

# 340

septiembre 2011

www.mryt.es

mundo recambio y taller

# mryt

DESDE 1980 LA REVISTA DE LA POSVENTA DEL AUTOMÓVIL

10



## GECAUTO SE RENUEVA

Nueva sede y muchos proyectos

## ESPECIAL BATERÍAS 13

MERCADO, ENTREVISTA



## JUNTAS DE CULATA

INFORME DE SITUACIÓN

45

## ADEMÁS

- EXPOMOVIL COMERCIAL
- EQUIP AUTO 2011

## el desengrasante



50

## V ENCUENTRO MOTERO DE LA POSVENTA MÁS "TRIUMPHANTE" QUE NUNCA



# D-POWER NGK



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





Para ser los primeros  
no sólo tenemos que ser los más rápidos...



... también debemos ser  
los que mejor frenamos.

**ICER**  
ICER BRAKES S.A.



50 años innovando para su seguridad  
Icer fabrica más de 16.000.000 de unidades al año



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

septiembre 2011

## Más y mejor

Nunca es fácil abandonar los placeres del ocio para centrarse en el negocio (que para algunos –muchos más de los que piensan- también es un placer).

Si bien hay muchas voces expertas que exigen la total desconexión para poder “recargarse” bien de energía (eso, los que hayan podido marcharse, que los hay que se han quedado y se van cuando a nosotros inos empiecen a hacer tics los ojos!), nosotros proponíamos (dadas las especiales circunstancias que estamos viviendo) una *desconexión a tiempo parcial* (los que llevamos unos cuantos años, es que ya no nos es posible hacerlo de otra manera: un taller, una enseña conocida, un vehículo, una fábrica en la ruta vacacional, nos lleva a valorar en décimas de segundo un montón de “teorías” que conocemos).

Pero esa llámese *desconexión a tiempo parcial*, llámese *reflexión* con los ojos y orejas abiertas a la realidad, para captar lo que pueda sernos útil para aplicar en nuestro día a día laboral, si se ha hecho de modo adecuado, sin agobios, sin agonías, sin presiones, por voluntad propia y como dejando vagar la mente a nuevas opciones, es muy útil.

De hecho, empezamos el último cuatrimestre de un año rarísimo, en el sigue el “crujimiento” económico ha imperado (las noticias económicas de recesiones, rescates, y lo que diga el BCE o la Merkel nos han tenido en vilo, viendo como se resienten las empresas sólidas, como abandonan las que no lo eran tanto como parecían, y como muchas otras aprietan los dientes para resistir como si se tratara de subir el Angliru).

No ha cambiado mucho el panorama de agosto a septiembre en este pobre país/estado/ ocomoquieraquesellameEspañaahora (ni el de nuestros vecinos que, encima, nos salpica): la morosidad, la falta de financiación, las dificultades de las familias...

Ahora se ha despedido de nuestro máximo representante, lamentando la tasa de paro (y más que habría que lamentar, ya que está el patio como un berzal), porque hay elecciones a la vista, así que nos esperan campañas (con partidos que quieren que sean “contenidas en gastos”) lo que suele conllevar alguna que otra retención en grandes operaciones, a la espera de ver cómo quedan las cosas, si hay nuevas disposiciones favorables a activar operativas.

Y no, no nos hemos ido de tema.

Si les proponíamos esa reflexión, era porque en el horizonte planeaba esta realidad (y algo más que durará, así que tómenselo con paciencia y creatividad), y creemos mucho más en la acción directa que en la estructural.

Este último cuatrimestre debería ser un terreno donde poner a prueba iniciativas. Y es verdad que muchos pensarán que los inventos mejor con gaseosa pero, desengañense, ya no son momentos de estar cruzados de brazos esperando que la cosa se resuelva: hay que tomar parte, hay que moverse, hay que caminar con ilusión.

No hablamos de corretear como gallinas sin cabeza, ni copiar lo que hace el vecino, sino de proacción, de haber imaginado alguna novedad que pueda sernos útil. Para hacer más y hacerlo mejor.



septiembre 2011

(a)

## Actualidad

### 05 NOTICIAS

Tras la pausa veraniega, una selección de la actualidad del sector. Mas, como siempre, en [www.mryt.es](http://www.mryt.es)

### 08 EVENTOS

#### Unidos por el negocio

José Miguel García Guirado, director de Expomovil, Comercial nos cuenta el proyecto.

### 10 DISTRIBUIDORES

#### Menos es más

Visitamos las nuevas instalaciones de CECAUTO en Barcelona y charlamos con Antonio Pujadó y Miguel Menéndez.

### 48 EVENTOS

#### Mario Fiems: "Se prevé un crecimiento del 25%"

Pese a la reducción de pabellones, los responsables de la feria parisina Equip Auto se muestran esperanzados con los resultados.



08



10



13



20

(t)

## Temas del mes

### 13 MERCADO

#### Bien, pero...

Mercado posventa de baterías de arranque.

### 20 ENTREVISTA

#### La calidad es la respuesta

René Calderón, director de marketing de Exide Technologies nos ofrece su particular visión del mercado.

### 45 INFORME

#### Capeando el temporal

Junta de culata y su mercado de reposición.



45



48



## el desengrasante

50

### EL DÍA DE LAS BESTIAS BELLAS

V Encuentro motero de la posventa, todos a lomos de Triumph y con el patrocinio de Yuasa.



Y confirmó a autoridades chinas su apuesta por el mercado asiático

## Mann+Hummel amplía la planta de Sonneberg

**Mann+Hummel** ampliará su **centro de producción** de la localidad alemana de **Sonneberg**. En ella se van a invertir 3,5 millones de euros destinados a ampliar en 1.000 metros cuadrados más la nave de producción y a la construcción de unas nuevas instalaciones de planta que incluyen vestuarios y duchas. En esta planta trabajan 400 operarios que se dedican a la fabricación de piezas funcionales complejas hechas de plástico cuyo destino es la industria del automóvil. El principal producto producido es el colector de admisión.

Siguiendo con la actualidad de la gi-

gante alemana, una delegación de altos directivos y políticos regionales de la provincia china de Jilin visitaron recientemente la planta de Mann+Hummel en aquella región y **Alfred Weber**, CEO de la multinacional alemana les confirmó la apuesta de Mann+Hummel por China y, por extensión, por el mercado asiático. Weber (en la imagen con la delegación china) explicó que los planes del grupo pasan por incrementar la facturación de los 2.180 millones de 2010 a los 3.400 millones en 2018. En porcentajes, si en 2014 Asia representó para Mann+Hummel el 14% de sus ingresos, en 2018 ascenderá esta cuota al 25%. La planta de Mann+Hummel en la provincia de Jilin, ChangChun **Mann+Hummel Faway Filter**, se dedica principalmente a la fabricación de filtros, sistemas de ventilación de cárter para camiones y es la mayor planta de producción de sistemas de prefiltro de combustible. Es una de las más activas del gigante alemán a nivel mundial. ●

 [www.mann-hummel.com/mhes](http://www.mann-hummel.com/mhes)



Enmarcados en su proyecto de formación posventa Campus Hella

## Hella impartirá cincuenta cursos formativos

El **Campus Hella**, proyecto de formación dentro del área de posventa de la multinacional alemana, ha recibido un nuevo impulso ya que a través de él se **van a impartir casi cincuenta cursos especializados** con el objetivo de formar a futuros profesionales del taller. Ya este año **Hella** ha desarrollado una intensa actividad formando a más de 400 jóvenes de toda España que han asistido a cursos sobre Fundamentos Electrónicos, Electrónica Avanzada, Termocontrol o Iluminación.

El programa del Campus corre a cargo de profesionales técnicos de Hella que imparten cursos presenciales cuya parte práctica supera el 50%. Estos cursos se imparten, tanto en sus delegaciones regionales como en el Taller de Formación Técnica de Hella en Madrid (en la imagen). Este último, de 750 metros cuadrados, está altamente equipado, cuenta con una cabina de pintura y con un laboratorio tecnológico para la realización de pruebas reales. La actividad formativa Hella se desarrolla en colaboración con los centros de Formación Profesional. Así, en el último ejercicio ha colaborado con una veintena de centros educativos de FP e Institutos de Enseñanza Secundaria (IES) a los que ha aportado su experiencia y conocimiento de las últimas tecnologías del automóvil. ●

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



**Dayco** ha editado tres nuevos **catálogos** en papel, el de **Auto**, el de **Scooter** y el de **Agri**. La edición 2012 del catálogo Auto gana en funcionalidad y en referencias, que pasan de las 3.000 a las 3.400 de las que muchas de ellas son kits. Con esta ampliación el número de aplicaciones pasa de las 67.754 a las 83.968 lo que se traduce en un 97% de cobertura del parque. Mención especial merece la ampliación de gama destinada al vehículo asiático. El de Scooter también pasa de las 143 a las 285 referencias y el de Agri, gran novedad, reúne una línea de correas para tractores con potencias de entre 70 y 390 CV. Con el lanzamiento de estos tres catálogos, al que cabe sumar el de Vehículo Industrial lanzado a principios de año, Dayco ha puesto al día toda su oferta para el mercado posventa. ●

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



Nuevo **catálogo de aplicaciones Gates**. Esta edición reúne su oferta en sistemas de transmisión para turismos y vehículos comerciales ligeros y está planteada como una herramienta para encontrar fácil y rápidamente el producto de recambio concreto para el sistema de transmisión. Como no, incluye nuevas referencias, por ejemplo, 77 nuevos componentes metálicos **DriveAlign** entre los que podemos encontrar tensores de correa, poleas-guías, amortiguadores de vibraciones de torsión y poleas de rueda libre de alternador. También ha crecido la oferta en correas de distribución (18 nuevas referencias) y en kits de correas de distribución (33 referencias de nueva factura). Este catálogo también se puede descargar desde la web [www.gatesautocat.com](http://www.gatesautocat.com). ●

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



**ZF Services** ha lanzado la **edición 2012-2013** del **catálogo Lemförder de piezas de caucho-metal para turismos y furgoneta**. Entre las 2.000 referencias recopiladas encontramos soportes de motor y de transmisión, ejes o cojinetes de columna de dirección. 400 referencias son de nueva factura y entre ellas destacan los soportes de motor activos, incluidos por primera vez en un catálogo tras su lanzamiento el pasado año. También está disponible en DVD y en versión on-line en la web [www.zf.com/es/catalogos](http://www.zf.com/es/catalogos). ●

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

Repuestos Cadesa y Repuestos Gutiérrez han ampliado sus negocios

## Dipart prosigue con su Plan de Expansión

El grupo de distribución **Dipart** continúa aumentando su presencia en el mercado español de la posventa. Sus socios **Repuestos Cadesa** y **Repuestos Gutiérrez** han puesto en marcha **nuevos puntos de venta**.

Repuestos Cadesa (Grupo Posada) ha puesto en marcha unas nuevas instalaciones en León (en la imagen). Éstas, superan los 600 metros cuadrados de almacén, cuenta con tres vehículos de reparto y trabajan en ella seis empleados. Repuestos Cadesa la ha puesto en marcha con el objetivo de mejorar el servicio a los talleres del sur de la capital leonesa.

En cuanto a Repuestos Gutiérrez, la firma distribuidora murciana ha integrado en su estructura a **Auto Recambios Cieza** de la localidad murciana de Cieza. Con esta incorporación amplía su cobertura de distribución a toda la vega alta del Segura.

Con la ampliación de los negocios de estos socios, Dipart va cumpliendo el **Plan de Expansión** que definió en 2010 el cual contempla la apertura de doce puntos de venta antes de finalizar 2013. ●

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



# EQUIP AUTO

## DEL 11 AL 15 DE OCTUBRE 2011

PARC DES EXPOSITIONS • PARIS NORD VILLEPINTE

De martes a viernes : 9h-18h • Sábado : 9h-17h

LA FERIA INTERNACIONAL DE TODOS LOS EQUIPAMIENTOS PARA TODOS LOS VEHÍCULOS



## EQUIPE SU FUTURO



Solicite su  
**PASE GRATUITO** en  
**www.equipauto.com**  
>>> **Código : APGRMRYT**

Promosalons España - Tel : 91 411 95 80  
promosalons@promosalons.es



Dejaron de crecer en 2010 tras una década de continuos incrementos

## Los precios de reparación y mantenimiento, estancados

La **Comisión Europea** publicó recientemente un **informe** que constata que **en 2010 los precios reales de las operaciones de reparación y mantenimiento dejaron de crecer** tras una década de subidas superiores a las de los niveles generales de inflación.

Las causas, según el informe, cabe buscarlas en la incorporación de las nuevas reglas marcadas para el sector del automóvil en junio de 2010, teniendo como principal objetivo asegurar una mayor y mejor competencia en el mercado posventa, dado que los costes de mantenimiento y reparación representan una parte significativa de los costes totales de los coches durante su vida útil. La experiencia supone que hay una intensa competencia entre las marcas, y que las nuevas reglas han hecho más fácil manejarse en el mercado con prácticas como las problemáticas de un mal uso de las garantías o los impedimentos para los talleres independientes al acceso de la información técnica.

"Estoy encantado de ver que por primera vez en esta década los precios reales en toda la Unión Europea para la reparación y las operaciones de mantenimiento han dejado de crecer, un signo de que el sector ha entendido las nuevas reglas del juego" declaró **Joaquín Almunia**, responsable de Competencia de la Unión Europea, al respecto. ●

 [www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu)

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

- Denso muestra sus innovaciones en Frankfurt
- Pastillas de freno de última generación Jurid
- Nueva generación de sondas lambda Bosch
- Nuevas ayudas para diagnosis
- Autormchanika Frankfurt cumple cuarenta años
- CONEPA alaba que el Programa Renove de Neumáticos implicara a más de 5.500 talleres
- Midas se adelanta al frío y pone el coche a punto para la llegada del otoño
- GANVAM propone un plan de achatarramiento
- Confort Auto, en Lugo
- BorgWarner Beru Systems mejora su web
- 250 millones de bujías V-Line vendidas por NGK
- ContiTech edita nuevos folletos de producto
- La nueva normativa UNE-EN1493:2011 de elevadores de vehículos, más exigente
- Menos vehículos circulando y de más edad, según Audatex
- La evolución del sensor de oxígeno, según Denso
- El XXII Congreso del Grupo Serca tendrá lugar en Mérida
- Bosch conmemorará por todo lo alto el 90 aniversario de la red Bosch Service
- La demanda en los talleres de coches cae un 4% entre enero y julio



La red **SPG Talleres** ha lanzado la “**Revisión Segura**”. Hasta el 15 de octubre o agotar existencias, los conductores que revisen el sistema de suspensión en un taller SPG recibirán como regalo una práctica linterna de bolsillo. Al igual que en otras campañas, a través de ésta también se le informa al conductor sobre la libertad que tiene a la hora de elegir libremente el taller donde realizar los mantenimientos durante todo el periodo de garantía sin que ello suponga la pérdida de ésta. El **Reglamento 561/2010** reconoce este derecho a la **libre elección de taller**. ●

📍 [www.serca.es](http://www.serca.es)

Recuerda que los distribuidores no los manipulan, solo los transportan

## Aclaración de ANCERA sobre los gases fluorados



**ANCERA** recuerda a todos los distribuidores de gases fluorados que ellos se limitan a transportarlos y que, en ningún caso, los manipulan. La Asociación Nacional de Comerciantes de Equipos, Recambios, Neumáticos y Accesorios para Automoción ha hecho este recordatorio tras recibir muchas preguntas y consultas sobre el hecho de que algunos proveedores de gases fluorados hayan enviado una carta solicitando una autorización para manipular gases,

autorización que, obviamente, no es necesaria ya que, como insiste ANCERA, los distribuidores no manipulan dichos gases. Ante esta situación, ANCERA insta a los distribuidores a actuar del siguiente modo: llevar una carta de porte y, en cuanto a la petición del certificado de manipulador, el distribuidor según el artículo 9, punto 2 a) del R.D. 795/2010 únicamente “se asegurará de que en el caso de que su destino sea la utilización como refrigerantes, únicamente se cedan o vendan a empresas habilitadas”. El recambista, por tanto, solo debe asegurarse de que el taller al que sirva este producto tenga personas acreditadas para manipularlo. ●

📍 [www.ancera.org](http://www.ancera.org)



**Juan Carlos Martín** (en la imagen), hasta ahora director comercial de **Valeo Service España**, se incorporará el próximo mes de octubre a **AD Parts** como **adjunto a la Dirección**. **Josep Bosch**, presidente de AD Parts, ha explicado que ya tenían previsto incorporar a una persona que asistiera a **Lluís Tarragó** (director general) en España para que el propio Bosch se pudiera dedicar más a sus responsabilidades internacionales. Martín, por su parte, ha manifestado que espera aportar su granito de arena para que AD Parts siga con su trayectoria positiva. Valeo Service España aún no ha anunciado quién será el sucesor de Juan Carlos Martín. ●

📍 [www.adparts.com](http://www.adparts.com) / [www.valeoservice.com](http://www.valeoservice.com)



Tras varios años ejerciendo como director comercial de **Johnson Controls Power Solutions Iberia/Varta**, **Marc Schaudt** (en la imagen) dejó este cargo el pasado 1 de septiembre para asumir el de responsable de coordinación de **Johnson Controls** y las organizaciones de **Bosch** del suroeste de Europa. **Jorge del Toro**, hasta ahora en la organización de Monterrey (México), sustituirá a Schaudt. ●

📍 [www.varta-automotive.com](http://www.varta-automotive.com)



## PRIMERA OPCIÓN MUNDIAL

FTE automotive – INTELLIGENCE IN MOTION

FTE automotive es un fabricante de primer equipo de componentes para frenos y embragues. Somos el líder mundial de sistemas de accionamiento hidráulico de embragues. Un éxito que se basa en la máxima satisfacción del cliente. También puede beneficiarse de ello en el mercado de postventa. Con recambios originales y un servicio superior con una única prioridad: su satisfacción y la de sus clientes.

📍 [www.fte.de](http://www.fte.de)

## José Miguel García Guirado,

director de Expomovil Comercial nos cuenta cómo se plantean la nueva propuesta de Fira de Barcelona

# Unidos por el negocio

Una propuesta ferial que pretenden sea distinta, ajustada y dinamizadora para el sector posventa que cristalizará, tras varios años de gestación, del 15 al 17 de marzo de 2012 en Barcelona.



### El lema es "Unidos por el Negocio" y se presentó oficialmente en el Congreso de ANCERA, ¿cómo está yendo?

La verdad es que estamos muy contentos, porque acabamos de salir, como aquel que dice, y ya estamos recogiendo numerosas solicitudes de participación. Cuando se inicia un proyecto siempre sientes la inquietud de cómo va a responder el sector, y la acogida ha sido muy buena. Los expositores nos están reafirmando en nuestra idea de que esta primera edición va a tener un devenir impactante, nos dicen que por encima de nuestras expectativas.

Es verdad que llevamos casi dos años y, de los nueve años que llevo en **Fira de Barcelona**, no conozco un proyecto que haya madurado tanto, trabajándolo codo a codo con el Sector, pero eso supone la ventaja de haber corregido posibles errores entre bastidores: la fecha, el momento en el que salíamos, etc. El Sector es el que conoce la realidad del mercado y sus representantes (asociaciones, etc.) son los que nos orientan sobre sus necesidades; querían una feria en Barcelona, y se han apoyado en Fira y en su experiencia para que desarrollemos y llevemos adelante el proyecto; eso es "Unidos por el Negocio", el caballo ganador por el que estamos apostando.

En junio aprovechamos el Congreso de ANCERA para presentarlo al sector, y en julio se ha estado trabajando ya visitando a los posibles expositores. En este mes de septiembre será cuando apretaremos el acelerador y en octubre podremos dar las primeras listas de expositores, para que sepamos de una manera más cierta las expectativas que el sector puede tener de esta feria.

### ¿Cuáles serían unas buenas cifras en esta primera edición?

Estamos planteándonos un salón de 200 expositores, lo que se podría alcanzar en noviembre; en esas fechas los expositores saben sus presupuestos del año que viene, nos tienen ya en mente y esperamos cerrar los acuerdos de su participación. En unos 10.000 m<sup>2</sup> y unos 9 o 10.000 visitantes.

### ¿Qué tipo de visitantes?, ya que la calidad de los mismos es quizá más importante que una gran cantidad sin capacidad de decisión sobre el negocio...

El enfoque de las ferias tiene un periodo de comercialización en el que se centraba en el expositor y luego en el visitante. Y eso iba en contra del organizador y el expositor. Fira se ha dado cuenta de que desde el primer momento hay que trabajar en el visitante, ya que se valorará el tipo de comprador que acuda.

Hemos creado un *Departamento de Compradores* para atraer a un visitante con capacidad de decisión, de la mano de expositores y asociaciones, para saber qué hace falta para que pueda venir el comprador adecuado y poderlo facilitar: billete de avión, estancia, autocares, invitados, etc. Ya tenemos una línea de trabajo para montar Road Shows en toda España con CETRAA y podamos explicar lo que hacemos, redes de talleres, etc.

Lo importante es que el expositor esté contento, y lo estamos consiguiendo desde que tenemos este departamento.

### Ponen mucho énfasis en el planteamiento comercial, austero, para el expositor; eso podría suponer que se les viera como una feria Low Cost ¿qué piensan al respecto?

No creo que el calificativo de *Low Cost* sea peyorativo, y para nada tiene que ser un *hándicap*, sino todo o contrario: a muchos de nosotros nos gustaría haber formado



parte de la creación o desarrollo de compañías de éxito que nacieron siendo *Low Cost*, llámese aerolíneas, u otros sectores.

Es verdad que en un principio podíamos tener la tentación de inclinarnos por esa vertiente, pero nos hemos dado cuenta de que ni el sector ni nosotros buscábamos eso.

Nuestro posicionamiento no es de *Low Cost*, si bien esperamos que los participantes rentabilicen al máximo su participación, y para ello hemos cuidado muy mucho los costes con los que salimos al mercado, asesoramos en metros cuadrados, reducimos un día...

**La piedra de toque del *Low Cost* no es la cuestión económica, sino que el calificativo venga asociado a *Low Services* ¿cómo gestionan este apartado para expositores y visitantes?**

Está claro; el sector nos dice "queremos relanzar un proyecto ferial para el sector



posventa y tenemos que hacerlo de la manera más eficiente posible", para eso tenemos que ser competitivos (y ahí ponemos nuestra experiencia profesional con el esfuerzo de abaratar los costes al máximo, sin que suponga, insisto, seguir la vía *Low Cost*, sino buscando la rentabilidad), pero sin que el expositor o visitante sufra una pérdida de servicios o calidad. Y lo primero fue dar una variedad de posibilidades al expositor (la *paquetización* con diferentes tipologías de stand) para que supiera el coste total de la participación desde el principio (exposición, parking, internet, gestor de contactos, comidas para los miembros del stand...), para que pudiera decidir está interesado o no en acudir. Y, además, de esta forma se evita la inquietud de los competidores ya que todos se presentarán en unas condiciones muy homogéneas, evitando el esfuerzo estéril de las guerras de metros. Otra cosa serán los resultados, ya que cada expositor tiene que hacer esfuerzos para aprovecharlas.

Al final, creemos que son más y mejores servicios (por estar casi "hechos a medida") a un menor coste.

**Se recupera el nombre de Expomóvil, una feria que, los que como nosotros, llevamos más de 30 años en el sector sabemos lo que supuso y lo que dejó de ser y es un nombre que queda muy atrás, siendo más reciente MotorPro...¿porqué ese nombre y cómo lo ha percibido el sector?**

En este evento hubo elementos que nunca se cuestionaron: primero que tenía que ser en Montjuïc 1, por tradición vinculada al motor (Catalunya y Barcelona tienen en su seno a las primeras empresas del sector; las primeras competiciones que se celebraron fueron en ese entorno, y Fira de Barcelona lleva más de 92 años celebrando el Salón Internacional del Automóvil). Se pensó en diferentes marcas, pero rápidamente se impuso el criterio de relanzar *Expomóvil* con el añadido de "Comercial" porque es el enfoque que se le quiere dar.

Nos quedamos con lo bueno, pasando lo que no fue tan positivo, pero aprendiendo de ello.

**¿Cuál es la sectorización planteada?**

Nos dirigimos a todos los sectores que componen la posventa. Desde el primer momento, una de las asociaciones que más interés han mostrado y son "feriantes" expertos es AFIBA. A priori puede que se lleve el mayor metraje. También habrá que hablar con los grupos (la distribución tiene un peso muy importante en la gestión del proyecto y esperamos que se traduzca en presencia sectorial). Y, lógicamente los fabricantes; si están en los grupos, ellos también tienen que venir, tanto dentro de los stands de sus clientes como de forma independiente.

Hemos creado este septiembre una *paquetización* de 'sponsoring' enfocado a las que la presencia en stand no les termine de satisfacer, para que tengan unos valores añadidos con temas de sponsoring en la web, en jornadas, etc. Para que consigan mayor visibilidad de marca en contacto con sus clientes y con el taller.

Habrà que ver cuáles son las necesidades concretas que nos hacen llegar... parece que los que están más interesados son los talleres, quienes quieren tener disponible toda su oferta.

**¿Habrá un espacio, en la nueva *paquetización*, para las redes de talleres?**

Sí; cuando tengamos la reunión con los grupos de distribución para conocer su presencia definitiva contamos con que incorporen su red de talleres, o que la relan-

cen o quizá que la presenten y ese paquete de *sponsoring* puede ser una buena oportunidad para hacerlo.

**¿Habrá actividades paralelas?**

Habrà juntas directivas de muchas de las asociaciones que están en el Comité (ANCERA, CETRAA), una reunión de la directiva ejecutiva de EGEE (los fabricantes europeos de equipos) y estamos en conversaciones con ESADE para que organicen un encuentro potente en la posventa, premios para dirigentes, etc.

Y habrá más incorporaciones hasta la celebración, porque es un libro por escribir.

**Si se dirige a toda la posventa, el canal marquista o los autocentros también están en ella ¿Habéis contactado con ellos?**

Nuestro enfoque principal es la posventa multimarca independiente, aunque sea abierto a todo el mundo; nació así, siguiendo quizá la realidad del mercado, en el que un 70% está configurado por el canal multimarca; desde luego la posventa es toda y, siendo *Fira de Barcelona* y con la vinculación que tenemos como el *Salón Internacional del Automóvil*, no vamos a cerrar las puertas a ninguna marca, o de los autocentros, que también pueden ser visitantes, sé que es un debate abierto y lo hemos tratado en el Comité Organizador, donde Gremi Motor es la voz de las marcas, del 30% del sector, pero tenemos el foco puesto en las asociaciones, distribución y talleres multimarca, empresas que, de alguna manera, supusieron el impulso y el apoyo en la gestación del proyecto.

**¿Qué hay del ámbito de actuación de la feria?, ha habido un acuerdo con Autopromotec, ¿catalizará ya en esta edición?**

Creo que *Fira de Barcelona*, con muchas de sus ferias, ha demostrado que es líder a nivel internacional, estando en el podio de la categoría, pero en el caso de *Expomóvil Comercial* somos ambiciosos y modestos a la vez, salimos con humildad y dispuestos a aprender, porque somos flexibles.

No hay que perder de vista que una feria recibe el mayor número de visitantes que provienen de su zona de influencia, y no por ello es "local". Primero queremos ser fuertes aquí, en Barcelona, Catalunya, España, que el empresario del sector nos conozca, y sea el primero que se suba al barco.

A posteriori, una vez hayamos conseguido tener a los actores más importantes, pretendemos crecer fuera. No queremos empezar la casa por el tejado: queremos consolidarnos, y a partir de ahí daremos nuestros pasos.

Efectivamente, nacemos con un aliado que es **Autopromotec** que nos puede ayudar en esos primeros pasos, espero que sólidos, para llegar a establecer una feria internacional, en Italia ya no hemos ido a pecho descubierto, sino que venimos avalados por un salón líder en una feria de equipamiento en Europa, y sus dos asociaciones *AICA* y *AIRP*, y esperamos que aporten expositores y visitantes, así que los siguientes pasos será más fácil.

Respecto al arco Mediterráneo, otros mercados como Francia, Portugal, estaremos muy atentos a lo que nos diga el mercado: si interesa que haya determinadas compañías, o profesionales, se intentará satisfacerlo.

Iremos a *Equip Auto* y allí haremos relación comercial junto con nuestra delegación allí.

**¿Cómo ve la realidad expositiva en nuestro país? Aparte de las entidades feriales, como tales, proliferan las exposiciones particulares de los actores de la posventa, que puede restar interés a una propuesta como la suya ¿sigue teniendo sentido una feria anual en la posventa?**

Yo prefiero esta realidad a la de otros sectores que no consideran el producto ferial como una necesidad, sea por la cuestión que sea. Este sector lo tiene claro como una herramienta más de marketing que puede utilizar. En este sector las relaciones profesionales y humanas son importantes, y es algo que reafirmo a medida en que más conozco al sector, así que todo este tipo de encuentros son beneficiosos. Si hubiéramos lanzado *Expomóvil Comercial* de *motu proprio* tendría más dudas, como ha sido todo lo contrario, que el sector ha tenido una necesidad es una base fundamental. El tiempo dará o quitará razones: si serán las ferias las que se fortalezcan o al revés. Al final son los fabricantes los que deberán determinar si les interesa más ir a 10 o 15 eventos cada año o prefieren ir a uno o dos al año y concentrar sus esfuerzos ahí.

La razón de una feria es concentrar la oferta y la demanda; en un sector muy atomizado tiene su razón de ser más que nunca, y sirve para aprovechar las sinergias de un gran evento, optimizar el tiempo, los esfuerzos humanos y económicos, algo muy importante en la actual situación económica.

Tenemos ejemplos en *Fira (Construmat)* en los que se ha producido esa situación y luego se ha decidido volver a una gran feria. De hecho, los eventos más importantes tienden a concentrarse.

**¿Qué os pareció Motortec A.I.?**

Conocía la feria de antes, pero no al director, a quien conocí luego y con quien hay una buena relación; nuestra visita no tuvo una la intención de hacer relación comercial, sino conocer la puesta en escena de Madrid para que, cuando nos hablaran de ella, pudiéramos tener mayor juicio de valor.

Es una feria importante, y parece que la nueva orientación está yendo mejor y el sector así lo está valorando. Tenemos una competencia positiva. ●

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

## CHARLAMOS CON ANTONIO PUJADÓ Y MIGUEL MENÉNDEZ, EN LAS NUEVAS INSTALACIONES DE CECAUTO EN BARCELONA

Quisimos que nos comentaran su andadura como grupo, sus objetivos, la marcha de su proyecto Cecauro Distribución, y que nos enseñaran sus nuevas instalaciones. Así lo hicieron.

