del

sector. En esta edición, el vehículo industrial va a ser protagonista. Ante la creciente presencia de empresas proveedoras de componentes, equipamiento y servicios para este tipo de vehículos, la organización del certamen ha creado un recorrido específico para conocer estos expositores. Un logo especial identificará dichos expositores.

**Autopromotec Industrial Vehicles Service** es la otra gran novedad de 2011: se trata de un recorrido específico en la exposición dedicado a los operadores profesionales del camión. En los pabellones un logo especial identificará los expositores de equipos, componentes y recambios para camiones.

La tercera edición del **Simposio Europeo sobre el Aftermarket de la Automoción, EAAS**, celebrará varias conferencias y seminarios cuyo objetivo común será definir las oportunidades sostenibles del mercado independiente del automóvil bajo el lema "Oportunidades futuras del aftermarket de la automoción en Europa". ●

📍 [www.autopromotec.it](http://www.autopromotec.it)



DENSO AFTERMARKET IBERIA SE PRESENTA EN ESPAÑA

# Aportando valor

Durante Motortec A.I. realizaron su presentación oficial ante el mercado ibérico. Sus máximos responsables nos explicaron sus planes y sus estrategias para desarrollar su trabajo.

Tras el anuncio de la creación de la compañía, y aprovechando la presencia en la feria de **Claude Verhegge**, vicepresidente de la unidad de posventa en Europa (con sede en Carmagnola, Turín, Italia), además de sus responsables en España, **Miguel Portolés**, como director general y **Pablo Rodríguez**, como director de marketing, con sede en San Fernando de Henares (Madrid) comentamos con ellos los aspectos más relevantes de la compañía, de su estrategia y de sus productos. Ya están aquí, decían: "Nuestro lema es 'Ahora también en la posventa' con humildad, espíritu de sacrificio y trabajo". Poco a poco, tras ir consolidando, traerán nuevos productos; de momento: Térmico Motor y Climatización.

**¿Porqué razón se decide apostar por una presencia directa en España, ya que antes estaban a través de distintas compañías?**

**Claude Verhegge:** Es un diseño estratégico, queremos estar directamente (no solo, sino principalmente) en los seis mercados europeos más importantes, y España es uno de ellos, con el fin de estar cerca del cliente para entender más el mercado y responder a sus necesidades. Los mercados son distintos, y estar en Italia, o los Países Bajos, supone estar en Europa, sí, pero no tan cerca de un mercado importante y, siendo distintos

los mercados, con una aproximación que no sería la que ese mercado necesita. Tenemos un producto de alta calidad. Nuestro lema es "Driven by Quality", pero queremos ofrecer logística (con un servicio express -si el cliente llama por la tarde, tiene el producto al día siguiente-), un equipo de profesional de la posventa experto en la gestión de este mercado, formación, asistencia técnica, es decir, unos valores añadidos destacables que aportar, como el del propio embalaje de los radiadores, con una protección realmente notable y poco usual.

Somos un grupo japonés quizá llegamos algo más tarde que otros, pero con unos

valores añadidos importantes que están creando mucha curiosidad y expectativas positivas; y cuando estamos en movimiento, somos imparables.

**¿Cómo se plantean el acercamiento al cliente español?**

**Miguel Portolés:** Desde el inicio, nuestro mayor reto fue entender primero la compañía y cuál era la realidad del mercado que ellos tenían, que era de una cierta complejidad, y que supone establecer un equilibrio con lo ya realizado. La base y el target es aproximarse más al cliente, ya que antes estaba presente a través de una serie de distribuidores. Ahora se trata de dar un suministro y un servicio con una calidad distinta a la que se daba anteriormente, con una serie de parámetros que, en el corto o medio plazo, supongan incrementar el volumen de negocio y conseguir mayor facturación respecto a años anteriores.

**C. V.:** Queremos estar en España y Portugal con una distribución adecuada al territorio y en los canales de distribución indicados para nuestros productos (no es para todos, porque es un producto muy específico).

**Así pues, ¿Se plantean una distribución selectiva?**

**M. P.:** Sí; hay dos canales distintos con una realidad diferente que requiere un trato específico: en climatización, hasta la fecha, la

"La base y el target es aproximarse más al cliente, ya que antes estaba presente a través de una serie de distribuidores. Ahora se trata de dar un suministro y un servicio con una calidad distinta a la que se daba anteriormente, con una serie de parámetros que, en el corto o medio plazo, supongan incrementar el volumen de negocio y conseguir mayor facturación respecto a años anteriores." Miguel Portolés

compañía apostaba por distribuidores que eran casi socios o partners (como **Electro Auto**); nosotros seguiremos apoyando a Electro Auto como cliente preferencial y partner, pero abriremos el mercado para conseguir mayor facturación con un mejor servicio respetando lo realizado anteriormente.

En térmico no existía un negocio en España, pero tenía la realidad **Joao de Deus**, una sociedad portuguesa, con una base importante en España, que necesita un respeto y un apoyo, pero queremos darle al mercado un valor añadido mayor: proximidad, logística, servicio técnico, calidad humana de profesionales y

“Nuestro objetivo de mercado es tener la cuota de mercado que se merece Denso como proveedor de primer equipo: somos el número dos en Térmico Motor (en dos años esperamos llegar a número uno) y el año próximo seremos número uno en Climatización, en Europa.”  
**Claude Verhegge**

atención al cliente personalizadas, para ampliar mercado.

**¿Cuál es el objetivo para este año?**

**M. P.:** Queremos que la distribución relacione los productos que Denso fabrica para primer equipo y que están disponibles en el mercado del recambio, no como módulo completo, sino de forma singular: electroventilador, condensador, radiador, intercooler y filtro deshidratador. Que antes no estaban y ahora están en el catálogo de térmico.

2012 será otra estrategia, porque ya se habrá superado ese conocimiento, 2013 otra, y así sucesivamente.

**C. V.:** Nosotros no buscamos clientes; buscamos *partners*: Ya sé que es fácil decirlo, pero buscamos un distribuidor que se comprometa.

**Pablo Rodríguez:** Que trabaje el paquete completo, que ponga todo el producto en sus almacenes, no sólo comprar algo.

**M. P.:** Y en el largo plazo, no sólo para un mes o para un año. Es construir juntos el futuro. Por eso se invierte fuertemente en valores añadidos, como el tema del packaging de los radia-

Miguel Portolés, al frente de Denso Aftermarket Iberia.



Pablo Rodríguez, director de marketing, en un momento de la charla.



“Tenemos catálogos europeos de las dos líneas de productos: el de Térmico Motor y el de Climatización 2010-2011 que acaba de nacer, se presentaba en Motortec A.I. con 165 referencias más que el anterior; en la parte de Clima, estamos apoyando a nuestros clientes (en la feria, estamos apoyándoles en sus propios stands) para que estén satisfechos con nuestra aproximación.” **Pablo Rodríguez**



A la izquierda de Portolés, el vicepresidente de la unidad posventa, Claude Verhegge.



“Cuando estemos implantados, iremos presentando nuevas líneas de producto desde nuestra estructura: motores de arranque y alternadores, sondas lambda, bujías y escobillas, pero será un segundo paso, en unos dos años.”  
**Miguel Portolés**

“No hemos planteado un número específico de distribuidores; vamos a ir dándonos a conocer, planteando las cosas que seamos capaces de ofrecer hoy por hoy, y sin ofrecer algo que no podamos cumplir. En las reuniones que he mantenido he sido claro en decir lo que se podía hacer en este momento siendo el resto una tarea a construir el resto de meses.” **Miguel Portolés**

dores: significa que a Denso le importa mucho el aftermarket y traslada a ese mercado todo su *know how* adquirido en primer equipo.

**C. V.:** Y es ahora cuando queremos invertir, cuando dicen que hay crisis, porque cuando finalice, queremos estar posicionados para seguir presentes en el futuro del mercado.

**¿Con qué estructura se cuenta en España?**

**M. P.:** Vamos a apostar por una red de representantes que tenemos definida en un 70%, nos falta terminar de concretar algunas regiones y una política comercial clara con ellos para que actúen en consecuencia.

En nuestra estructura *back office* convivirán la realidad Denso con la de **CTR** (distintas pero compatibles) y seremos entre 8-10 personas en las oficinas centrales con personal de almacén técnico, customer service, dirección.

**C. V.:** **CTR** es una realidad distinta, es un distribuidor muy especializado que tiene más de 6.000 referencias de climatización: su filosofía es tener todos los productos que necesita el taller muy especializado para quien sustituye piezas. La vocación de Denso es un proveedor de primer equipo que va a buscar distribuidores especialistas pero también generalistas. Son identidades distintas. Y por eso los clientes de ambos son distintos.

**¿Qué objetivo tienen en cuanto a la distribución?**

**M. P.:** No hemos planteado un número específico de distribuidores; vamos a ir dándonos a conocer, planteando las cosas que seamos capaces de ofrecer hoy por hoy, y sin ofrecer algo que no podamos cumplir. En las reuniones que he mantenido he sido claro en decir lo que se podía hacer en este momento siendo el resto

una tarea a construir el resto de meses. Mañana será otra cosa, porque habremos crecido.

El perfil es un nivel de distribuidores alto en térmico, con los *partners* adecuados en cada una de las regiones.

**C. V.:** No es tan importante la cantidad de clientes como la calidad de ellos: su equipo, la zona de influencia.

**¿En cuantos apoyos, valores añadidos, documentación, formación?**

**M. P.:** Tenemos personal específico en el área de servicio y nos preparamos para dar formación en nuestras instalaciones o desplazarnos.

**Pablo Rodríguez:** Tenemos catálogos europeos de las dos líneas de productos: el de **Térmico Motor** y el de **Climatización 2010-2011** que acaba de nacer, se presentaba en *Motortec A.I.* con 165 referencias más que el anterior; en la parte de Clima, estamos apoyando a nuestros clientes (en la feria, estamos apoyándoles en sus propios stands) para que estén satisfechos con nuestra aproximación.

**C. V.:** Nuestro objetivo de mercado es tener la cuota de mercado que se merece Denso como proveedor de primer equipo: somos el número dos en Térmico Motor (en dos años esperamos llegar a número uno) y el año próximo seremos número uno en Climatización, en Europa.

**P.R.:** No venimos a romper nada, sino a conseguir la cuota que creemos que nos pertenece por nuestra fuerte posición de primer equipo, pero de una manera respetuosa.

Hay una realidad de Denso Aftermarket en Europa, en Italia por ejemplo, donde se ha empezado así, ha funcionado, trabajando elementos técnicos complicados, y ahora son el número uno del mercado.

**M. P.:** Trabajamos con lo mejor, aportando al aftermarket productos que no son distintos a los de primer equipo del servicio oficial. Denso es muy fuerte en compresores que es el corazón del circuito; pero también en otros elementos; cuando estemos implantados, iremos presentando nuevas líneas de producto desde nuestra estructura: *motores de arranque y alternadores, sondas lambda, bujías y escobillas*, pero será un segundo paso, en unos dos años. Aportamos nivel, lo que es importante de cara a la distribución. Hemos tenido que aguantar en aftermarket muchos improperios y publicidad negativa en la comparación con el canal constructor, ahora estamos a su mismo nivel. ●

**i** [www.denso-ts.com](http://www.denso-ts.com)

## DENSO

Denso es una multinacional japonesa que tiene 121.000 empleados y 210 fábricas en los cinco continentes (10 para sistemas térmicos, una en Vigo –donde se trabaja con PSA y Opel– y otra en Barcelona para componentes electrónicos). Como producto estrella, figuran los **sistemas térmicos** (*aire acondicionado, climatización y térmico motor*), siendo número uno o dos en el mundo (en función de la fluctuación monetaria, ya que se factura en yen y en euros, y se cotiza en dólares), disponiendo también de productos en **gestión del motor**, con *bujías, elementos eléctricos y electrónicos* con *alternadores y motores de arranque*, además de *escobillas*, y productos que no son para el recambio, ya que duran la vida útil del vehículo. Están presentes en Automoción, Agrícola, Máquinas industriales.