# Menos es Más

**T**ras un estudio de sus instalaciones de Barcelona, realizado por una empresa externa, y un cambio en la logística introduciendo el código de barras en sus productos, los resultados hablaron de una sobredimensión que suponía una pérdida de rentabilidad del 35%. Aprovechando que justo al lado se hallaba disponible otra nave, y que en el almacén de Sevilla habían aplicado una reorganización con éxito, basada en esos nuevos parámetros, se decidieron a asumir ese cambio para la central, una organización que cumple 25 años este año. Quisimos que **Antonio Pujadó**, el líder de la estructura, junto con **Miguel Menéndez**, nos hablaran de la empresa y sus proyectos, y esto fue lo que nos contaron.

### Nuevas instalaciones...mucho más cómodas ¿están contentos?

**Antonio Pujadó:** La verdad es que sí, hemos ganado en rentabilidad.

**Miguel Menéndez:** Y logísticamente también: el tiempo en dejar y recoger una pieza se reduce. Eso nos obliga a que todo esté mucho más controlado, pero es mejor en tiempos de colocación de piezas, en tiempos de respuesta al cliente, etc.

### En este tiempo en que han trabajado más bien en perfil bajo, ha habido reajustes internos, ¿Cómo se ha reorganizado la cúpula de Cecauro?

**A.P.:** Ahora tenemos a **Miguel Menéndez** como director de compras del Grupo, y colabora con **Jesús Lucas** y **Bernardino Sánchez** en **Cecauro Distribución**, porque está muy relacionado con el tema de compras, precios, etc. Mi labor es controlar las compañías para que funcionen, y hay un departamen-

to financiero unificado (y ya no autónomo por centro), que lo lleva **Ana Pastor**. El año que viene también unificaremos todas las compras de todos los grupos. Lo que pretendemos es que la compañía, se modernice y tenga futuro a años vista, funcione y viva más que yo, introduciendo gente joven, nuevas ideas y constante actualización. Pienso que este cambio lo estamos haciendo bien. Queremos crecer, pero bajar costes. Si crecemos, no tendremos que reducir personal, pero si no crecemos, pues sí, porque si no dejaremos de ser competitivos.

### De CECAUTO muchos han dicho que si no existiera habría que inventarlo, pero ¿Cómo se compagina esa idea con CECAUTO Distribución y qué finalidad tiene?

**M.M.:** Nos hemos dado cuenta de que cuando cogemos una tienda suele ser pequeña, la ayudamos a crecer, se desarrolla y cuando tiene cierta edad y es "apetecible" pueden ser tentados por otros grupos. Realmente, si hacen números no es tan factible, pero para evitar la captación, hemos creado una estructura **Cecauro Distribución** en la que se les da más ventajas que en cualquier grupo; pero puede elegir algunas de esas ventajas y otras no, o seguir como siempre: esa flexibilidad no existe en España. Las cuotas de un socio en los grupos cada vez son mayores y nosotros tenemos una cuota muy baja.

### ¿Y la absorción de AGREU?

**M.M.:** Ellos ya eran clientes de nuestros centros. **Rafael Gargallo**, que se va a jubilar se ha preocupado mucho de que el grupo no se disgregue. Hay quienes seguían queriendo una relación directa con el fabricante pero, con esta solución, están comprando mucho más a través de nuestros centros porque ven

que comprar grandes cantidades para ganar sólo un 2-3% no compensa unido a los problemas de financiación con los bancos, y CECAUTO está ayudando económicamente mucho en ese sentido a nuestros clientes.

### El mercado murmura sobre las nuevas operaciones que se van a realizar en CECAUTO distribución ¿Qué se va a hacer próximamente?, porque hay grupos que se están quedando cada vez más reducidos y socios insatisfechos...

**M.M.:** Pues sí, tenemos intención de hacer algo parecido a lo que se hizo con AGREU; sabemos que hay grupos que están pasando dificultades y estamos abiertos a la integración. Hay contactos, no hay nada en firme aún, ni con grupos ni con socios de algunos grupos que no se encuentran cómodos y nos preguntan.

Lo que valora el distribuidor es que, hoy por hoy, comprar en nuestras plataformas es más ventajoso que comprar directamente al fabricante.

**A.P.:** Y el servicio de suministro del fabricante ya no es tan ventajoso como lo puede ser el nuestro. Nuestra tasa de suministro de pedido es del 96%; el 100% es difícil, porque no la tienes tú al haber vendido más de lo previsto, o porque el fabricante tampoco la tiene.

**M.M.:** Y no olvidemos que la problemática de la falta de ventas y reducción de producción de componentes provocan roturas de suministro. Nosotros estamos manejando más de 150.000 referencias en 100.000m<sup>2</sup> de almacenes en toda España.

Otra de las grandes ventajas que tenemos es nuestra **Red de Talleres Cecauro**. Y estamos manteniendo **Proximeca**, porque es una red de **Temot** (si bien ya hay quien se está pasando a nuestra imagen), pero al ser de la

# Las instalaciones



Tras dos meses realizando el traslado, la nueva nave cuenta con 3.800m<sup>2</sup> en tres plantas de almacenaje de 2.700m<sup>2</sup>, (separando las estanterías y la zona de paletización, siguiendo la normativa) con unos PDA de lecturas de producto con doble sistema de seguridad, se han instalado los diversos departamentos, tanto del Centro Regulador de Barcelona como de la central del holding, en un estilo muy "americano" diáfano, con salas acristaladas, moderno y elegante; en la nueva nave se encuentra: Contabilidad, Compras, Departamento de Informática (con 3 personas atendiendo), Salas de reunión (para los consejos de administración y los de los gerentes del grupo que se reúnen mensualmente), Financiero, Salas de formación y presentación de producto (con capacidad elevada, aunque se organiza de manera que los grupos no superen los 16 profesionales) y un Mostrador para venta directa. También se ha instalado el departamento de Exportación (África, con 4 millones de euros, y Sudamérica, con 3 millones de euros, cantidades que esperan duplicar en 2012). Este departamento es importante para la compañía, ya que la situación contextual espa-

ñola, con mucha morosidad por falta de liquidez obliga a nuevas salidas de negocios, a zonas donde las multinacionales no están presentes, si bien las fórmulas de trabajo son muy diversas y requieren de un protocolo de acción con elevadas dosis de seguridad y contactos con los gobiernos de los Estados receptores, algunos de ellos (Senegal o Nigeria) con un PIB que crece anualmente entre un 4 a un 7%. Si bien China podría ser un nuevo punto de interés (5 millones de vehículos, con una previsión de que lleguen a 25.000 en 2012) aún no se plantea a corto plazo.

En las nuevas instalaciones se producen 1800 albaranes diarios, 60-70 salidas de transporte (externalizado) y un movimiento diario de material de 150.000 Euros en entradas y salidas a los 400 puntos de venta.

Cecaute se está planteando reestructurar también su catálogo electrónico basado en TecDoc para el año que viene, con las marcas del fabricante más la marca propia (un 30%, que esperan potencie esta marca en un 7%), una inversión de más de 1 millón de euros.



estructura internacional, en realidad a nosotros no nos molesta.

**A.P.:** Hay que entender que la imagen CECAUTO es más conocida. Y si bien no ha habido que obligar a cambio alguno, porque estamos en Temot, es verdad que algunos prefieren tener nuestra imagen y la están cambiando.

**M.M.:** Y seguimos con nuestro planteamientos para la Red: cursos (Con **Autotecnic 2000, Cars Marobe**, etc) y las **Hot Line**, así que los clientes fidelizados de los socios se sienten satisfechos, pues están respaldados **¿Tendremos noticias en breve sobre nuevas integraciones en CECAUTO Distribución?**

**M.M.:** Para el primer trimestre del año que viene tendremos ya integraciones individuales porque los grupos cuestan más.

**A.P.:** En los grupos hay más dificultades para una integración, porque no nos gusta hacer *golpes de estado* como los que hemos visto en este mercado: prometerle a un directivo *el oro* y *el moro* y cuando se ha conseguido a los socios dejarle en la estacada. Preferimos los acercamientos de *motu proprio*: nuestra disponibilidad en las plataformas harán que sea ventajoso para los distribuidores y donde sean más fuertes, comprar directamente.

**M.M.:** La realidad del mercado actual va a hacer que se aproximen a nosotros clarísimamente, el número de referencias que se manejan ahora son difíciles para los distribuidores, y nosotros manejamos 30 millones en stock. Está muy claro que la gente valora el servicio, nosotros damos dos, tres o cuatro servicios y eso es un valor añadido, y es una exigencia que el propio usuario requiere más que nunca: un coche no puede estar días en el taller. Y el cliente puede desarrollar nuevas líneas de

producto sin necesidad de realizar una inversión en stock propio, ni inversiones gravosas. Y les asesoramos en estudiar y establecer nuevas líneas, vamos con ellos y nos reunimos con ellos, y con el fabricante de la pieza, si es necesario, para mejorar el trabajo en determinadas familias.

Nuestro servicio es completo en cuatro fases: la logística, el servicio de distribución, marketing y formación y es lo que ofrecemos en Cecaute Distribución y asociados.

**Después de un tiempo en Temot, ¿Cuáles son las ventajas que les ha aportado?**

**M.M.:** Primero la visión europea del mercado, diferentes estrategias y compartir experiencias; al fin y al cabo, Temot es una asociación de 23 distribuidores del estilo de CECAUTO no es un grupo del que dependen otros socios. Las decisiones son fáciles, porque las toman quienes van a salir al mercado. También supone tomar contacto con los líderes europeos de los proveedores, que tienen visiones interesantes y surgen ideas que te permiten tomar decisiones aquí, o incluso contactos con directivos de productos con los que teníamos dificultades para entrar en contacto y poder trabajar. También ha sido interesante en el tema de la informática y los catálogos electrónicos que nos ayuda a evolucionar en las nuevas tecnologías, aunque nosotros también les enseñamos, puesto que les impresiona nuestra venta *online* por nuestra intranet, que es cerca de un 90%.

**¿No ha habido incidencias con Impormovil?**

**M.M.:** No porque la relación era muy buena anteriormente a la integración. Y hay que agradecerse a IMPORMOVIL porque han sido ellos quienes al final han sido los que han dado la aprobación. Además su sistema de trabajo es

muy distinto al nuestro, van directamente al taller, así que no chocamos.

**A.P.:** Y había habido intercambio de productos antes de nuestra integración y seguimos colaborando.

**¿Cómo van de resultados?**

**A.P.:** Este año vamos a cerrar con un 7-8% de crecimiento sin contar exportación (lo que llevo personalmente y si bien estamos desde hace 5 o 6 años, la expansión sólo se ha producido desde hace año y medio y no lo sumo). Barcelona es el Centro que crece más; Madrid empezó algo irregular, pero se ha recuperado, Valencia está en crecimiento, Canarias está estancado, Galicia está por debajo y ahora ha crecido, Andalucía está creciendo (facturando más que antes de la problemática que surgió en su momento), aunque notamos una falta de liquidez y ahora estamos empezando a endurecer la operativa, porque de lo contrario podría producirse un *efecto dominó*. A quien no cumpla los compromisos de pago le vamos a dejar de vender, les hemos ayudado lo suficiente y no pueden hacerse infinitas.

**M.M.:** Seremos más estrictos, porque nos afecta directamente, con la ley de pagos los proveedores nos fijan las fechas, así que si los cobros se alargan la situación se problematiza. Esta ley nos ha afectado mucho, quien la ha hecho y la tenía que cumplir, al final no lo hace.

**¿Qué perspectivas hay en el futuro?**

**A.P.:** Creceremos, por la situación contextual: hay un problema de liquidez y tener el apoyo de nuestros stocks beneficia a los clientes y a nosotros detrás, pero no solo a nosotros sino a cualquiera que tenga plataformas con stock. Esperamos un crecimiento similar al de este año, porque si no se venden coches nuevos, y se compran 3 VO por cada VN, nos beneficia.



## **Pero eso es un arma de doble filo a medio, largo plazo...**

**M.M.:** Totalmente de acuerdo. El parque al no renovarse, baja. El que envejezca no nos viene mal, pero si disminuye, la tarta de negocio disminuye también.

**A.P.:** En España, en 25 años, de 12 millones de turismos hemos pasado a 24 millones, con vehículos de 6 años; y las cifras de *Gipa* hablan de un envejecimiento que ha pasado de 7 años a cerca de los 9, lo que es mucho.

**M.M.:** Y ahora se ven más vehículos con matrículas de dos letras, y el tópico de que eso va a entrar en el canal, con la falta de liquidez no es tan así: se retienen las operaciones en el taller, con intervalos de mantenimiento más largos, y recambios con más duración, ha bajado la media de kilometraje anual de 14.000 a 11.000 y el parque por habitante también se ha reducido. Pero si la economía empieza a moverse, tendrá que cambiar, aunque las cifras de mejora que citan las estadísticas son falsas, porque se basan en caídas anteriores...sobre todo en VI.

## **Ferias: ¿Cuál es su postura respecto a las opciones que se manejan: Barcelona, Madrid, las locales...?**

**M.M.:** Nosotros hicimos la experiencia en Madrid, y fue una gran experiencia, pero creo que no hay que abusar año tras año; las ferias locales (las de distribuidor), que cada día se van implementando más, no están mal, pero no hay que abusar. La hemos hecho en Madrid, quizá en Sevilla, Valencia, etc. Pero como algo extraordinario, pero no de forma rutinaria.

Sobre las opciones nacionales: yo creo que una

feria cada año es mucho. Antes la información no llegaba como ahora. Las TIC nos aportan inmediatez, flexibilidad etc. Verte con los proveedores, los ves a menudo, y están a tu disposición. Una feria bienal, me parece bien, pero no me decanto por ninguna de las dos. Yo viví la escisión de Barcelona y Madrid estando en *Dimetal* (aún no *Wabco*) y *Motortec* llegó a su clímax, en algún momento se equivocaron estratégicamente y decayó, aunque ahora la están recuperando. Barcelona tiene la desventaja de querer partir de cero.

## **Aunque su estrategia la intentan adaptar económicamente a los tiempos...**

**M.M.:** Pero en las empresas los primeros recortes que se hacen son en marketing; cuando te cuesta rentabilizar el presupuesto escaso, y quieres realizar una presencia ferial, siguiendo con las acciones particulares, es que resulta muy difícil a nivel de proveedor.

Que los grandes distribuidores estemos, a no ser que quieras captar algo muy concreto, no me parece adecuado; tenemos que apoyar al proveedor en la feria haciendo acciones con ellos en la feria (trayendo a clientes, talleres, etc. Y en *Motortec* A.I. lo hicimos); no sé si podemos aportar más con presencia en stand.

**A.P.:** Creo que es más efectivo llevar a los clientes donde te interesa. Por otra parte, en vez de apoyar a *Motortec* A.I. vemos que surgen en Zaragoza, en Barcelona, etc. Al final para el expositor extranjero es un lío y puede causar el efecto contrario al encontrarse con determinadas realidades que nos perjudican a todos.

**M.M.:** La verdad es que muchos proveedores

con los que hemos hablado se van a centrar en **Automechanika Frankfurt**, básicamente. Ni a **EquipAuto**, aunque este año tengan una concentración, habrá que ver cómo la plantean, no sé si podrá compararse con *Automechanika Frankfurt*, porque está todo el mundo.

## **Nuevos productos: vuestra marca propia es un 30% de la facturación, ¿Vais a ampliar más familias en vuestra marca o con marcas de fabricante?**

**M.M.:** Pese a que nuestra marca es muy amplia en cuanto a familias (33 líneas), pretendemos aumentarlas: potenciaremos neumáticos, productos muy técnicos que desaparecerán de nuestra marca propia, potenciaremos el marketing con nuevas tarifas, catálogos, más información, el Catálogo electrónico de **CECAUTO** (previsto que esté operativo en el primer trimestre de 2012), la electrónica es muy importante y hemos hecho una apuesta con **Hella**, como líder en este segmento, a tres años (este ha sido el primero y estamos muy contentos).

## **¿Os planteáis reducir proveedores?**

**M.M.:** Sí. La estrategia de **CECAUTO** es *Temot* (proveedores preferentes y asociado) y dos proveedores por línea de producto (en algún caso tres, por la marca **CECAUTO** y trabajar con ellos para crecer. Es complicado, hasta que las compras de los centros no estén centralizadas, pero queremos auténticos *partners* con los que trabajar. Mejorar stocks, para que estén activos actualizados y adecuados a las demandas del mercado y esa es la misión para este próximo 2012. ●

**i** [www.cecauto.es](http://www.cecauto.es)

# Mercado posventa de baterías de arranque

## Bien, pero...

La batería resiste los envites de la actual coyuntura económica por su propia naturaleza: si se agota, el coche no arranca y la tenemos que sustituir a la fuerza. No ocurre lo mismo con otros elementos de reposición. Además, aunque está disminuyendo el kilometraje anual de los conductores -hay menos dinero en los bolsillos-, el envejecimiento del parque aumenta el número de remplazos por lo que es un mercado que se mantiene estable.



▲ Las baterías mantienen el nivel de ventas pero el cliente final prioriza cada vez más el precio.



▲ Baterías libres de mantenimiento Enerbat, marca importada por la madrileña Baterías y Aplicaciones.



◀ El grupo de distribución Cecauto proporciona a sus clientes baterías de marca propia con tecnología calcio-calcio.

**D**urante varios años estuvimos comentando en los reportajes de mercado publicados que durante el boom de ventas de coches de principios de la década del 2000 algunos componentes de posventa bajaban en ventas pero estos coches nuevos en el futuro serían clientes potenciales de estas piezas por lo que se volvería dinamizar el volumen de negocio. Es decir, se veía el futuro con optimismo. Este futuro ha llegado porque, efectivamente, los coches herederos del boom de ventas son los que ahora necesitan cambiar el escape, las baterías, etc. y ya acuden al taller multimarca independiente al agotarse la garantía suscrita con el constructor. Sin embargo, **la crisis económica ha trastocado las buenas perspectivas** ya que la falta de dinero en el bolsillo por parte de los conductores los está ahuyentando del taller al que acuden menos y realizan las operaciones solo imprescindibles si es que éstas no las alargan. Además, el frenazo de las ventas, ya muy prolongado, hará disminuir el parque circulante.

### Estabilidad

El **mercado de reposición de baterías** es un reflejo de este panorama. Durante algunos años las ventas se mantuvieron estancadas pero al cumplir años los vehículos del "boom" de compras las unidades vendidas aumentaron y ahora llevan transcurridos algunos años de **estabilidad**. Si años antes las expectativas eran buenas, ahora, sin embargo, no lo son tanto porque el estancamiento económico está siendo demasiado acusado. Así resume la situación un fabricante consultado: "debido a la situación económica se produce un considerable envejecimiento del parque (importante bajada en la matriculación de vehículos) pero al mismo tiempo también un menor movimiento del coche. Esto beneficia al mercado de reposición en la necesidad cada vez mayor de sustituir ciertas piezas, entre ellas, evidentemente, la batería. La parte negativa es que en el futuro inmediato, al no crecer el parque, la demanda acabará bajando dado que el mercado se contrae si bien es cierto que al mismo tiempo se ha ido produciendo un pequeño incremento del segmento de usuarios que demandan un tipo de batería más económica". Estaremos atentos a ver

cómo evoluciona el mercado de las baterías... y la economía.

Otros apuntes de este mercado apuntado por los proveedores consultados es que los conductores dan cada vez más prioridad al **precio** o que la batería, por su propia naturaleza acusa menos la coyuntura económica actual. **Si se agota**, el coche no arranca y el conductor tiene que sustituirla, quiera o no, lo que son **ventas obligadas**. No ocurre lo mismo con otros componentes de recambio que, aunque deban ser sustituidos, el conductor no lo hace y alarga, más de lo que debiera, su vida útil. Sirven de ejemplo, el aceite, las escobillas limpiaparabrisas, los escapes o los filtros.

### Balance del decreto sobre reciclaje

En agosto de 2010 entró en vigor el **Real Decreto 943/2010** sobre pilas y acumuladores y la gestión ambiental de sus residuos. Tras un año de actividad al respecto, la mayoría de **proveedores valoran positivamente el Decreto**. "Sin duda, era un paso necesario ya que recordemos que el 75% del material de las baterías puede reciclarse por lo que contar con un protocolo claro de actuación para los talleres y sus profesionales no solo ayudará a reducir considerablemente las emisiones contaminantes sino que permitirá un ahorro mayor dentro del sector" apunta un fabricante. Otro valora que "está resultando menos traumática de lo que podíamos prever. Aunque existen elementos claramente mejorables como la simplificación de toda la documentación que se genera o las actuaciones ante quienes no cumplan los requisitos exigibles, en general podemos dar la evolución de la aplicación de la ley como positiva". Un distribuidor, no obstante, recuerda que "se ha dado demasiada importancia al reciclado. Está claro que en nuestro sector aftermarket ninguna batería es abandonada fuera de los distribuidores del canal mas cuando existe un valor venal en la batería vieja, es decir, un coste nada desechable, para acudir a los centros homologados de dicha recogida los cuales pagan cientos de euros por kilo".

Otros también recuerdan que ellos, como empresa, ya se preocupaban por la gestión de los residuos desde antes de la normativa actual.

# Mercado



▲ Baterías VDO Platinum para turismo y vehículo industrial. VDO es una marca del gigante alemán Continental.



▲ Batería Tudor Technica. Esta gama alcanza el 97% de cobertura del parque y proporciona un 15% de potencia extra.



▲ En la imagen, tres de las 27 referencias disponibles en baterías Serca, marca propia de Grupo Serca Automoción.



◀ Baterías MetalTech, marca propia de Impormóvil.

◀ Las líneas S5 y S6 de Bosch ya cuentan con baterías EFB y AGM para su instalación en vehículos dotados con sistema de parada y arranque Start&Stop.

## Propuestas destacadas

El **elenco de proveedores** del mercado posventa de baterías es bastante **amplio** aunque las marcas más vendidas sigan siendo las habituales, **Tudor, Varta y Bosch**. La oferta de varios de ellos sirve de botón de muestra de lo que puede elegir la tienda de recambios y el taller multimarca.

Por ejemplo, la firma madrileña **Baterías y Aplicaciones** importa las marcas **Hitachi, Enerbat y Powerbatt**. Con ellas, pone a disposición de las posventa 65 modelos entre variantes de plomo-calcio, rejilla expandida y AGM cuya horquilla de amperaje oscila entre los 0,8 y los 230 amperios.

La oferta de **Bosch** no podía faltar en esta muestra. El gigante alemán, con cuartel general en España en Madrid, pone a disposición del mercado de recambio cuatro grandes líneas **Bosch** de baterías, las S3, S4 y S5 de gran consumo y las S6 para vehículos muy equipados o de alta gama que generan un elevado consumo de energía. Las tres primeras garantizan cubrir prácticamente todas las necesidades del parque circulante europeo, son 100% libres de mantenimiento y muy seguras gracias a una protección doble contra explosiones prematuras y un diseño de la tapa sellada que previene de pérdidas de ácido durante el transporte. Así mismo, se benefician de la tecnología **Bosch Silver** que, además de aportar un extra de potencia, alarga la duración de

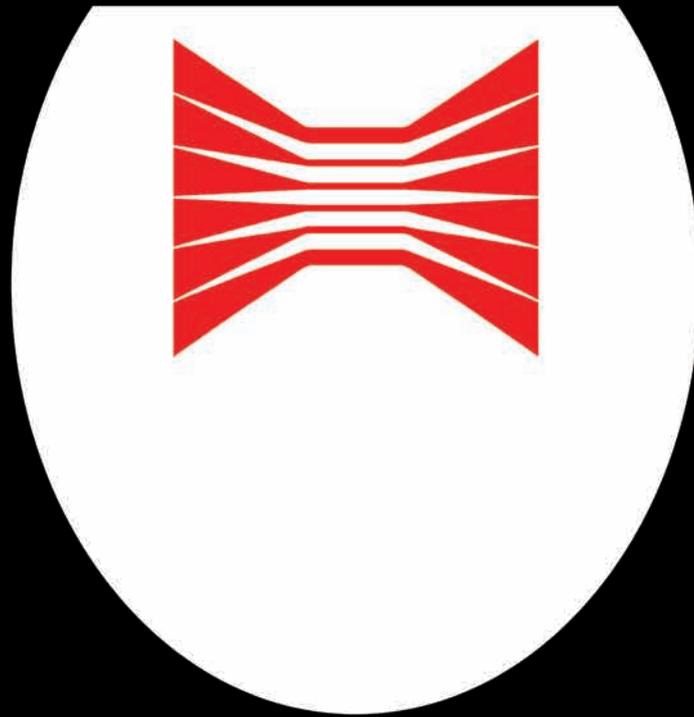
la batería al ser más resistente a la corrosión. Las S3 son las más económicas teniendo como destino los vehículos pequeños y más veteranos. Las S4 son las más equilibradas en la relación calidad-precio y sobresalen por su alta cobertura del parque (97%) siendo muy importante el número de referencias destinados a aplicaciones de vehículo asiático. Las S5 ya son baterías de altas prestaciones al aportar un 30% de potencia superior a una batería convencional y una vida útil también un 30% superior. Éstas, alcanzan el 85% de cobertura del parque. En cuanto a la batería S6 es un referente en el mercado en cuanto a capacidad y prestaciones. Su tecnología AGM con electrolito fijo la hace muy duradera y potente por lo que la firma alemana recomienda su instalación en vehículos de clase media con potencias que comience en los 3.500 vatios y en coches con carga de ciclos extrema como, por ejemplo, los taxis. En Automechanika Frankfurt 2010 presentó nuevas baterías con tecnologías EFB (*Enhanced Flooded Battery*) y AGM (*Absorbent Glass Mat*) pensadas para vehículos dotados con **Start&Stop**.

Uno de los grupos de distribución de referencia, **Cecauro** (Viladecans, Barcelona) suministra baterías bajo marca propia **Cecauro**. Su oferta, recopilada en un catálogo editado el pasado mes de mayo, alcanza la cincuentena de modelos para turismo, vehículo industrial, agrícola y motocicleta. De tecnología calcio-calcio propone amperajes

que van de los 4 a los 200 amperios. Recordemos que Cecauro cuenta con delegaciones en el centro peninsular (Cecauro Centro), en levante, Albacete, Sevilla, Granada, Málaga, Vigo y Canarias.

**Continental Automotive Spain**, con cuartel general en la localidad madrileña de Alcobendas, es la sucursal española del gigante alemán Continental, fabricante de las baterías **VDO**, y distribuye esta gama en España. El catálogo 2010 de baterías VDO reúne baterías para turismo y vehículo industrial. Entre esta versátil gama destaca la nueva línea **Platinum** que ofrece variantes tanto para turismo como para vehículo industrial a los que aporta capacidad y fiabilidad para proporcionar energía a los coches más equipados y robustez para resistir las inclemencias y vibraciones respectivamente. Las baterías **Platinum**, libres de mantenimiento, recurren a la tecnología plomo-calcio y según la firma fabricante consumen hasta tres veces menos agua que una batería híbrida, se pueden almacenar hasta un año sin necesidad de recargas, aportan entre un 30 y un 50% de vida útil extra y sus rejillas laminadas y expandidas de plomo-calcio y estaño son capaces de soportar las más duras condiciones de calor o vibraciones. Un distribuidor especialista en baterías es **DAISA**, acrónimo de **Distribuidora de Acumuladores Importados, S.A.** Su papel es fundamental en el mercado posventa nacional ya que se encarga de la distribución en España de una de las marcas punteras, **Varta**. Huelga decir que dispone de toda su gama, incluidas las nuevas baterías **Varta**

# YUASA SE VISTE DE ETIQUETA



## con nueva imagen y las nuevas líneas: AGM, Leisure, Marine y Cargo SHD



Una nueva imagen para una nueva etapa. Yuasa presenta una imagen distinta e innovadora, con un nuevo y elegante diseño de etiquetas el que se destaca su marca como símbolo de prestigio internacional, adquirido por la calidad en el desarrollo y fabricación de baterías para toda clase de aplicaciones.

Con su nueva gama, Yuasa presenta una ampliación de sus líneas anteriores, Professional, Supreme y Cargo, con nuevas baterías especiales para caravanas, náuticas, tecnología AGM y especialistas en vehículos industriales. Solicite el nuevo catálogo 2010, y sea uno de los miles de profesionales satisfechos y convencidos que afirman:

**“YES! YUASA”**



YUASA BATTERY IBERIA S.A. - C/ Toronga, 21 - local 1- 28043 Madrid [Spain]  
Tel: 902 360 113 - Fax: 902 360 114 - [yuasa@yuasaiberia.com](mailto:yuasa@yuasaiberia.com) - [www.yuasaiberia.com](http://www.yuasaiberia.com)

# Mercado



▲ Las Blue Dynamic de Varta son una de las baterías más vendidas del mercado. La elevada potencia, gracias a la tecnología PowerFrame, es una de sus virtudes.

Proquimetal distribuye la gama 3CV. En la imagen, una de sus baterías.



▲ Uno de los modelos propuestos por Magneti Marelli Aftermarket, la batería ETS para turismo. Está fabricada con aleaciones de alta calidad.

Renault, entre otras marcas automovilísticas. Desde Tres Cantos (Madrid), **Hella España** también se sube al carro de las baterías, en su caso proponiendo un flamante catálogo 2011 que reúne cincuenta modelos para turismos, vehículos industriales y agrícolas. Todos ellos se comercializan bajo marca **Hella** y se distinguen amperajes de entre 38 y 240 Ah garantizando así una alta cobertura del parque circulante. Las de más reciente aparición son las baterías AGM de 60, 70 y 80 amperios cuya tecnología desarrolla hasta tres ciclos más de carga y descarga que una batería estándar. Por tal motivo, se pueden montar en vehículos muy equipados a nivel electrónico, en modelos híbridos e incluso en turismos con sistema de parada y arranque Start&Stop. Estas baterías se han erigido como las sobresalientes de la gama Hella y a ellas se suman las de 62, 80, 185 y 225 amperios. Estas dos últimas se dotan de placas embolsadas en fibra de vidrio que permiten generar tres veces más ciclos de carga y descarga. Apuntar que la multinacional alemana comercializa sistemas de control del buen funcionamiento de la batería. Ejemplo de ello es el sensor inteligente IBSControl que informa con antelación del estado de la carga, su capacidad o antigüedad a través de una sencilla pantalla a color.

No nos movemos de Tres Cantos porque también está emplazada en esta localidad madrileña **Impormóvil**, empresa distribuidora que, además de disponer de la gama completa de **Varta**, pone a disposición de sus clientes una versátil línea de baterías para turismo comercializada bajo marca propia **MetalTech**.

De Madrid a Barcelona porque desde la localidad de Mataró **Jasper Tradint** propone una amplio elenco de baterías ya que es la firma representante en España de la marca **Monbat** y su cartera de productos también incluye referencias de las marcas **Fiamm** (para moto), **Top Star** u **Optima** (baterías AGM). El actual catálogo en vigor reúne 150 referencias entre las que podemos encontrar variantes de plomo-calcio, calcio-calcio, híbridas, AGM y de Gel. De todas ellas sobresale la línea calcio-calcio que, además, son baterías herméticas, dotadas con pastilla antiexplosión y aportan un 35% extra de capacidad de arranque por lo que son muy potentes. También merecen especial

mención las AGM y Gel. La firma logística, representante y distribuidora al por mayor catalana ha anunciado que el lanzamiento del nuevo catálogo es inminente. La gama Monbat se estructura en cuatro grandes líneas. La *Dynamic* es la destinada a cubrir la mayoría de demandas del parque circulante de turismos y camiones y destaca por su estabilidad de funcionamiento. La *Premium*, de calcio-calcio, es la opción más prestacional al aportar un 30% más de potencia por lo que está pensada para los vehículos más equipados. Aún más prestaciones proporciona la línea *GEM* con tecnología AGM con electrolito absorbido (sin ácido) mientras que las baterías *Megalight Power* tienen como destino la náutica.

**Johnson Controls Autobaterías** es el fabricante de dos marcas de referencia, Varta y Optima. Con oficina comercial en Madrid, opera en el mercado posventa español con las marcas **Varta**, **Optima** y **Energizer**. La oferta Varta es imprescindible en este mercado, tanto por ventas como por la amplia gama propuesta y por los elevados y variados niveles de calidad y prestaciones: la horquilla de amperaje va de los 3 amperios de la *Varta Funstart* hasta los 260 de la *Varta Professional AGM* de ciclo profundo. El actual catálogo 2010 recopila un buen número de familias de producto. Las 45 referencias *Dynamic Trio* para turismos con tecnologías *PowerFrame* y calcio-calcio; las *Promotive Trio* (24 referencias) con tecnologías plomo-calcio y calcio-plata para vehículo industrial; las 63 referencias *Powersports* para motocicletas o las 15 variantes *Professional* cuyo destino son las embarcaciones, caravanas y aplicaciones solares. Para la posventa, la baterías más sobresalientes son las *Varta Blue Dynamic* cuyos valores de rendimiento eléctrico son equivalentes a las de primer equipo gracias a la tecnología patentada *PowerFrame*, un exclusivo diseño de la parrilla positiva, que proporciona una gran potencia de arranque en frío y una larga vida útil. Gama compacta, tan solo 23 referencias se basta para satisfacer las necesidades de la mayoría del parque móvil. La última novedad para turismo son las baterías *Varta Start-Stop*, *Start-Stop EFB* y *Start-Stop Plus*, baterías muy potentes especialmente indicadas para su

montaje en vehículos equipados con sistema de parada y arranque Start&Stop. Las variantes *EFB* están concebidas para vehículos con función Start&Stop básica mientras que las *Start-Stop Plus* con tecnología AGM proporcionan una resistencia de ciclos aún mayor y una mejor capacidad de recarga para cubrir las necesidades de energía de los vehículos equipados con sistemas Start&Stop de última generación. En cuanto a la gama *Optima*, propone una versátil oferta para turismos cuyo rendimiento está avalado por la incorporación de tecnologías como la AGM o la *SpiralCell*.

La italiana **Magneti Marelli Aftermarket** también participa en este mercado y de forma destacada ya que además de disponer de una gama propia bajo marca **Magneti Marelli**, es el distribuidor en exclusiva en España de la marca **Fiamm**. La oferta Magneti Marelli se estructura en tres líneas para turismo, las *Run*, *ETS* y *ES* y en una para vehículo industrial, la *Heavy Duty*. Herméticas y fabricadas con materias primas y aleaciones de alta calidad, con ellas cubre las demandas del 98% de las necesidades del parque circulante. En cuanto a la oferta Fiamm, destacan los modelos *Titanium*, para turismo y *Cyclop*, para vehículo industrial. La primera de ellas se caracteriza por su elevada potencia, nivel de carga y resistencia a la corrosión. La delegación de Magneti Marelli Aftermarket en España está afincada en la localidad barcelonesa de Llinars del Vallès.

Desde Leganés (Madrid) **Proquimetal** es el distribuidor de las baterías **3CV**, marca que propone baterías de larga duración, 100% reciclables, de 50, 66 y 80 amperios. Totalmente herméticas, satisfacen las más altas exigencias energéticas de los vehículos de última generación altamente equipados. Tampoco precisan de ningún tipo de mantenimiento, se suministran cargadas y comprobadas y no emiten vapores tóxicos.

**Tab Starter Spain** (Barberà del Vallès, Barcelona) es la filial española del fabricante esloveno Tab Batteries. A nuestro mercado propone una amplia gama de baterías repartidas en seis marcas comerciales, **Tab**, **KBK**, **Diamant**, **Ocean**, **Booster** y **Cobelak**.



► La gama Hella cuenta ya con baterías de tecnología AGM que se pueden montar en vehículos micro-híbridos y con Start&Stop.

► Baterías Top Star. Llegan de manos de Jasper Tradint, firma también representante en España de la marca Monbat.

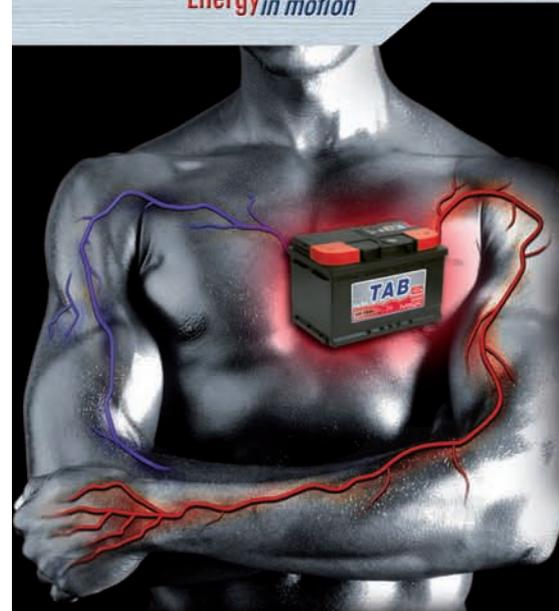


Start-Stop para vehículos equipados con sistema de parada y arranque (ver oferta de Varta en el texto sobre su fabricante, Johnson Controls Autobaterías). Como especialista que es en baterías su cartera de productos incluye también las gamas completas de marcas como **Optima** (interesante gama de turismo la de esta marca), **Formula Star** o **Energizer**. DAISA ha implantado una estructura de distribución nacional pues cuenta con sede central en Gijón, dirección comercial en Madrid y delegaciones en A Coruña, Sevilla, Santa Cruz de Tenerife, Badalona (Barcelona), Alboraya (Valencia), León y Salamanca.

A la multinacional **Exide Technologies** (Azuqueca de Henares, Guadalajara) pertenecen marcas de baterías de referencia en el mercado **Deta**, **Fulmen**, **Exide** y, sobre todo, **Tudor**, marca histórica y súper ventas. Precisamente ésta última ofrece una oferta que marca la pauta en la reposición, su último catálogo para turismo da cobertura a más de 6.000 modelos de los satisface las necesidades en baterías de todas sus motorizaciones. También es impresionante su oferta en vehículo industrial y agrícola que cubre a unos 8.000 modelos. Y no olvidemos que también dispone de una amplia oferta para motocicletas. En total, para turismo y vehículo industrial, Exide cuenta con más de treinta tipos de batería con un rango de amperaje que va de los 32 a los 235 amperios, hasta 115 en las variantes con rejilla de calcio-calcio y hasta los 235 las de tecnología híbrida. También cuenta con 21 referencias en baterías con conexión frontal de borne americano. Los

últimos modelos comercializados son las baterías *Tudor TB758* (60Ah) y *Tudor TB608* (75Ah) mientras que las líneas "estrella" son las *Tudor Technica* y *Tudor High-Tech*. Las primeras son un referente en ventas gracias a que alcanzan el 97% de cobertura del parque europeo. Además, proporcionan un 15% más de potencia que una batería estándar y cuentan con visor de estado de carga, desgasificación centralizada y filtro antillamas. Las *High-Tech* son de alto rendimiento gracias a su excelente respuesta a temperaturas extremas o bajo un uso intensivo. De calidad equivalente a las que montan los vehículos cuando salen de la planta de montaje están especialmente indicadas para los vehículos con un alto nivel de equipamiento. También merecen especial mención las dos gamas destinadas a los vehículos microhíbridos.

Otro grupo de distribución cuya cartera de productos de marca propia incluye las baterías es **Grupo Serca Automoción** (Esplugues de Llobregat, Barcelona). El catálogo **Serca** suma 27 referencias para turismo, vehículo industrial e incluso alguna para vehículo agrícola con amperajes de entre 44 y 210 Ah. Todas ellas están fabricadas con metal expandido. La última referencia disponible es la 001.0850 de 85 amperios y esquema 0 y también es novedosa la 001.0901 de 95 amperios con esquema 1 cuya principal aplicación son todo terrenos como el Toyota Land Cruiser o el Nissan Patrol. La batería más destacada es la 001.7000 de 70 amperios con esquema 0 gracias a su amplia cobertura ya que puede ser montada en varios modelos Citroën, Mercedes y



## Potencia a tu medida.

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

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

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

*"Para baterías, BATERIAS TAB. Sin duda".*



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

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



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

**TAB Starter SPAIN S.L.**

**937 197 918**  
www.tabspain.com



## La creciente importancia del proveedor fiable

**Miguel Timermans**  
De Palma  
Director Comercial de  
Varta DAISA

No descubro nada nuevo si resalto que, los que nos movemos en este mercado del recambio somos unos privilegiados con respecto a los que se mueven en otros ámbitos de la automoción y, no digamos, en otros sectores como la construcción o la restauración.

Dentro de esta casta de privilegiados, los que nos dedicamos a la comercialización de las baterías de arranque, somos aún más afortunados, ya que la **batería es un producto de reposición necesaria** y no está al socaire de un consumo más o menos caprichoso.

Dicho esto, sería faltar a la verdad decir que no se notan, en el mercado de las baterías, las serias dificultades económicas por la que atraviesa la economía, en general, y las de bastantes de los actores con los que trabajamos a diario.

Lo dicho significa que el mercado de reposición de las baterías de arranque, hasta ahora, no empequeñece ni se contrae con la economía. **Hoy por hoy, nadie deja su vehículo tirado o inmovilizado porque no pueda pagar una batería nueva.** Quizás, el único matiz lo encontramos en el mundo del vehículo industrial, en el que sí conocemos casos de vehículos inmovilizados de los que se van retirando piezas para los vehículos que, de verdad, se mueven. No sé cuánto durará esta circunstancia excepcional en el V.I., pero, por desgracia, es una realidad, aunque no tenga una incidencia trascendental, considerando el mercado en su conjunto. Sin embargo, en lo que sí se nota la dureza de la situación es que **nuestros clientes son, cada vez, más exigentes con el servicio requerido.** La obsesión por conseguir, a toda costa, los mejores precios, está dejando paso a la prioridad de garantizarse el proveedor más fiable sin olvidar, por supuesto, la necesaria competitividad.

De siempre, nuestros clientes mayoristas y distribuidores, han valorado en mayor o menor medida todos los aspectos de sus proveedores. Pero ahora, **los problemas generalizados de liquidez, obligan a reducir drásticamente los stocks.** Esto es algo que sólo se puede conseguir si se cuenta con el respaldo de **proveedores muy fiables**, y consecuentemente, con stocks garantizados. **Una batería que no tienes es, desde luego, una batería que no vendes.**

Hablando de baterías, un proveedor fiable es el que, partiendo de una buena calidad, no tiene problemas para suministrar ni en el mes más flojo de ventas (suele ser mayo) ni en el mes más fuerte (octubre o noviembre). Si clasificamos a los proveedores fiables de baterías en España según este criterio, es fácil averiguar a quienes se puede considerar como tales. ¿A uno o, quizás, a dos?

Este es el gran cambio que se está produciendo en el mercado de las baterías y que, entiendo, va a tener una influencia decisiva en el posicionamiento, dentro del mercado, de las distintas marcas y sus respectivos proveedores. **El reto es ser siempre ese proveedor fiable y competitivo.** En ello estamos y tenemos la determinación de seguir estando.



▲ Elenco de baterías Yuasa. Esta firma fabricante ofrece hasta siete líneas de producto destacando las Professional, AGM o Supreme para turismo.



▲ La batería Tab Nano tiene aditivos patentados por Tab que facilitan la circulación del electrolito. El resultado: larga duración y una alta potencia de arranque.

Actualmente opera con un catálogo editado el pasado mes de enero que reúne 404 referencias en baterías de entre 3 y 240 amperios para turismos (48), vehículo industrial ligero y 4x4 (9), vehículo industrial pesado y agrícola (15), motocicleta (45), náutica (4), de tracción (265) y de semitracción (18). Todas las baterías están fabricadas con rejilla de plomo expandido y se distinguen variantes de calcio-calcio y AGM. La batería más destacada para turismo y última en incorporarse a la oferta es la Tab Nano, un modelo de última generación que proporciona altas prestaciones: una larga vida útil y una elevada potencia de arranque y de ciclabilidad gracias a la inclusión de aditivos patentados por Tab que facilitan la circulación interna del electrolito. Otros modelos interesantes son las baterías Tab Polar, Magic, EcoDry VRLA AGM y Diamant.

Acabamos con **Yuasa Battery Iberia**, firma fabricante cuya delegación española está afincada en Madrid. Su oferta, toda comercializada bajo marca comercial **Yuasa**, alcanza los 58 modelos de baterías repartidos en siete líneas de producto: *Supreme*, *Professional*, *AGM*, *Cargo*, *Cargo SHD*, *Leisure* y *Marina*. Con ellas cubre buena parte de las necesidades de los parques de turismo, vehículo industrial, agrícola, caravanas y embarcaciones de recreo. Como consecuencia, la horquilla de amperaje alcanzada es amplia, va de los 33 a los 220 amperios. En cuanto a la tipología, propone baterías de plomo-calcio, calcio-calcio y AGM lo que da una idea de la versatilidad de la gama Yuasa. Su modelo más destacado, por su gran aceptación en el mercado, es el 096 de la línea *Professional*, una batería de 70 amperios, libre de mantenimiento, capaz de alcanzar los 25.000 arranques y que resulta ideal para vehículos con especificaciones estándar sobre los que satisface la mayoría de demandas. Ya se han incorporado a la oferta Yuasa baterías AGM, ideales para vehículos con sistema

*Start&Stop*. Estas baterías, no solo son más potentes sino que proporcionan una mayor fiabilidad debido a la mejor absorción del ácido, son compatibles con equipos electrónicos sensibles y cuentan con un tapón de conducto de ventilación regulado mediante válvula que permite estabilizar la corriente de arranque. De hecho, están diseñadas y desarrolladas para cumplir con las exigencias de primer equipo. Esta firma fabricante ya ha anunciado que va a ampliar la gama de baterías AGM de forma inminente. A modo de apunte, en la edición de *Motortec Automechanika Ibérica* celebrada esta primavera presentó una interesante y versátil gama de baterías para motocicleta.

Los proveedores, en la red

[www.adparts.com](http://www.adparts.com)  
[www.adr98.com](http://www.adr98.com)  
[www.agerauto.es](http://www.agerauto.es)  
[www.aursi.es](http://www.aursi.es)  
[www.autosil.pt](http://www.autosil.pt)  
[www.azesp.com](http://www.azesp.com)  
[www.bateriashitachi.com](http://www.bateriashitachi.com)  
[www.bosch-automotive.es](http://www.bosch-automotive.es)  
[www.bureaubaterias.com](http://www.bureaubaterias.com)  
[www.cecauto.com](http://www.cecauto.com)  
[www.ciclautoautomocion.com](http://www.ciclautoautomocion.com)  
[www.daisa-baterias.es](http://www.daisa-baterias.es)  
[www.davasa.es](http://www.davasa.es)  
[www.dipart.es](http://www.dipart.es)  
[www.europart.es](http://www.europart.es)  
[www.exide.es](http://www.exide.es)  
[www.gecorusa.com](http://www.gecorusa.com)  
[www.groupautonion.com](http://www.groupautonion.com)  
[www.grunosur.com](http://www.grunosur.com)  
[www.grupauto.es](http://www.grupauto.es)  
[www.hella.es](http://www.hella.es)  
[www.impormovil.es](http://www.impormovil.es)  
[www.jaspertradint.com](http://www.jaspertradint.com)  
[www.logitruck.com](http://www.logitruck.com)  
[www.magnetimarelli-checkstar.es](http://www.magnetimarelli-checkstar.es)  
[www.naccarworld.com](http://www.naccarworld.com)  
[www.proquimetal.es](http://www.proquimetal.es)  
[www.radsa.es](http://www.radsa.es)  
[www.rsturria.com](http://www.rsturria.com)  
[www.serca.es](http://www.serca.es)  
[www.sunray.es](http://www.sunray.es)  
[www.tabspain.com](http://www.tabspain.com)  
[www.todobaterias.com](http://www.todobaterias.com)  
[www.varta-automotive.com](http://www.varta-automotive.com)  
[www.vdo.es](http://www.vdo.es)  
[www.yuasaiberia.com](http://www.yuasaiberia.com)

# V de VARTA



## VARTA, SINÓNIMO DE TECNOLOGÍA SUPERIOR.

No importa qué modelo de VARTA elija: elegirá bien. Tendrá la máxima potencia de arranque, suministro de energía constante, fiabilidad al 100% y una tecnología superior. VARTA Dynamic Trio, gracias a su tecnología de rejillas PowerFrame®, única en el mundo, reúne todas estas características. Una clara mejora en rendimiento y vida útil, perfecta para cualquier aplicación.



**EL PODER QUE NO VES. Y MUCHO MÁS.**



# VARTA

BY JOHNSON CONTROLS

René Calderón, jefe de marketing de Exide

# La calidad es la respu

Contesta con claridad y convicción, atento a la realidad del mercado y con el acento puesto en la calidad y los valores añadidos de una compañía que sabe en la senda segura de la innovación.

**La primera pregunta es la visión de la posventa en general...**

Según las encuestas que manejo, los que menos se quejan de la situación actual son los grupos de compra, los mayoristas asociados, pero todos lo estamos pasando bastante mal.

**¿Y el mercado de las baterías en particular?**

Pues a pesar de que las baterías siempre han sido un producto más estable, puesto en una balanza no lo estamos disfrutando tanto como los demás, a pesar de que en época de crisis nos favorece, por el envejecimiento del parque. Es más, los últimos tres años íbamos creciendo; no en cifras grandes, un tres, un cuatro...pero crecimiento, al fin y al cabo. Sin embargo, este año, y viendo cómo se está comportando nuestra competencia con las ofertas, las acciones y campañas, noto mayor nerviosismo que en el pasado.

Siempre ha habido competencia, aunque ahora haya menos actores, es cierto (hay menos importadores, algunos no están tan fuertes o han quebrado). Pero este es el primer año que podemos decir que, para los fabricantes de baterías (si se me permite hablar en nombre del colectivo), es mucho más complicado.

Lo primero que pensábamos nosotros en ejercicios anteriores al no haber crecido tanto es que, por falta de crédito, la gente estaba reduciendo el stock considerablemente, produciéndose un bajón durante un semestre, esos meses no se han recuperado: ahora los stocks siguen al mínimo, se pide al día, así que la cuestión no está ahí.

Sabemos que el vehículo industrial casi en una tercera parte está parado, quizá sea otro razonamiento.

Pero en turismos no es así, lo que nos lleva a pensar en qué porcentaje real del parque está parado en turismos y 4x4 y yo no he visto ningún estudio; nuestras cifras indican que los segundos y terceros vehículos de los hogares están parados; hay más durabilidad para otros elementos (neumáticos, etc.) pero sin batería no arranca el coche, y eso es lo que nos sorprende.

También es verdad que el día que se reactive la demanda igual no podemos hacer frente a que todo ese parque se vuelva a poner en funcionamiento en VI o Turismo.

**Lo curioso es que se venden tres VO por cada VN...**

Y eso para nosotros es bueno: el primer cambio para una batería es en vehículos entre 5 y 8 años. La tasa de cambio es un 16,5%, curiosamente coches mayores de 14 años son un 26%, así que la estadística nos beneficia, pero la realidad de mercado es otra.

Es cierto que el mercado ha envejecido; según Gipa la tasa de antigüedad era de 7,1, muy estable, y ahora, en nada, estamos en 8,4; los vehículos en garantía eran un veintitantos por ciento y ahora estamos en la mitad. La garantía no nos beneficia, porque va hacia el concesionario, a pesar del Reglamento, así que este año empieza a ser serio para todos, no sólo para los neumáticos o aceite que más sufrían en teoría.

**¿Los cambios en los actores es una situación de ese momento?**

# Technologies

esta

Los que han desaparecido son importadores (con productos de una calidad dudosa, que han vendido a actores de renombre a quienes han hecho peligrar su nombre), quizá los grandes han perdido cuota respecto a los medianos, pero los 5 o 6 principales de siempre van a seguir ahí; pese a que los grandes tienen mucho que perder y los medianos todo lo contrario (y eso está ocurriendo), para nosotros perder 40.000 baterías nos duele, pero no es un impacto grande en nuestros resultados; para un mediano, esa cifra igual es un 10% de su facturación, y ahí la cosa cambia.

Elo implica que están siendo más competitivos: no tienen los costes de infraestructura que tenemos nosotros y se pueden adaptar mejor. Nosotros tenemos tres fábricas de baterías en España (dos sólo para automoción), cerca de 1.500 empleados en nuestro país, 11.500 a nivel global, así es que eso tiene sus ventajas (de ahí el servicio y la calidad del producto), pero claro los costes fijos son muy elevados y con la guerra de precios (que ya lleva un tiempo produciéndose) podemos hacer frente siendo más efectivos en costes, reduciendo márgenes...lo que diría cualquier libro de práctica comercial, y lo estamos aplicando todos, pero aún así, y pese a que los grandes aquí estamos, defendiendo la calidad, los valores añadidos vemos que las guerras de precios, tan cortoplacistas, priman.

## ¿Cómo es su red comercial?

Tenemos una red comercial bastante amplia: una agencia en Bilbao, una en Coruña, en Málaga, Barcelona y Valencia, con sus jefes de zona y un equipo de tres a cinco profesionales dependiendo de la zona de influencia a abarcar. Es la red más amplia de nuestro sector con diferencia; otros actores están apostando por que el desarrollo lo hagan los mayoristas o con agentes.

## ¿Cuáles son otros factores diferenciales de los que puede exhibir Exide en el mercado?

Aparte de las fábricas (que nos otorga mayor control de producto, reaccionar con mayor rapidez a la demanda), cada seis u ocho meses estamos lanzando productos: y no como maquillaje (cambio de etiquetado) sino tener una mayor segmentación y oferta, porque para vender las siete u ocho referencias de mayor rotación (el 60%) lo puede hacer todo el mundo; el precio no es nuestra fortaleza, por todo lo que he dicho (red de ventas, infraestructura, las fábricas en Europa y en todo el mundo -EEUU-), no jugamos con la nueva legislación de etiquetado que permite un más menos 10% en prestaciones, teniendo en cuenta que más del 70% del coste de producción de una batería es el plomo, pues es una

cuestión de ética: lo que pone en la etiqueta es lo que hay. Cuando tienes una primera marca como Tudor, no podemos hacer otra cosa.

En cuanto al marketing, si bien hubo una época en que se apostó mucho por ese apartado, luego se redujo (es lo más fácil de recortar en tiempos de dificultades); ahora se ha vuelto a apostar por ello: se ha creado un departamento de marketing en todos los países, con un departamento europeo centralizado para combinarlos y ha significado un cambio de imagen, más actualizado, con un apoyo de documentación que nos ha reforzado, seguimos con las promociones, etc. Se trata de que no se pierda el conocimiento de marca después de 122 de años, ya que hay que trabajarlo siempre, y los clientes lo han percibido. Se ha recuperado y estoy contento.

## La oferta, un producto solvente para necesidades específicas, también lo sería...

Exacto. Nuestro último lanzamiento ha sido el de las baterías marinas, y he visto como a baterías del automóvil se le ha cambiado la etiqueta añadiendo una caravana o barquito, y eso me indigna; todos tenemos nuestras limitaciones pero, cuáles son las prestaciones reales, porque el motor lo arrancará, pero no se sabe si cumple los elementos de seguridad, etc...

Nuestra es una tecnología ajustada a cada necesidad. Y nunca intentaremos desprestigiar tecnología alguna en nuestros folletos de producto, porque las tenemos todas y podemos ofrecerlas para cada necesidad: si consideramos que la de gel es la mejor, se ofrece gel, pero tenemos opciones tecnológicas, para quien considere que eso es caro, desarrolladas por nuestro departamento de I+D, específicas para esa necesidad.

La tecnología Start/Stop puedo asegurar que viene para quedarse; cuando empecé, se daban los primeros pasos para terminar con las baterías secas (descatalogadas en primer equipo, y en posventa pasará igual, aunque queda alguna aplicación para agrícola o moto). Las baterías AGM o ACM, suponen ajustar las prestaciones a los nuevos modelos; si antes se instalaba una tecnología inferior, la duración de la vida útil, en vez de 8 años bajaba a 3-4, pero como superaba la garantía, todos contentos, y como el usuario no sabe lo que cuesta, ni cómo está hecha, pues también. Pero ahora si se instala otra tecnología en un coche micro-híbrido, te quedas sin batería en meses, y ¿quién hace frente a esa garantía? ¿el taller? ¿la tienda de recambios?. El fabricante acaba por dar una garantía comercial, pero sabiendo que se está instalando una batería incorrecta no puede hacer frente a eso. Así que hay un antes y un después: hay que poner baterías de calidad. La media de Km de España son 14.000, y se va a arrancar de 30 a 40 veces al día (con aire acondicionado, GPS, electrónica a bordo, etc.), es un esfuerzo enorme para la batería, así que no podemos poner cualquier producto. Un tercio de los vehículos que se están matriculando son micro híbridos y están los de freno regenerativo. Por eso, es una oportunidad para fabricantes como nosotros que tenemos una batería contrastada y que suministra a primer equipo, una garantía significativa bajo mi punto de vista y que hace que el usuario, vea la marca al levantar el capó. Y estamos trabajando para que el producto mejore, tenga un peso más reducido a igualdad de prestaciones.

## ¿Se necesita, por esta razón un esfuerzo mayor en formación?

Efectivamente, y es un valor diferencial más poder formar a los distribuidores y talleres. Pero o participamos todos, o no se llega a cubrir el 100% del mercado; nuestra competencia debe implicarse también

Y, además hay que hablarle al taller de "riesgo de avería mecánica" o "duración de solo dos meses", porque ahí ya te empiezan a escuchar...

## ¿Serían las ferias un momento adecuado para ello?

Pues sí; justamente las ferias de los distribuidores (como la hizo Aicrag, por ejemplo) supone acercarse a los talleres porque contactamos de forma muy directa y les formamos, pero también es verdad que no podemos asistir a todas las ferias porque es un gran coste.



De izquierda a derecha: Alain Lez, director comercial de Exide Technologies, Magnus Ohlsson, Vicepresidente AM & Sales & Marketing Transportation Europe (responsabilidad adquirida hace apenas un mes) y René Calderón, jefe de marketing de Exide Technologies.

## RETOS Y OPORTUNIDADES

Son tiempos difíciles para todos, aunque es cierto que hay productos como el nuestro donde las oscilaciones o ciclos hacia un lado u otro son más conservadoras que en otro tipo de recambios.

Estos **últimos 3 años** hemos obtenido unos **resultados estables** y creo que ese mismo comportamiento es el que ha tenido la **batería** en el sector, séase desde el punto de vista del **fabricante, distribuidor o taller**.

Seguimos con una **tendencia hacia la marca privada por su precio** y más ahora, pero hemos sido **capaces de mantener un mix de primera marca muy por encima de la media del sector**.

No podemos apostar por el precio por que siempre habrá alguien que lo haga más barato utilizando tecnologías de menos prestaciones. Son más de 120 años de historia con 11.000 empleados en 80 países y esa experiencia y medios es la que nos permite diferenciarnos del resto ofreciendo las últimas innovaciones y soluciones energéticas.

Como todos los sectores y en especial el de automoción nos vemos obligados a **optimizar nuestros recursos** y como no, intentar reducir los costes al máximo. No obstante seguiremos apostando por implementar estrategias y acciones de marketing, reforzar los departamentos de I+D, además de contar con una experimentada y numerosa de ventas. Todo esto nos permite asegurar un **valor añadido y una atención personalizada detrás de cada batería**. No existe una sola aplicación que no cubramos con nuestras gamas de baterías. Desde Motocicletas, Vehículos Ligeros de todo tipo, Vehículo Industrial, Aplicaciones Marinas, Caravanas etc. Pero ya no es solo la **cobertura** de aplicaciones sino incluso la de **parque es inigualable**.

En cuanto a **oportunidades**, la entrada con fuerza del **vehículo Micro-Híbrido** nos permite a los proveedores de primer equipo diferenciarnos aun más de otros fabricantes. Dadas las exigencias energéticas de estos vehículos existe una necesidad u obligación técnica de instalar **baterías AGM o ECM** (según modelo) por lo que las baterías con prestaciones o calidades solo enfocadas a precio no tienen cabida. En el pasado reciente, si un usuario o taller adquiría e instalaba una batería de calidad dudosa se reducía enormemente la vida útil del producto, en comparación con baterías de marca *Tudor* o *Exide*. Pero con este tipo de vehículos es solo cuestión de 3 o 4 meses para que el coche vuelva al taller. Si además éste equipa un freno regenerativo para cargar las baterías, las consecuencias pueden ser muchos más serias. Esto significa que habrá una **apuesta por la calidad en el sector de la batería a corto y medio plazo**, considerablemente superior a lo que hemos estado observando en la última década.

**René Calderón**  
Jefe de Marketing en España de Exide Technologies



Antes asistíamos a **Automechanika, Equip Auto y Motortec**. Pero hace unos seis años que dejamos de ir a Motortec y no tenemos intención de volver (esta última edición supuso una mejora, pero está bien lejos de lo que fue) y el problema es el de las ferias en general, y las últimas en particular (Zaragoza, donde sobran las palabras, Barcelona, de la que me han hablado) no han salido bien.

No se puede ir con un stand reducido, porque la imagen cuenta y estás obligado a tener un stand representativo.

**Expomovil Comercial propone una homogeneización de los stands para que no existan esas grandes diferencias...**

Pero la segunda parte es el retorno, que es difícil de medir y con las TIC ya no tiene sentido esperar, porque puedes hacer los lanzamientos de forma inmediata y masiva. Al final sólo vamos a estar en Automechanika.