El pasado año obtuvieron una facturación de 32.000 millones de dólares, de los que un tercio son sistemas térmicos.

El 23% de las acciones de la compañía están en poder de Toyota (ya que hasta 1949 fue una división del constructor), si bien eso no condiciona la compañía, actualmente, puesto que son dos compañías independientes teniendo como clientes de primer equipo a las principales marcas constructoras, y en posventa estando presentes en los principales mercados mundiales, hasta el punto de que, según sus datos, de 10 vehículos que circulan en Europa, mínimo 9 tienen al menos un componente de Denso.





## Estaciones de carga y mantenimiento del sistema de climatización

# Preparados ante el cambio de gas

Buena parte de los proveedores de maquinaria de climatización han hecho los deberes y ya cuentan con modelos que se adaptan o se adaptarán en breve a la nueva normativa que establece el cambio de gas refrigerante, el actual R134a dará paso al 1234yf este mismo año. Buenos ejemplos de lo que los talleres pueden encontrar en el mercado se los damos en las siguientes páginas.



Estación Phoenix de la marca Zeus fabricada por ACR. Es completamente automática.



Estación automática ACTT 200 de Behr Hella Service.



Lo último de Brainbee, el modelo Clima-6000. Destaca por su versatilidad y adaptación a las necesidades de la mayoría de talleres.

**ACR:** Alzira (Valencia). Especialista del mundo de la climatización, fabrica la marca **Zeus** de maquinaria de aire acondicionado. Su oferta es una de las más amplias del mercado al poner a disposición del taller diez modelos de estaciones de evacuación y carga, tres de recuperación y reciclaje, dos de limpieza de circuitos y cuatro completas de evacuación, carga, recuperación y reciclaje. Dentro de este amplio elenco, el modelo "estrella" es la **Zeus Phoenix**, una estación completamente automática para el gas R134a con base de datos integrada, ciclo automático completo y test de fugas y cuyas funciones se pueden ampliar gracias a las opciones disponibles: kit de limpieza, kit de desinfección, impresora, diagnosis, etc. La última novedad es la **Phoenix Futura** una variante de la estación que acabamos de comentar que se caracteriza porque en un futuro inmediato se podrá transformar para que sea compatible con el nuevo gas 1234yf. También es novedoso el modelo **Pegaso**, una máquina completamente automática de gama alta capaz de trabajar con el gas 1234yf.

**BEHR HELLA SERVICE:** Madrid. Referente del mercado de la climatización y el aire acondicionado, en materia de estaciones de aire acondicionado a finales del año pasado lanzó el modelo **ACTT 200**, un estación completamente automática en la que, desde la aspiración hasta el llenado son controlados por un software que permite supervisar todos los pasos de forma rápida y sencilla. Precisamente esta joint venture entre Hella y Behr destaca de esta máquina su facilidad de uso. Esta máquina se suma a otras con gran aceptación en el mercado como las **SECUsmart** de altas prestaciones o la **SECUmoble** de gran versatilidad.

**BRAINBEE IBÉRICA:** Terrassa (Barcelona). La filial española de este fabricante italiano de equipamiento para taller presentó en Motortec Automechanika Ibérica la nueva estación **Clima-6000** que se adapta a los tiempos actuales, está planteada como un modelo básico, compacto y de ajustada relación calidad-precio pero que

cubre las necesidades esenciales de los talleres, prueba de ello es que está equipada con la completa base de datos Autodata y proporciona funciones como la **Multipass** que permite realizar el filtrado adicional, de circuito cerrado, del líquido de refrigeración recuperado. Opcionalmente también puede realizar la función **Oil Care** consistente en un sistema de protección que impide la entrada de la humedad en el depósito de aceite preservando así la pureza del aceite PAG durante todo su uso. La firma italiana también destaca de esta máquina su facilidad de manejo por el taller. Para todos aquellos que deseen más prestaciones Brainbee ofrece modelos como la **Clima-9000** completamente autónoma o las **Clima 8000** y **8000 Evo**. Así mismo, ya dispone de modelos que pueden dedicarse a la recarga del nuevo gas R-1234f, las estaciones **Clima 1234** y **1234P** y soluciones específicas para vehículos industriales como la **Clima-9000P Bus**. Con esta amplia gama cubre cualquier tipo de demanda de los talleres.



El modelo AC788PRO de Robinair se caracteriza por sus altas prestaciones. Lo comercializa en España Diavia Aire.



La amplia gama de estaciones de aire acondicionado Waeco incluye modelos como el ASC 25000 Low Emission de la imagen.



Estación automática MRF-V200, el modelo de mayores prestaciones de la gama Launch de maquinaria de aire acondicionado.

**DIAVIA AIRE:** San Fernando de Henares (Madrid). Especialistas en climatización y proveedor tanto de recambios como de maquinaria, en este último apartado importa las estaciones de carga y mantenimiento **Robinair** marca que propone una amplia gama de modelos. Dicha gama se estructura en tres líneas diferentes: la estación industrial multirefrigerante 17801B, para talleres de vehículo industrial que trabajan con distintos tipos de refrigerante; la estación para autobuses **AC790PRO**, un modelo automático con tanque interno de gran capacidad y la familia de estaciones para automóviles y vehículos industriales de pequeña capacidad, compuesta por seis modelos, entre ellos la básica y asequible **ACM3000ROB**, cuatro variantes versátiles y equilibradas que van de la **AC495PRO** a la **AC690PRO** y la de mayores prestaciones **AC788PRO**. Precisamente esta última se erige como el modelo estrella de la gama Robinair. Muchos son sus argumentos técnicos y comerciales: cumple con las estrictas normas SAE J2788 y J2099, garantiza un mínimo del 95% en la cantidad de gas recuperado de cualquier vehículo y aproximadamente el 15% en la precisión de carga, puede trabajar con vehículos híbridos, dispone de pantalla a color, toma USB y lector de tarjetas SD, es compatible con Bluetooth y, de forma exclusiva, está integrada en *Asanetwork*, una plataforma que desarrolla un estándar de comunicación entre talleres y sistemas de gestión, impulsada por numerosos fabricantes de vehículos y de equipos de taller. La última novedad propuesta por Diavia Aire es la estación **AC1234**, finalista en la Galería de la Innovación de Motortec Automechanika Ibérica. Este modelo ya está adaptado al nuevo refrigerante R1234yf que se utilizará en primer equipo a partir de este año (mercado al que se dirige el modelo) y que todavía tardará un tiempo en implantarse en la posventa independiente. La AC1234, aparte de su compatibilidad con el

nuevo refrigerante, se presenta con varias innovaciones a nivel de seguridad ya que el nuevo refrigerante es muy inflamable.

**DOMETIC SPAIN:** Villanueva de la Cañada (Madrid). Firma fabricante que distribuye en España la gama **Waeco** de estaciones de aire acondicionado cuya versátil gama, toda ella automática, comparte un amplio equipamiento: impresora para obtener resúmenes de las operaciones, display orientable, indicadores LED, teclado de membrana y base de datos personalizable de llenado de vehículos. El modelo de acceso a la gama es el **ASC 1000**, que se presenta con un depósito de llenado de diez kilos y una capacidad de trabajo de cuatro vehículos a la hora. Por encima de esta estación se sitúa la **ASC 2000** capaz de trabajar sobre cinco vehículos a la hora gracias a un depósito de llenado de 21 kilos. La **ASC 3000** se dota de un depósito de llenado de 30 kilos y de una potente bomba de vacío (132 litros/minuto) para poder trabajar en los sistemas de climatización de camiones y autobuses. Los modelos más destacados de la gama Waeco son los **ASC 2500 Low Emission** y **ASC 5000**. El primero de ellos permite recuperar la máxima cantidad de refrigerante del circuito del vehículo mientras que la estación ASC 5000 ya puede realizar el mantenimiento de los sistemas de aire acondicionado que funcionan con el nuevo refrigerante 1234yf además de recuperar una alta cantidad de refrigerante del circuito de climatización.

**GRUPO SERCA AUTOMOCIÓN:** Esplugues de Llobregat (Barcelona). Este importante grupo de distribución apuesta por su marca propia a la hora de distribuir maquinaria de aire acondicionado y bajo marca **Serca** propone varios modelos de estaciones de aire

acondicionado como el **Piccola Data** que destaca por su relación calidad-precio o la serie **Amica Data** que ofrece mayor nivel de prestaciones. Incluso pone a disposición de los talleres de vehículo industrial la estación **Amica Bus** para autocares, camiones, transportes frigoríficos, etc.

**LAUNCH IBÉRICA/GRUPO CIRCUIT:** Palau-Solità i Plegamans (Barcelona). Esta firma proveedora de equipamiento y diagnóstico para taller importa en exclusiva en España la gama de maquinaria de aire acondicionado del fabricante chino **Launch**. Tres son los modelos de estaciones de aire acondicionado que pone a disposición del mercado. Las **MRF-V100** y **MRF-V100S** son estaciones semiautomáticas que utilizan un módulo patentado que integra el separador de aceite-gas con intercambiador de calor y que cuentan con una válvula electromagnética y una anti-retorno que garantiza un funcionamiento fiable y estable. De dimensiones contenidas, se presentan con dos depuradoras, una para la recuperación y otra para la recarga del refrigerante que asegura un refrigerante más limpio. Así mismo, disponen de calefacción del refrigerante para aumentar la velocidad de recarga. La diferencia entre ambas estaciones es que la MRF-V100 incluye la impresora de serie en su equipamiento y la MRF-V100, no. La estación automática es la **MRF-V200**. Se presenta con dos básculas, una para el líquido refrigerante y otra para el aceite nuevo; con dos depuradoras, una para la recuperación y otra para la recarga de gas para asegurar un refrigerante más limpio; con un calefactor de depósito que permite realizar la carga sea cual sea la climatología y con una alarma para que avisa del cambio de filtros y si el depósito está vacío o lleno. Muestra la temperatura del refrigerante en pantalla permitiendo al operario identificar la presencia de gases no condensados para así realizar o no una purga previa. De serie incluye

Modelo Magneti Marelli Clima Tech Top HFO ya adaptado al nuevo gas refrigerante 1234yf.



La propuesta de Rivolta Ibérica, el modelo Klimauto de la marca Areo.



## Cambio de normativa de gases

A partir del presente ejercicio 2011 todos los nuevos **vehículos a motor** de nueva homologación **de peso inferior a 3,5 toneladas** deberán utilizar en el sistema de climatización el **nuevo gas refrigerante R1234yf** que sustituirá al actual R134a. El motivo de este cambio es que el nuevo gas es menos contaminante que el utilizado hasta ahora.

El **Real Decreto 795/2010** sobre manipulación de gases fluorados es el que ha establecido el cambio de gas y tiene como objetivo mantener bajo control las emisiones de este tipo de gases a la atmósfera para evitar así contribuir aún más a la destrucción de la capa de ozono que envuelve la Tierra y que nos protege de las radiaciones ultravioleta emitidas por el Sol. Dicho Real Decreto se aprobó el pasado 16 de junio de 2010 y es, a su vez, la transposición española de dos leyes europeas, una de 2006 y otra de 2009. Lo que más afecta al **taller** respecto a este Real Decreto es el hecho de que se registre y cuantifique a partir de ahora el uso de estos gases fluorados, teniendo que mantener un registro de las operaciones de carga y reciclado del circuito de aire acondicionado del vehículo detalladas al gramo, de manera que una autoridad competente pudiera, llegado el caso, pedir este historial al profesional para certificar que está cumpliendo con la ley.

la base de datos de vehículos y la impresora. Por su gran aceptación en el mercado, fruto de su equilibrada relación calidad-precio, la estación de aire acondicionado Launch más destacada es la semiautomática MRF-V100.