**¿Y las ferias del distribuidor?**

Ahí sí, porque apoyas a tu cliente pero también nos preocupa porque todos están queriendo hacerlo, y la inversión, sumándolas todas puede ser tan alta como ir a Motortec. Tenemos muchos clientes y hay que visitarles regularmente, así que nos supone un esfuerzo económico y humano. Si esta "moda" va a más habrá que replanteárselo, porque luego en las negociaciones el punto de más te lo van a pedir, y se tiene que apoyar primero, para luego acceder a la negociación, no al revés. Así que es complicado. O los fabricantes se plantan o habrá que filtrar y filtrar nunca es bueno: todos son clientes.

**¿Qué hay de la recogida?**

Otra de las fortalezas de Exide. Somos los únicos que tienen su propio *smelter* (horno de fundición) en España (y casi en Europa): *San Esteban*, que llevará más de 30 años en activo. El reciclaje del plomo ya no es sólo una cuestión de medio ambiente, sino económico, por el precio del plomo en la actualidad (1.800 Euros/Tn), es un factor diferencial, hay una línea de negocio que supone mayor competitividad en precio; la normativa que obliga a que más del 90% de lo que pones en el mercado lo tengas que recoger supone un factor diferencial, aunque creo que al final importadores y fabricantes medios encontrarán una solución, porque es un residuo con valor positivo y se paga por sí solo.

**Sus últimos lanzamientos son la línea de ocio Exide Marine y Multifit, ¿líneas de ocio en estos momentos de crisis?**

Hombre, es una línea de élite, en la que hay que tener cierta posición y unos ingresos, aunque haya opciones de muchos niveles. Lo curioso es que se instalan baterías convencionales ya no sólo porque haya habido una información "sesgada" por parte del fabricante (lo que decíamos de cambiar las pegatinas), sino porque no están bien informados y creen que todo vale, y me parece inaudito: si te quedas tirado en la carretera llamas al RACE (por decir algo) pero...¿en el mar?... Salvamento Marítimo es algo más complicado y caro.

Esos usuarios no tienen problemas de capacidad adquisitiva, así que no es un tema de crisis, sino de falta de información y de disponibilidad de producto, porque estas baterías no están en todos los lados.

Es difícil transmitir tecnicismos al sector, que marcan la diferencia, se necesitarían dos horas para que un profesional tuviera la argumentación necesaria para tener claro las diferencias entre una batería y otra. Y ya no digamos el usuario final.

Y a veces el distribuidor entiende que el usuario final le va a dar un uso estacional, que luego la batería se descargará y

tendrá que comprar otra, así que más negocio.

Y creo que todos los actores deberían ver en este tipo de baterías una oportunidad de negocio, no sólo por el margen para el instalador, que es mayor, sino porque se asegura una fiabilidad y el usuario una seguridad en esa aplicación, que me parece esencial. Y si la deja cargada, el verano que viene funcionará.

El problema es transmitirlo. Y también pasa en automoción porque determinados estudios de Gipa indican que un usuario estaría dispuesto a invertir hasta 18 euros más en una batería de calidad, pero los fabricantes no vendemos más, como sería lo lógico, y ahí está la incidencia de las marcas privadas.

A veces los estudios muestran una realidad distinta a lo que el mercado.

He ido a autocentros y el argumentario de marketing para defender la marca propia es impecable (el mismo fabricante, más garantía, menos precio) y yo (si no estuviera en este mundo y siendo a priori de los que pagaría más para que mi batería no me dejara tirado), compraría la marca privada. Pero es que no es verdad, no son las mismas tripas ni las mismas prestaciones. En estas tecnologías, y en los de turismos microhíbridos) hay riesgo de avería y de duración reducida, así que hay que tener cuidado.

**¿Baterías de vehículo eléctrico?**

El concepto no es malo, pero la tecnología no es buena; hubo mucho revuelo mediático, pero el Litio es caro y escaso. Hay que buscar otras soluciones, preparar la infraestructura que no existe, los precios de los vehículos no son rentables, y el coste energético de la electricidad (que está subiendo cada vez más) para que el usuario lo vea como una opción rentable y lo demande. Para nosotros hoy no es viable y no estamos en ello. En el futuro, quizá para el segundo vehículo de casa, o flotas como alguna marca de cerveza o *Correos* (creo), pero de forma testimonial; masivamente, yo no sé si lo veré.

Además a la posventa no le interesa, porque no hay reposición.

**Por último: ¿Qué resultados esperan para este ejercicio en Exide?**

Me temo que no podemos ser ambiciosos, porque la coyuntura no lo permite. Además se está produciendo una concentración en la distribución y tienen mayor poder de negociación por el mayor volumen. Si la competencia está jugando a la guerra de precios, podemos ser competitivos y ofrecer valor añadido, pero eso es complejo medirlo. Estamos expectantes. Sabemos que tarde o temprano se producirá un boom de ventas, pero no sabemos cuándo: brotes verdes no se ven desde hace cuatro años, hasta que Alemania no levante cabeza, nosotros no lo haremos, tenemos vecinos pendientes de rescates, una situación interna pendiente de cambios electorales...en fin...

Lo que sí está claro es que el canal posventa del constructor sí lo está pasando mal y no tiene la libertad que el nuestro para emprender acciones porque están atados por sus contratos para comprar recambios (pese al Reglamento), por eso se inventan acciones comerciales agresivas, y están ofreciendo años adicionales de garantía que bloquean por contrato la posibilidad de realizar los mantenimientos en nuestro canal.●

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



Baterías Exide,  
Energía e Innovación.

**EXIDE**  
INTELLIGENT POWER

**MICRO-HYBRID**

La legislación de la UE tiene como objetivo reducir los niveles de emisiones de CO<sub>2</sub> a 130g/Km para el año 2015 y a 95g/Km para el 2020. Esto ha generado el lanzamiento de los vehículos Micro-Híbridos, los cuales precisan baterías que dispongan de los últimos avances. Exide Technologies ha desarrollado una nueva generación de baterías para los fabricantes de vehículos tales como: **Alfa Romeo, BMW, Citroën, Fiat, Ford, Lancia, Mini, Peugeot, Renault, Suzuki, Toyota, VW.** Por ello hemos lanzado al mercado la misma tecnología AGM para los vehículos de gama alta con los sistemas Stop & Start y freno regenerativo y la tecnología ECM para los utilitarios con el sistema Stop & Start. Exide Technologies es líder en la tecnología de baterías para vehículos Micro-Híbridos y sigue siendo ejemplo de innovación y calidad.



**ECM** ENHANCED CYCLING MAT TECHNOLOGY

**AGM** ABSORBENT GLASS MAT TECHNOLOGY

# LO LLAMAN AFTERMARKET PERO EN EUROPA LO LLAMAMOS MAGNETI MARELLI

Una Red de Talleres Checkstar y 30 líneas de recambios originales. El máximo de garantía y fiabilidad



Accesorios garantizados, recambios originales y una red capilar de talleres: esto es Aftermarket Parts & Services de Magneti Marelli. Es una de las Divisiones estratégicas del Grupo, que comercializa recambios, componentes de automoción y Know-how en el mercado independiente. Además, suministra servicios de asistencia a los automovilistas, a través de más de 5.000 talleres Checkstar presentes en todo el mundo. Con toda la fiabilidad y experiencia de Magneti Marelli. Magneti Marelli: 5.400 Mill de Euros de facturado (2008) - 33.000 empleados - Presencia en 5 continentes - 67 sitios productivos - 10 centros de Investigación y Desarrollo - 28 Centros Aplicativos.

**MAGNETI  
MARELLI**

Electronics and Components



25

Noticias

28

Actualidad: los baremos de Centro Zaragoza, posiciones encontradas

30

Técnica Centro Zaragoza: equipos de protección personal

32

Noticias Centro Zaragoza

36

Paso a paso Centro Zaragoza: extracción de pequeñas abolladuras mediante adhesivo

36

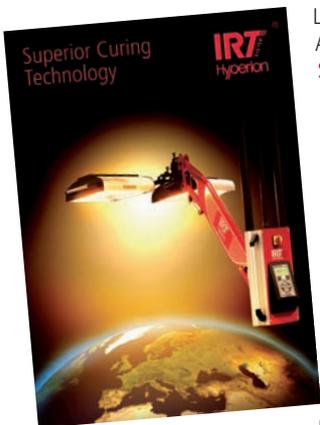
Aula Técnica CESVIMAP: pinturas de protección anticorrosiva

38

Informe: consumibles y productos de enmascarado

DISTRIBUIRÁ LOS PRODUCTOS DEVILBISS, DRESTER E IRT

## CAR REPAIR SYSTEM AMPLÍA SU OFERTA



La firma granadina de Atarfe **Car Repair System**, dedicada a la fabricación y distribución de soluciones para el mantenimiento y la reparación de carrocerías, ha ampliado notablemente su cartera de productos con los recientes acuerdos de distribución que ha alcanzado con importantes fabricantes del segmento.

Así, gracias a la alianza que ha suscrito con **ITW Industrial Finishing Europe**, fabricante de los equipos y accesorios de acabado **Devilbiss**, se ha convertido en distribuidor autorizado para España y Portugal de esta marca que pone a disposición del profesional del taller de chapa y pintura, entre otros equipos, sus conocidas **pistolas de pintura**. Este acuerdo supone una ampliación del que ya ostentaban ambas empresas desde enero de 2010. Car Repair System también se responsabiliza del servicio posventa de Devilbiss. Otros dos importantes acuerdos recientes son los culminados con **Hedson Technologies** e **IRT**. Gracias a ellos, distribuirá a nivel peninsular las **lavadoras de pistolas Drester**, fabricadas por Hedson Technologies y la gama de **equipos infrarrojos IRT**. ◀

www.carrepairsystem.eu

DESTACA POR LA RAPIDEZ QUE PROPORCIONA

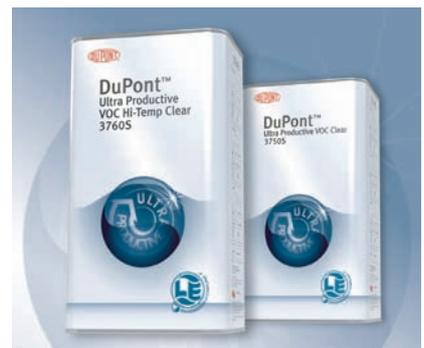
## UN KIT DE PULIDO, LO ÚLTIMO DE MIRKA

Los barnices **COV 3750S** y **3760S** son las últimas incorporaciones a la gama de repintado de **DuPont Refinish**. El primero de ellos es un ultra productivo que complementa al nuevo y también ultra productivo 3760S. Ambos destacan por reducir los tiempos de secado, independientemente de cual sea la temperatura ambiente, gracias a la aplicación de la tecnología **HyperCure** patentada por DuPont. Así mismo, las fórmulas incluyen unos componentes que hacen que estos barnices sean muy versátiles pudiendo trabajar con ellos en reparaciones de parches a bajas temperaturas y en reparaciones globales a temperaturas muy elevadas. En función de las condiciones meteorológicas, basta con usar una variante u otra sin necesidad de variar la técnica de aplicación. El resultado final son unos acabados atractivos y brillantes, una gran durabilidad y un alto nivel de rentabilidad para el taller por la comentada rapidez de secado.

Por otra parte, DuPont Refinish cuenta con un **nuevo distribuidor para la zona de León y Ponferrada**. Se trata de **Pinturas Gelvi**, empresa con sede central en Gijón que también cuenta con instalaciones en las dos localidades leonesas. Fundada en 1973, Pinturas Gelvi es distribuidor de DuPont Refinish desde 1980. Este acuerdo bien merecía una presentación (en la imagen). A ella acudieron el gerente de Pinturas Gelvi, **Rubén Cuenco** y varios representantes de DuPont Refinish, el director de ventas, **Luis Delhorts**; el jefe de zona, **Germán Serra**; **Julio Hernández**, coordinador de la red de talleres **Five Star** o **José Rivas**, técnico especialista. El máximo responsable de Pinturas Gelvi explicó: "los talleres saben que DuPont Refinish equivale a productos de calidad aunque hasta ahora no han tenido un fácil acceso a ellos debido a la distribución llevada a cabo hasta el momento, hecho que Pinturas Gelvi va a cambiar porque somos

una empresa comprometida con la calidad de producto y con la distribución del mismo". Por su parte, **Germán Serra**, jefe de zona de DuPont, en referencia a Pinturas Gelvi, comentó: "tiene una estrecha relación con DuPont desde hace muchos años en Asturias y cuenta con una larga experiencia en el campo del repintado de vehículos y una excelente reputación en el servicio y atención al cliente con un equipo altamente cualificado para atender cualquier necesidad en temas técnicos, informáticos, de gestión y de colorimetría". ◀

www.dupontrefinish.es /  
www.pinturasgelvi.es



Y EL DISTRIBUIDOR STANDOX GUIASOLA DISTRIBUCIONES CELEBRÓ SU 40º ANIVERSARIO

## JORNADAS TÉCNICAS PARA TREINTA TALLERES REPANET

Standex reunió recientemente a una treintena de talleres **Repamet** de toda España en su centro de formación de Benicarló (Castellón) a los que presentó las novedades técnicas de la gama de repintado Standex que próximamente lanzará al mercado. También **Victoria Ortega**, coordinadora de Repamet, expuso la oferta formativa y de servicios ofrecidos en la actualidad por esta red de talleres y anunció que será renovada en 2012 con el objetivo de ser más visible para el cliente. En estas jornadas los talleres participantes también tuvieron ocasión de presentar proyectos y acciones de buenas prácticas con el objetivo de mejorar la red Repamet. Así **Joaquín Gómez**, de **Auto Carrasosa**, explicó su proyecto de creación e implantación de un plan estratégico; **Víctor Baña**, de **Multiauto Palma**, dio su visión sobre la importancia de la atención al cliente; **Lorenzo Macario**, de **Talleres Macario**, expuso cómo deben ser las acciones comerciales para la fidelización y captación de prescriptores y clien-

tes y **Antonio López**, de **Talleres Escamilla** y **Talleres CIX**, explicó cómo se gestó la creación de dos macro talleres en Cuenca. Siguiendo con la actualidad de la marca alemana de repintado, uno de sus históricos distribuidores, **Guisasola Distribuciones**, celebró por todo lo alto su **cuadragésimo aniversario**. A este acto acudieron más de 400 personas, entre ellos **Lourdes García** y **Assís Parés**, directora y jefe de ventas de Standex, y fue muy emotivo ya que fueron homenajeados los fundadores de Guisasola Distribuciones, **Guillermo Guisasola** y **Clara Avello**, padres del actual responsable de la empresa, **Guillermo Guisasola**. También fueron reconocidos los clientes más antiguos de Guisasola Distribuciones. Standex les concedió el **Standex Partnership Award**, gratificación que únicamente se entrega a los talleres de pintura que han dado muestras de su excelencia y compromiso con la marca. Así, recibieron el **Standex Partnership Award** (en la imagen una vez recoge-



do el galardón) los talleres **Llanauto Motor**, **Autos Barredos**, **Carrocerías Gumar**, **Carrocerías Cepeda**, **Automóviles Oviedo**, **Valles Mineros Automoción**, **Chapistería Jorge**, **Talleres y Grúas Sport**, **Chapistería Avelino**, **Carrocerías Fernández** y **Carrocerías Autogranada**. Guisasola Distribuciones lleva 35 años comercializando los productos Standex en Asturias, León, Zamora y Palencia. ◀ [www.standex.es](http://www.standex.es)

MIENTRAS SE CUMPLEN DIEZ AÑOS DEL LANZAMIENTO DEL RATIO SPOT REPAIR

## GLASURIT Y CONCESUR CELEBRAN SUS QUINCE AÑOS DE RELACIÓN

Uno de los clientes más importantes de **Glasurit** es **Concesur**, gran concesionario **Mercedes-Benz** cuyo ámbito de actuación abarca las provincias de Sevilla, Cádiz, Jaén y Lugo. Recientemente se han cumplido **quince años de relación comercial** y el concesionario andaluz lo ha reconocido invitando a la marca de repintado de **Basf Coatings** a su **III Torneo Concesur de Golf y Pádel** que se celebró en el Real Club Pineda de Sevilla. Concesur utiliza tanto las herramientas de color como la oferta de servicios Glasurit. Mención especial merece el hecho de que fue el primer concesionario Mercedes-Benz en montar el servicio **Spot Repair** en vehículo industrial con el que ha incrementado su eficiencia y rentabilidad en el taller de chapa y pintura.

Otra efemérides reciente de Glasurit ha sido el **décimo aniversario** del lanzamiento del **Ratio Spot Repair**, un económico sistema para reparar desperfectos menores y que ha sido un éxito en todos los mercados donde se ha comercializado. El sistema Ratio Spot Repair lo conforman un proceso de pintado especial, el **Glasurit 352-500 Spot-Blender** y un cursillo profesional para facilitar la aplicación fiable del proceso. Con él, los talleres pueden reparar pequeños arañazos, abolladuras por impacto de gravilla y otros pequeños desperfectos en un tiempo de 60 a 90 minutos y con la máxima profesionalidad y de forma económica lo que permite a muchos talleres poner en marcha una nueva línea de negocio, las reparaciones rápidas. De ahí el éxito de este sistema. ◀

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



## BREVES



**Reauxi** ha lanzado al mercado el nuevo sistema de protección para cabinas de pintura **Matrix System**. Según importadora y distribuidora de Lliçà de Vall (Barcelona) sus principales ventajas son que enmascara la cabina de pintura de forma totalmente automática, el cambio de film se realiza simplemente apretando un pulsador, el film es electrostático y resiste hasta 180 grados de temperatura, permite tener la cabina siempre limpia, evita la pulverización en los paneles de la cabina, impide que el polvo se adhiera a la carrocería y cumple con la normativa ATEX. ◀

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



CÁTEDRA CESVIMAP

 **CESVIMAP**

# Títulos Universitarios Cátedra Cesvimap

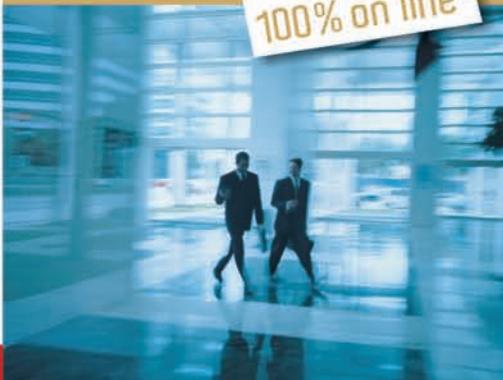
Curso 2011- 2012

**Especialista/  
Experto** en  
**Dirección** de  
Empresas de  
**Posventa** de  
Automoción

**¡Nuevo!**

850 horas  
34 ECTS

**100% on line**

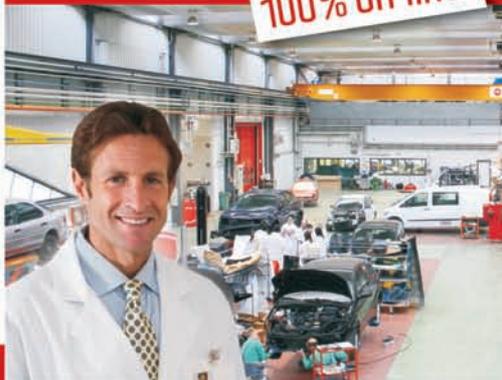


**Especialista/  
Experto** en  
**Posventa** de  
Automoción

**3ª edición**

700 horas  
28 ECTS

**100% on line**



**Especialista/  
Experto** en  
**Peritación** de  
Automóviles

**3ª edición**

525 horas  
21 ECTS

**80% on line**



 **CESVIMAP**

Consúltanos: [www.cesvimap.com](http://www.cesvimap.com)

Teléfono: +34 920 206 300/333 | E-mail: [cursos@cesvimap.com](mailto:cursos@cesvimap.com)

Cátedra CESVIMAP de la Universidad Católica de Ávila



**LA DEMANDA DE CETRAA Y FACONAUTO FRENTE A LA NEGOCIACIÓN DE CONEPA Y GANVAM ANTE LOS BAREMOS DE CENTRO ZARAGOZA**

# Desencuentros

*Los baremos de Centro Zaragoza provocan disparidad de actuaciones y una disensión interna en el Foro de Talleres, ya que sus integrantes plantean dos formas distintas de contemplar una misma cuestión.*

**E**l 28 de julio se convocaba en Madrid una rueda de prensa conjunta de CETRAA y FACONAUTO para anunciar oficialmente la presentación de una demanda a Centro Zaragoza-CZ ante la Comisión Nacional de la Competencia-CNC por lo que ellos entendían una imposición de los baremos de la entidad, e hicieron llegar una nota de prensa a los medios de la posventa con su visión del asunto.

Poco más tarde, CONEPA y GANVAM enviaban a las redacciones de la prensa profesional su postura ante el mismo tema, que se basa en la oferta de estudio y negociación de los baremos por parte de CZ y las dudas ante las consecuencias que la demanda podría tener en los talleres.

Lo significativo es que las cuatro patronales forman parte del **Foro de Talleres**, pero sus posturas son bastante opuestas. La voluntad de todas: defender al taller. Lo hacen desde dos planteamientos radicalmente distintos. Las desavenencias y problemáticas de aseguradoras, talleres, con los efectos en la distribución y los fabricantes suelen ser un tema recurrente en los foros del sector. Pero no parece que, a lo largo de este tiempo, haya habido acercamiento sino más bien afianzamiento de posiciones...encontradas. Mal asunto pensando en la tan necesaria cohesión sectorial en tiempos complejos. A la espera de que la CNC emita su decisión

## La carta de FACONAUTO y CETRAA

*"Las patronales de los talleres de reparación y concesionarios de automóviles, CETRAA y FACONAUTO, han decidido denunciar a Centro Zaragoza ante la Comisión Nacional de la Competencia por la posible infracción de las normas de competencia al fijar e imponer a los talleres oficiales e independientes precios y tiempos de reparación en la valoración de los daños materiales de los automóviles siniestrados.*

*Las principales Aseguradoras del ramo de automóviles que operan en el mercado de español crearon y participan en la actualidad en Centro Zaragoza. Ese Instituto, por acuerdo de sus miembros, elabora una publica-*

*ción de tiempos de reparación en las operaciones de pintado de automóviles, conocido como Baremo CZ, que se ha convertido en el de mayoría aplicación en el sector, porque la práctica totalidad de esas Aseguradoras lo imponen en las peritaciones de los daños de los automóviles no solo a sus propios asegurados sino, incluso, a los perjudicados en un accidente de circulación.*

*Sólo la actividad de pintado de automóviles supone al año 900 millones de euros del total de indemnizaciones que las Aseguradoras tienen que pagar a los usuarios de los vehículos, que han sufrido daños materiales en un accidente.*

*La aplicación por los peritos de las Compañías Aseguradoras de este Baremo de tiempos, para reducir el importe de la factura del taller de reparación, condicionan los métodos de trabajo de los talleres y la calidad del proceso de reparación previsto por el fabricante del vehículo, en perjuicio de los asegurados y usuarios de automóviles.*

*Las Aseguradoras han manifestado reiteradamente que no consideran que deban tratar de esta materia con nadie más que con el taller que repara el vehículo, sea de su asegurado o del tercero perjudicado por un vehículo asegurado en su propia entidad.*

*CETRAA y FACONAUTO consideran que estas prácticas, además de perjudicar gravemente a los talleres de reparación, pueden afectar a la libre competencia y suponen un condicionamiento injustificado e injustificable del libre mercado responsable, por lo que han decidido poner estos hechos en conocimiento de la Comisión Nacional de la Competencia y su Dirección de Investigación para que investiguen las situaciones de abuso que se producen y, en su caso, prohíban estas prácticas anticompetitivas que perjudican gravemente a los asegurados, y a los propios empresarios del sector."*

*Durante este tiempo, CETRAA está informando a sus asociaciones provinciales para que transmitan a sus talleres asociados la información de que es posible realizar una comparativa entre las valoraciones de los peritos aplicando el Baremo de CZ con las valoraciones establecidas con otros baremos, para que puedan ver en la práctica las diferencias existentes, que, en su opinión, les están haciendo perder dinero.*

## El comunicado de CONEPA y GANVAM

"Ante la denuncia que dos entidades del FORO DE TALLERES han interpuesto contra CENTRO ZARAGOZA (CZ) en la COMISIÓN NACIONAL DE LA COMPETENCIA (CNC), y ante el interés de la opinión pública en conocer nuestros puntos de vista, CONEPA, Federación Española de Empresarios Profesionales de Automoción, y GANVAM, Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor, Reparación y Recambios, ambas integrantes del citado FORO, quieren manifestar su más absoluto respeto a la decisión adoptada por estas dos entidades, aunque no la comparten por entender que hay otras vías más eficaces y prácticas en la defensa de los intereses de los talleres, que también deben ser respetadas.

Otras vías distintas y...mejores

CONEPA y GANVAM han valorado positivamente la oferta que CZ ha dirigido a los miembros del FORO para examinar aquellos aspectos técnicos o criterios interpretativos del baremo, que para el taller sean de dudosa representatividad en su aplicación real. La oferta, en consecuencia, crea un marco propicio para la corrección de las deficiencias técnicas o aplicativas que CZ compruebe a raíz de las aportaciones de las asociaciones.

Para CONEPA y GANVAM esta oferta constituye una expectativa que debe ser explorada. Su valor radica en que con sus aportaciones, los talleres y su funcionamiento cotidiano, a través de sus organizaciones representativas, pueden contribuir a solventar las deficiencias que contiene el baremo. Ese valor se incrementa por la brevedad del plazo fijado por CZ (dos meses) para que los técnicos evalúen una muestra representativa de las aportaciones realizadas.

Frente a este plazo, la tramitación ante la CNC puede prologarse al menos durante año y medio o más, período en el que mientras tanto se seguirían aplicando los aspectos deficientes del baremo con el correspondiente perjuicio para el taller. Y ésta no es la única consecuencia negativa.

La denuncia ante la CNC. ¿Qué ganan los talleres?

CONEPA y GANVAM quieren poner de manifiesto que la oferta de CZ no es el único motivo por el que no se adhieren a la denuncia ante la CNC. En última instancia esta decisión responde al examen minucioso de las posibilidades jurídicas del caso (después de analizar los estudios jurídicos encargados por el FORO y cuyo coste en esa fase hemos contribuido a sufragar) y, sobre todo, a la ausencia de beneficios tangibles para los talleres.

CONEPA y GANVAM entienden que los talleres no ganarían nada en el desarrollo cotidiano de su actividad ni aún en el supuesto de que se sancionase a CZ o se prohibiese a las aseguradoras actuar con este baremo.

En efecto, cualquier eventual sanción económica se traduciría en una multa a CZ y/o a las compañías que lo integran cuyo importe iría a parar a las arcas del Estado, pero no a los damnificados de las hipotéticas prácticas limitativas de la competencia, si se consiguen probar.

Peor aún serían las consecuencias en el supuesto de prohibición del baremo, ya que las aseguradoras concernidas podrían optar por crear cada una el suyo propio o emplear alguno de los existentes en el mercado adecuados a su conveniencia en su aplicación práctica.

En el primer caso, los talleres deberían hacer frente a multitud de herramientas de valoración. Además, nadie puede asegurar que los hipotéticos sistemas creados mejorasen a los existentes.

Por otra parte, es preciso indicar que los estudios comparativos concluyen que el baremo de CZ, en relación con otros sistemas existentes, presenta resultados divergentes. Y esto es precisamente lo que CONEPA y GANVAM creen que debe corregir el sector con sus aportaciones a CZ, volviendo, en consecuencia, a la solución alternativa planteada al principio de esta nota. Con todo ello se evidencia que en defensa de los talleres existen múltiples y lícitos caminos, y cada organización libremente debe elegir el más adecuado para sus asociados."

Puestos al habla con CONEPA, ya a posteriori, alegan no poder manifestar nada más al respecto, puesto que no ha habido ninguna reunión de Junta



Antonio Romero Haupold,  
presidente de FACONAUTO.



Juan Antonio Sánchez Torres,  
presidente de GANVAM.



Francisco Faura, presidente  
de CETRAA.



Ramón Marcos, presidente  
de CONEPA.

Directiva sobre el tema, así que su planteamiento sigue, hasta nueva orden, inalterable.

## Qué dice Centro Zaragoza

A todo esto, la entidad ya se manifestó para comentar, mediante un escrito, su modo de trabajo que dan lugar a los baremos:

"Centro Zaragoza realiza su Baremo de Pintura con criterios objetivos y transparentes, tratando de poner en conocimiento de los profesionales y de los usuarios las técnicas de reparación más eficaces desde diferentes perspectivas: científicas, operativas, económicas, etc., aportando elementos de juicio que puedan ser contrastados con otros baremos existentes y con la propia experiencia de los profesionales.

En este sentido, con el objetivo de que el Baremo de Pintura de CZ refleje con la mayor exactitud posible las distintas técnicas para los trabajos en el taller, Centro Zaragoza realiza continuas mediciones tanto para la verificación y actualización del Baremo, como para el análisis de la influencia de las distintas innovaciones de la tecnología.

Además, con el propósito de difundir el correcto uso de su Baremo, CZ publica distintas notas informativas sobre la aplicación del Baremo, que servirán de complemento a la Guía que se publicó en 2010 y que se encuentran alojadas en la página web."

Contactando con la entidad, nos manifiestan que todo sigue exactamente igual que cuando se emitió la nota, así que, de momento, las posturas parecen seguir firmes en sus posicionamientos. ◀

 [www.cetraa.com](http://www.cetraa.com)  
[www.faconauto.com](http://www.faconauto.com)  
[www.conepa.org](http://www.conepa.org)  
[www.ganvam.es](http://www.ganvam.es)  
[www.centro-zaragoza.com](http://www.centro-zaragoza.com)

Centro Zaragoza realiza sus baremos a partir de su experiencia directa realizada en sus instalaciones.





*Las actividades que se desarrollan en el taller de pintura suponen un riesgo para la salud y seguridad del operario. El manejo de productos inflamables o explosivos suponen un riesgo para la seguridad del trabajador mientras que la inhalación de vapores o polvos, o el contacto constante de la piel con los disolventes, son factores generadores de serias enfermedades que normalmente se manifiestan cuando el proceso evolutivo ya está avanzado.*

## EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDIVIDUAL PARA LA ZONA DE PINTURA

# Prevenir antes que curar

Los equipos de protección individual, los EPIs, son los encargados de proteger al operario para que pueda realizar su actividad con normalidad sin enfrentarse a situaciones que pongan en peligro su salud.

De esta forma, el procedimiento frente a un contaminante sería:

- Actuar sobre la sustancia contaminante, eliminándolo o sustituyéndolo por otro menos perjudicial, como el plomo o cromo presente en las pinturas.
- Actuar sobre el entorno, mediante aspiración, ventilación o con barreras físicas que aislen al operario del contaminante, como las zonas de preparación o las cabinas de pintura.
- Por último, actuar sobre el personal, mediante los equipos de protección personal adecuados.

Para determinar los equipos de protección individual necesarios en cada caso, el proceso a llevar a cabo sería:

**Analizar e identificar los contaminantes a los que está expuesto el trabajador.**

*Determinar las consecuencias de estos contaminantes.* Todo producto de pintura lleva asociado junto con su Ficha Técnica (FT), su Ficha de Datos de Seguridad (FDS), en la que se indican los riesgos y medidas de seguridad e higiene a tomar respecto al producto.

*Elegir el equipo de protección adecuado,* de manera que además de proteger al operario sin que suponga un riesgo adicional o molestia innecesaria, responda a las condiciones del entorno de trabajo, tenga en cuenta las condiciones anatómicas y fisiológicas del trabajador y se adapte correctamente a él.

*Asegurarse de un correcto uso y mantenimiento de este equipo.*

### Protección Ocular

Tanto en la preparación de las pinturas, en las que el pintor debe trasvasar líquidos de un recipiente a otro y luego agitarlos para homogeneizar la mezcla, como en la limpieza de equipos y herramientas, el pintor está expuesto a posibles salpicaduras de disolvente o proyecciones de partículas que pueden ocasionar lesiones en los ojos. Para estas operaciones se recomienda la utilización de gafas de seguridad que protejan al operario.

Dentro de las operaciones del pintor, también son necesarias las gafas de protección específicas en el caso de emplear productos de secado por ultravioletas, ya que una exposición prolongada a este tipo de radiación puede provocar lesiones oculares irreversibles.



Gafas de protección

### Protección Auditiva

Los trabajos en el área de pintura no suelen ser muy ruidosos, pero cuando se conectan varios equipos a la vez (aspiración, cabina, lijadoras, etc.) el nivel de ruido supera los 80 decibelios recomendados, siendo aconsejable el empleo de protectores acústicos, ya sean internos (tapones de espuma) como externos (orejeras). Estos protectores indican mediante las siglas SNR el nivel medio de protección ofrecido en db.



Protectores auditivos

### Protección de la Piel

Los disolventes y diluyentes eliminan la grasa de protección que recubre la piel, y como consecuencia, la piel se reseca y agrieta, quedando más expuesta a la acción de agentes causantes de enfermedades.

En el mercado existen guantes de distintos materiales: nitrilo, látex y vinilo son los más habituales para el pintor. De distintos tamaños, deben adaptarse a las manos del pintor para trabajar cómodamente y protegerlo frente al contacto con disolventes en la preparación o aplicación de pinturas.



Otra posibilidad es la utilización de una crema, también denominada "guante invisible", que proporciona una protección adecuada sin obstaculizar en las operaciones de lijado, en las que el pintor precisa el contacto directo con la superficie para detectar los posibles desniveles.

Para proteger la piel del cuerpo, el pintor debe emplear monos de trabajo, específicos de pintura, que eviten el contacto con las partículas sólidas y neblinas generadas en los procesos de pulverización de pintura. Estas prendas, ya sean desechables o lavables, además de protegerlo, están fabricadas de tejidos especiales, como el tyvek®, que no presentan hilachas que puedan afectar a la calidad de trabajo.

Las capuchas para la cabeza también forman parte del equipo de protección del pintor para las operaciones de pulverización de pintura.

## Protección del sistema respiratorio

Los contaminantes a los que se enfrenta un pintor al respirar el aire en su entorno de trabajo son partículas sólidas en suspensión, niebla y vapores generados por los procesos de pintado. Si el aire que se respira está contaminado, se producen efectos nocivos en el organismo, como irritación de las vías respiratorias, depósitos en los alveolos pulmonares, obstrucción de los conductos, e incluso puede llegar a la sangre, provocando enfermedades en distintos organismos.

El riesgo para la salud del operario aumentará conforme aumenta: la toxicidad del compuesto, su concentración, el tiempo de exposición y la sensibilidad del trabajador a ese contaminante.

Para proteger al pintor, se pueden emplear los siguientes equipos:

**Equipo autónomo de filtración:** gracias al cual, al operario le llega aire limpio por una conducción hasta una escafandra respiratoria. Es el que garantiza una mayor protección ya que el aire que se respira está aislado de la fuente contaminante y será necesario en atmósferas deficientes de oxígeno. Sin embargo, presenta una desventaja para muchos pintores, una mayor incomodidad a la hora de realizar las operaciones.

**Mascarillas filtrantes,** en las que el aire contaminado atraviesa una serie de filtros para retener los elementos nocivos. Dentro de éstas, se deberá emplear la adecuada según la actividad desarrollada:

**Mascarilla contra partículas:** Se trata de una barrera física (fibra celulósica) que impide que el polvo sea inhalado en operaciones de lijado o limpieza de superficies con aire comprimido. Nunca llegan a filtrar el 100% de las partículas y la protección se puede complementar mediante equipos de filtrado con aspiración de polvo centralizado o autónomo, planos aspirantes y ambientes ventilados. La codificación de este tipo de mascarillas consiste en una "P" (correspondiente a partículas) seguida de un número 1, 2 ó 3, que indica la fuga hacia el interior de las partículas. A mayor número, mayor protección, aunque también puede aumentar la dificultad para respirar.

Algunas llevan una válvula exterior que permite una salida directa de la exhalación sin pasar por el filtro, lo que hace que se calienten menos.

Clasificación	% Fuga hacia el interior	Factor de protección nominal
FFP1	< 22%	Hasta 4 x TLV para partículas de 0,2 – 5 µm
FFP2	< 8%	Hasta 12 x TLV para partículas < 0,2 µm
FFP3	< 2%	Hasta 50 x TLV para partículas < 0,2 µm

TLV (Thresold Limite Value) Valor Límite Umbral. Indica el nivel de exposición con el que podemos trabajar con seguridad.



**Mascarilla contra vapores:** Mascarillas descartables impregnadas en carbón activo. Su protección es del 100% siempre y cuando la mascarilla sea la adecuada al contaminante, éste se encuentre dentro de los límites admisibles y el filtro no se encuentre saturado. Se emplea en las operaciones de limpieza de pistolas, y su codificación consiste en una letra "A" (correspondiente a gases y vapores orgánicos) seguida de un número 1, 2 ó 3.

Clasificación	Contenido tóxico
1	1000 ppm
2	5000 ppm
3	10000 ppm

ppm: partes por millón.

Además, las mascarillas vienen identificadas con una banda de color según la siguiente tabla:

Codificación	Color	Aplicación
A	Marrón	Gases y vapores orgánicos. Disolventes
B	Gris	Gases y vapores inorgánicos
E	Amarillo	Gases y vapores ácidos
K	Verde	Amoníaco y derivados orgánicos
P	Blanco	Partículas sólidas y líquidas

**Mascarillas mixtas, contra partículas, gases y vapores:** Proporciona una protección conjunta, debiéndose emplear en la aplicación de pintura por pulverización, operaciones de limpieza con diluyentes, y en general todas las atmósferas contaminadas con vapores nocivos. La codificación indica la protección que proporciona tanto para partículas con la "P", como para gases y vapores orgánicos con la "A", cada una con su número correspondiente.



Todas estas mascarillas tienen un tiempo de vida determinado, que dependerá de la exposición al contaminante y de su concentración, y tras el cual deberán ser restituidos.

# Descubre el campus CZ

La plataforma de formación "on-line" que te permitirá aprender a tu ritmo, desde cualquier lugar y a cualquier hora.



## CURSO: EL PINTADO DE PIEZAS DE PLÁSTICO EN EL AUTOMÓVIL

**Fechas y horas:** Del 25 de octubre al 18 de noviembre (25 horas)

**Objetivo del curso:** dar a conocer los diferentes productos y procesos de pintado de piezas de plástico, dependiendo del estado inicial de la pieza y del acabado que deba aplicarse en cada caso.

**Temario:**

*El pintado de piezas de plástico en el automóvil.*

*Productos empleados en el pintado de plásticos.*

*Procesos de pintura de preparación.*

*Procesos de pintura de acabado.*

**Importe:** 340 € (curso exento de I.V.A.)

## CURSO: REPARACIÓN DE PIEZAS DE PLÁSTICO EN EL AUTOMÓVIL

**Fechas y horas:** Del 25 de octubre al 18 de noviembre (25 horas)

**Objetivo del curso:** Dar a conocer los diferentes procesos de reparación de las piezas de plástico, incidiendo en los parámetros a controlar en cada caso para obtener una buena reparación.

**Temario:**

*Clasificación de los plásticos, daños y procesos de reparación.*

*Identificación de los plásticos.*

*Reparación de reparaciones.*

*Reparación mediante soldadura.*

*Reparación mediante adhesivos.*

*Reparación mediante resina de poliéster.*

*Reparabilidad de las piezas de plástico.*

**Importe:** 340 € (curso exento de I.V.A.)

Desde el CAMPUS CZ te vamos a acompañar en tu proceso de aprendizaje a través de unos recursos y herramientas que ponemos a tu disposición, y que te facilitarán avanzar con éxito tu proceso de aprendizaje. Y todo ello basado en una formación tutelada por los profesionales que componen los recursos humanos de Centro Zaragoza.



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

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



# TALLERES DE CARROCERIA EFICIENTES GRACIAS A: EXCELENCIA EN COLOR

La reproducción perfecta de los colores es vital para el éxito de cualquier taller de carrocería del mundo.

En Nexa Autocolor, nuestros profundos conocimientos del color nos han llevado al desarrollo de unas herramientas de colorimetría de última generación, reconocidas mundialmente por su precisión y fácil uso.

Por eso podemos ofrecer procesos de identificación de color rápidos, fiables y sin fallos.

**Nexa Autocolor. Líderes en procesos de reparación eficientes.**

Para más información | [www.nexautocolor.com](http://www.nexautocolor.com)



Excelencia en el color



Herramientas de color innovadoras



Optimización de procesos

## 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



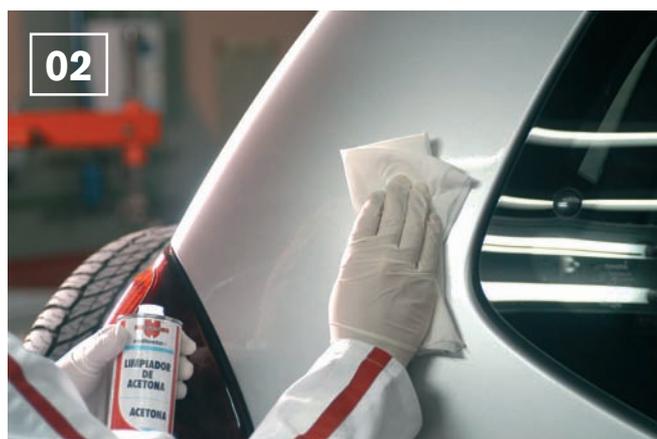
Reauxi, S.L.  
C/Bages, Nave 14 · Pol. Ind. La Serra I  
08185 Lliçà de Vall (Barcelona)  
Tel. 93 843 99 41 · Fax. 93 843 81 09  
[www.reauxi.com](http://www.reauxi.com) · [reauxi@reauxi.com](mailto:reauxi@reauxi.com)

# EXTRACCIÓN DE PEQUEÑAS ABOLLADURAS MEDIANTE ADHESIVO

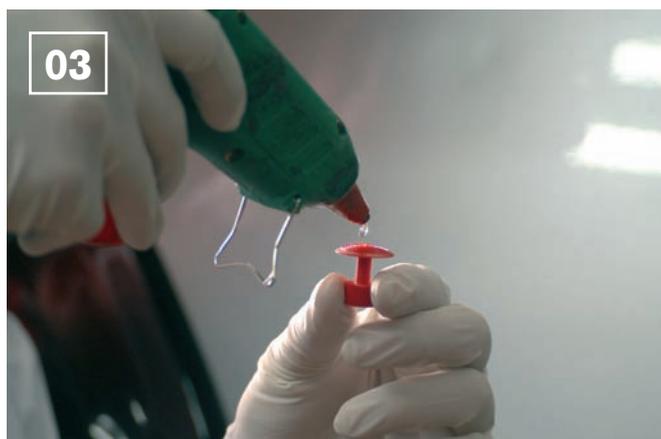
*Para la reparación de pequeñas abolladuras como impactos de granizo u otros daños similares sin necesidad de realizar un repintado posterior, existen en el mercado equipos que permiten extraer estas deformaciones mediante el pegado de una base o soporte de la que se tracciona hasta recuperar la forma original de la chapa.*



01 Identificación del daño y selección de la ventosa adecuada.



02 Limpieza de la zona de trabajo.



03 Aplicar adhesivo sobre la ventosa o base.



04 Pegar la ventosa en la depresión del daño (en el centro de ella).



05

Esperar hasta que el adhesivo se enfríe y acoplar la herramienta de tracción a la ventosa.



06

Extracción de la abolladura (depresión) mediante el útil de tracción.



07

Retirar ventosa.



08

Limpeza de la zona eliminando los restos de adhesivo.



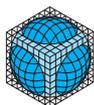
09

Eliminación de pico sobresaliente con el puntero de teflón o poliamida si fuese el caso.



10

Acabado final



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

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



## LOS CONSUMIBLES Y PRODUCTOS DE ENMASCARADO EN EL TALLER, ELEMENTOS QUE NO HAY QUE ESCATIMAR

# Pulcritud

*Los nuevos tiempos requieren de nuevos sistemas que reduzcan tiempos y que, a la vez, supongan asegurar una calidad que permita la eliminación de repeticiones y la satisfacción del cliente; todo ello en pos de la rentabilidad.*

Pasemos revista a los principales actores y su oferta de este tipo de productos, imprescindibles para el taller.

### 3M España

3M trabaja con la gama de anexos y enmascarado más amplia para los talleres de Chapa y Pintura, posee varias familias y sub-marcas muy conocidas como: *PPS, Scotch-Brite, Dirt Trap*, etc. pero todas bajo la marca 3M, muchos de ellos con patente propia; monos desechables de varias categorías, así como una amplísima gama de EPLs, guantes, bayetas para cada aplicación, cinta de enmascarar, burlete, papel y plástico, enmascarados especiales para soldadura y cabinas...destacar de la gama de 3M para enmascarado y consumibles los siguientes productos:

**PPS Sistema de preparación de pintura:** Inventado por 3M hace 10 años, es sin duda el mejor sistema para mezclar y aplicar pintura, autofiltrante, permite aprovechar al máximo el material y reduce tiempos y accesorios de mezcla, se puede pintar incluso boca abajo al hacer vacío en el vaso, reduce al mínimo la necesidad de limpieza y disolvente...

La Cinta de Enmascarar 2328 es una cinta de uso general por su adherencia, conformabilidad, limpieza y por dar una excelente definición de bordes.

En aplicaciones más exigentes el producto recomendado es la Cinta de Enmascarar de Alto Rendimiento 3434, de gran conformabilidad y adherencia junto con una excelente resistencia a disolventes y al agua, y sin perder sus propiedades a alta temperatura (110°C).

El Burlete de 13mm y 19 mm sigue siendo reconocido por los profesionales como un fuera de serie, recientemente 3M ha renovado el concepto con el nuevo Burlete Plus 50421, de 21mm y diseño tubular, lo que le da una versatilidad y capacidad superiores, tanto para las nuevas aberturas de los vehículos, más anchas o estrechas, como por su combinación con la Cinta de Transición Suave 06800, que permite pintar y aplicar barniz con un solo enmascarado atenuando el escalón y consiguiendo un borde prácticamente perfecto.

El Plástico de Enmascarado, en su versión con cinta incorporada o como funda completa, es fácil de cortar y permite una absoluta estanqueidad. Destacando la funda "Premium" anti-humedad y con resistencias hasta 120°. Monos desechables: una gama amplia de monos para pintura, Clase III, retardantes a llama, ergonómicos de uso general, etc y de protección respiratoria, auditiva y ocular.

Gama de Bayetas: Microfibras y desechables, para cada aplicación, desengrasado, pulido, limpieza.

Los últimos productos en incorporarse a estas gamas son el Burlete PLUS

50421, Cinta de Transición Suave 06800 y últimamente han lanzado el material de protección de cabinas Atrapa Partículas "Dirt Trap", que protege la cabina de pulverizaciones y atrapa partículas y salpicaduras en el aire, consiguiendo un pintado más limpio y libre de motas, además su facilidad de aplicación y retirado, sin raspar ni usar agua, reduce el tiempo de mantenimiento de la cabina.

Así mismo, han relanzado la funda "Premium" 80139, con aún mejores prestaciones en la eliminación de velos e irregularidades causadas por la humedad en la cabina y aumentando su resistencia a temperatura hasta 120°.

3M está comprometido con la mejora de los procesos en el taller, por eso continuamente lanza nuevos productos y sistemas encaminados a facilitar el trabajo e incrementar la productividad, incluso en tiempos de crisis como los actuales no paramos de innovar, las más recientes novedades, Sistema de Masilla DMS, Accuspray, Dirt Trap... van en esta línea, mejorar los trabajos y crear procesos más limpios y eficientes.

[www.3mreparacionautomovil.com](http://www.3mreparacionautomovil.com)

### Bernardo ECenarro

En la compañía ponen a disposición del taller de carrocería los siguientes productos:

■ Dentro de la línea de consumibles, protección e higiene:

- Buzo TYVEK con capucha
- Buzos y petos Bernardo Ecenarro
- Jabón lavamanos
- GUANTES

Guantes de Latex  
Guantes de Nitrilo

● MASCARILLAS

M-1 Mascarilla desechable para partículas de polvo

MCV-1 Mascarilla desechable para partículas de polvo con filtro de Carbono y válvula

■ Dentro de anexos de carrocería:

- Bayeta atrapapolvos blanca
- Filtro en papel
- Planchas insonorizantes
- Vasos de mezcla
- Tapa para vasos de mezcla

■ La línea de productos de enmascarado se compone de:

- Cinta de carrocería (se trata de una cinta profesional especialmente indica-



**“ Mi éxito no se basa en la suerte,  
sino en los servicios de R-M:  
Programmes For Success.  
Así de sencillo.”**

No se puede tener éxito si no se trabaja de manera eficiente. Por ello, R-M no solo ofrece productos de vanguardia, herramientas de color y formación, sino también sus «Programmes For Success». Ofrece todas las soluciones que se necesitan para supervisar, desarrollar y gestionar un negocio, así como para avanzar de cara a un futuro más rentable y sostenible. Alcanzar la perfección puede ser así de sencillo.  
[www.rmpaint.com](http://www.rmpaint.com)

Perfection made simple





da para trabajos de enmascarado de vehículos. Resiste temperaturas hasta 80°C, y no deja residuo al despegarla.)

- Cinta + plástico (especialmente desarrollada para el enmascaramiento rápido y efectivo de vehículos. Resiste hasta 80°C, y no deja residuo.)
- Cubrecoche
- Burlete
- Cinta recupera molduras
- Cinta de perfilar
- Cinta americana

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

## Bossauto Import

Empresa experta en fabricación de burlete y en la exportación e importación de productos para la reparación y el mantenimiento de carrocerías. Actualmente, atienden a un gran número de profesionales del sector de la automoción a nivel nacional e internacional.

Asimismo, Bossauto es el único distribuidor, en España y Portugal, de productos Walcom, empresa especializada en la fabricación de todo tipo de tratamientos de aire, filtros y pistolas.

### PRODUCTOS CONSUMIBLES

- Colador papel con malla nylon "monofilamento" 125micras
- Coladores de papel con malla de nylon (125 – 190 micras)
- Vasos de mezcla reutilizables y calibrados (diferentes medidas)
- Tapas para vasos de mezcla (diferentes medidas)
- Espátula ahorra pintura
- Espátulas de goma, de acero inoxidable y de silicona
- Aguja quita motas
- Gamuzas antibacterianas
- Paños atrapa-polvo
- Guantes de nitrilo, vinilo, látex, neopreno,...
- Guantes planchista
- Batas de nylon con capucha
- Monos de nylon con capucha
- Calzado de seguridad
- Pasta lavamanos

### PRODUCTOS DE ENMASCARADO

- Cintas de enmascarar de 80°C
- Cinta de papel de arroz
- Cintas de perfilar
- Bobinas de film de 4x150m y 4x300m para todo tipo de protección en



cualquier situación; parches pequeños y grandes, cubierta general del vehículo, con rapidez y una total protección.

- Film con cinta adhesiva en toda la gama de anchos
- Bobinas de papel Krafft carroceros de 40gr. y todos los anchos.

Además de esa larga lista, el producto más destacado de su oferta es el burlete: por ser fabricantes y por tener unos estándares de calidad elevados. Utilizan materias primas de primer orden. Se consideran unos de los fabricantes de burlete más importantes a nivel mundial, tanto por su gran calidad como por su gran capacidad de producción. Sus características se componen de tira de espuma adhesiva para proteger los cantos de puertas, maleteros, capós y otras aberturas del vehículo, acelerando su protección antes de pintar el vehículo y actuando como barrera contra la penetración de polvo o pintura en el interior. Se suministra en cajas individuales en tiras de 10 x 5m x ø13mm o de 7 x 5m x ø19mm. El Burlete de Enmascarar es de fácil y rápida aplicación y facilita todo el proceso de reparación.

Desarrollado por su departamento de investigación para unos acabados de gran calidad.

Como última novedad lanzada al mercado está el Kit Uniplast que es una grapadora en caliente. La solución más rápida para la reparación de plásticos. Podemos reparar y reforzar cualquier pieza de plástico, parachoques, carenados, faros, etc.

Es un dispositivo pequeño y manejable, de fácil configuración gracias a su botón de encendido / apagado. Se selecciona la temperatura que deseada para calentar la grapa y se pulsa el botón.

Dependiendo del espesor del plástico se pueden elegir una de las tres posiciones que dispone UNIPLAST:

1. Temperatura baja (L) para plásticos de 1,5 mm de espesor.
2. Temperatura media (M) para plásticos de 2 mm de espesor.
3. Temperatura alta (H) para plásticos de más de 2 mm de espesor.

En el mando es donde se sitúa la grapa y se pulsa para calentar y fundir la grapa con el plástico. Esto proporciona de forma inmediata una unión extraordinaria de las partes de plástico a reparar.

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

## EMM España

Se consideran la empresa por antonomasia de los consumibles. Acompañamos todos los procesos de reparación con consumibles. Los consumibles son ó las herramientas necesarias para poder realizar una reparación ó aquellas que la hacen más rentable sustituyendo mano de obra por un producto desechable. En la lista de productos producidos por EMM están las marcas COLAD y HAMACH en las que podemos encontrar:

Cabinas: Productos de protección como el Anti Dust, Dust Control o las mangueras para pintar.

Preparación de superficies: abrasivos, platos, lijadoras, tacos de lijar, paños de desengrasar, botellas pulverizadores para desengrasar, bayetas atrapapolvo

Enmascarado: papel de enmascarar, rollos de plástico de 4 mts x 300mts y 6mts x 100mts, rollos de plástico con cinta, cinta de enmascarar de 80°C hasta 130°C, cinta de perfilar, Stegoband, cuchillas para cortar plástico y/o papel, burlete, fundas desechables para ruedas,

Preparación de pintura: vasos de mezcla, varillas turbomix para mezclar, vasos desechables para pintar PCLS, filtros sintéticos para pintura, barniz y aparejo.

Seguridad e Higiene: monos de nylon, batas de nylon, guantes desechables, mascarillas para polvo, mascarillas para gases, calzado de seguridad.

La novedad de última incorporación es el sistema de preparación y aplicación de pintura COLAD. Con 3 piezas logramos realizar un proceso completo y limpio: vaso de mezcla COLAD, varilla de mezcla Turbomix y tapa PCLS con filtros para todo tipo de pinturas, barniz y aparejo. Únicos en el mercado por su simplicidad y únicos en el mercado en disponer de un filtro adecuado para cada producto.

[www.emm-automotive.com](http://www.emm-automotive.com)



ENAMORADOS DEL COLOR.



**Los pintores profesionales saben** que lo más importante en este negocio es identificar el color exacto del vehículo. Standox, el líder europeo de tecnología de pintura para la reparación de automóviles, le ayuda a localizar la tonalidad perfecta con total precisión y eficiencia. Nuestras avanzadas Herramientas de Color incluyen un programa informático de búsqueda del color y un espectrofotómetro electrónico. Además, el Buscador de color online permite a los pintores consultar la información del color más reciente, incluso a través de su teléfono móvil. Si busca una igualación perfecta del color, Standox le ofrece los mejores resultados. Más información en [www.standox.es/color](http://www.standox.es/color)



**El arte del pintado.**



## REAUXI

La compañía es importador de productos y equipos para automoción e industria, que opera con marca propia Reauxi y SATA. Entre sus productos: plástico para enmascarar reauxi, cuchillas reauxi, vasos din sata, monos desechables sata, guantes sata, siendo lo más destacado LOS VASOS DESECHABLES RPS de SATA. Es el sistema de depósito racional y versátil que ajusta perfectamente en las pistolas de pintura SATA. El RPS (Rapid Preparation System) es el sistema de depósito para talleres los cuales depen-

den de resultados de pintura perfectos y de alta rentabilidad. Este sistema facilita el trabajo a los pintores, aumenta considerablemente su productividad y reduce el consumo de productos de limpieza y de disolventes. Como última novedad han lanzado la versión de 0,3 l. más pequeño para pistolas SATA y también para la pistola de retoques, SATAminijet 3000 B.

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

## Autosystems iberia

Entre su oferta destacan los productos de enmascarado (marca: Autosystems): plástico de enmascarado cubre-coche, plástico enmascarado con cinta carroceros, papel carroceros, cintas de enmascarado, burlete, abrasivos, coladores de papel, vasos de mezcla. entre sus últimos lanzamientos, destacan plástico de enmascarar cubre-coche de alta temperatura. gracias a su espesor de 24 micras y una combinación especial de polietileno de alta calidad es resistente a temperaturas superiores a 120 °C permitiendo su utilización en hornos de secado por infrarrojos.

[www.autosystems-iberia.com](http://www.autosystems-iberia.com)

## HAN DICHO DEL MERCADO

“El mercado se encuentra en un momento de impasse, tímidas muestras de recuperación se están viendo en el sector, pero la incertidumbre retrae las inversiones en renovar los equipos o nuevas aplicaciones, tras la caída general de actividad del año pasado. Las perspectivas son optimistas, teniendo en cuenta que los productos 3M tienen una gran acogida entre los profesionales. En 2011 vemos una recuperación desigual de la actividad, mejorando en ciertas zonas y empeorando en otras. Una de las ventajas de este mercado es que, al tratarse el enmascarado y pintado de un proceso largo y que lleva a repeticiones innecesarias, los usuarios finales siempre están atentos a nuevos productos –innovadores– que supongan un ahorro de tiempo, eso hace que sean unas familias de productos que gocen de buena salud en el taller.

Las ventas de consumibles y enmascarado deben mantenerse e ir incrementándose a medida que evolucione el número de reparaciones, y se supere la crisis económica actual.” **3M España**

“2010 ha sido un año positivo para Bernardo Ecenarro. Hemos recuperado terreno perdido durante la crisis, cerrando el año con unas cifras superiores en un 5% respecto a 2009.

En cuanto a 2011, somos optimistas. Tenemos numerosos proyectos que hemos ido trabajando a lo largo de los últimos meses y que verán sus frutos a lo largo de este año.” **Bernardo Ecenarro**

“Durante el último ejercicio estamos logrando mantener al alza nuestras ventas, gracias a la colaboración de todos nuestros clientes, la incorporación de nuevos productos y una óptima gestión del negocio.

Las condiciones actuales del mercado de la automoción han perjudicado mucho a este sector, es obvio que las ventas de algunos productos han bajado, aunque creemos firmemente que el sector de la “reparación” se mantendrá al alza debido a la disminución de la venta de vehículos nuevos y el aumento en la reparación” **Bossauto Import**

“El mercado de los consumibles es un mercado en desarrollo, que crece constantemente. La necesidad de mejorar la productividad de las empresas reparadoras les lleva a utilizar más y más anexos para sustituir mano de obra.

Durante el 2011 las ventas están creciendo a un ritmo del 10%.

Al alza van los productos relacionados con la preparación y aplicación de la pintura. A la baja los relacionados con el lijado. Los productos relacionados con el enmascarado se mantienen estables. Los pros de este mercado sin duda son su capacidad de crecimiento, los contras la dificultad de divulgación de los productos a dado su bajo coste.” **EMM España**

“En 2010 las ventas han estado estables, sobre todo a lo correspondiente al film para enmascarar y vasos desechables. Por lo que concierne a este año, la venta va un poco por encima. No obstante, es demasiado pronto para hacer una valoración. Como productos al alza Los RPS, copa DIN, plástico de enmascarar y monos desechables van al alza. Respecto al papel de enmascarar es, en principio, el que va a la baja por ser sustituido por el film de enmascarar. Como pros del mercado, destacaría precios asequibles y rentabilidad, disminución del tiempo de trabajo en el cual influye la productividad del operario. Como contras, mucha competencia y eso significa que tienes que rebajar mucho los márgenes comerciales. Mal uso por parte del operario influye en la rentabilidad del taller.” **Reauxi**

El sector nos dice que las ventas no han significado un aumento importante, incluso alguien dice que las ventas han descendido, pero este no es nuestro caso. Autosystems es un empresa joven, dinámica y en crecimiento. el 2010 cerramos con una facturación 18% superior al 2009, obteniendo con ellos también un resultado positivo al cierre del ejercicio. ¿por qué este comportamiento? quizás la crisis ha hecho que empresas que no nos escuchaban antes ahora si lo hacen, compran nuestros precios, prueban el producto y el servicio, entonces se dan cuenta que somos una buena opción.

este 2011 continuamos en la senda del crecimiento con una facturación del 24% con respecto al año 2010 manteniendo márgenes sobre el mercado, como pros yo diría que al tratarse de productos consumibles siempre son necesarios en un taller, no se trata de una inversión como sucedería con la maquinaria, y el taller necesita de ellos para poder trabajar. en cuanto a los contras: la competencia en precio y lo que es peor la competencias desleal. cada vez son más las empresas que recurren al engaño con el objetivo de bajar el precio, reduciendo el número de metros en sus productos en bobina o reduciendo espesores de plásticos, en resumen, bajando precio en detrimento de la calidad y la cantidad suministrada.” **Autosystems Iberia**

# PINTURA

*Aunque en la fabricación de carrocerías es creciente el empleo de nuevos materiales, como el plástico o el aluminio, el acero sigue siendo el material más utilizado, debido a sus inmejorables propiedades mecánicas y tecnológicas, la facilidad para reciclarlo, manipularlo y su bajo coste. No obstante, el acero puede sufrir el ataque de la corrosión. Para evitarlo, se protege mediante productos de pintura.*



## Pinturas de protección anticorrosiva

Para evitar la corrosión del acero del automóvil, se protege recubriéndolo con diversos productos de pintura, aplicados directamente sobre la carrocería con distintos métodos: galvanizado, cromatado, fosfatado o cataforesis, entre otros. Todos ellos se aplican durante el proceso de fabricación del vehículo. La alternativa a estos métodos en reparación es la llamada comúnmente imprimación. Con este término, se denomina a los primeros productos aplicados sobre los distintos soportes o materiales pintables de un automóvil: chapa de acero, aluminio e incluso plástico



*Corrosión en el automóvil*



*Bajo protector por inmersión*

(el nombre específico de este último producto es promotor de adherencia y, lógicamente, no tiene función anticorrosiva). A continuación, se analizan las imprimaciones anticorrosivas aplicadas en el repintado de vehículos. Estas pinturas se utilizan en

reparación, y no sólo protegen a la chapa de la oxidación, debido a su alto contenido en pigmentos anticorrosivos, sino que también proporcionan una excelente adherencia al soporte, facilitando el asentamiento de los productos a aplicar posteriormente.