### MAGNETI MARELLI AFTERMARKET:

Llinars del Vallès (Barcelona). Fabricante y distribuidor de una gama **Magneti Marelli** de estaciones de aire acondicionado compuesta por cuatro modelos. El **Clima Tech Plus Evolution**, por su relación calidad-precio se erige como el modelo de mayor aceptación en el mercado. Se trata de una estación semiautomática dotada con tres vasos (aceite, colorante y recuperación), una base de datos manual con opción de ser ampliada por marca y modelo, recogida automática del gas y con función de carga de aceite automática. El último modelo en incorporarse al catálogo es la estación **Clima Tech Top HFO**, una automática ya compatible con el nuevo gas refrigerante 1234yf y que se presenta con base de datos, impresora, dos sistemas de recuperación (*Eco* y *Speed* según las necesidades del cliente) y capacitada para realizar funciones de

diagnóstico del sistema de climatización. Completan la gama de estaciones de aire acondicionado Magneti Marelli los modelos **Clima Tech HD Evolution** para camión y autocar y **Clima Tech Top**, una estación automática con base de datos por marca y modelo, impresora y capaz de realizar la diagnóstico de las presiones del sistema.

### MAHA MASCHINENBAU HALDENWANG ESPAÑA:

Aiguaviva (Girona). La propuesta al mercado de esta firma de origen alemán es la estación **RS 2**, un modelo que realiza de modo completamente automático el ciclo de prueba completo, incluido el tratamiento del refrigerante y el cambio de lubricante. Opcionalmente, también permite ahorrar tiempo gracias a la función *Cyclomatic* que realiza en un solo ciclo la extracción del refrigerante, la separación del lubricante usado, el vacío, el control del vacío y la carga de lubricante y refrigerante nuevos.



Estación de aire acondicionado RS 2 de Maha.



Aspecto de la completa estación de diagnóstico ACS 650 de Robert Bosch.

### RIVOLTA IBÉRICA AUTO MOTO Y CICLO:

Olesa de Montserrat (Barcelona). Importador y distribuidor de la marca **Areo** cuya cartera de productos incluye la estación de carga y mantenimiento del sistema de aire acondicionado **Areo Klimauto**. Totalmente automática, ya puede ser compatible con el nuevo gas refrigerante R1234yf y su bomba de vacío de 70 litros/minuto, compresor de 400 gr., bombona de 12,5 kg y dos botellas de inyección de 250 gramos le permite operar sobre turismos, camiones y microbuses. También merece especial mención su completo software disponible en varios idiomas. Desde Rivolta informan que Areo está trabajando en el desarrollo de una estación de recarga que podrá trabajar con el gas R134a o con el R1234yf dependiendo del vehículo a recargar el gas.

# TEXA

Isidro G. Sánchez  
Director general de Texa  
Ibérica Diagnosis, S.A.



## La climatización del automóvil y el servicio de mantenimiento

Hoy en día, más del 70% de los vehículos que circulan por nuestras carreteras está equipado con un sistema de aire acondicionado o de climatización y más del 95% de los que se venden actualmente también salen equipados con dicho sistema. La función principal de la climatización es conseguir la máxima comodidad y confort en el interior del habitáculo para el conductor y acompañantes, lo cual revierte en una mayor seguridad para los ocupantes. Este sistema que proporciona un gran bienestar a bordo del vehículo, sobre todo en países con climas claramente diferenciados entre calor y frío, como es nuestro caso, tiene utilidad prácticamente durante todo el año.

Por tanto, se ha convertido en un elemento imprescindible y de alta prioridad en lo que a su buen funcionamiento se refiere para lo cual es sumamente importante llevar a cabo un adecuado mantenimiento. Esto significa una gran oportunidad para los talleres de reparación que quieran ampliar la oferta de servicios y, al mismo tiempo, rentabilizar sus negocios.

Texa, consciente de esta situación y con el fin de facilitar el acceso a los talleres a este importante volumen de negocio, ha desarrollado y ofrece al mercado una gama de estaciones "Konfort Series 600E y Series K700R" para el mantenimiento de los sistemas de climatización, fáciles de utilizar, de alta precisión cuya gama K700R está preparada para operar, tanto con el actual R134a, como con el nuevo gas 1234yf, obligatorio en nuevos vehículos homologados a partir del presente año 2011. Por tanto, ofrecen una garantía de futuro al taller ya que están certificadas de acuerdo con las nuevas disposiciones legales en materia de manipulación de gases refrigerantes.

**ROBERT BOSCH ESPAÑA:** Madrid. La gigante alemana lanzó simultáneamente en 2009 las estaciones de aire acondicionado ACS 600 y ACS 650, ambas marca Robert Bosch. Aunque funcionalmente son idénticas, la primera es para turismos y la segunda, para turismos y vehículo industrial.

Ambas son 100% automáticas (no llevan válvulas de paso), permiten añadir líquido UV de contraste al lubricante, disponen de una base de datos de carga integrada en el equipo, indicador luminoso y acústico para conocer el estado de la carga en todo momento y destacan por su alta precisión y por su sencillo manejo. Aunque existen pocas diferencias entre los dos modelos, el ACS 650 es más completo al contar, adicionalmente, con una impresora integrada de serie, una botella interna de refrigerante de mayor tamaño (para dar cobertura a los vehículos industriales), un manómetro adicional para controlar la presión interna de las botellas y una bomba de vacío más potente.

### TALLERES ELECTROAUTO:

Coslada (Madrid). El elenco de maquinaria de esta firma especialista en aire acondicionado es muy amplia abarcando modelos de marcas como Denso, Climbo o su marca propia Teasa. Algunas de las variantes más destacadas son la máquina automática DSC Bus de Denso, la estación de carga referencia 11E009, las recuperadoras-recicladoras ECK Truck HD, Automat 1500, Automat 2500 y Automat 2500+iny, la recuperadora de refrigerante Mini, la máquina automática Teasa 600 y la semiautomática Teasa 300 o la limpiadora de circuitos 2005 de Climbo. La estación DCS Bus de Denso permite realizar la recuperación, reciclaje, vacío y recarga automáticos del sistema de climatización de vehículos industriales y autobuses. Para ello se dota de un tanque interno de 40 litros. Otro modelo destacado es la estación Teasa 600, completamente automática con posibilidad de ser utilizada manualmente que ofrece las funciones de recuperación, reciclaje, descarga automática del aceite usado y carga automática del refrigerante mediante báscula electrónica (+/-10 gr.), tiempo de vacío programable, inyección automática del aceite limpio o detección de fugas por control de vacío. Su equipamiento incluye una base de datos completa de cargas de gas de los vehículos.

### TEXA IBÉRICA DIAGNOSIS:

La Palma de Cervelló (Barcelona). La marca de origen italiano Texa es un referente de este mercado, no solo por su amplia oferta sino también por el elevado nivel técnico de sus estaciones. A principios de año, la filial española presentó en sociedad la renovación gama Konfort que se estructura en dos líneas principales, la 700 y la 600. La Serie 700 es una de las más avanzadas del mercado y buena prueba de ello es el modelo 780 Bi-Gas, capaz de trabajar indistintamente con el gas R134a o con el nuevo R1234yf. La línea 700 se completa con los modelos 720 R, 760 R y 760 R Bus (modelo este último para vehículo industrial). Todos ellos, incorporando un kit opcional, también son compatibles con el nuevo gas. La estaciones Konfort de la Serie 700 comparten una completa base de datos, un nuevo soft-



La flamante estación 780 Bi-Gas de Texa puede trabajar indistintamente con el gas R134a o con el nuevo R1234yf.

ware y un elevado nivel de seguridad. La base de datos permite programar parámetros para una correcta carga de más de 7.000 sistemas de climatización y se actualiza permanentemente vía Sd-card o módulo GPRS. El nuevo software controla todo el proceso de verificación y carga gracias a una sofisticada red de sensores mientras que un doble control sobre posibles escapes y un sistema de ventilación integrado se encargan de asegurar la máxima seguridad ante el nuevo gas que es más inflamable. Excepto el modelo 720 R, el de acceso a la Serie 700, el resto de estaciones de esta línea se equipan con un sistema de peso del gas con control electrónico automático de inclinación del pavimento que precisa al máximo la medición del gas a introducir, con un recipiente hermético para el aceite, con un evolucionado sistema de pesado del aceite y con un dispositivo anticontaminación del gas con analizador que permite reconocer automáticamente el tipo de gas introducido y que bloquea la carga en caso de que no sea compatible con el sistema de climatización del vehículo. En cuanto a la Serie 600, destaca por su versatilidad al ser cinco estaciones de menores prestaciones que las 700 pero más asequibles y capaces de cubrir las demandas principales de los talleres de reparación de automóviles. Los depósitos de líquido refrigerante de distintos tamaños aseguran el cumplimiento de todo tipo de demandas y son fáciles de usar, robustas y fiables indica el fabricante italiano.

### VALEO SERVICE ESPAÑA:

Getafe (Madrid). El fabricante de origen francés es uno de los principales proveedores en componentes, utillaje y maquinaria

# 25 años ofreciendo soluciones en climatización de vehículos



1986-2011  
**DIAVIA AIRE**  
**25**  
**ANIVERSARIO**

Equipos y componentes • Recambios • Equipamiento de Taller • Formación • Asistencia Técnica



**Diavia**

DIAVIA AIRE S.A.  
Mar Tirreno 33 • 28830 San Fernando de Henares  
Tel. 91 678 47 50 • Fax: 91 677 00 18  
e-mail: [diavia@diavia.es](mailto:diavia@diavia.es) • [www.diavia.es](http://www.diavia.es)



**Víctor Rivera**  
**Secretario general de CONEPA**  
**(Federación Española de**  
**Empresarios Profesionales de**  
**Automoción)**

## El taller, ante la normativa sobre gases fluorados

Desde que se publicara en el BOE el **Real Decreto 795/2010**, por el que se regula la **comercialización y manipulación de gases fluorados y equipos basados en los mismos**, **CONEPA**, a través de sus asociaciones miembro, ha instado a las administraciones autonómicas a que actuasen con celeridad en el desarrollo de sus competencias y ha puesto de manifiesto la preocupación e incertidumbre de los talleres españoles por la imposibilidad de cumplir la normativa. Asimismo, nuestra federación ha lanzado mensajes a los profesionales de la reparación y el mantenimiento del vehículo en el sentido de no ponerse nerviosos y esperar a tener las cosas claras antes de hacer cualquier curso que pudiera finalmente no servir para acceder a las obligatorias certificaciones de los organismos competentes. Recordemos que el Real Decreto citado establece para los especialistas en aire acondicionado la obligación de obtener un **certificado tras haber recibido una formación mínima de 40 horas**. La misma norma nacional, adaptación de directivas europeas que hemos de cumplir, indica que, de acuerdo con las competencias transferidas, corresponde a las comunidades autónomas dar la autorización a los centros de formación, emitir, suspender y retirar los certificados y regular el registro de los mismos. Diez meses después de se publicara en el BOE el decreto, todavía hay autonomías que ni siquiera han desvelado la identidad de los organismos competentes en esas diversas tareas. En otros casos, ya se dispone de dicha información y se trabaja en la puesta en marcha de los procedimientos necesarios. Mientras tanto, la preocupación de los talleres es grande. Los profesionales saben que, aunque no por culpa suya, no están cumpliendo la norma. Son frecuentes las consultas de talleres en nuestras asociaciones incidiendo en qué han de hacer si un inspector que visite sus instalaciones les requiere documentación al respecto. En la práctica, esto no está ocurriendo, pero tampoco sabemos en qué momento la lentitud de las administraciones en hacer sus deberes se va a convertir en celeridad para hacer cumplirlos en el momento en que ya sea posible. Desde CONEPA, tranquilizamos a los talleres asociados. Estaremos ahí para ayudarles a cumplir con sus obligaciones tanto en formación como en plazos.

para el sistema de climatización. En estaciones de carga y mantenimiento del sistema de aire acondicionado bajo marca **Valeo** propone la línea **Clim Fill** compuesta por tres modelos, las estaciones **One**, **Advance** y **Auto** que se adaptan a las necesidades de cada taller. El modelo **One** se presenta con una bomba de vacío con capacidad de 70 l/min y una velocidad de recuperación de 300 gr/minuto. La **Advance** y la **Auto** cuentan ya con una bomba de vacío de 180 l/min y alcanzan una velocidad de recuperación de 500 gr/minuto. En las **One** y **Advance** el proceso de inyección de aceite trazador se realiza de modo manual mientras que la **Auto** ya lo realiza de forma automática. Todas ellas se comercializan con la impresora, el software de diagnóstico y la base de datos integradas.