### Imprimaciones anticorrosivas

Las imprimaciones utilizadas en la reparación de piezas metálicas de automóviles se basan en resinas vinílicas y epoxi.

#### ● IMPRIMACIONES VINÍLICAS

También llamadas de base ácida o fosfatanes, están compuestas por polivinil butiral, combinado con resinas especiales; como activador se utiliza el ácido fosfórico.

Se aplican sobre chapas de acero, acero zincado, aluminio, acero inoxidable e, incluso, piezas nuevas con cataforesis.



*Imprimación fosfatante sobre pieza nueva*



*Aplicación de pintura con máscara completa*

En el mercado se encuentra una gran variedad de imprimaciones de este tipo, incluso con diversas versiones, según su naturaleza y composición:

● **WASHPRIMERS**

Con este término anglosajón se denomina a las imprimaciones que van activadas con la misma cantidad de ácido que de imprimación (1:1) y que contienen una baja cantidad de cargas. Por ello, el espesor de la capa es, aproximadamente, de 10 a 15 micras en una aplicación de 1 ó 2 manos, manteniendo de 3 a 5 minutos de evaporación entre manos. La vida de la mezcla es de unas 24 horas, una vez preparada.

El principal inconveniente derivado de su uso es que dificulta la aplicación de masilla de poliéster sobre ella, ya que la masilla, en su reacción de endurecido, produce calor, perdiendo adherencia a la imprimación. Tampoco se recomienda aplicar pintura de acabado directamente sobre estos productos.

● **IMPRIMACIONES LIBRES DE CROMATOS**

Estas imprimaciones proporcionan, al igual que la anterior, una excelente adhesión y protección anticorrosiva sobre los diferentes sustratos metálicos, evitando, por otra parte, problemas dermatológicos que pudieran aparecer con imprimaciones con cromatos



*Imprimación en spray*

● **IMPRIMACIONES-APAREJO**

Son imprimaciones que presentan, a grandes rasgos, las mismas características descritas anteriormente. También se comercializan con y sin cromatos. Se diferencian de las anteriores en que incorporan, en su composición, mayor cantidad de cargas, con la finalidad de proporcionar una capa de mayor espesor (40 micras, aproximadamente).

Esto las convierte en un producto más versátil, óptimo para procesos de pieza nueva, ya que la imprimación-aparejo proporciona espesor suficiente para el soporte de la pintura de acabado y aporta una protección anticorrosiva extra que el aparejo, por sí solo, no consigue. Para piezas con daños, en las que se haya aportado masilla, es recomendable realizar el proceso con imprimación y, posteriormente, aplicar aparejo de relleno.

● **IMPRIMACIONES DE BASE AGUA DE DOS COMPONENTES**

La base acuosa que utilizan estos productos es una de las características que la diferencian de las anteriores imprimaciones.

No obstante, la protección anticorrosiva y la adherencia entre capas siguen manteniéndose como características principales.

● **IMPRIMACIONES DE UN COMPONENTE**

La mayoría de estas imprimaciones se suministran en spray. Son muy cómodas y rápidas de utilizar, ya que no es necesario mezclarlas. Además, una vez realizada la aplicación sólo es necesario cerrar el envase hasta el próximo uso.

● **IMPRIMACIÓN EPOXI**

Este tipo de imprimaciones están formadas por resinas epoxi de dos componentes, siendo, la gran mayoría, sin cromatos. Debido a su naturaleza, proporcionan una muy buena adhesión sobre diversos sustratos: acero, acero zincado, acero inoxidable, aluminio y una gran variedad de plásticos.



*Imprimación epoxi, previa al enmasillado, sobre aluminio*



*Imprimación epoxi como soporte del acabado*

La aplicación del producto se realiza con pistola aerográfica, en una o dos capas, dejando un tiempo de evaporación de unos 10 minutos entre cada una. Estas imprimaciones se caracterizan por proporcionar espesores más elevados que las vinílicas; por este motivo, se pueden utilizar, en algunos casos, como imprimación-aparejo húmedo sobre húmedo (sin secado al horno ni lijado), ya que pueden sobrepintarse con cualquier producto, incluyendo la masilla de poliéster. La aplicación de este último producto sobre la imprimación se realizará en una mano muy fina, ya que, en este caso, no se precisa espesor. También se utilizan como selladores previamente a la aplicación de aparejos 2K o sobre pinturas viejas lijadas.

La desventaja de este producto frente a las imprimaciones fosfatantes es su tiempo de secado antes de sobrepintar, de 20 a 40 minutos, dependiendo del espesor y el fabricante.

**Seguridad en el empleo de imprimaciones**

Para el manejo y aplicación de estos productos se hace necesario el cumplimiento de unas normas básicas de seguridad:

- Utilizar protección ocular, guantes y ropa adecuada para evitar el contacto con los ojos y la piel.
- Para evitar la inhalación de vapores y neblinas, tanto en la preparación de la mezcla como en la aplicación, se debe utilizar una mascarilla homologada para tal fin.
- Consultar las hojas técnicas y de seguridad del fabricante del producto.
- Almacenar los productos de acuerdo con el reglamento de manipulación de líquidos inflamables y combustibles, en lugar seco, limpio y bien ventilado.
- Los usuarios de estos productos deben cumplir la legislación nacional o autonómica de seguridad e higiene referente a la eliminación de residuos tóxicos y peligrosos.

# Juntas de culata y su mercado de reposición

## Capeando el temporal

En un clima de desconfianza, la venta de juntas de culata es una lucha diaria contra varios elementos: la distribución compra con el freno de mano echado ante la situación de incertidumbre, la falta de dinero de los conductores que a muchos impide afrontar grandes reparaciones en el taller o una reducción de sustituciones a causa de la mayor calidad del producto. A pesar de ello, sigue en la brecha.

**C**omponente mecánico por excelencia y de baja rotación, la **junta de culata** no reúne las características para ser un producto súper-ventas. Si a esta naturaleza como pieza de recambio le unimos una situación económica como la actual en la que muchos conductores no están para grandes dispendios lo que, equivocadamente, les está llevando a descuidar el mantenimiento y revisión de su automóvil, da como resultado un mercado duro en el que cada vez cuesta más vender juntas de culata. Las marcas que ofrecen una amplia gama y productos de calidad, no obstante, están capeando el temporal.

### La dichosa crisis

El actual coyuntura económica no ayuda a la venta de juntas de culata. Aunque no se trata de un producto al que le afecte directamente la crisis, sí que el repercute las reacciones ante ella que tiene el mercado. Por ejemplo, la **distribución se muestra más reticente a la hora de realizar pedidos**. Nos lo explicaba así un fabricante de referencia de juntas de culata: *"los almacenes distribuidores, dada*

*la época de incertidumbre que atravesamos, en su mayoría frenan las compras para capitalizar sus stocks y compran mucho al día"*.

**Javier Matesanz**, director de ventas de **Dana Automoción, S.A.-Glaser**, en una entrevista que publicamos hace pocos meses (páginas 20 y 21 de MRyT número 336 de abril de 2011), también se refería al actual contexto económico: *"los clientes nos transmiten una percepción de riesgo, por los impagados. Se sigue reparando pero hay mucha morosidad y la percepción es que esto va a incrementarse. Si las ventas de un producto caen un dos o un tres por ciento, es asumible: no todos los años van a ser de crecimiento, hay que ajustarse y, por suerte, ha sido un sector financieramente solvente y los distribuidores han tenido capacidad y ganas de invertir en sus negocios; el problema es que está durando mucho en medio de un complicado contexto internacional y con falta de liquidez, no se mueve dinero"*.

Conclusión, se siguen vendiendo juntas pero en menor volumen, es decir, no se ha producido una caída muy importante en las ventas pero, como el mismo fabricante subrayaba, **las ventas están estancadas**.

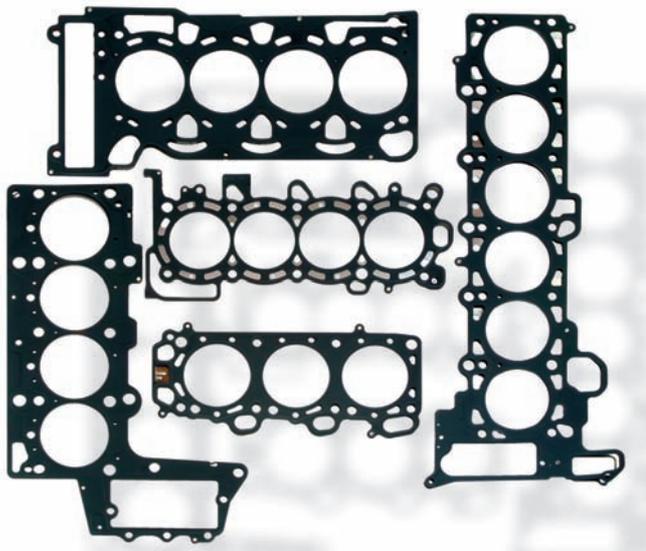
El hecho de que muchas familias lo estén pa-

sando mal para llegar a fin de mes también tiene su influencia. **El coche y su revisión deja de ser una cuestión prioritaria** con todo lo que conlleva. No acude al taller por lo que éste no le puede recomendar el cambio de junta porque la que monta está ya muy castigada. Ello puede derivar en una avería grave y mucho más cara que, obviamente, el conductor no podrá pagar.

Pero no todo son malas noticias para los que operan en este mercado. El paulatino envejecimiento del parque automovilístico, que se acentuará en los próximos años está comportando un aumento de vehículos con mayor kilometraje susceptibles de que se les tenga que cambiar la junta de culata. En otras palabras, **está aumentando y aumentará aún más el número de clientes potenciales de esta pieza**. En este sentido, los proveedores están a la expectativa.

### Hegemonía multimarca pero...

El **principal demandante de juntas de culata en el mercado posventa español sigue siendo el taller multimarca independiente**. No obstante, ante la caída prolon-



Juntas multilaminas Ajusa. La oferta del fabricante albaceteño supera las 100.000 referencias.



Mahle Aftermarket distribuye la gama posventa de juntas de culata Elring.

# Informe Juntas de culata

gada de ventas de vehículos el **canal concesionario** está **apostando por la posventa** por lo que podría aumentar su cuota de mercado. Esta apuesta se basa en atraer el conductor para que realice en los concesionarios las operaciones de mantenimiento con agresivas campañas relativas a neumáticos o aceites pero la fidelización del cliente lleva a la realización en este canal de operaciones de taller más complejas como puede ser el cambio de la junta de culata. De momento, las fuentes consultadas no aprecian que su cuota de participación haya aumentado pero sí ven clara la apuesta por la reparación con todo lo que conlleva a la hora de atraer clientes y recambios.

Por lo que respecta a los **autocentros y talleres de mecánica rápida**, al limitarse a realizar operaciones de mantenimiento, las ventas de juntas de culata son **testimoniales** al tratarse de un producto mecánico, de muy poca rotación y cuya sustitución se enmarca en una operación mecánica de cierta complejidad. "Los concesionarios no están metidos en este mundo ya que tienen sus propias marcas y los talleres de mecánica rápida no están metidos en este producto por la complejidad de las reparaciones, herramienta y personal cualificado que comporta. No obstante, sí que es cierto que, ante la caída de la venta de vehículo nuevo, el canal marquista tiene que trabajar más el vehículo usado y ajustarse en la posventa" resume un fabricante consultado.

## Principales proveedores

Las marcas más vendidas en juntas de culata son las tradicionales, **Glaser, Ajusa, Elring, Payen** o **Goetze**. Entre ellas copan más del 80% de las ventas que se realizan en el mercado posventa de juntas de culata. Entre los proveedores de este mercado de reposición, destacan los siguientes:

La albaceteña **Autojuntas** es la firma fabricante de la marca **Ajusa**. Su oferta es amplia, la Edición 16 correspondiente al año 2011 de su catálogo reúne 100.000 referencias con las que, obviamente, cubre prácticamente todas las necesidades del mercado de reposición a excep-

ción de marcas Premium como Lamborghini o Jaguar. La gama Ajusa destaca por la calidad y en ella marcan la pauta las juntas multicapa metálica **MLS** y las **Fibermax**. Las **MLS** son capaces de soportar elevadas presiones y cargas térmicas gracias a su diseño y sistema de sellado. Con esta junta pone a disposición de la posventa una de las gamas más amplias del mercado garantizando el cubrir las necesidades de buena parte de los motores europeos y asiáticos. Las **Fibermax**, por su parte, están especialmente desarrolladas para cumplir con exigentes presiones de los motores diésel y gasolina de altas prestaciones. El último lanzamiento de Ajusa ha sido una nueva línea de juegos de juntas para turbos, que incluye todos los elementos de estanqueidad necesarios para el montaje del turbo en el motor.

**Dana Automoción**, filial de la multinacional Dana Corporation, desde Zaragoza se dedica a la fabricación de componentes y sistemas para el sellado del motor. **Glaser** y **Victor Reinz** son sus marcas en juntas de culata, ambas referentes en el mercado, especialmente en el posventa la primera y en primer equipo la segunda. Para el mercado de recambio la gama Glaser satisface cualquier tipo de necesidad. Así mismo, propone juntas adaptadas a los motores de última generación como las de tecnología multilaminas **MLS**, con las que ha implantado un nuevo concepto de sellado del motor por su alta resistencia a las presiones y a las temperaturas así como por la mayor exigencia a la hora de proceder a su sustitución y montaje en los talleres. Incluso dispone de juntas de culata con sensores de presión y de temperatura y variantes específicas para motores con aleaciones de magnesio en los que la corrosión puede ser un problema.

Otro proveedor importante de este mercado es la estadounidense **Federal Mogul** cuyo cuartel general en España está situado en Coslada (Madrid). Dentro de su amplia gama de componentes para motor, pone a disposición del **aftermarket** juntas de culata **Payen** y **Goetze**. El pasado año lanzó al mercado un nuevo catálogo Payen que incluye juntas de culata técnicamente muy evolucionadas para motores como el 2.0 TDI del Audi A3, el 1.6 del Ford Focus, el 1.2 del Opel Corsa, el 1.4 del Peugeot 207, el 1.4 D-4D del Toyota Yaris o el 3.2 V6 del grupo Volkswagen.

**Grovisa**, distribuidora consolidada a nivel nacional, lleva más de 70 años especializada en el recambio de piezas de motor de alta calidad. En 2001 lanzó con éxito la marca **AG** para poder satisfacer las necesidades de los distribuidores de recambio y de los rectificadores del motor, ofreciendo una gama completa de soluciones **premium**. De acuerdo a este objetivo, las juntas de culata y juegos de juntas representan un importante grupo de productos de la marca **AG** que, con un surtido de más de 3.000 referencias, cubre prácticamente toda la demanda actual. La meta es satisfacer con rapidez y al completo las exigencias de los clientes, garantizando siempre un producto de altísima calidad. Otra distribuidora que merece especial mención es **Internacional de Juntas** (Llanos de

Albacete, Albacete) y lo merece por su carácter especialista en este producto. Gracias a ello, su cartera de productos incluye las gamas completas de marcas como **Corteco, Glaser, Victor Reinz**, etc.

Por último, aunque es conocida por su oferta en filtración, **Mahle Aftermarket** (Alcalá de Henares, Madrid) se ha introducido recientemente en este mercado posventa de juntas de culata y lo ha hecho con fuerza ya que ha asumido la distribución de la marca alemana **Elring**, una de las más importantes a nivel mundial, tanto en primer equipo como en reposición. El último catálogo Elring para el recambio, editado el pasado mes de enero, suma unas 8.000 referencias, cifra que le permite cubrir las necesidades del 99% del parque circulante. Además, pone a disposición de la distribución, tiendas de recambios y talleres todos los tipos de construcción de juntas adaptados a las exigencias de todo tipo de motores, incluidos los de altas prestaciones de última generación. Es decir, de capas metálicas que garantizan una gran estanqueidad, juntas de metal y elastómero para cabezas de cilindros de motores de vehículos industriales, de material blando metálico, etc. Incluso cuenta con juntas de culata hechas a medida que destacan por su solidez y larga vida útil y con juntas especiales para el cárter de aceite o los colectores de admisión y escape.

## Directorio web

[www.ajusa.es](http://www.ajusa.es)  
[www.blueprint-adl.com](http://www.blueprint-adl.com)  
[www.catalanadejuntas.es](http://www.catalanadejuntas.es)  
[www.comercialdelmotor.com](http://www.comercialdelmotor.com)  
[www.corteco.com](http://www.corteco.com)  
[www.dana.com](http://www.dana.com)  
[www.davasa.es](http://www.davasa.es)  
[www.dieseltechnik.es](http://www.dieseltechnik.es)  
[www.elringklinger.de](http://www.elringklinger.de)  
[www.europart.es](http://www.europart.es)  
[www.exclusivasbcn.com](http://www.exclusivasbcn.com)  
[www.febi.com](http://www.febi.com)  
[www.federalmogul.com](http://www.federalmogul.com)  
[www.glaser.es](http://www.glaser.es)  
[www.grovisa.com](http://www.grovisa.com)  
[www.grupobelloc.com](http://www.grupobelloc.com)  
[www.impormovil.eu](http://www.impormovil.eu)  
[www.interjun.com](http://www.interjun.com)  
[www.japanparts.it/es](http://www.japanparts.it/es)  
[www.mahle-aftermarket.com](http://www.mahle-aftermarket.com)  
[www.oryxparts.com](http://www.oryxparts.com)  
[www.rsturia.com](http://www.rsturia.com)  
[www.victorreinz.com](http://www.victorreinz.com)



La gama Glaser y sus juntas multilaminas **MLS** son un referente del mercado.



*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***



Se celebrará del 11 al 15 del próximo mes de octubre en París

Apenas a un mes de la inauguración de EQUIP'AUTO 2011, el director de la feria, nos desgrana las entretelas del evento internacional de la temporada de otoño para la posventa del automóvil en Europa.



# Mario Fiems: "Se prevé un crecimiento

**1800** expositores ocuparán una superficie de más de 100.000 m<sup>2</sup> en dos pabellones. Durante sus 5 días de duración, se espera que casi 100.000 visitantes acudan a la feria, de los que más del 30% serán extranjeros, según nos cuenta **Mario Fiems**, director de **Equip'Auto 2011**.

**¿A quién veremos en esta nueva edición?** EQUIP'AUTO 2011 se perfila como el evento más importante de la vuelta de vacaciones para todos los actores de la posventa de automóviles y autopartes (fabricantes, concesionarios independientes y redes de concesionarios, redes de talleres de reparación, carroceros, gestores de flotas, operadores de estaciones de servicio, etc.). Con un 97% de la superficie disponible ya reservada, EQUIP'AUTO se beneficia de la presencia reiterada de los grandes actores del sector y anuncia el regreso de varios expositores que estuvieron ausentes en la edición de 2009.

Algunos de los **fabricantes de equipamientos del automóvil** que estarán presentes en 2011 son *Brembo*, *Continental Teves-VDO*, *ContiTech*, *Hella*, *Knorr Bremse*, *Mahle*, *Meritor*, *TI Automotive* (equipamiento de vehículos), *Beru-Borgwarner*, *Robert Bosch*, *Corteco-Freudenberg*, *Delphi*, *Honeywell*, *Hutchinson*, *Mann+Hummel*, *NTN-SNR* (rodamientos), *Schaeffler*, *Valeo*, *ZF Trading*, *febi bilstein*, etc. También contaremos con la asistencia de numerosos **fabricantes de herramientas** como *Facom* que regresa a la feria a lo grande. El sector de diagnóstico contará asimismo con exponentes como *Actia*, *Texa* y *SPX* entre otros, que han confirmado su asistencia. **El equipamiento de talleres mecánicos** también acude a la cita, como lo hizo en 2009, de la mano de empresas como *EGL Europe*, *Fog*, *Provac*, *Ravaglioli* y *SNA Europe* entre otras. **Los distribuidores de recambios** también estarán presentes con *Starexcel* (*Grupo Autolia*) o *Autodistribution*. Estos distribuidores, que ya estuvieron presentes hace dos años, han renovado su confianza en la feria, al que consideran un excelente escaparate para sus productos. En el sector de **lavado** destacamos la presencia de *Washtec*, *Otto Christ*, *Lavance*, *Istobal* y *EMIC*. La feria rendirá homenaje al sector de **carrocería** con la creación de la «*Aldea Chapa y Pintura*» (*Village Carrosserie Peinture*) organizada bajo la supervisión de la *FFC* (*Federación Francesa de Carrocería*) y que congregará a los principales actores del sector: *Förch*, *Blackhawk*, *Omia*, *Europa*, *Monopol*, *Henkel*, *Normandie Filtrés*... en un área de exposición de 4000 m<sup>2</sup>. **Los creadores de software** también estarán representados mediante firmas como *Fiducial*, *Logiwin*, *CDMI* o *Micrauto*... Además, estamos preparando junto con los exposito-



res del sector un ciclo de conferencias y de talleres destinados a todos los usuarios, bien independientes o bien agrupados en una red. En el sector del **neumático**, los distribuidores independientes y las redes de distribución estarán presentes a través de actores como *Imagine Car* o *Point S*.

Además de todo esto, la feria siempre ha puesto a disposición de los visitantes una oferta exhaustiva que en 2011 incluirá más de un **80% de expositores extranjeros** procedentes de más de **50 países**. A día de hoy, ya tenemos confirmados 31 pabellones representando a 22 países: Argentina, Brasil, China, Colombia, Corea del Sur, España, Gran Bretaña, Hungría, India, Irán, Italia, Marruecos, Países Bajos, Polonia, República Checa, Rumanía, Serbia, Taiwán, Tailandia, Túnez, Turquía, Estados Unidos.

**Esta edición, pese a disponer sólo de dos pabellones, dos menos que en la edición 2009, habla de un crecimiento del 25% respecto a la anterior, y de una similar superficie expositora ¿Cómo se ha logrado ese crecimiento de más de 600 expositores pese a la aparente reducción de pabellones?**

Como buen observador, constaté en 2009 que la densidad de ocupación no estaba en máximos. Este año, racionalizando la ocupación de stands conseguimos incrementar en 100 000 m<sup>2</sup> la superficie de exposición en los 2 pabellones mayores del recinto ferial. Ese aspecto es una de las bazas de la feria en esta edición 2011. En efecto, densificamos el espacio de exposición pero también decidimos concentrar la feria



sobre 5 días en vez de 6. Al contrario de otras ferias del sector en Europa deseamos optimizar el tiempo de visita de los profesionales y maximizar el número de contactos entre visitantes y expositores. Menos desplazamientos son menos tiempo perdido y más intercambio entre empresas. Igualmente, la duración de la feria (5 días en lugar de 6) es resultado de una constatación, apoyada en las encuestas, que muestra que los profesionales dudan cada vez más en asistir los domingos. A día de hoy tenemos un buen equilibrio entre superficie de exposición, duración de la feria y número de stands.

**¿Qué puede decir respecto al movimiento ferial europeo, en el que parece que las ferias experimentan una fase de revisión del concepto, a la vez que surgen nuevas muestras feriales tanto por parte de las entidades promotoras tradicionales como por parte de los propios actores del sector, que las realizan a pequeña escala en sus instalaciones?**

Contrariamente a lo que se dice, el sector de las ferias profesionales y de eventos sigue siendo muy dinámico. Es verdad que las empresas han reevaluado las inversiones dedicadas a la comunicación fuera de los medios (prensa) pero siguen considerando el contacto directo con sus clientes y prospectos esencial, vital. La riqueza y la variedad de las acciones demuestran que la comunicación es un elemento clave en las estrategias de empresas que han decidido asumir el desafío de la competencia y la globalización de sus mercados.

**¿Con qué apoyos cuenta la feria?**

A lo largo de los años, EQUIP'AUTO se ha impuesto como el evento líder del sector a nivel nacional



del 25%



gracias al dinamismo de sus promotores, FIEV (Federación Francesa de Industrias de Equipamiento para Vehículos) y la FFC (Federación Francesa de la Carrocería), y de otras muchas entidades como la Federación de Empresas de Distribución de Autopartes y las asociaciones profesionales dedicados a la reparación o distribución de vehículos (CNPA, FNAA y GNEA). Más allá de las fronteras francesas, EQUIP'AUTO cuenta también con el aval de organizaciones profesionales internacionales tanto en Europa como en otras partes del mundo, las cuales han contribuido a forjar el buen nombre de la feria en todo el mundo.

Acogeremos a más de **350 periodistas (más de 45% de ellos extranjeros)** que cubrirán el evento para el mundo entero.

Estos datos demuestran que EQUIP'AUTO juega en la liga de las más importantes ferias internacionales.

#### ¿Cuáles serán los núcleos temáticos de novedad en la feria?

La aparición de vehículos de bajas emisiones afecta de lleno al sector, desde los fabricantes a los proveedores de servicios de mantenimiento. **GREEN**

**TECH**, nuevo sector de la exposición, propone una nomenclatura específica para los vehículos de bajas emisiones (económicos, híbridos, eléctricos...), sus equipamientos (motorización, sistemas de arranque, neumáticos, sistemas de recuperación de energía) y los nuevos servicios que estructuran este segmento emergente. La presencia de la Agrupación Nacional de Empresas Especializadas en el Automóvil (GNEA) y de sus numerosos miembros permitirá resolver cualquier duda que los talleres de reparación de vehículos puedan tener acerca de este nuevo mercado y de las repercusiones que éste pudiera tener para la posventa.

La segunda edición del **Forum electro-mobilité**, que comenzó su andadura en el EQUIP'AUTO de 2009 con más de 1000 asistentes de todo el mundo, completa este repertorio. Este foro permitirá abordar los distintos desafíos sociales de la automovilidad, su impacto sobre la distribución y la posventa y las tendencias en materia de futuras tecnologías.

#### ¿Qué propuestas se ofrecerán, además, como complemento?

EQUIP'AUTO 2011 ha desarrollado distintas actividades que marcarán el ritmo de los 5 días que durará la feria con el fin de multiplicar las posibilidades de negocio. En este sentido, volveremos a lanzar las **«ofertas promocionales»** que gozaron de gran aceptación en su implantación en la edición de 2009 con más de 250 ofertas de expositores durante la feria. ¡Los visitantes se quedarán encantados con las ofertas especiales que pondremos a su disposición!

Como sucede en cada edición, EQUIP'AUTO pone el acento en la innovación. Este año, dedicaremos por primera vez un espacio dedicado a las más recientes innovaciones, que participarán en los Grandes

**Premios Internacionales EQUIP'AUTO a la Innovación en el Sector del Automóvil**, cuyo jurado estará formado por 80 periodistas franceses y extranjeros. Estos Grandes Premios distinguirán a las mejores innovaciones en 4 categorías:

- **OEM/Vehículos limpios** (aquí se incluye la iniciativa GreenTech)
- **Recambios - Accesorios**
- **Equipamiento para talleres mecánicos**
- **Servicios para profesionales y consumidores / Áreas de servicio**

Además de los productos galardonados en los Grandes Premios, la feria presenta cada año más de 200 productos innovadores. El conjunto de productos declarados por los expositores como innovadores será objeto de un recorrido temático específico, que estará abierto al público a partir de este verano en nuestro sitio de internet.

Por segundo año consecutivo, **EQUIP'AUTO organiza sus Almuerzos de la Distribución Internacional**: el objetivo es ofrecer a los grandes compradores y distribuidores/importadores de piezas y equipamientos internacionales un foro de intercambio único y privilegiado dentro de la feria. Se trata de una iniciativa muy bien acogida en 2009 que se amplía en 2011.

Todos los visitantes están invitados a participar en el **ciclo de conferencias temáticas** celebradas diariamente en la feria. También hay que mencionar el **Coloquio sobre carrocería** de la FFC, la **Conferencia sobre Educación Superior** de la FIEV y las **mesas redondas y talleres** centrados en dar respuesta a las inquietudes de los distintos segmentos del mercado posventa. ●

www.equipauto.com

## EL DÍA DE LAS B

Y van ya cinco... Para celebrar el primer lustro de nuestro Encuentro Motero de la Posventa necesitábamos hacer algo realmente 'chocante'. Así que no solo nos llevamos de ruta motogastronómica a nueve intrépidos posventeros, sino que además multiplicamos por dos el número de ruedas sobre las que nuestros invitados tuvieron que medir sus fuerzas... Al final, como siempre, lo que sobró fue camaradería, diversión, buen rollo y adrenalina. Y lo que faltó, también como de costumbre, fue más tiempo para seguir disfrutando.

Aunque todo lo que uno espera del V Encuentro Motero de la Posventa organizado por MRyT sucede en un mismo día, el viernes 22 de julio pasado, el de este año arrancó de hecho ya la noche del jueves 21, con la llegada a Barcelona de los invitados de más allá del Cinca y del Ebro. Una cena ligera y sin florituras ("ya, seguro...") basada en arroces y aguas minerales (entre otras muchas cosas) les llevaría a la cama para estar frescos para el intenso viernes. La mesa estaba servida para Eduardo Casero, Jesús Pérez Lorient y José M<sup>o</sup> Clemente; mientras ellos cenaban, Pepe Peñalver estaba de camino de Murcia en coche, tras una reunión que, sospechamos, se le hizo eterna...

Estaba siendo un mes de julio atípico en lo climatológico. Lluvias y tormentas por toda España encontraron gusto en aguar los planes de playa de la población sedienta de vacaciones. La canícula se resistía a llegar. Hacía calor, sí, pero no era nada comparado con lo que es común en esta época. Temiendo incluso por si se cumplían las múltiples previsiones de lluvia que veníamos siguiendo ávidamente en los días anteriores, nos plantamos en el 22 de julio con un día razonablemente fresco y sin demasiadas nubes. Un día espléndido para salir en moto... y eso es lo que hicimos.