**WIGAM HISPANIA:** Ribarroja del Turia (Valencia). Delegación en Las Rozas (Madrid). Firma fabricante de la marca de estaciones de aire acondicionado **Wigam** con la que comercializa únicamente modelos totalmente automáticos. Su cartera de productos incluye varios modelos como el **Piccola Data** muy vendido por su equilibrada relación calidad-precio; el **Amica Data**, más prestacional; el **Amica SAE**, que cumple con la normativa SAE-J2788 o el **Amica Bus** para vehículo industrial. Esta gama se complementa con equipos como el sistema de lavado de circuitos **Flush-1 Plus A/C**, con el sistema de recuperación de refrigerante **EasyRec120** y con un amplio elenco de consumibles y herramientas que abarcan aceites para compresores, aditivos, termómetros, detectores de fugas electrónicos y UV, selladores de fugas, gases refrigerantes, etc. El **Piccola Data** es el modelo "estrella" de la gama Wigam. Es una estación totalmente automática (incluida la carga y descarga del aceite y el control electrónico de fugas) que dispone de un envase de 10 kilos, una bomba de vacío de 90 l/min y una base de datos con la infor-



La óptima relación calidad-precio es la principal virtud de la estación automática Piccola Data de la marca Wigam.

mación del sistema de climatización de los principales modelos del mercado. Su ajustado precio y compactas dimensiones (500x450x900 mm) son factores que le aportan gran competitividad en el mercado. Su último lanzamiento, sin embargo, es la **Amica SAE**, estación automática que incorpora una pantalla electrónica muy funcional además de un envase de 20 kilos, una bomba de vacío de 180 l/min, la base de datos y, de serie, integra una impresora, una sonda de temperatura y cuatro balanzas, para la carga del refrigerante y de los aditivos y la carga y descarga del aceite.

## Páginas web de interés

[www.acr-sl.com](http://www.acr-sl.com)  
[www.actiamuller.com/es](http://www.actiamuller.com/es)  
[www.agerauto.es](http://www.agerauto.es)  
[www.aragasmadrid.com](http://www.aragasmadrid.com)  
[www.autobas.com](http://www.autobas.com)  
[www.behrhellaservice.com](http://www.behrhellaservice.com)  
[www.bosch-automotive.es](http://www.bosch-automotive.es)  
[www.brainbee.it](http://www.brainbee.it)  
[www.climcar.com/es](http://www.climcar.com/es)  
[www.diavia.es](http://www.diavia.es)  
[www.dometic.es](http://www.dometic.es)  
[www.electroauto.net](http://www.electroauto.net)  
[www.grupocircuit.com](http://www.grupocircuit.com)  
[www.hella.com](http://www.hella.com)  
[www.launchiberica.com](http://www.launchiberica.com)

[www.magnetimarelli-checkstar.es](http://www.magnetimarelli-checkstar.es)  
[www.maha.es](http://www.maha.es)  
[www.momplet.com](http://www.momplet.com)  
[www.nrf.eu](http://www.nrf.eu)  
[www.radsa.es](http://www.radsa.es)  
[www.sanchezpamplona.es](http://www.sanchezpamplona.es)  
[www.serca.es](http://www.serca.es)  
[www.snapon.com](http://www.snapon.com)  
[www.stag.es](http://www.stag.es)  
[www.tecnotest.com](http://www.tecnotest.com)  
[www.texaiberica.com](http://www.texaiberica.com)  
[www.utilmadrid.com](http://www.utilmadrid.com)  
[www.valeoservice.com](http://www.valeoservice.com)  
[www.waeco.es](http://www.waeco.es)

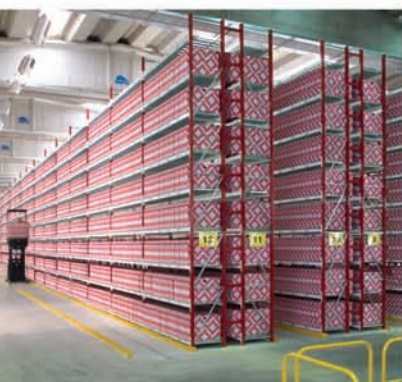
**DENSO**

El número UNO en **Primer Equipo**

## Ahora también para la Posventa



Un mundo de productos de **Térmico Motor** y de **Climatización**, nacidos de nuestra experiencia y competencia en **Primer Equipo**.



**Calidad** a nivel de excelencia

**Innovación** continua para adelantarse al futuro

**Tecnología** punta como garantía de progreso

**Servicio al cliente**, eficiente y profesional

**Logística avanzada**, entregas rápidas y urgentes

**Un verdadero Partner** sólido y fiable

**Construyamos juntos el futuro**



Suplemento especializado de **myt**

58

Noticias

60

Eventos:

La chapa y pintura en Motortec Automechanika Ibérica

62

Fichas técnicas CESVIMAP: datos técnicos para la reparación del Renault Modus

67

Noticias Centro Zaragoza

68

Actualidad: novedades Standox

EL COLOR DB 403 DEEP BLACK Y AMPLIACIÓN DEL PROGRAMA DE TONOS GRISES

NOVEDADES R-M

El negro más oscuro, así define la marca de **Basf Coatings** a su nuevo color, el **DB 403 Deep Black**. Gracias a su tecnología de pigmentación avanzada, usando el **DB 403 Deep Black** se pueden reproducir los negros más oscuros con precisión obteniendo un grado de oscuridad del negro normalmente difícil de obtener por los talleres a partir de bases de mezclado estándar. Este nuevo producto es más oscuro que el **Onyx HD HB 203** y ya está registrado en la guía **Color Explorer Online**. Así mismo, **R-M** recuerda que el **DB 403 Deep Black** es resistente a la congelación. Otra novedad reciente lanzada por R-M es la llegada de tres nuevas variantes de alto rendimiento que amplían su gama de imprimaciones de tonos grises. Denominadas **Perfectfiller** estas tres nuevas imprimaciones mejoran la lijabilidad y las

propiedades del flujo para obtener tiempos de secado más rápidos y están disponibles en blanco, gris y negro. La clave de su rendimiento es que ofrece una base perfecta en aras de mejorar el rendimiento de toda la gama de colores de las capas protectoras de R-M. Las imprimaciones **Perfectfiller** se pueden aplicar en solo dos capas frente a las tres necesarias para las **Multifiller CP**. El resultado de aplicar una mano menos es una reducción notable de los tiempos y del consumo de material. En caso de requerir mayores propiedades de relleno, el profesional podrá aplicar una tercera capa. El uso de las **Perfectfiller** no implica cambios en la metodología de aplicación y estas imprimaciones se pueden mezclar entre sí para obtener el tono de gris requerido con la máxima precisión. **www.rmpaint.com**



ES DE GLASURIT  
EL ACELERADOR DE SECADO 523-15 ESTRENA FÓRMULA

**Glasurit** ha lanzado una nueva versión del acelerador **Racing Additive 523-15** cuya renovada fórmula le permite ganar en versatilidad. Si desde su lanzamiento en 2007 se utilizaba en barnices protectores, desde ahora se puede utilizar también en imprimación aparejo. Este **acelerador** está especialmente indicado para el pintado de piezas sueltas y reparaciones puntuales. Reduce el tiempo de secado de los barnices COV en los pintados sobre superficies verticales en un 15% como mínimo. En combinación con las imprimaciones aparejo 285-505 gris, 285-555 negro y 285-655 blanco de Glasurit HS, el **Racing Additive** llega a reducir el tiempo de secado hasta en un 50%. Distribuido a nivel mundial, el nuevo acelerador irá sustituyendo paulatinamente a la generación anterior.

**www.glasurit.com**



**PERFECTFILLER BLACK, WHITE and GREY**  
R-M greyscale primers promise perfection and profitability

Select the grey shade that matches your topcoat

PERFECTFILLER BLACK	100	84	53	30	17	8	3	0
Mixing ratio								
PERFECTFILLER WHITE	0	16	47	70	83	92	97	100
	50:50	50:20	50:30	50:40	50:50	50:60	50:70	50:80

PERFECTFILLER Black, White and Grey



## FIRMA DISTRIBUIDORA SOCIO DE GRUPO SERCA AUTOMOCIÓN PHIRA Y ORÁN DIVULGAN SU ACTIVIDAD EN AICRAG

Los proveedores de recambio de carrocería **Phira** y **Orán** presentaron el pasado mes de marzo a un medio centenar de profesionales carroceros en las instalaciones de la firma distribuidora **Aicrag** de Tarragona sus respectivas carteras de producto y sus procesos de producción. Tras ser presentados por **Jordi García**, responsable de Plancha y Pintura de Aicrag y anfitrión del evento, **Sergi Camps** por parte de Phira y **Javier de la Puerta**, por parte de Orán, presentaron sendos vídeos corporativos en los que se explicaban los procesos de fabricación y de certificación de los productos de ambas firmas. En ellos, además, se hacía especial hincapié en la calidad equivalente de sus productos con los del constructor. Los talleres asistentes, clientes del socio de **Grupo Serca Automoción** Aicrag, tras la visualización de los vídeos expusieron sus dudas y reflexiones sobre el recambio de carrocería y su mercado a los representantes de Phira y Orán estableciéndose un interesante debate. ◀

**i** [www.oran-sa.es](http://www.oran-sa.es)  
[www.phira.es](http://www.phira.es)  
[www.aicrag.com](http://www.aicrag.com)



### Breve

La cartera de productos de **Reauxi** se ha ampliado con la llegada del **Hot Stapler**, un equipo de soldadura de plásticos. Fácil de utilizar permite realizar reparaciones sólidas y seguras sobre todo tipo de plástico. Reauxi, desde Lliçà de Vall (Barcelona), se dedica a la importación y distribución de productos para el sector del automóvil y la industria. Para el profesional del taller de chapa y pintura propone los equipos y soluciones de marcas como **SATA, Cav, Rosauto, CMC, Trisk** o **Technolift**, entre otras.

**i** [www.reauxi.com](http://www.reauxi.com)



## AUTOMECÁNICA LEVANTE NUEVO DISTRIBUIDOR DE DUPONT EN CASTELLÓN

**DuPont Refinish** presentó el pasado mes de marzo en Peñíscola a su nuevo distribuidor para Castellón que es **Automecánica Levante**, empresa con 25 años de experiencia en la venta y comercialización de productos de automoción.

El acto de presentación, celebrado en el centro de formación de **DuPont Refinish Training Center** (DRTC) de Peñíscola reunió a más de treinta profesionales de 19 talleres y contó con la presencia de **Rubén Tena**, responsable del departamento de Márketing y Comercial de Automecánica Levante y de **Jaime Martínez**, jefe de zona de DuPont Refinish. Sobre el acuerdo, Tena comentó: "supone para Automecánica Levante una gran oportunidad comercial. De hecho, ya estamos obteniendo resultados de la presentación oficial que llevamos a cabo". Y añadió: "para nosotros tener el centro DRTC en la misma provincia donde operamos es una ventaja frente a otros competidores". Martínez, por su parte, agradeció "el apoyo brindado por los talleres de la zona y por el nuevo distribuidor ya que gracias a ellos el acto fue un éxito" y mostró su confianza en el nuevo distribuidor castellonense: "que ayudará a DuPont Refinish a difundir entre más talleres nuestra filosofía de aumento de la productividad". Durante la presentación DuPont Refinish aprovechó para dar a conocer a los talleres presentes dos nuevos productos, la base bicapa **DuPont Cromax** y el barniz **COV Standard CC6400**.

Aunque la presentación se realizó hace pocos días, Automecánica Levante distribuye los productos de repintado DuPont Refinish desde el pasado mes de septiembre. Automecánica Levante es socio de **AD Parts** y cuenta con un equipo profesional compuesto por sesenta empleados, con un almacén central en Almazora de 8.000 metros cuadrados y con tres puntos de venta, en Villarreal, Vinaroz y Vall d'Uixó. Su ámbito de distribución es toda la provincia de Castellón. ◀

**i** [www.dupont.com](http://www.dupont.com) / [www.automecanicalevante.com](http://www.automecanicalevante.com)

## NUEVO SEMINARIO PARA LOS TALLERES CERTIFIEDFIRST EN ESADE APRENDER SOBRE LAS COMPETENCIAS CLAVE

Varios miembros de la red de talleres **CertifiedFirst** impulsada por **Grupo PPG** asistieron a un nuevo seminario en la escuela de negocios **ESADE**. En esta ocasión asistieron al **Seminario de Planificación Estratégica**, enmarcado en el **Programa Superior de Desarrollo de Negocio** que ESADE y CertifiedFirst ofrecen a los miembros de esta red.

A lo largo de la jornada formativa se reflexionó sobre las dinámicas que están cambiando el sector de la carrocería y pintura, dónde estarán sus empresas dentro de 10 años, cuáles son los factores clave del éxito empresarial o qué medidas pueden tomar los gerentes de los talleres CertifiedFirst para reforzar su competitividad ahora y en el futuro. Los formadores de este seminario explicaron a los asistentes las herramientas imprescindibles para analizar las tendencias del sector y esbozar la mejor estrategia a seguir en cada taller desarrollando Competencias Clave que permitan generar ventajas competitivas.

El Programa Superior de Desarrollo de Negocio puesto en marcha por CertifiedFirst y ESADE se dirige a aquellos miembros de la red que quieren situarse en una situación competitiva ante los retos del mercado del automóvil a nivel legal, de entorno competitivo, estratégico, operativo, financiero, de competencias directivas y de gestión de personal. ◀

**i** [www.certifiedfirst.com](http://www.certifiedfirst.com)



## LA GAMA MÁS AMPLIA DEL MERCADO

### QB2000 Móvil

Hasta 2.500 kg y 1.100 mm de elevación



### QB4000

Pensado para vehículos largos (vehículos comerciales).  
También disponible versión empotrada.



### QB3000

Hasta 3.000 kg y 1.200 mm de elevación.  
También disponible versión empotrada.



CONSULTE CON NUESTROS DISTRIBUIDORES. DISPON

## LÍDERES EN ELEVADORES MÓVILES



### PREP-4

Para cabinas de pintura y zonas de preparación.



### PREP-2 Móvil

Elevador móvil de tijera para preparación y acabado de pintura y para reparación rápida y mantenimiento del automóvil.



### EASYLIFT 3000

Elevador neumático móvil para elevación lateral, estructura de columna



Importador en exclusiva para España



Reauxi, S.L.  
C/Bages, Nave 14 · Pol. Ind. La Serra I  
08185 Lliçà de Vall (Barcelona)  
Tel. 93 843 99 41 · Fax. 93 843 81 09  
[www.reauxi.com](http://www.reauxi.com) · [reauxi@reauxi.com](mailto:reauxi@reauxi.com)

CARROCERÍA Y PINTURA,  
NO DEMASIADO REPRESENTADA EN MOTORTEC A.I.

# A mejorar

Entre los sectores presentes, no fue el de más envergadura, aún así, algunas firmas apostaron por presentarse en la feria para mostrar sus novedades, incluso con éxito en la Galería de Innovación.

Carrocería y pintura, en las ferias de la posventa, suele ser más carrocería (o auxiliares) que pintura...y es lo que resultó ser en **Motortec A.I.**; les presentamos un resumen de lo que allí se pudo ver.



Auto-Cristales Tomelloso, acudieron a presentar sus productos a Madrid, además de dar a conocer sus nuevas instalaciones.



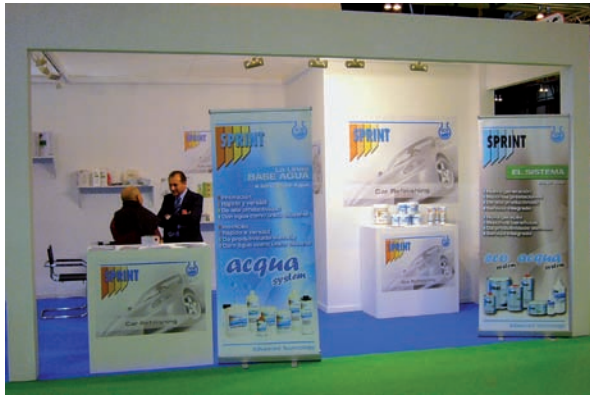
Festool, en España de la mano de Tooltechnic Systems acudían con un amplio stand para enseñar sus *Sistema Festool*, aglutinando máquinas, accesorios y consumibles para conseguir un ahorro de tiempos para el reparador. En el stand, en emplazamiento de honor, el *Spotrepair*, un puesto de trabajo móvil con todos los elementos necesarios para la reparación de pequeños arañazos en menos de 90 minutos. Y como es tradicional en la compañía, demos prácticas a los profesionales.



Gammplast, especialista en elementos de enmascarado, presentes en la feria.



Hella tiene una unidad de negocio específica en sistemas de color, pistolas aerográficas y consumibles) a cargo de Eduardo Pintor. Aparte de las marcas de pintura *Octoral*, *De Beer* y su marca propia *Sonne* (creciendo en cobertura nacional con más de 1000 máquinas en España) presentaban el acuerdo de este año con los fabricantes japoneses de *abrasivos Kovax*.



ICR presentaron su línea hidrosoluble, el *Aqua System*, y su línea en bajo VOC, *Aqua System* y *Eco System*.



Jumasa y sus líneas de carrocería, mostrándose al público profesional en su stand.



Entre los diversos productos de la compañía **KWH Mirka Ibérica**, a destacar su *Kit de pulido*, una solución completa rápida y fácil de usar, que supone eliminar las motas en 30" con un brillo impecable. Además, presentaban un *kit óptica de faros*, para pulir los faros en 15-20 minutos, el *puesto de lijado Mirka*, un trolley para tenerlo todo a mano compuesto con diversas máquinas, la *lijadora neumática OS383CV* ideal para "taquear", y una nueva generación *discos Gold*, con estearato de última generación y óxido de aluminio BlueFire que proporcionan mayor durabilidad y menor obstrucción. Durante toda la feria, *demo*s a los profesionales para contemplar la eficacia de los productos en directo.



Phira y Oran, como siempre en tándem en las ferias para presentar sus productos.



Sagola presentó sus últimas novedades, entre las que destacó su nueva pistola **4500 XTREME**, galardonada en la *Galería de Innovación* como el producto más vanguardista del sector de la posventa, en el apartado de carrocería y pintura. La herramienta dispone de versión digital, que trabaja con cuatro diferentes boquillas en HVLP y EPA tanto para barniz como agua. Además, presentaron la nueva **MINI XTREME**, que sigue la misma línea de ergonomía y color que la 4500 Xtreme –especialmente pensada para la reparación rápida–, los modelos **3300 PRO** y **CLASSIC PRO** –pistolas con el mejor comportamiento tanto en HVLP como Epa para los nuevos aparejos–, y la gama actual de *filtros Sagola*, con cuatro modelos **5300**, **5200**, **5100** y **5000**. Por último, presentó como novedad su **PACK 6000 AIRHEATER**, que se espera que revolucione el tratamiento de aire en las carrocerías.

## CARROCERÍA

*Modus, el nuevo monovolumen de Renault, no sustituye a ninguno de los vehículos que la marca tiene en el mismo segmento (Twingo y Clio). Tomando como base la plataforma del Nissan Micra, se ha creado un vehículo innovador, que presume de tener mayor superficie acristalada y múltiples soluciones en el interior de su habitáculo. No descuida la seguridad de sus ocupantes, empleando soluciones tecnológicas propias de vehículos de mayor categoría.*



# Datos técnicos para la reparación del Renault Modus

### Identificación



#### Ubicación del número de bastidor

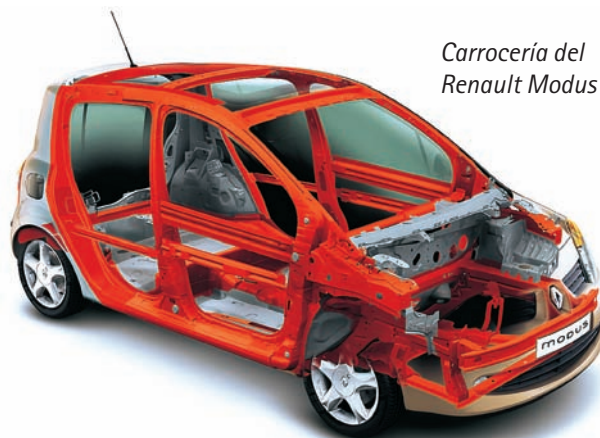
Para identificar el Renault Modus es necesario localizar el número de bastidor y los códigos contenidos en la placa oval. La placa del fabricante se encuentra situada en el pilar central derecho y de ella se obtienen datos como el nivel de equipamiento, tipo de pintura, tipo de vehículo y número de fabricación. El número de bastidor se encuentra troquelado en el piso trasero, sobre una placa remachada; también es visible a través de una ventana abierta en la parte inferior izquierda del parabrisas.

### Carrocería

- El Renault Modus es un nuevo monovolumen que no presenta elementos comunes ni con el Twingo ni con el Clio, sino que comparte plataforma con el Nissan Micra, de la que se han utilizado el 52% de las piezas. El conjunto que forma el pase de rueda y el larguero delantero derecho difiere en función de la motorización, siendo el denominado "depar alto" para el diesel de 110 CV y "de bajo par" para el resto de las motorizaciones. Existen zonas de esta carrocería con mayor resistencia frente a los impactos, de las que cabe citar:
  - El pilar central está fabricado con acero de muy alto límite elástico, de manera que se puede aumentar su rigidez y disminuir su

anchura, permitiendo un mejor acceso a las plazas traseras. Si fuera necesario llevar a cabo la sustitución del refuerzo del pilar, el fabricante recomienda que se cambie la pieza completa.

- En la parte delantera del piso trasero hay soldada una placa de acero THLE (acero de muy alto límite elástico), que aumenta la resistencia del asiento trasero en caso de choque. La parte trasera del vehículo está fabricada con aceros HLE (acero de alto límite elástico) y THLE.
- Se han empleado refuerzos adicionales en los montantes de puerta y barras anti-intrusión en las puertas y un travesaño central de techo fabricado con acero HLE.



Carrocería del Renault Modus

# 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 diagnosis 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

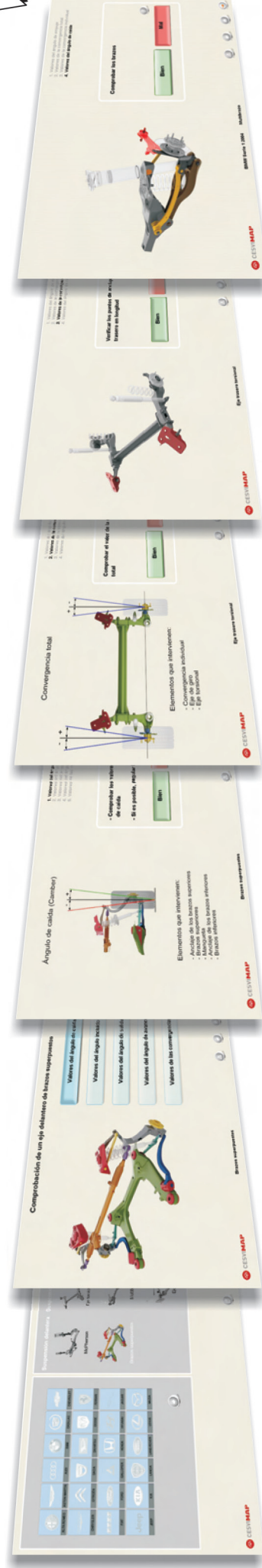
- Brazo superpuesto
- Tipo McPherson

### Traseras

- Multibrazo
- Eje rígido
- Eje torsional



Descárgatelo gratis en [www.cesvimap.com](http://www.cesvimap.com)



- Actualización anual de la base de datos de vehículos.