Todos los invitados se encontraron pronto, a las 8:30h de la mañana del viernes en el concesionario ItaloMotor de la calle Numància de Barcelona. Poco a poco fueron llegando los autóctonos: David Turégano, Joan Carles Rico, Joan Olivella y Jordi Pons. Allí les esperaba Eric Cirera y todo el equipo del concesionario para entregarles las joyas británicas con las que este año iban a cubrir el recorrido del Encuentro. Intentando superar la inquietud de quien conoce por primera vez a su pareja de baile, nuestros moteros vieron salir una a una sus monturas, todas nacidas en el corazón de Inglaterra, todas oriundas de un lugar cercano a Birmingham llamado Hinckley, todas apellidadas Triumph.

### Empieza el recorrido

Una breve sesión de fotos lleva al inexorable momento del inicio del Encuentro. Había hambre de kilómetros, pero sobre todo hambre... de desayuno, ya que los sufridos moteros, siguiendo las severas indicaciones del equipo de MRyT, salieron en ayunas para no desmerecer el sagrado momento del primer ágape del día. Con el permiso del denso tráfico urbano de una mañana de viernes en Barcelona, los moteros se dirigieron al punto de avituallamiento, el Restaurante Can Cortès de Sant Cugat. Para ello, recorrieron una parte de una carretera mítica, l'Arrabassada (*la arrebataada*), que debe su nombre a su sinuoso recorrido *arrebataado* a las faldas de la montaña de Collserola.



Durante los siguientes minutos, una vez sentados a la mesa y habiendo pasado incluso un poco de frío rodando por el primer tramo de carretera de la jornada, los *motoposventeros* sólo abrieron la boca para dejar paso al aporte de necesarias calorías. A medida que el nivel de azúcar en sangre iba subiendo, la charla se fue animando y fue entonces momento para revisar la ruta que les quedaba por delante: unos 240 km (de los que ya habían cubierto los 15 primeros) con un panorama de curvas que asustaría al más ratonero...

### Sorpresa, sorpresa

Tras haber recuperado las fuerzas y algunas fotos extra, nuestros invitados montaron en las Triumph y siguieron la ruta, esta vez con destino a Terrassa, pero no precisamente de forma directa, sino dibujando un bucle que pasó por Sant Llorenç Savall, Calders y Talamanca. Con algunas paradas para cambios de moto y algún que otro refresco, nuestros intrépidos viajeros fueron desgranando los encantos de una ruta variada (excepto en las curvas...) por las comarcas del Vallès Occidental y el Bages, y a la llegada al Parc Vallès de Terrassa les esperó una sorpresa... Tuvieron que bajarse de las motos y batirse el cobre en un circuito de karts.

La emoción de la competición, muy disputada y más disfrutada, abrió de nuevo el apetito a los invitados. De hecho, alguien hubo que afirmó haberse cansado más en media hora de karts que en toda la mañana de moto. Le creemos. Tras el reparto de premios, en el que salieron mejor parados los más livianos del grupo, no se olvidaron los moteros de hacerse unas fotos con el equipo del Gené Karting de Terrassa (sólo faltó Jordi Gené, que no pudo estar en el Encuentro).

### Homenajes con garbanzos

Desde ahí, el destino fue Rellinars. Por la sinuosa carretera de 15 km que cruza el parque natural de la Serra de l'Obac el mero imaginar la comida que les esperaba a la llegada a Can Toni hacía reales aromas inexistentes de guisos y viandas, y éstos se colaban por las pituitarias de los motoposventeros hasta nublar el entendimiento. Eran casi las cuatro de la tarde y el estómago se quejaba... Suerte que el recorrido se cubrió en un plis. ¿Sería que la guerra de jugos gástricos hicieron retorcer más el acelerador de las Triumph? La comida en Can Toni marcó, tal como unos esperaban y todos deseaban, un punto y aparte en la jornada. A panza llena, todo el monte es orégano. En este estado de gracia plena, llegó el momento de entregar los merecidos diplomas acreditativos de participación en el V Encuentro Motero. Uno a uno los invitados recibieron su marchamo siendo clasificados en función de sus cualidades moteras entre plantadores de patatas, carne fresca de cuneta o *aguantamo-*

# ESTIAS BELLAS



Patrocinado por:



Con la participación de:  
**TRIUMPH**

teros, según su condición de repetidores, novatos o personal docente (que no decente).

## Y a la hora de la siesta... ¡más moto!

Después de comer, no faltaron de nuevo fotos que tomar y vídeos que filmar. Se retomó entonces la ruta con el objetivo de volver a Barcelona pasando por Marganell, Collbató y la A-2 hasta nuestro punto de partida... Pero el reloj es un instrumento de avance inexcusable, la comitiva había ido sumando retrasos durante todo el día y los aviones, aunque no salgan a su hora, requieren de su pasaje toda la puntualidad. Así que con el consenso de todos los invitados, el trazado original se recortó en unos 30 km de curvas

para ir, vía Castellbell i el Vilar, Monistrol de Montserrat y Abrera por la C-55 y la A-2 directos hacia la capital catalana. De nuevo en ItaloMotor, ese momento agrídulce de la despedida llega siempre de un modo u otro. Las nueve Triumph que habíamos acariciado, maltratado, ahogado, estrujado, abusado, descascarillado e incluso violado durante todo el día debían volver a descansar en sus aposentos. Algunas eran de ItaloMotor, otras las había traído Chema Clemente bajo el brazo en furgón desde Triumph España en Madrid. Y desde ahí, cada uno a su casa, y a soñar con motores tricilíndricos súperrevolucionados y curvas infinitamente enlazadas... ¡Hasta el próximo Encuentro!



## V Encuentro Motero de la Posventa

# Parrilla de salida

## Nuestros invitados, ...

Patrocinado por:

**'YES! YUASA'**



Algunos son moteros irredentos, empedernidos, viciosos (ah, pero, ¿no lo son la mayoría de moteros?) que no se bajan de una moto ni para entrar en el excusado. Otros, experimentados moteros ocasionales que sólo se mueven en dos ruedas los domingos para salir a desperezar el motor que guardan en su garaje... Pero todos, todos, son tipos de interés de la posventa del automóvil. ¿Hemos dicho automóvil? Noooo, hay un irreductible grupo (de uno) que sabe mucho de posventa en general, pero cuya nómina está pagada por la posventa motociclistica y, concretamente, Triumph...

No esperen encontrar ninguno sano entre los que vienen a continuación... Para el V Encuentro Motero de la Posventa de Mundo Recambio y Taller, tuvimos el privilegio de contar con la siguiente cuadrilla (por orden alfabético, no tiene nada que ver con el tiempo medio por vuelta...):



### Eduardo Casero

Con este lleva ya 3 Encuentros, es uno de nuestros incombustibles.

Director de exportación de Eurofren, empresa fabricante de los componentes de fricción de freno comercializados bajo marcas Remsa, Road House, Woking y alguna más que se nos olvida, seguro... Este ya es cliente de Triumph, pilotaba con ventaja.



Gerente de Auto Recambios Peñalver (cofundador del grupo AD Parts en España) y perteneciente a toda una estirpe de recambistas murcianos. Y eso sin contar que es un *quemao* de las motos (italianas) y un exitoso triatleta...



### Pepe Peñalver

No hubo boda que le privara este año de su 1er Encuentro.



### Joan Carles Rico

2 Encuentros con nosotros y cada día más Rico... y más rápido.

Director de la red SPG Talleres promovida por Grupo Serca Automoción y responsable de maquinaria del Grupo. A él las dos ruedas le van pero bien, sean movidas por combustibles fósiles o por judías con butifarra a pedales...



### David Turégano

Su 3er Encuentro, pero para no quemarse no fueron seguidos.

Gerente de Launch Ibérica (bueno, pasa por ahí de vez en cuando y da cuatro órdenes para simular que manda) y piloto del equipo Launch Endurance, en lo que de verdad destaca es en descolgarse de la moto en las curvas. Melena al viento, es Joe Bar en carne y hueso.



**José M<sup>a</sup> Clemente**



Con 3 puntos menos de carné, siempre recordará su 1er Encuentro.



Director de posventa de Triumph para España y Portugal. Podría definirse como el navaja suiza de la posventa, puesto que su experiencia abarca tanto coches como motos. Básicamente le invitamos por interés: así nos dejó las motos...

**Joan Olivella**



Está en la gama media: lleva ya 2 Encuentros con nosotros.



Gerente y casi de todo de Recanvis Penedès (pertenece a Grupo Serca Automoción). Conocido por su enfermiza afición a romperse huesos en moto de enduro y por llevar la moto a lo más alto... del cuentavueltas.

**Jesús I. Pérez Loriente**



La fuerza te acompañó en tu 1er Encuentro, joven Darth Vader.



Director de Calidad y Servicios de Renault España Comercial, dejó el rombo por seguir nuestro rumbo a ritmo de rumba inglesa. Eso sí, si te descuidas te arrambla con su GSX 750 por Guadarrama. Representó al Constructor, el lado oscuro de la posventa.

Asistente a la dirección de ventas de NGK España, cubrió el hueco (y lo cubrió con ahínco) dejado por nuestro abuelo revelación Freixes. Animó el cotarro en las sobremesas y fumó siempre que tuvo ocasión.

**Jordi Pons**



No dejó que le venciera el estrés ni la presión en su 1er Encuentro.

Piloto de pruebas de Mazda, en el Encuentro se puso las botas haciendo chillar las ruedas del Mazda5-escoba en cada curva.



**Glòria Viñals**



**Yvonne Rubio**



Reportera de National Geographic, su trabajo consistía en retratar semejantes personajes por interés antropológico, básicamente.

**Y la culpa de todo la tienen estos interfectos**



**Antonio Forgiione**



Cobaya de los laboratorios Uriach, fabricante de la Biodramina. Entre mareo y vómito, hizo fotos y videos.

**Ernest Vinyals**



El tío del Google Maps que no deja que le adelanten, lleva 5 años diciendo que lo dejará algún día...

Patrocinado por:



Con la participación de: **TRIUMPH**

**'YES! YUASA'**

**'YES! YUASA'**





### ...LAS MOTOS QUE CABALGARON...

# Máquinas triunfantes

# 'YES! YUASA'

# 'YES! YUASA'

Patrocinado por:



Con la participación de: **TRIUMPH**



Este año, se montaron las bellísimas máquinas de la marca Triumph, hechas en Hinckley. Algunas de ellas, llegaron en transporte exprés (quizás un poco demasiado exprés) de Madrid especialmente para el Encuentro, gracias a la colaboración del equipo de prensa y marketing de Triumph en España, pero muy, muy especialmente a su responsable posventa, Chema Clemente, quien se sacrificó por seguir construyendo esa sólida imagen de marca que tiene hoy en día Triumph y decidió aceptar nuestra invitación. Momento ese que a buen seguro aún hoy lamenta. Los invitados al Encuentro primero se lo pasaron en grande sufriendo a lomos de bichos endemoniados con motores tricilíndricos (a excepción de la neoclásica Bonneville, la estrella del Encuentro, bicilíndrica). Pero después... Ay, después... La fama cuesta. Por conminación de la redacción de MRyT, tuvieron que hacer las veces de opinadores y hablar de sus experiencias con cada uno de los modelos. Y ahí fue donde empezaron a pagar con sudor... Veamos qué sacaron en claro de cada uno de los modelos probados.

**Speed Triple 1050**

## Mujer explosiva



**Características** 1.050 cm<sup>3</sup>, 3 cilindros, 135 CV, con ABS. Roja.

**EC**

Para mí, la sorpresa de la jornada. En parado se nota el peso, pero una vez en marcha, la combinación de motor, chasis y frenos te hará divertirse al máximo en todo tipo de carreteras. Y además, bonita, sus nuevos faros le dan una personalidad única. Creo que ya sé cuál será mi próxima moto...

**JMC**

El motor 1050 es salvaje. El nuevo chasis la hace muy manejable y el piloto tiene total control del tren delantero. Conjunto superdeportivo al desnudo.

**JO**

Fantástica moto, ágil, estable y manejable. Motor espectacular. Suspensiones firmes, frenos potentes y dosificables, falta protección aerodinámica y su ángulo de giro es reducido.

**PPP**

Moto muy ágil y ligera como su hermana menor (la Street Triple). Imagen que enamora y un motor muy potente pero sobre todo muy lleno en todo su rango de revoluciones. Chasis a la altura. En resumen: cuando la Street se te queda "pequeña", esta es la opción.

**JPL**

Diseño original y distinto. Acelera como un tiro. Es estable. El embrague me pareció muy duro o es que ya tenía la muñeca izquierda hecha trizas.

**JP**

Una moto envidiable, muy estable y dócil, pero rápida y segura. Un encanto.

**JCR**

Muy manejable a pesar de su envergadura y de su apariencia de moto pesada

**DT**

No pude probarla y me quedé con las ganas, creo que debía ser la bomba una Street Triple pero con un motor poderoso; según Chema de Triumph el tren delantero transfiere una seguridad impresionante.



**Sprint 1050**

## Toda una dama



**Características** 1.050 cm<sup>3</sup>, 3 cilindros, 125 CV, con ABS. Azul metalizado.

**EC**

La Triumph para viajar. Motor simple lleno, muchos bajos. Muy buenos frenos y un alto nivel de equipamiento, como buena rutera (incluso trae maletas de serie). Sin éstas, todavía se permite un punto de deportividad, siempre que no la exijamos mucho, ya que al final, el peso pasa factura.

**JMC**

La maravilla del motor 1050, en una moto para viajar con cierto toque deportivo. Es una moto muy noble.

**DT**

Moto turística al 100%. Al sacarla de su medio natural es fácil meterla en problemas, ya que su volumen es considerable y el tarado de las suspensiones (excesivamente blando) no transmite demasiado. Interesante el ABS para una moto de estas características. Probablemente en autovía y con maletas será una delicia.





**Tiger XC 800 estándar**

## Muchacha para todo

**Características** 799 cm<sup>3</sup>, 3 cilindros, 95 CV, con ABS. Blanca.

- JMC** Verdadera estrella de la prueba por su adaptación a la ruta, por carretera de montaña, en grupo y disfrutando de la conducción. Ruta cómoda que sirve para todo, para viajes largos, para el fin de semana iio para ir a por el pan!!
- JO** Gran rival de la alemana BMW F800GS (mi moto particular), en asfalto no tiene nada que envidiarle.
- PPP** Concepto de moto muy acertado. Es buena para todo. La posición es muy cómoda, tiene buena protección aerodinámica, motor (como el de sus hermanas) con buenos bajos y que permite subir de vueltas encontrando "chicha". Se nota que al ver el éxito del concepto GS de BMW han querido un trocito de la tarta.
- JPL** Negativo el ruido como de resonancia metálica en el escape.
- JCR** Muy manejable a pesar de su envergadura y de su apariencia de moto pesada
- DT** Una moto muy fácil, con un motor potente pero que no desborda. Deberían solucionar los grillos del escape. El asiento regulable en altura es una gran cosa para los moteros de corta estatura, como es mi caso.



**Tiger XC 800 'tuning'**

## Muchacha para más

**Características** 799 cm<sup>3</sup>, 3 cilindros, 95 CV, con ABS. Negra. Versión con escape de carbono Arrow y faros antiniebla.

- EC** La perfecta "moto para todo". Triumph ha encontrado a la primera una perfecta alternativa al mundo GS alemán. Estable, motor elástico y dulce, aunque también hay caballos si se buscan. Solamente debería mejorar la eficacia del freno delantero.
- JO** Motor eléctrico, agradable sonido con el escape Arrow. Falta de mordiente en el freno delantero de las dos motos probadas.
- PPP** Si le sumamos los accesorios pues mejor aún. El ABS no lo echas de menos hasta que te hace falta de verdad, pero es algo que se impone ya hasta en las motos superdeportivas. Y el escape Arrow le otorga un sonido de moto "más gorda" que a muchos moteros nos encanta.
- JPL** Una moto bonita, cómoda y bien equipada. Muy estable en curvas. Una moto que sirve para todo y muy racional.
- JP** Polivalente y cómoda, una "muscle trail" de verdad.
- JCR** Para mí la mejor de la gama, por su manejabilidad y prestaciones, cosa de *endureros*.



Patrocinado por:



Con la participación de: **TRIUMPH**

**Street Triple R 675**

## Joven y traviesa

**Características** 675 cm<sup>3</sup>, 3 cilindros, 106 CV, con ABS. Una unidad roja y otra blanca.

- EC** Diversión al máximo. Perfecta combinación de manejabilidad, potencia, bajos y con una estética muy atractiva. Ideal para carreteras reviradas. Solo la penaliza un poco el tamaño, muy pequeña para mí y la ausencia de protección contra el viento en los tramos rápidos.
- JMC** Igual que la Street Triple en motor y comportamiento, la versión R es deliciosa y mejora las prestaciones de su hermana en frenos y suspensión.
- JO** Lo mismo que su hermana, pero todavía mas divertida gracias a estos 11 CV de más. Naked de diseño agresivo y deportivo.
- PPP** Ídem que la anterior a lo que le añadimos una mejora de componentes, siempre es bien recibida. Moto muy utilizable en el día a día y que te permite un día de tandas en circuito permitiendo hacer un buen papel.
- JPL** Diseño original. Manejabilidad y potencia. Quizás un poco pequeña de tamaño (el peso importa).
- JP** Muy parecida a la básica pero mas "puntiaguda", igualmente muy adaptable a cualquier conducción, incluso la mía.
- JCR** Muy similar a la anterior pero con las prestaciones de una "R", muy divertida.
- DT** Misma opinión que la base, pero sumando un punto más al apartado de motor.





### Street Triple 675

## Ligue fácil



Características	<b>675 cm<sup>3</sup>, 3 cilindros, 95 CV. Morada.</b>
JMC	Ideal para disfrutar por la calle, en paseos por carreteras como las de nuestra ruta. Supermanejable, te haces amigo a la primera. El motor es una delicia y con mucho carácter.
JO	Muy buena manejabilidad y frenada, motor muy poderoso con gran respuesta a bajas y medias vueltas.
PPP	Moto de estética elegante (el doble faro siempre ha sido mi debilidad) y deportiva a la vez. Tamaño muy contenido que le da una agilidad asombrosa. Motor, que pese a su cilindrada media, tiene unos bajos más que aceptables y además se estira bastante gracias a su diseño tricilíndrico.
JPL	Mismos comentarios que para la R: no soy capaz de ver las diferencias, ya que no las probé una después de la otra.
JP	Una auténtica zapatilla para andar por casa. Se adapta fácilmente a cualquier conducción con una nobleza extraordinaria.
JCR	Fácil de manejar y apta para principiantes.
DT	Es la moto para todo, cómoda, corta para poder ir rápido en carreteras de montaña y con un motor suficiente para hacer disfrutar a todos los públicos. Además el diseño me parece muy acertado.



### Bonneville T100

## Primera Vedette



Características	<b>865 cm<sup>3</sup>, 2 cilindros, 67 CV. Beige-toffee.</b>
JMC	Auténtica esencia de lo que es una moto. Estilo clásico, tecnología actual y puro disfrute. No pasa inadvertida y cuando la llevas, te enamoras.
JO	Moto lógica, réplica del modelo dominador de las décadas 60 y 70. Motor muy logrado, sin vibraciones, el asiento demasiado duro para viajes largos.
JP	Qué gratos recuerdos de la juventud, aunque mejorados por la ausencia de vibraciones y un motor notablemente en forma.
DT	Me sorprendió muy gratamente. Lástima de las estriberas tan abajo, porque se puede ir realmente rápido. Muy agradable el tacto del bicilíndrico y una postura de conducción comodísima. Estética muy particular.



### Daytona R 675

## Chica mala

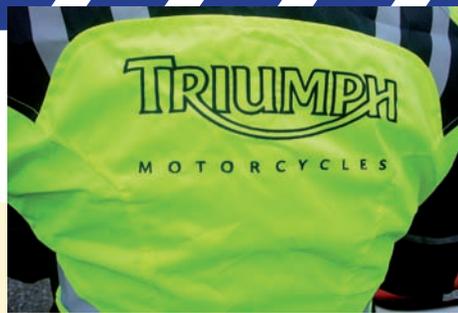
Características	<b>675 cm<sup>3</sup>, 3 cilindros, 126 CV, con ABS. Blanca.</b>
EC	Moto de carreras matriculable para pilotos pequeños. Componentes de alta calidad en suspensión y frenos, especialmente el "shifter" para subir marchas. Seguramente una delicia en circuito.
JMC	Auténticamente deportiva, resultado de la evolución de un modelo que ha demostrado ser líder en el segmento Supersport.
JPL	Una moto de carreras. Incómoda, muy pequeña, pero una auténtica bomba para ir rápido.
JP	Una auténtica carreras-cliente, muy noble y rápida. El cambio semiautomático, una pasada.
JCR	Prestaciones y conducción de carreras, sorprendente el cambio (sin necesidad de embrague).
DT	Una moto de carreras. La posición de conducción es de "guerra", el cambio semiautomático de serie y los componentes que equipa son de primera calidad. El motor necesitaría algo más de bajos para una conducción en carretera pero resulta ideal para circuito. El chasis es muy fácil y permite curvar en montaña aún no siendo la mejor de sus virtudes.



Patrocinado por:



Con la participación de: TRIUMPH



## De Hinckley al triunfo

Triumph es una marca centenaria. La compañía nació en Coventry en el año 1887 como fabricante de bicicletas, pero enseguida probó las mieles de la propulsión fósil, cuando en 1902 añadió un motor a uno de sus modelos de bicicleta. La evolución fue fulgurante: ya en 1907 Jack Marshall y Frank Hulbert acabaron segundo y tercero en la primera edición del Tourist Trophy de la Isla de Man (la primera de la historia) a lomos de sendas Triumph monocilíndricas. Al año siguiente, Jack Marshall venció con su Triumph.

Durante los años de la I Guerra Mundial, las Triumph Tiger monocilíndricas adaptadas a las necesidades del ejército británico fueron las motos más valoradas por su resistencia. Se conocían como "the trusty" (las fieles).

En 1942, se inauguró la nueva fábrica de Meriden. Ya en los años 50, Triumph fue adquirida por BSA, lo que seguramente significó el principio del declive de ambas marcas. Que la Bonneville bicilíndrica original fuera lanzada en 1959; que en 1961 Steve McQueen, sin dobles que valieran, intentara escapar de los nazis a los mandos de una Triumph TR6 en la película *La Gran Evasión*, en una de las persecuciones de moto más memorables de la historia del cine; que en 1969 Malcolm Uphill a los mandos de una Bonneville alcanzara por primera vez las 100 millas por hora (161 km/h) de media en una vuelta al circuito del Tourist Trophy; o que de 1971 a 1975 el Tourist Trophy se lo adjudicara en la categoría de producción la misma moto, la Triumph "Slippery Sam", gesta jamás igualada; todo ello no evitó que en 1971, el grupo BSA acumulara unas pérdidas récord de 8,5 millones de libras esterlinas (casi 10 millones de euros, cifra estratosférica para la época) y que en 1973, a instancias del gobierno británico se creara la compañía Norton-Villiers-Triumph y se trasladara la producción a la planta de BSA de Birmingham, lo que acabó de dar estoque a la marca. En 1983 cesó oficialmente la producción de Triumph y John Bloor se hizo con los derechos del nombre. Pero el 29 de junio de 1990, tras varios años de inversiones, desarrollo y esfuerzo, Triumph renació de sus cenizas en la nueva factoría de Hinckley. Desde entonces, paso a paso, la firma fue resurgiendo. En 1992 se produjo la moto número 5.000; al año siguiente, la 10.000 y en 1996, la 30.000, una Thunderbird negra destinada a Australia. Hoy en día, Triumph vive una segunda juventud con fuerzas renovadas, una gama de modelos amplia y diversificada y un creciente éxito en todos los mercados donde está presente, que son cada vez más. De hecho, en 2010 el logotipo de la marca recibió un leve lavado de cara y en este año se ha cumplido la producción de la unidad medio millón de la nueva era Triumph.

[www.triumph.co.uk](http://www.triumph.co.uk)  
[www.italo-motor.com](http://www.italo-motor.com)

Patrocinado por:



Con la participación de:  
**TRIUMPH**

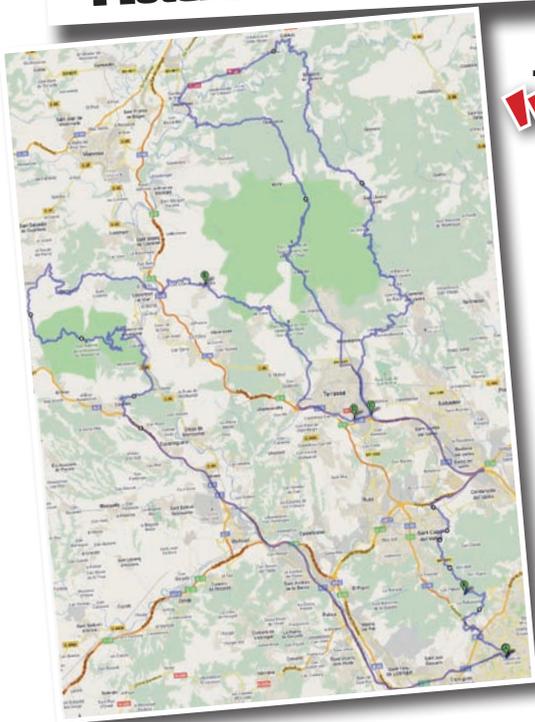


### Leyenda

EC Eduardo Casero • JMC José María Clemente • JO Joan Olivella • PPP Pepe Peñalver • JPL Jesús Pérez Loriente • JP Jordi Pons • JCR Joan Carles Rico • DT David Turégano



Patrocinado por: **'YES! YUASA'**



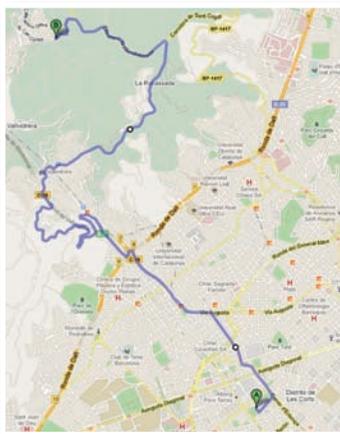
## ...Y POR DÓNDE PASEARON "On The Road"

Nos encontramos todos en el concesionario oficial Triumph ItaloMotor de Barcelona, prontito, por miedo al calor de otros años. Estas fechas marcan generalmente el inicio del verano *de verdad*, pero fue este un julio atípico en el que no tuvimos que preocuparnos por el calor... De hecho, no faltaron las oraciones, velas y ofrendas, a Santa Bárbara, patrona de la cosa climatológica, a Santa Rita, patrona de los imposibles, y a todas las deidades, profetas, arcángeles y gente de todas las confesiones y credos que se nos ocurrieron, porque los pronósticos eran de mucha lluvia... Por suerte, también esta vez los meteorólogos se equivocaron.

La ruta debía cubrir unos 240 km por las comarcas del Vallès Occidental y el Bages. La pensamos divertida (sí, porque las de los años pasados fueron muuuuy aburridas...), con muchas carreteras ratoneras, pero también vías rápidas e interurbanas. Algunos de los tramos eran de una belleza paisajística sobrecogedora y otros imponían un ritmo de conducción frenético.

### 1ª etapa: 11,8 km Concesionario Triumph ItaloMotor (C/Numància, Barcelona) → Restaurant Can Cortès (en L'Arrabassada, Sant Cugat del Vallès)

Probablemente el tramo más aburrido, puesto que confluía la salida de Barcelona con el tráfico matutino de un viernes de julio. Hubo un momento para hacer una pequeña pausa en el Mirador de Sarrià, que nos ofrecía una vista espectacular sobre la ciudad de Barcelona. Aún así, el tramo fue razonablemente rápido, cosa que todos los moteros agradecieron pues el desayuno les aguardaba al final.

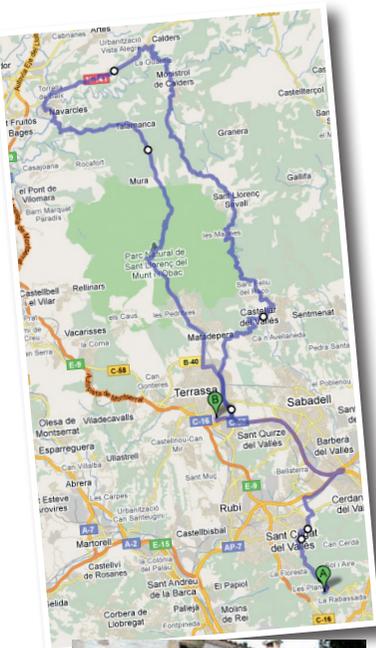


### 2ª etapa: 117 km Restaurant Can Cortès → Gené Karting (en Parc Vallès, Terrassa)

El tramo más largo del Encuentro nos pilló a media mañana. De Sant Cugat del Vallès a Sabadell fuimos por autopista (aburrido, cómo no), pero cuando enfilamos la carretera de Castellar del Vallès y después la que nos llevaría a Sant Llorenç Savall, Monistrol de Calders y Calders, la cosa cambió radicalmente. Según algunos foros moteros, se trata de una de las mejores carreteras de España para hacer en moto, y es que aunque abundan las curvas más bien cerradas da placer tanto al que lleva una custom ratera como al que saca la carbonilla del escape de su hiperdeportiva por su combinación de trazado y paisaje. Por desgracia, la zona más septentrional de la ruta del Encuentro fue pasto de un enorme incendio en 2008, lo que le restó la monumentalidad de los bosques centenarios que habían existido al norte del Parc Natural de Sant Llorenç del Munt.

La llegada a Calders inició un tramo rápido de carretera radial de altas velocidades que acabó en Navarcls. De ahí, nos dirigimos al sur hacia Talamanca, población de postal coronada por un imponente castillo y las murallas del antiguo núcleo de la población. En este tramo destacan una zona de paellas encadenadas que obligan a reducir vertiginosamente la velocidad y una zona de curvas encadenadas que prácticamente pueden hacerse rectas (de hecho, alguien las hizo...).

La caravana siguió cruzando el Parc Natural de Sant Llorenç y pasando junto a las pétreas gigantescas formas del Montcau. Pasado el Coll d'Estenalles, todo es bajada hasta Matadepera y, en seguida, Terrassa. Allí, en el centro de ocio Parc Vallès esperaba una sorpresa a nuestros invitados en forma de minicampeonato de karts en el Gené Karting recién inaugurado.





Patrocinado por:

**'YES! YUASA'**

Con la participación de:

**TRIUMPH**



### 3ª etapa: 21,5 km

**Gené Karting Terrassa → Restaurant Can Toni (en Rellinars)**

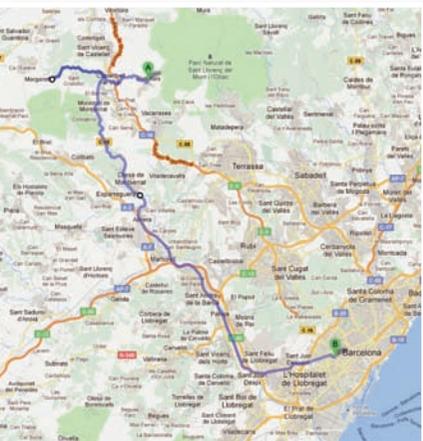
Con el cuerpo zarandeado por las curvas (y algún que otro impacto) del circuito de karts, nos montamos en las motos para seguir la ruta, con más hambre que ganas. Saliendo de Parc Vallès enlazamos con la orbital B-40 y enseguida con los 15 km de la carretera de Rellinars, rápidos y exigentes en el pilotaje, pero deliciosos en lo visual. En cualquier caso, la prioridad era la llegada al restaurante Can Toni, porque el estómago protestaba...