Desde el punto de vista de la reparación, en el Renault Modus se tiene:

- Un frente delantero de una pieza, monobloque, de polipropileno, que no admite reparación, según informa el fabricante.
- En caso de que fuera necesario desmontar o sustituir las bisagras del capó delantero, será preciso retirar las aletas delanteras.
- No existen paneles de puerta como pieza de recambio.
- El paragolpes delantero se suministra junto a sus accesorios (rejillas)
- Cuando se tiene que sustituir la puerta, se debe cambiar el plástico impermeabilizante.

No obstante, en caso de reparación, no es necesario quitar la lámina, puesto que presenta unas tapas que permiten el acceso para realizar estas operaciones. Una vez terminadas, se cierran las tapas con cinta de retoque.



*Plástico impermeabilizante con tapas*

Otra operación que se debe llevar a cabo cuando se sustituye una puerta es el desmontaje y montaje de la guía o deslizadera de luna, unida a las puertas mediante remaches.

Para el desmontaje de los retrovisores es necesario desguarnecer las puertas.

- El portón trasero puede ser de dos tipos, clásico o de doble apertura. En el de doble apertura, el batiente del portón está compuesto de tres piezas: un panel exterior de polipropileno, un cajón interior de polipropileno cargado con fibra de vidrio y un guarnecido interior.

El fabricante indica que se puede reparar el panel exterior siempre y cuando la rotura no sobrepase los 10 centímetros.



*Doble apertura del portón*



La unión del cajón con el panel es atornillada; para desmontarlo, se debe sustituir el cordón de estanqueidad por la junta específica suministrada por Renault.

## Seguridad

Renault ha potenciado al máximo la seguridad de este modelo.

Si se habla de seguridad activa, monta el sistema antibloqueo de frenos (ABS), el de ayuda a la frenada de emergencia (SAFE), el sistema antipatinamiento (ASR) y el control de estabilidad (ESP). Un sistema novedoso es el de luces direccionales de curva:

el faro, además de las luces convencionales, posee unas lámparas auxiliares inclinadas 40¼ hacia la parte exterior de cada faro, que amplían la zona iluminada en los virajes.

Para que este sistema funcione, es necesario que el vehículo circule hacia adelante, con las luces de cruce encendidas y a una velocidad inferior a 60 km/h. La iluminación está en función del ángulo de giro del volante.



*Sistema de luces direccionales*



*Iluminación en recta (convencional)*



*Iluminación en curva (lámparas convencional y auxiliar encendidas)*



En cuanto a seguridad pasiva, cuenta con un conjunto motor de caja de cambios diseñado para apilarse en caso de colisión, consiguiendo una deformación programada de la estructura. En caso de impacto en la parte delantera, se produce la deformación del volante (su armadura es de magnesio).

Así mismo, los pedales se hunden.

Además, dispone de unos elementos absorbedores de energía en forma de nido de abeja; actúan tanto en el lado del conductor como en el del acompañante, protegiendo tibias y tobillos.

Cuando el golpe es trasero, la rueda de repuesto se pincha, incrementando la capacidad de absorción de energía.

### Innovaciones

Son diversas las soluciones empleadas para conseguir una mayor comodidad de los ocupantes y hacer más segura la conducción:



Portaobjetos situado en el cojín

- Portaobjetos en el cojín del asiento del acompañante.

Parte del cojín oculta un practicable, donde se pueden poner bolsos u ordenadores portátiles, evitando que el desplazamiento de los bultos por frenazos desvíe la atención del conductor.



Portaobjetos situado en el cojín

- Espejo de vigilancia de los niños.

Permite visualizar el asiento trasero sin que el conductor tenga que girar la cabeza.

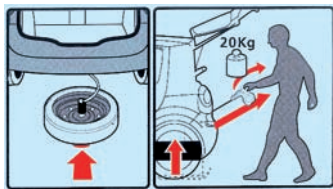
- Sistema de enganche de la rueda de repuesto.

Se trata de un dispositivo manual. Aflojando la tuerca y presionando sobre el dispositivo, la rueda de repuesto se libera y desciende hasta el suelo. Para guardar la rueda pinchada, se sitúa bajo el coche y se aloja en su pantalla protectora.

En esta pantalla se engancha un cable, con una empuñadura en su extremo, que permitirá izarla. Al alcanzar la altura adecuada, queda fijada por un sistema de retención, que queda asegurado al fijar la tuerca.

- Dispositivo TRIPTIC. Asiento trasero deslizante y modulable.

Pasa de dos a tres plazas con facilidad, además de disponer de la funcionalidad 1/3 - 2/3 y de la posibilidad de plegar todo el asiento para conseguir un piso totalmente plano. El asiento trasero tiene reglaje longitudinal.



Enganche de la rueda de repuesto



Sistema TRIPTIC



# No te puede faltar!!!

## ElectroCar GD 2010

**Esquemas eléctricos**

**Consejos prácticos**

**Fichas de mantenimiento**

**Esquemas de inyección**

# Reserválo ya!!!

**infórmate**

**93 439 55 64**

**electrocar@ceiarsis.com**

# CERTIFICACIÓN CZ DE TALLERES INSTALADORES DE LUNAS



Actualmente existe una cantidad importante de talleres que ofrecen sus servicios para la instalación y reparación de lunas del automóvil. Dentro de este sector existe una parte importante que trabaja con unos estándares de calidad altos y para los que puede resultar interesante distinguir la calidad del servicio prestado. La forma de demostrar este buen hacer puede ser a través de la certificación de una entidad externa de prestigio reconocido que supervise su forma de actuación en los trabajos realizados.

El **Sistema de Certificación CZ para Talleres Instaladores de Lunas** es el modo de asegurar que el taller adquiere un compromiso de calidad aplicable a la gestión y técnica de los servicios prestados. Persigue, así mismo, el objetivo de transmitir al cliente la confianza necesaria a cerca de la competencia técnica del taller y del cumplimiento de las normativas que le son de aplicación.

A través de las Auditorías del taller realizadas por Centro Zaragoza se verifica el cumplimiento de los requisitos marcados por Centro Zaragoza para este tipo de servicio. En función de la valoración obtenida por el taller, puede surgir la necesidad de implantar acciones correctoras con el fin de obtener procesos adecuados y eficientes necesarios para obtener la certificación CZ.

El sistema de certificación abarca el área de gestión y de técnica, incluyendo como aspectos fundamentales, la gestión administrativa y de la calidad incluyendo el tratamiento de no conformidades, las instalaciones y áreas de trabajo, el personal y su cualificación, los requisitos reglamentarios sobre seguridad, salud laboral y medio ambiente, los materiales utilizados (lunas y adhesivos), la dotación de equipos y herramientas, así como los procesos técnicos de intervención sobre el vehículo, la sustitución y reparación de lunas.

La certificación CZ también puede extenderse a todos los talleres que componen una Red, pero en este caso, y además de los requerimientos propios para la certificación de un taller instalador de lunas, existe otros requisitos que inciden en el establecimiento de procedimientos de actuación estandarizados y comunes a todos los talleres. ◀



# PPG: Aportamos la experiencia en Color al Repintado.



PPG  
Colour  
Laboratories

En PPG, el color es nuestro negocio. Nuestra reputación en el desarrollo de colores para los fabricantes de automóviles y la precisa reproducción de estos colores para el mercado del repintado han sido de renombre durante muchos años.

La profundidad de nuestros conocimientos nos ha proporcionado el reconocimiento mundial, pero nuestro verdadero punto fuerte está en cómo usamos estos conocimientos para ofrecer una tecnología de color ejemplar.

Los expertos en color de PPG investigan y analizan las tendencias de colores por todo el mundo y las traducen a los colores de pintura de automóviles. Con este enfoque, PPG ayuda a sus clientes de repintado desarrollando la tecnología de color que mejor se adapta a las nuevas tendencias.

Descubra qué se siente al ser socio del mayor especialista en color tanto en los mercados de OEM como de repintado.

Para más información [marketingiberica@ppg.com](mailto:marketingiberica@ppg.com)



Lo hacemos posible. Con PPG

EN ELLA PRESENTÓ A DEXIA SYSTEM, SU  
NUEVO DISTRIBUIDOR PARA SEVILLA

# Convención de Talleres Standox

Standox celebró el pasado 17 de febrero en Sevilla su Convención de Talleres. En este acto pudimos conocer con más detalle quien es Dexia System, el nuevo distribuidor de la marca para la provincia de Sevilla.

U nos 85 asistentes en representación de los talleres **Standox** se reunieron el pasado mes de febrero en la **Convención de Talleres** de la marca de repintado alemana que tuvo lugar en Sevilla. La elección de la capital andaluza no fue casual ya que lo más importante del encuentro fue la presentación en sociedad de **Dexia System**, el nuevo distribuidor de Standox para la provincia de Sevilla.

## Dexia System

Dexia System es una empresa de la órbita de **Roberlo** que facturó el último ejercicio más de siete millones de euros, cuenta con una plantilla de 66 profesionales (44 de ellos comerciales), ocho delegaciones en España y ofrece al mercado más de 2.000 referencias en productos químicos, anexos y herramientas para el taller de carrocería y pintura.

Presente en la provincia de Sevilla desde el pasado año, desde el 1 de noviembre de 2010 es el distribuidor de Standox en la provincia andaluza. La estructura de Dexia en la provincia andaluza es un equipo compuesto por nueve

personas, seis de ellas comerciales, que pone a disposición de sus clientes la **gama de repintado Standox** así como la oferta ya comentada: **productos químicos, anexos y herramientas**. **Javier Lunar**, jefe de la delegación de Dexia System en Sevilla, fue quien realizó esta presentación.

Por su parte, **Assís Parés**, jefe de ventas de Standox, intervino para recordar a los asistentes que Standox es la marca de pintura con más homologaciones y que es líder del mercado gracias a la innovación de sus productos base agua, a la inversión en I+D y a la apuesta por la implantación de sistemas de reducción de costes para los talleres. Así mismo, subrayó la importancia que se da a la formación y la utilidad de los seminarios personalizados cuyo objetivo es la búsqueda de la eficiencia y la productividad.

Otros destacados asistentes a la Convención fueron **Manuel Sánchez**, jefe del Área Sur de Standox; **Jorge Solís**, delegado de Dexia en Sevilla y **Jaume Juher**, consejero delegado de Roberlo. ◀

 [www.standox.es](http://www.standox.es)

## Nuevos productos

La gama de soluciones Standox se ha ampliado recientemente con la llegada de la nueva gama **Exclusive Line XL** de colores especiales y un kit compuesto por productos **para trabajar sobre fondos metálicos**.

La gama Exclusive Line XL complementa a la actual gama Exclusive Line de acabados personalizados y exclusivos. Inicialmente están disponibles los colores **Magic Magenta** (un violeta intenso que cambia a naranja cobrizo), **Atomic Orange** (un color exclusivo) y **Shifting Carbon** (tonalidad que realza el color y el brillo del color antracita). En el tercer trimestre la oferta se enriquecerá con el lanzamiento de los **Urban Bamboo**, **Explosive Gold** y **Python Green**.

El kit consta de una masilla 2K en polvo de calidad superior especialmente desarrollada para fondos metálicos, un endurecedor líquido, un recipiente de plástico para mezclar, dosificador y espátulas. Por su poder de cubrición y adherencia, esta solución está pensada para su aplicación sobre cordones de soldadura (chapa de acero limpia y lijada), orificios y remaches. El resultado es que mejora la resistencia a la corrosión en las zonas reparadas y proporciona una buena adherencia para las siguientes capas del proceso de reparación. Así mismo, se puede usar en las zonas que no soportan la alta temperatura del soplete, habitual al aplicar el estaño, que puede causar la deformación u ondulación de la chapa.



Nuevo kit para fondos metálicos.



Gama Exclusive Line XL de colores especiales.



La Convención sirvió para que Dexia System se presentara en sociedad. Es el nuevo distribuidor de Standox para Sevilla.

La Convención de Talleres Standox reunió a unas 85 personas en representación de los talleres de la marca de repintado alemana.





[www.concdecoche.com](http://www.concdecoche.com)

**69 Noticias:**

BMW, SEAT, Chevrolet, Volkswagen Audi España, Fiat

**70 Actualidad:**

presentación del nuevo Ford Focus

**72 Actualidad:**

"Un día en el taller con Toyota"

**74 Técnica:**

Drive Sense y XWD del Saab 9-5

PROPONE UN PAQUETE DE MANTENIMIENTO QUE INCLUYE LAS OPERACIONES DE TALLER

## Nuevo servicio financiero BMW Eligence



**BMW Financial Services** ha reforzado el servicio posventa de la marca bávara con el lanzamiento de **BMW Eligence**. Dirigido a los clientes de modelos de gama alta, las Series 5, 5GT, 6, 7, X5 y X6, ofrece un conjunto de servicios con condiciones preferenciales y hasta en plazos de seis años.

Uno de estos servicios es el paquete de mantenimiento **BMW Service Inclusive Ultimate** que cubre todas las operaciones de taller, desde las revisiones hasta las reparaciones no contempladas en la garantía. Incluso cubre el cambio de neumáticos y proporciona vehículo de sustitución. **C**

[www.bmw.es](http://www.bmw.es)

**Lourdes de la Sota** es, desde el pasado mes de febrero, la nueva **directora de posventa** de **Volkswagen-Audi España** en sustitución de **Francisco Pérez Salinas**. Hasta ahora directora de posventa de la marca Volkswagen, De la Sota asume su nuevo cargo con el objetivo de enfocar el área de posventa hacia la cultura de servicio al cliente para así potenciarla ya que la posventa será de los pilares de la estrategia de negocio de Volkswagen-Audi España en los próximos años. **C**



[www.vaesa.es](http://www.vaesa.es)

Desde el 1 de abril y hasta el 31 de mayo, los servicios oficiales **Fiat, Alfa Romeo, Lancia y Fiat Professional** ofrecen a sus clientes **tratamientos "anti-edad"** para el cuidado de siete puntos clave de la estética del automóvil: cinturón de seguridad, gomas de contorno, bisagras, cierre capó, cierre maletero, llave de contacto y lavado del vehículo. Al tratarse de una promoción estos productos son gratuitos y los pueden obtener los propietarios de vehículos de más de cuatro años. Los tratamientos que pone a disposición **Fiat Group Automobiles Spain** son los siguientes: un higienizante bactericida para la limpieza y la higienización de los filtros, conductos e instalaciones de climatización; un abrillantador sin silicona, para la limpieza y abrillantado de componentes plásticos, salpicaderos, paragolpes, rejillas, etc.; la espuma de limpieza "Magitec", para la limpieza de tapicerías, guarnecidos, etc. y un lubricante de silicona de aplicación en partes correderas. **C**

[www.serviciosfiat.com](http://www.serviciosfiat.com)



## A TRAVÉS DE LA CAMPAÑA "EN NINGÚN LUGAR COMO EN CASA" DESCUENTOS SEAT EN VARIOS SERVICIOS POSVENTA

"En ningún lugar como en casa", este es el título de la **campana promocional** puesta en marcha por **SEAT** a través de la cual va a desarrollar un conjunto de acciones para impulsar su actividad de posventa. Uno de los puntos en los que se centra la campaña es el del mantenimiento del vehículo. Bajo el lema **"Mantenimiento SEAT. Si encuentras un precio mejor, te abonamos la diferencia"**, la marca se compromete a abonar la diferencia si el cliente presenta un presupuesto firmado por un competidor externo de la red SEAT en un plazo de diez días y en un radio de 5 kilómetros para la misma operación de mantenimiento realizada con métodos y recambios originales SEAT. Por otra parte, ha puesto en marcha la campaña de financiación 0% TAE hasta 12 meses con la Tarjeta Visa SEAT para facilitar las operaciones de mantenimiento o las reparaciones del vehículo y también ofrece tanto el cambio de aceite y filtros como el de neumáticos a precios muy económicos. La campaña "En ningún lugar como en casa" se enmarca en uno de los principales objetivos de SEAT para 2011: potenciar la innovación y la eficiencia de su red de concesionarios. **C**

[www.seat.es](http://www.seat.es)

## MEJOR DISTRIBUIDOR Y REPARADOR DE CHEVROLET ESPAÑA RESPECTIVAMENTE

### GIL MOTOR Y TALLERES PRIZÁN, PREMIADOS

La Comunidad de Madrid ha acaparado los premios Mejor Distribuidor y Mejor Taller que cada año entrega **Chevrolet España**. El **Mejor Distribuidor Chevrolet 2010** ha sido **Gil Motor**, de Alcalá de Henares mientras que **Talleres Prizán**, de Alcorcón, se ha erigido

como el **Mejor Taller Chevrolet 2010**. **Juan Manuel Lumbreras**, presidente y consejero delegado de Chevrolet España, explicó en el acto de entrega de los galardones:

*"2010 ha sido un año complicado y muy competitivo, aún así, los resultados de la red Chevrolet han sido buenos, lo que hace que estos premios sea aún más especial. Desde Chevrolet España queremos dar a Javier Meléndez, Gerente de Chevrolet de Gil Motor, y a Juan Carlos Moreno, Gerente de Chevrolet de Talleres Prizán, así como a todo su equipo nuestra más sincera enhorabuena. La profesionalidad, el esfuerzo y el trabajo bien hecho, sumado a la mejor atención al cliente, sin duda han contribuido a que ambos sea merecedores de estos prestigiosos y reconocidos galardones, y nos sentimos muy orgullosos de tenerlos en Chevrolet"*.

Gil Motor, distribuidor oficial Chevrolet desde 2002, ya recibió este galardón en 2008. Talleres Prizán, por su parte, inició sus actividades en 1969 y su apuesta por la atención al cliente le ha permitido fidelizar al 75% de sus clientes Chevrolet. **C**

[www.chevrolet.es](http://www.chevrolet.es)  
[www.gilmotor.es](http://www.gilmotor.es)  
[www.prizan.com](http://www.prizan.com)



ASISTIMOS A LA PRESENTACIÓN DE LA NUEVA GENERACIÓN DEL FORD FOCUS



Diseño atrevido, tecnológicamente a la última, calidad, equipamiento... el nuevo Ford Focus lo tiene todo para conquistar el más competido de los segmentos, el C. La tercera generación del compacto de Ford es mejor a su predecesor en prácticamente todos los aspectos.

## Vocación de líder

➔ **Ford** ya comercializa la nueva generación del **Focus** y la marca del óvalo quiso recientemente que la prensa especializada lo conociera en más profundidad organizando una presentación en la que pudimos conducirlo y conocerlo con más detalle.

**Estéticamente** el nuevo Focus es **más atrevido, audaz y deportivo** que el comercializado hasta ahora, de línea muy conservadora. En definitiva, es más bonito. Tiene especial mérito el atrevimiento de Ford si tenemos en cuenta que este Focus es el primer coche de la marca del óvalo fruto de un trabajo conjunto entre todos los departamentos de desarrollo que la firma posee en el mundo. El objetivo es venderlo en los cinco continentes bajo la misma estética y estándares de producción para, así, potenciar y optimizar las economías de escala. Durante la presentación probamos, como primicia, la versión cuatro puertas. Es mucho más elegante que la anterior generación y la razón es que los ingenieros de Ford no le han añadido un "culo" a la versión cinco puertas sino que la han desarrollado a partir de un diseño propio de sedán cuatro puertas. Más bonito y moderno por fuera, en el interior esta

modernidad se traduce en un tablero que puede resultar recargado para muchos. Eso sí, el salto de calidad en comparación con el anterior Focus es notable, los materiales son agradables al tacto, los acabados rayan a gran altura y las piezas encajan de forma perfecta. Como suele ocurrir la mayoría de veces, a mayor diseño y estética, menos espacio. Solo en este aspecto es peor el nuevo Focus. A pesar de ser algunos centímetros más largo que su predecesor, el espacio interior es menor, sobre todo en anchura.

### Líder en tecnología

El nuevo Focus se dota de dispositivos propios de segmentos superiores y de algunos tan sorprendentes como la parrilla activa que varía la inclinación de sus álabes en función de la aerodinámica. Otros elementos que le diferencian de su competencia es el sistema de seguridad a baja velocidad **Low Speed Safety System**, que evita colisiones a baja velocidad; la ayuda de seguimiento de carril **Lane Keeping Aid**, que evita que nos salgamos de él o el control de par vectorial **Torque Vectoring Control** que mejora la estabilidad y la agilidad en curva o **lucos LED traseras**. Obviamente, muchos de estos elementos son opcionales.

No faltan soluciones más comunes como el arranque sin llave, el sistema Start&Stop, el sistema de detección de presión de neumáticos o el sistema de asistencia al aparcamiento, de última generación en el Focus. Una vez en carretera, el chasis del Focus vuelve a rayar a gran altura lo que, unido a su elevada dotación electrónica de control, se traduce en una **alta estabilidad** aunque en esta generación quizás haya **primado más el confort** sobre el dinamismo. La versión cuatro puertas es más sobrevividora que la berlina de cinco puertas.

Por lo que respecta a la gama de motores, es suficiente para cubrir cualquier tipo de necesidad. En el apartado de **gasolina** se toma como punto de partida un **1.6 TI de 105 CV** y se culmina con el **1.6 EcoBoost de 180 CV**. El equilibrio lo ponen las variantes **1.6 TI de 125 CV** y **1.6 EcoBoost de 150**. En cuanto a las motorizaciones **diésel**, son tres las variantes, las **1.6 TDCi de 95 y 115 CV** y la **2.0 TDCi de 163 CV**.

El precio de esta tercera generación es ligeramente superior al del Focus hasta ahora comercializado. Ello significa que seguirá siendo uno de los modelos más competitivos del mercado. **G**

[www.ford.es](http://www.ford.es)







Los directivos de posventa de Toyota España participaron activamente en la jornada "Un día en el taller con Toyota". De izquierda a derecha, Enrique Centeno, director de posventa; Manuel Adánez, director de servicio senior; Luis Carlos Alcoba, director de desarrollo de negocio y componentes; Cristina Moreno, analista de márketing de posventa; Isidro Mingotes, director general del negocio de posventa y Sandra García, directora de márketing de posventa.

## JORNADA "UN DÍA EN EL TALLER CON TOYOTA"

# La logística de recambios de Toyota

Toyota España organizó recientemente la jornada "Un día en el taller con Toyota" en la que explicó a la prensa especializada como son varias de las actividades posventa que desarrolla, entre ellas la gestión de los recambios que utilizan sus concesionarios y servicios oficiales y que se basa en el método "just in time".

**Toyota España** gestiona la logística de las piezas de recambio bajo el método **"just in time"** basado en que solo se envían los bienes, mano de obra o información necesarios, en el momento adecuado y en la cantidad necesaria.

### **"Heijunka", "muda" y "jidouka"**

La marca nipona aplica este método de la siguiente manera: todos sus concesionarios preparan la tarde anterior las piezas de recambio que van a necesitar en las intervenciones de ta-



Los concesionarios Toyota preparan la tarde anterior los recambios que van a necesitar en las operaciones programadas para el día siguiente.



Luis Carlos Alcoba, director de desarrollo de negocio y componentes, explicó la disposición del almacén, que distingue entre pedidos urgentes y de reposición.



ller programadas para el día siguiente mediante un proceso llamado **"pre-pulling"**. Ello permite a los recambistas aprovechar las horas con menor carga de trabajo (cuando más trabajan es por las mañanas) contribuyendo así al equilibrio de la carga de trabajo y optimización del tiempo de actividad, lo que Toyota denomina **"heijunka"**. Así mismo, se reducen las esperas de los técnicos de taller para recoger las piezas necesarias para cada intervención lo que elimina la **"muda"** (lo que no añade valor).