### 4ª etapa: 69,2 km

**Restaurant Can Toni → ItaloMotor (Barcelona)**

Después de la comida, una sesión de fotos dinámicas dejó paso a último tramo de nuestra ruta. Desde Rellinars nos dirigimos a Marganell con la imponente silueta de la Serra de Montserrat vigilando nuestros movimientos. Aunque la ruta inicialmente debía ir a Monistrol de Montserrat por el Santuario de Montserrat, fueron las horas, y no el cansancio (que nuestros moteros son inasequibles al desaliento) las que nos recomendaron acortar el recorrido y volver a Castellbell i el Vilar para, desde allí, tomar la C-55 hacia Abrera y entonces la A-2 hasta Barcelona.





# YES! YUASA

# YES! YUASA

Patrocinado por:



Con la participación de: **TRIUMPH**

### SORPRESA PARA TODOS LOS INVITADOS

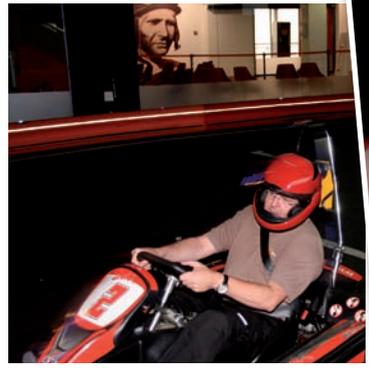
## Los mejores en dos... y cuatro ruedas (pequeñitas)

Un poco por dar un toque distinto, un poco para "picarse" sin peligro de hacerse "pupa", un poco porque desde el coche escoba la diversión no es exactamente la misma, este año hicimos un *pit stop* en el Gené Karting de Terrassa. Allí, gracias a la excelente gestión de su personal técnico y comercial, pudimos gozar de pista, karts, monitores, *briefing*, equipo, telemetría e instalaciones solo para nosotros.

Con una vuelta de calentamiento para el posicionamiento de la parrilla de salida y una carrera intensa, a veces hasta demasiado intensa con "toques", encerronas, "besitos" en el trasero y trompos a go-gó, el podio final (reñido) se compuso de la siguiente manera:



### Ocio con olor a gasolina



Y los demás, pues eso, detrás... algunos ganando posiciones y todos mejorando tiempos respecto a la ronda de clasificación.





El Gené Karting de Terrassa, ubicado en el centro comercial y de ocio Parc Vallès, es un lugar ideal para echarnos unos piques con nuestros amigos, nuestros compañeros de trabajo o con la familia. Las instalaciones, recién inauguradas unos días antes de nuestro Encuentro, cuentan con dos pistas de karts para adultos y una para niños, además de varios espacios multifuncionales, bar con vistas a la pista y terraza, vestuarios e incluso una zona de simuladores.

Todos los karts llevan incorporada una unidad de control que permite gobernar remotamente el motor de los vehículos cuando se acaba cada tanda y, eventualmente, penalizar a los conductores reduciendo las prestaciones del kart en caso de cometer alguna irregularidad.

La telemetría del Gené Karting permite disponer de un registro de tiempo de alta precisión, de forma que las clasificaciones y resultados son casi siempre inapelables (aunque a muchos no les guste...). La seguridad está al más alto nivel gracias a los guardarraíles instalados en el circuito cuya construcción absorbe los impactos y retorna el vehículo a la pista.

El Gené Karting de Terrassa se complementa con otro en el centro comercial Màgic de Badalona, también de reciente construcción. Ambos son iniciativa de Jordi Gené, conocido piloto de automovilismo y hermano del piloto de pruebas de Ferrari en la Fórmula 1 Marc Gené.

[www.genekarting.com](http://www.genekarting.com)  
[www.jordigene.com](http://www.jordigene.com)



El Racing Bar

Nuestros moteros con el equipo del Gené Karting Terrassa



## “ZENKIU”

Son muchas las gracias que hay que dar: MUCHAS GRACIAS a nuestros invitados por haber querido invertir un día (o dos) de trabajo en algo aparentemente tan improductivo como ir a pasear por Catalunya en moto y pegarse un buen desayuno y unas carreritas en karts... La Posventa, en mayúscula, no se hace sólo de números sino también de relaciones, y el Encuentro Motero no es ni más ni menos que eso, una excusa para encontrarnos y relacionarnos.

MUCHAS GRACIAS por el clima de cordialidad y entendimiento que entre todos se consiguió engranar. Más allá de lo bien que andaran las Triumph (que ojo, ¡iban estupendas todas!) o de lo bonita que fuera la ruta, la calidad humana de nuestros moteros es lo que da verdadero valor al Encuentro. Es un inmenso honor para nosotros haber contado con nuestros invitados, a los que, además, consideramos nuestros amigos. MUCHAS GRACIAS por seguir confiando en nosotros, en nuestros medios de comunicación pero, más allá de eso, en nuestra filosofía y en nuestro modo de trabajar, sin estridencias, ni acritudes, ni tiros al blanco...

Gracias por confiar en nuestras personas, al fin y al cabo.

MUCHAS GRACIAS al equipo de Triumph España y Portugal, a Diego Martínez y su equipo de prensa y marketing, quienes hicieron fácil lo imposible y aún más fácil lo difícil. El agradecimiento debe ser compartido con Eric Cirera, su hermano Christian y todo el equipazo de profesionales del concesionario Triumph Italo Motor, que tuvieron que aguantar a los pesados de MRyT, pero nunca les faltaron las ganas de colaborar.

Y, *last but not least*, MUCHAS GRACIAS a nuestro patrocinador, la marca fabricante de baterías Yuasa, quien está poniendo el acento este año en los “corazones” de todo lo que se mueve a dos ruedas, y con cuyo apoyo las cosas han sido más asequibles. Y que, dicho sea de paso, resulta ser el primer equipo en baterías de las bellísimas Triumph... ¡Qué coincidencia!



Patrocinado por:



Con la participación de:



# CEPSA RENUEVA Y MEJORA SU OFERTA EN LUBRICANTES PARA VEHÍCULO LIGERO EN PRIMERA LÍNEA

Una vez más CEPSA marca la pauta en aceites para motor y presenta una gama para vehículo ligero mejor que nunca: con los niveles de calidad ACEA 2008 actualizados, con nuevos envases de 5 litros para la familia Xtar y con una nueva formulación, la Star Synthetic 5W30 de muy alto rendimiento. Y toda esta oferta se puede consultar en un práctico y exhaustivo catálogo digital.



## Máxima evolución

Siempre a la última en calidad de producto, las gamas **Xtar** y **Star** de aceites lubricantes CEPSA alcanzan la máxima evolución tecnológica tras haber sido actualizadas poniéndose a los **niveles de calidad ACEA 2008**. ¿Qué significa esta actualización? La garantía que los aceites CEPSA Xtar y Star son **formulaciones de alto rendimiento** que han evolucionado para dar respuesta a todas las evoluciones de los motores que se están produciendo en la industria de la automoción: Downsizing, Turbocompresor, Inyección directa, EGR, así como en el tratamiento de los gases de escape: Filtros de Partículas (DPF/FAP) y sistemas de inyección de urea (SCR).

## CEPSA on-line

Los servicios CEPSA para el cliente no paran de crecer. Y buen ejemplo de ello es la reciente puesta en marcha del **Catálogo Digital de Automoción CEPSA Lubricantes**.

Creado y desarrollado para ser un complemento ideal del catálogo impreso y de la web [cepsa.com](http://cepsa.com), a través de este catálogo on-line desde el profesional del taller hasta el usuario final pueden conocer al detalle toda la gama de lubricantes CEPSA, acceder a amplia información técnica o a la guía de lubricación.

La descarga es sencilla, basta con entrar en el enlace [www.cepsa.com/lubricantes/autocat.html](http://www.cepsa.com/lubricantes/autocat.html) y pulsar sobre el botón "Descargar Ahora". Una vez descargado... se adentrarán en el universo de lubricación CEPSA... y sin necesidad de estar conectados a Internet.



## El nuevo Star Synthetic 5W30

La versátil gama **CEPSA Star** de lubricantes para motor se amplía con la llegada del **Synthetic 5W30**, un aceite 100% sintético de muy alto rendimiento. Formulado para cumplir con las últimas especificaciones de los vehículos Euro 5 y para vehículos no equipados con filtros de partículas DPF, la protección antidesgaste y la limpieza del motor son las grandes virtudes de este aceite de excepcional rendimiento e ideal para lubricar tanto motores gasolina como diésel.

## La gama Xtar, en envase de 5 litros

Siempre atenta a las demandas del mercado, **CEPSA** ya comercializa los lubricantes **Xtar** para vehículo ligero en **envases de 5 litros**. Esta gama de aceites, especialmente desarrollada para cumplir con las exigencias de los motores de última tecnología, está disponible en envases de 1, 4 y 5 litros; en bidones de 185 kg y en contenedores de 1.000 litros.



Más información en [www.cepsa.com](http://www.cepsa.com) y en [www.cepsa.com/lubricantes/autocat.html](http://www.cepsa.com/lubricantes/autocat.html)



www.concdecoche.com

ESTACIONES DE CARGA Y MANTENIMIENTO DEL SISTEMA DE AIRE ACONDICIONADO

## OPEL HOMOLOGA EQUIPOS BRAIN BEE Y TEXA

➔ **Opel**, y por extensión las marcas **Opel, Chevrolet Europa y Vauxhall** (marca bajo la que se comercializan los modelos Opel en Reino Unido) ha homologado varias estaciones de carga y mantenimiento del sistema de aire acondicionado, concretamente las **Clima 1234-HO** (en la imagen) y Clima-9000 de la italiana **Brain Bee** y las **Konfort 760R** (en la imagen) y **Konfort 770S** de la también italiana **Texa**.

Por lo que respecta a las homologaciones de los equipos Brain Bee, Opel-Vauxhall-Chevrolet Europe ha homologado y recomienda a sus concesionarios oficiales la utilización de estas estaciones por su calidad, avalada por la certificación **VDA**. El modelo Clima 1234-HO ya puede realizar las operaciones de recarga y mantenimiento con el nuevo gas refrigerante R1234yf mientras que el Clima-9000 puede trabajar con el refrigerante R134a en vehículos híbridos y lo recomienda para operar en vehículos híbridos y convencionales.

La calidad de las estaciones de aire acondicionado Konfort 760R y 770S de Texa, avalada en este caso por **TÜV Rheinland**, también ha servido a Texa para ser homologada por Opel. La primera de ellas se ha homologado para operar sobre los vehículos que utilizan el gas R134a y sobre los híbridos que irán apareciendo en el mercado a lo largo de este otoño. La Konfort 770S ya está capacitada para respetar los severos requisitos de las casas constructoras alemanas para los sistemas de climatización que usan el nuevo refrigerante R1234yf, obligatorio en todos los modelos homologados desde enero de 2011. **C**

www.opel.es / www.brainbee.it / www.texaiberica.com

**64 Noticias:** Opel, SEAT, GANVAM

**65 Actualidad:** el concepto "One Hour Stop" de Volvo

**66 Contacto:** Chevrolet Orlando, Mazda MX-5, Peugeot 308, BMW R 1200 R



SU ESCUELA DE APRENDICES INICIÓ EL CURSO 2011-2012 CON 154 ALUMNOS

## Cantera de profesionales SEAT

La **Escuela de Aprendices de SEAT** ya ha iniciado el **curso 2011-2012** y lo ha hecho con **154 alumnos** matriculados. Esta Escuela impulsada por SEAT es un centro de excelencia de formación profesional privado de acceso público en la que se imparten ciclos formativos de Grado Medio en especialidades mecánicas muy valorados en el sector: Mecanizado, Electromecánica de vehículos e Instalación y Mantenimiento Electromecánico. Creada en 1957, en ella se han formado casi 2.500 alumnos en estos más de cincuenta años.

Volviendo al año lectivo actual, merece especial mención el incremento del número de chicas matriculadas en el primer curso. También ha crecido el número de matriculados en tercer curso, el que se dedica a impartir formación ocupacional, que llegan a ser de 42, la cifra más alta en los últimos diez años. Los que lo superan, pasan a formar parte de la plantilla de SEAT, como los treinta alumnos que terminaron sus estudios y que fueron contratados el pasado mes de junio. **C**

www.seat.es

PARA EVITAR UNA BURLA A LA NORMATIVA

## GANVAM PIDE RETROACTIVIDAD A LA NUEVA LEY DE DISTRIBUCIÓN

En unas recientes declaraciones, **Juan Antonio Sánchez Torres**, presidente de **GANVAM**, manifestó la necesidad de que la nueva **Ley de Contratos de Distribución**, actualmente en trámite parlamentario, se aplique a todos los contratos entre marcas y concesionarios, incluyendo aquellos firmados antes de su entrada en vigor, ya que, de lo contrario, se producirá **"una auténtica burla a la normativa"**. Para ello, explica Sánchez Torres, se debería conceder un periodo transitorio de un año, lo que otorgaría a los contratantes (fabricantes y concesionarios) la certeza y seguridad jurídica necesarias para adaptar los contratos con tiempo suficiente, respetando en todo momento el principio de legalidad e irretroactividad de las leyes. De no aplicarse esta medida, que ya estaba incluida en el proyecto de Ley original, se daría pie a que las marcas que en estos momentos están pa-

sando por procesos de firma de nuevos contratos eludan la aplicación de la nueva normativa que se convertiría en **"papel mojado"**.

El presidente de la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor también instó a que la nueva Ley de Contratos de Distribución elimine cualquier limitación a la libre transferencia de los negocios pues ésta supone **"una libertad esencial"** del distribuidor para materializar su inversión de inmediato y garantizar su independencia económica frente al proveedor, en beneficio del consumidor. Al distribuidor solo se le debe exigir que cumpla con los requisitos de solvencia económica, personal y recursos que exija la marca pero no más. **"Una cosa es que el proveedor puede exigir a sus distribuidores exhibir toda su gama de modelos y otra que les obligue a una compra mínima de cada uno**

**de ellos o que le envíe vehículos no solicitados forzando al distribuidor a adquirir un stock no acorde con el mercado"** puso de ejemplo Sánchez Torres.

www.ganvam.es



## EL MONOVOLUMEN DE SIETE PLAZAS CHEVROLET ORLANDO

### Espíritu americano

➔ Todos aquellos que estén pensando en comprar un monovolumen de siete plazas ya pueden ir ampliando su catálogo de opciones y estudiar la propuesta de **Chevrolet**, el **Orlando**, un modelo cuya relación calidad-precio-equipamiento puede resultar imbatible.

El Orlando es un monovolumen de siete plazas de gran tamaño (4.652 mm) y estética robusta en la que Chevrolet no ha disimulado su origen estadounidense con un morro más acusado de lo habitual en este tipo de monovolúmenes y un aspecto cuadrado y voluminoso. El interior es amplio, con tres filas de asientos y recurre a su gran tamaño para que las dos plazas de la última fila sean "decentes". Sin embargo, en términos de polivalencia se sitúa por debajo de sus competidores, sobre todo porque la segunda fila no es corredera, tal como ocurre en la mayoría de sus rivales. Merecen especial mención los acabados interiores que, a excepción de algunos plásticos de tacto parco, son de calidad (muy buena en relación con el precio del coche) y la excelente relación equipamiento-precio. En la componentística del modelo se nota la mano de **Opel** marca con la que comparte piezas como el volante o los mandos de la columna de dirección.

Del Orlando también nos gustó el motor de la unidad probada, un dos litros VCDI diésel de 163 CV y el comportamiento dinámico. La respuesta del propulsor es realmente brillante, tanto en prestaciones como en aceleración y silencio de marcha y, muy importante, en consumos (6 litros justos en ciclo combinado). De origen **Fiat**, se nota que los motores de **Fiat PowerTrain** han dado un salto hacia una nueva generación. De comportamiento muy noble, mérito del chasis, en el tarado de las suspensiones prima el confort (no olvidemos que se trata de un monovolumen) pero mantiene el tipo sobradamente si le exigimos un poco de "diversión".

En definitiva, el Chevrolet Orlando es un buen producto comercializado a un precio aún mejor. Ahora falta por ver si cuaja en el mercado con el sello de la marca americana en el morro o si hubiera sido mejor ponerle el apellido de Adam Opel. **C**

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



## UN DESCAPOTABLE DIVERTIDO Y ASEQUIBLE, EL MAZDA MX-5 IRUKA

### El coche de los domingos

➔ El **MX-5** de **Mazda** no es el descapotable más vendido por casualidad; es estéticamente agraciado, de tamaño compacto, tiene un precio contenido y, sobre todo, es muy divertido gracias a su agilidad, deportividad y motores a los que les gusta girar en la parte más alta del cuentarrevoluciones. La marca japonesa puso al día el MX-5 y ahora, aparte de estar disponible en techo de lona, también lo está con un techo rígido retráctil. Dentro de esta variedad encontramos la unidad probada, la serie especial Iruka que monta el motor gasolina 1.8 de 126 CV y que podemos conseguir por menos de 26.000 euros.

Volviendo al techo retráctil, éste aporta un plus de comodidad porque se pliega rápidamente a pesar de que sigue siendo necesario desbloquearlo manualmente en el habitáculo. Una vez desplegado el techo y con la melena al viento, este MX-5 se erige como la gran diversión de los domingos. Conducirlo es un gozada, su motor, sin ser excesivamente potente, aporta su dosis de adrenalina sobre todo por cómo entrega la potencia, más parece una moto deportiva japonesa por su ausencia de bajos, pocos medios y la mayoría de su energía en los regímenes altos de giro. En marcha, podemos apurar las marchas hasta la parte más alta del cuentavueltas para notar su poderío lo cual tiene su precio, un consumo nada contenido de 7 litros en ciclo combinado.

El comportamiento dinámico busca también la diversión e, incluso hasta se pasa de la raya, el eje trasero es muy nervioso y tiende a perder el control. Sabiendo controlar esta tendencia, el MX-5 es divertidísimo, si no somos expertos, incluso nos podemos llevar algún susto. Una ayuda al respecto es su tamaño contenido de poco más de cuatro metros que hace de este roadster un coche muy ágil. Las carreteras de curvas son, por tanto, su hábitat natural. En cuanto al interior, obviamente, la habitabilidad no es una de sus prioridades por lo que es un coche pequeño delante, sobre todo por su estrechez, y detrás, nada, ya que estamos ante un biplaza. Tampoco el maletero invita a grandes viajes ya que se queda en unos exiguos 150 litros. **C**

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



EL PEUGEOT 308 THP DE 156 CV

## Ideal para familias cortas y tranquilas

➔ El **Peugeot 308** es un compacto con clara vocación familiar. Da absoluta prioridad a la comodidad, es espacioso, disfruta de un buen maletero, está bien acabado y su precio se sitúa en un término medio por lo que es correcto en relación a la calidad y al acabado que propone. Para aquellas familias poco numerosas que busquen un coche sin excesivos alardes y discreto, no hace falta que busquen más, en este Peugeot tienen una alternativa más que válida. Además, recientemente actualizó ligeramente su imagen, sobre todo en el frontal, aunque conservando su estampa habitual.

Pasó por nuestras manos una versión que no será de las más vendidas, la 1.6 THP de gasolina y 156 CV (la diésel de 112 CV sería el motor ideal en relación al comentario de más arriba). Este motor desarrollado por la marca francesa junto con BMW es muy tranquilo y también algo glotón, los 6,7 litros en ciclo combinado y 9,4 litros en ciudad se sitúan por encima de la media de la competencia. En carretera, la comodidad es su gran virtud, gracias a una suspensión blanda pero no mareante, el 308 absorbe a la perfección las irregularidades del piso por lo que los viajes se hacen cortos y confortables. Eso sí, quien quiera sensaciones deportivas, que vaya pensando en otro modelo. Prueba de la apuesta de Peugeot por la "familiaridad" es que el 308 ya no tiene versión tres puertas. El interior también es muy agradable. Tanto las plazas delanteras como traseras son muy amplias (es un referente de su segmento en habitabilidad) y la amplia superficie acristalada hacen de él un coche muy luminoso que acentúa la sensación de espacio. Los materiales empleados son de calidad, en consonancia con la marca, y están bien rematados. El maletero, sin ser excesivamente amplio (348 litros), es suficiente para una familia de tres miembros. En cuanto al precio, esta versión berlina THP de 156 CV roza los 21.000 euros pero su equipamiento es amplio. 

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



EN NUESTRAS MANOS, LA BMW R 1200 R, UNA ROADSTER POLIVALENTE Y DELICIOSA

## Urbana para todo



➔ Suena raro calificar una moto de 1.200 cm<sup>3</sup> como urbana, pero es ciertamente este destino el más concurrido por las *roadster* de **BMW** en su ya extensa historia, primero con la **R 1100 R**, después con la 1150 y ahora con esta. En cada generación, una vuelta más de tuerca, un paso más hacia la perfección, de la que cada vez parece más cerca. En este 2011, la R 1200 R recibe una revisión a fondo del motor, con la que aumenta su potencia hasta los 109 CV, si bien lo que menos importa es eso y sí en cambio la mejora general en suavidad de funcionamiento del conjunto propulsor-transmisión de que goza esta generación.

La nueva R 1200 R sigue demostrando una adaptabilidad casi sin límites. Igual sirve para un uso dentro de la ciudad que para afrontar largos viajes o desplazamientos interurbanos de fin de semana. La estabilidad y seguridad en frenadas que aporta el Telelever delantero es ya a estas alturas incuestionable, y es cuando se encadenan curvas suaves o se viaja a velocidades medias con o sin acompañante cuando mejor se disfruta esta R 1200 R. Cuando viajamos lejos, la falta de protección aerodinámica penaliza la comodidad; por eso, en ese caso es mejor optar por la fabulosa R 1200 RT. La nueva R 1200 R, sin ser económica, tiene un precio razonable tratándose de una BMW: 11.995 €, 13.030 € si nos decantamos por el acabado *Classic* con llantas de radios y decoraciones especiales. 

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



EL NUEVO SISTEMA DE VOLVO QUE MEJORA LA ATENCIÓN AL CLIENTE

## "One Hour Stop"

Volvo Car España presentó el pasado mes de junio el concepto "One Hour Stop" a través del cual la marca sueca promete al cliente que no le hace perder tiempo, resuelve su problema completamente, le ofrece exactamente lo que quiere y reduce el número de decisiones que debe tomar para solucionar sus problemas. Veamos cómo lo consigue en el área de taller.

➔ El concepto "**One Hour Stop**" de **Volvo Car España** implanta una nueva planificación del taller para que éste sea más efectivo. La marca sueca asegura que ahora la capacidad del taller siempre está ocupada y se ha eliminado la necesidad de dejar horas libres para casos imprevistos. Así mismo, se saca el máximo rendimiento a las áreas de trabajo, a los profesionales de la reparación y se eliminan los tiempos de espera y las ineficiencias.

### Organización del taller

En la nueva estructura de los talleres de los concesionarios y servicios oficiales Volvo se ha creado un equipo compuesto por cinco técnicos y una nueva figura denominada **Andon**, encargada de solucionar problemas y ejercer funciones de apoyo, asesoría, jefe de equipo y gestión de tareas. Los cinco técnicos y el Andon trabajan juntos en tres elevadores, cuatro técnicos en parejas trabajan en dos elevadores y un trabaja en un solo elevador. Un cuarto elevador se usa para trabajos prolongados como, por ejemplo, la localización de averías. El Andon siempre está presente y presta su apoyo a los técnicos los cuales lo usan como recurso el 50% del tiempo. Esta disposición permite equilibrar las horas reservadas y nivelar la carga de trabajo en casos de ausencias de personal, de un número excesivo de reservas o de automóviles que han llegado al taller sin cita previa. Otra figura clave del taller es la del **técnico multicualificado (TMC)**, que, como su nombre indica, realiza multitud de funciones: planificar, reservar cita, recibir al cliente, preparar y explicar la factura al cliente, etc. Su tarea está exclusivamente centrada en el cliente con las ventajas que ello comporta: una sola persona asume los posibles fallos y malos entendidos de los que desmarca a los técnicos y el cliente aprecia que siempre hable con la misma persona cuando acude al concesionario.

Aunque el concepto se denomine "**One Hour Stop**", no todas las tareas se realizan en una hora pero el objetivo es que el cliente se espere en el concesionario para no tener que acudir dos veces a él (a entregar el coche y a recogerlo). Para ello, mientras espera los concesionarios Volvo les ofrece información o asesoramiento personal sobre su vehículo, la posibilidad de probar algunos de los nuevos vehículos amén de poder tomar un café o



Técnicos atendiendo al Andon, profesional con funciones de gestión de tareas, jefe de equipo, asesoría, etc.

De los cinco técnicos, cuatro trabajan en parejas como la de la imagen en dos elevadores y uno solo en un elevador.



un refresco o conectarse a Internet en la sala de espera. Por ejemplo, al llegar al tercer o cuarto mantenimiento programado, es una ocasión excelente para mostrarle nuevos modelos o invitarle a que haga una conducción de prueba, es decir, mantenerlo al día sobre la gama Volvo por si tiene intención de cambiar de vehículo. Volvo Car España inició la implementación del "**One Hour Stop**" a finales de 2010 en dos ta-

lleres, **Auto Elia**, de Madrid y **Auto Sweden**, de Valencia. En junio inició una segunda fase de expansión en la que asumirán el concepto cuatro talleres más. Este mes de septiembre se sumarán otros diez talleres y el resto implementarán el OHS a lo largo de 2012 y 2013, año en el que Volvo confía en tener a toda su red trabajando bajo este concepto. 

[www.volvocars.com/es](http://www.volvocars.com/es)

# 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



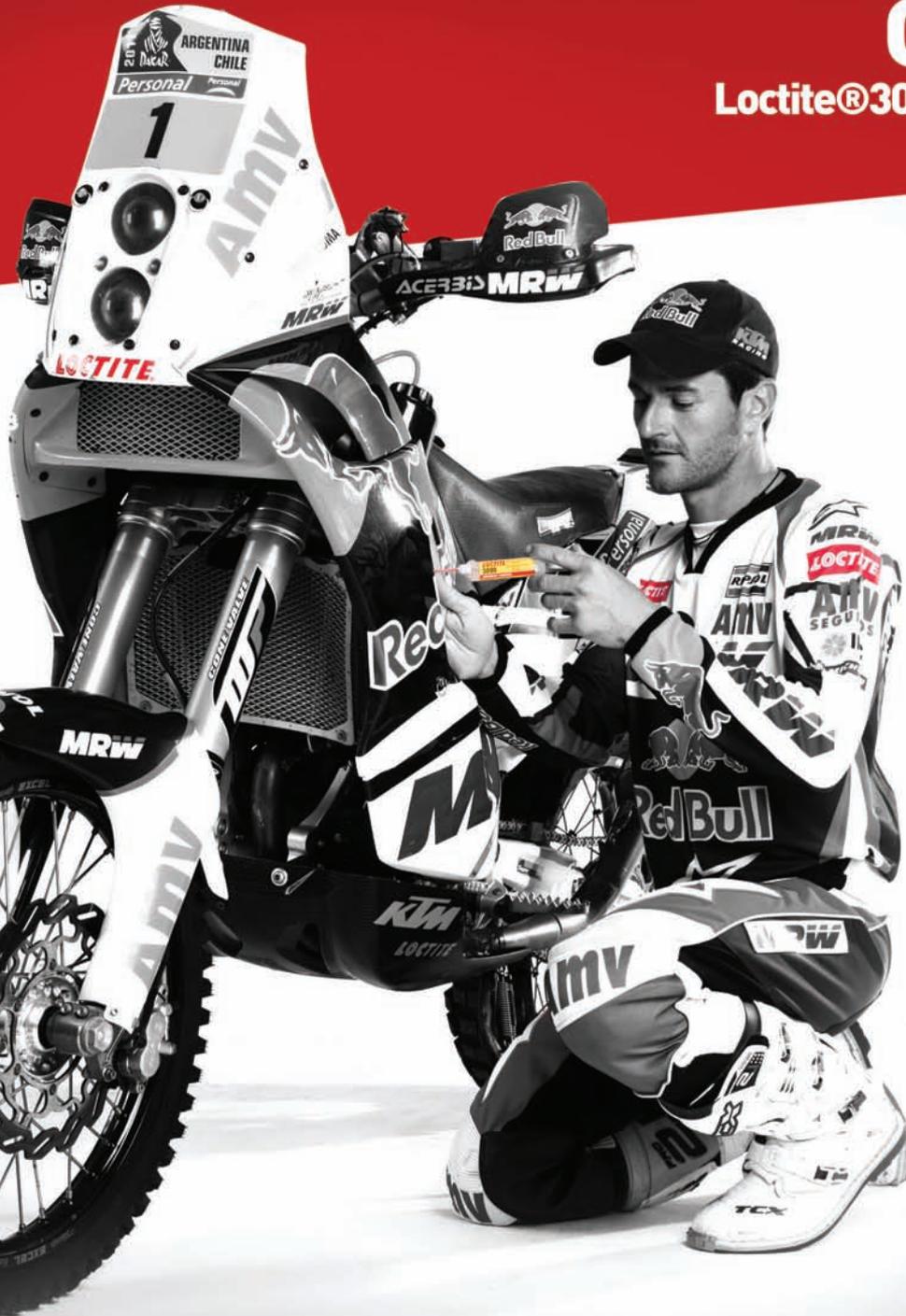
BARCELONA ■ BILBAO ■ MADRID ■ MÁLAGA ■ MURCIA ■ VALENCIA



# LOCTITE®

## LA CLAVE DEL ÉXITO: CONTAR CON UN GRAN EQUIPO

Loctite®3090 y Marc Coma, inseparables



El nuevo **Loctite®3090** representa lo último en tecnología de adhesivos bicomponentes, combinando una alta capacidad de relleno de holguras con una óptima adhesión y curado rápido. Es el compañero de viaje ideal para los participantes del Dakar, por su facilidad de aplicación, su rapidez y su alta resistencia.

Descubre más en [www.loctite.es](http://www.loctite.es)



### Loctite® 3090

- ➔ Cianocrilato bicomponente en gel.
- ➔ Gran capacidad de relleno de holguras.
- ➔ Alta resistencia y curado rápido.
- ➔ Ideal para reparaciones de emergencia.

**Henkel**

Excellence is our Passion