El coste material de este proceso es muy reducido, solo se necesita una estantería pequeña, unas cajas de plástico, una pizarra blanca y rotuladores de colores. ¿Qué se hace con todo esto? siguiendo uno de los principios del **"jidouka"** (destacar los problemas latentes) el objetivo es tener un control visual de la situación. Así, por ejemplo, en un taller Toyota todos los empleados saben que el color azul pintado en el tablero es el de carga de trabajo. Los documentos que se colocan en los tableros se imprimen en papel normal, de color blanco, que destaca sobre el azul vivo del tablero. De este modo, y a distancia, se ve en qué casillas del tablero hay o no documentación. Todos los empleados del área de posventa de un concesionario conocen el significado de cada casilla de los tableros a fin de poder efectuar un control visual que detecte errores. Por ejemplo, si se diera el caso de una acumulación de hojas en la zona "pendiente de inspección" significaría que los técnicos han terminado sus intervenciones pero el Jefe de Taller no las ha dado el visto bueno generándose un cuello de botella.

## Tipos de pedidos

Los puntos de servicio Toyota realizan los pedidos que necesitan al **Centro Logístico de recambios** de San Agustín de Guadalix (Madrid). Recordemos que la marca japonesa ya ha iniciado la construcción de un nuevo centro logístico mucho mayor en Illescas (Toledo) para mantener su capacidad de servicio a un parque de vehículos, el de Toyota, cada vez mayor en España.

Los pedidos que realizan los concesionarios pueden ser urgentes o de reposición. Los **urgentes** se realizan hasta las 13.00 horas y son entregados esa misma noche en el punto de servicio. El concesionario recibe el mismo día, antes de las 18.00 horas, la confirmación del albarán de entrega de la pieza lo que le permite confirmar la agenda de intervenciones a realizar al día siguiente. Los **de reposición**, realizados hasta las 19.00 horas, se entregan la noche del día siguiente a la realización de la orden.

Este procedimiento de entrega de pedidos se realiza de forma rápida y permite eliminar la necesidad de mantener existencias preventivas en el punto de servicio lo que, a medio plazo, puede generar existencias obsoletas. De este modo, la mayor parte del volumen de pedidos corresponde a piezas para citas del día siguiente, para órdenes de reparación ya abiertas, para pedidos de clientes externos o para intervenciones de chapa con presupuesto aprobado.

Una vez que las piezas llegan al punto de servicio, las de pedidos urgentes se ubican temporalmente en estanterías a disposición inminente, bien para el propio punto de servicio o para clientes externos. Las de pedidos de reposición pasan al almacén del punto de servicio donde se mantiene un nivel de existencias **Max-Max**, concepto que establece que siempre hay que tener una cantidad máxima (**Max**) de unidades de esas piezas de modo que si se consume alguna unidad, deberá realizarse de inmediato un pedido para volver a disponer de esa cantidad máxima (**Max**). 

[www.toyota.es](http://www.toyota.es)

## EN EL TALLER

La jornada **"Un día en el taller con Toyota"** se celebró en el servicio oficial **Toyota Motor Arjona** de Alcalá de Henares (Madrid). Allí fuimos testigos de la actividad, protocolos y procedimientos que llevan a cabo.

Cuando un cliente tiene un **incidente**, Toyota aplica el proceso **Fix it Right**. Por ejemplo, nota una vibración anormal al circular entre 100 y 120 km/h. A partir de aquí se inicia el proceso que abarca los siguientes pasos: **Toma de contacto**: el cliente llama para solicitar una cita con el taller. El asesor de servicio toma nota de las anomalías y, en coordinación con el asesor técnico se le da cita al cliente. **Recepción del vehículo**: el cliente es recibido por el asesor de servicio para abrir la orden de reparación. El cliente realiza una prueba dinámica con el asesor técnico que valora el nivel de vibración del vehículo y las condiciones en las que aparece la incidencia.

**Diagnóstico**: el asesor técnico realiza una prueba dinámica con la herramienta de diagnóstico Toyota TD3 para identificar la avería del vehículo. **Reparación**: se procede a solucionar la anomalía. **Entrega del vehículo**: el asesor técnico confirma con el cliente que la anomalía se ha solucionado, le explica las causas de la incidencia y le detalla la factura.

En el caso de que los clientes acudan para realizar el **mantenimiento periódico** de su vehículo, la marca nipona lo deriva hacia el servicio **Toyota Express** cuya principal virtud es que su duración máxima es una hora, desde que el cliente llega con su vehículo hasta que sale con el vehículo en perfecto estado de revista. Los puntos esenciales de este servicio son el **trabajo simultáneo de dos técnicos** que, perfectamente entrenados trabajan coordinadamente para realizar los mantenimientos en menos de la mitad del tiempo estipulado, y el **procedimiento**, cada técnico trabaja en un lado del vehículo y cuenta con un guía de trabajo que contempla que ambos acaben sus operaciones al mismo tiempo. Este proceso es estándar para todos los modelos (excepto Land Cruiser e Hilux) y revisiones (excepto el cambio de la correa de distribución y de los lubricantes de transmisión). Así mismo, en el servicio Toyota Express los operarios cuentan con todas las **herramientas** necesarias para realizar las operaciones de mantenimiento y la disposición de las mismas está adaptada al orden de las operaciones programadas.

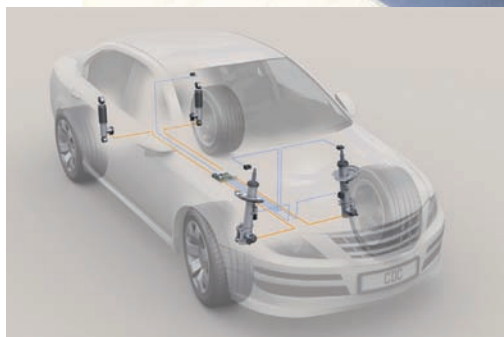
[www.motorarjona.toyota.es](http://www.motorarjona.toyota.es)



# El Drive Sense y el XWD del Saab 9-5



El Saab 9-5 es una berlina de gran tamaño, más de cinco metros, pero dotada de un gran dinamismo gracias a la amortiguación CDC o a la tracción XWD.



El sistema de amortiguación electrónica CDC es obra de ZF Sachs. En la imagen, esquema del mismo.

Tras la integración de Saab en Spyker, fabricante holandés de vehículos deportivos, la marca sueca ha iniciado una nueva etapa y el primer fruto de la misma es el 9-5, una impresionante berlina de más de cinco metros que quiere ser un referente en comportamiento gracias a soluciones tecnológicas como el Saab Drive Sense, un sistema de amortiguación electrónica suministrado por ZF Sachs, o el sistema de tracción total XWD.



Los modos de conducción del Saab Drive Sense se seleccionan mediante un botón giratorio ubicado a la izquierda del cambio.

➔ Lanzado a principios de 2010, el **9-5** es el nuevo buque insignia de **Saab**. Es una berlina de más de cinco metros que comparte varios elementos con el Opel Insignia (se desarrollaron conjuntamente aún bajo el auspicio de General Motors) y cuyo nicho de mercado es el que habitan modelos de la talla del Volvo S80 (gran rival por cuestiones sentimentales y patrióticas), el Audi A6, el BMW Serie 5 o el Mercedes Clase E.

### Saab Drive Sense

Así denomina Saab al **sistema de amortiguación electrónica CDC (Continuous Damping Control)** que, como opción, puede montar el 9-5. Este sistema es capaz de regular la fuerza de cada amortiguador de forma individual en microsegundos. Unos sensores transmiten constantemente toda la información relacionada con el estado de la carretera, la velocidad y las reacciones al volante. Con toda esta información, la electrónica del vehículo calcula en milisegundos la fuerza de amortiguación necesaria para cada uno de los amortiguadores. Esta regulación instantánea se traduce en un mayor confort y en una mayor seguridad ya que el rápido cálculo de cada situación y la reacción de la electrónica aportan que, por ejemplo, en un súbito volantazo, el CDC genera los parámetros necesarios para reaccionar con mayor precisión en situaciones críticas.

En aras de proporcionar al conductor un estilo de conducción acorde a sus preferencias, el sistema de amortiguación electrónica CDC permite

elegir entre los modos **"Deportivo"**, **"Confort"** e **"Inteligente"**. En caso de no escoger ninguno en concreto, el sistema igualmente se adapta al estilo de conducción porque ya en el modo básico va adaptando las reacciones del chasis a los estilos de cada conductor cambiando continuamente las fuerzas de amortiguación, la reacción del pedal del acelerador y la ayuda de la dirección.

El fabricante de esta amortiguación electrónica es **ZF Sachs**. El Saab 9-5 incorpora en su equipo original otras soluciones del consorcio alemán como el volante de inercia bimasa y el embrague. Mención especial merece el volante de inercia bimasa (ZMS) por su aportación técnica: amortigua la torsión en la cadena cinemática facilitando así una conducción sin vibraciones, especialmente con el motor a bajas revoluciones lo que ayuda a reducir el consumo de combustible. El ZMS también protege a la caja de cambios, detalle importante, sobre todo en las versiones más potentes.

### El sistema de tracción XWD

Algunas versiones del 9-5 se presentan con el **sistema de tracción total XWD**. Se trata del mismo que ya monta el 9-3 y cuenta con un embrague **Haldex** que envía la fuerza a las ruedas traseras cuando las delanteras patinan. Para incrementar la eficacia del sistema, un **diferencial trasero (eLSD)** reparte la tracción entre las ruedas izquierda y derecha. **C**

[www.saab-spain.com](http://www.saab-spain.com)



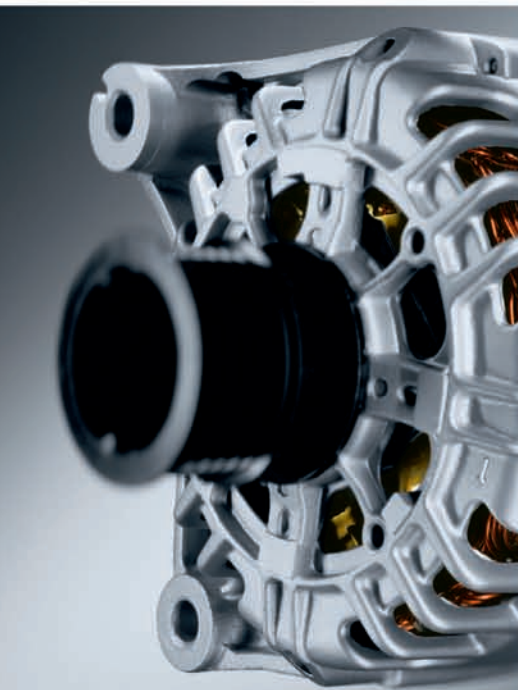
El modo de amortiguación escogido se muestra en el cuentakilómetros.



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.



- Lijas
- Lijadoras
- Aspiradores
- Blocks de lijado
- Polish
- Pulidoras
- Antigravillas
- Poliuretánicos
- Selladores
- Masillas
- Burlete
- Plástico Enmascarar
- Vasos de Mezcla
- Guantes

**Autonet**  
The dust-free solution **MIRKA**  
Lijado libre de polvo  
Reduzca sus costes  
en PREPARACIÓN en  
un 40%

**Lijadora  
Eléctrica  
CEROS**  
900 grs  
Fácil manejo sin  
vibraciones  
Tecnología sin  
escobillas

**Gold**  
Nueva generación  
de discos con más  
duración



# Calidad de principio a fin



**Kit  
Polarshine**  
Un solo producto para  
pulir y abrillantar  
Todo tipo de pinturas  
y barnices  
No necesita protección

**KWH MIRKA IBÉRICA S.A.U.**

ABRASIVOS, QUÍMICOS Y MÁQUINAS

Industria, 16-18  
mirkaiberica@mirka.com  
Tel. 93 682 09 62  
Fax 93 682 11 99  
08740 Sant Andreu de la Barca  
Barcelona  
www.mirkaiberica.com

25 años de **MIRKA**  
en España