

# 342

noviembre 2011

www.mryt.es

mundo recambio y taller

# mryt

DESDE 1980 LA REVISTA DE LA POSVENTA DEL AUTOMÓVIL



16

## Klarius-QH

Mujeres al poder...



20

## AD Parts

Sumando en la directiva

## Grupo Serca Automoción



50

## Resumen del XXII Congreso



56

## Componentes de dirección y suspensión

### Elementos vitales

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



NEUMÁTICOS DUNLOP con tecnología de competición

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

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

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

BMW Motorsport  
Technical Partner

**DUNLOP**  
FEEL THE ROAD

www.dunlop.es

## ADEMÁS

### FILTROS GARTÉS, MOTIVANDO EN SU PARTNERS IN QUALITY

### REGAMBIO LETAL...CAMPAÑA CONTROVERTIDA

### CEGAUTO: CONGRESO E INAUGURACIÓN

### EQUIPAUTO, LO QUE VIMOS...

# 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



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

## SUSCRIPCIONES

Departamento propio  
suscripciones@ceiarsis.com

## PRODUCCIÓN

### Impresión

Gramagraf, S. C. C. L.

**PRECIO DE LA SUSCRIPCIÓN**  
**92 € (1 año)**

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

noviembre 2011

## Equipos, profesionales, personas

El tema no es nuevo.

De hecho, en estos tiempos difíciles, tan plagados de incertidumbres, los profesionales con entusiasmo a prueba de bomba, los *gurús* profesionales con discurso a prueba de bomba o, en el peor casos, los meros oportunistas con muy poca vergüenza y menos escrúpulos a quienes deberíamos poner a prueba de bomba, plantean la cuestión sí o sí.

Detrás de cada acción profesional, detrás de cada departamento, detrás de cada empresa o entidad, están los equipos conformados de **personas**.

Personas con nombre y apellidos. Con vida fuera de este *intramundo* (y hemos querido poner eso, aunque a veces dan ganas de poner "inframundo"), con sus casos y sus cosas, con sus tics, con sus aficiones, con sus filias y sus fobias.

Más de 30 años en el sector dan para mucho.

Para muchas entrevistas, largas conversaciones en esperas de aeropuertos o en muchas horas de vuelo o en largas rutas por carretera, sin contar los *coffee breaks*, almuerzos, cenas, y alguna copa por ahí. Quien más quien menos, conoce a la gente de esta casa; si por algo nos caracterizamos es por nuestra voluntad de servicio. Y ahí lo vamos a dejar.

Pero es que eso es recíproco.

Conocemos desde hace años, muchos, a un sinfín de nombres propios. Y a algunos muy bien. Y, de la misma manera que sabemos valorar a "ojímetro", cómo se "ve" una feria, podemos apreciar con bastante aproximación a los **profesionales** con los que nos encontramos en esta posventa de Dios. Y, sí, las personas lo son todo. De ellas, de su empatía, de su ilusión, de su motivación, de su capacidad de entusiasmar, de su generosidad en el trabajo conjunto, de su accesibilidad, y, por supuesto, de su preparación y profesionalidad, depende que un proyecto o una empresa consiga salir adelante más o menos, airoso o brillante y veloz como un rayo. Y que hace que seguir la trayectoria de su trabajo en las compañías en las que lo desarrollan sea un placer, una satisfacción y un ejemplo. Sean clientes o no lo sean.

De esas personas tenemos la infinita suerte de conocer una lista muy larga. A quienes deberíamos decir (como proponía Raúl Calleja, en una actividad de su método FAS -ya lo leerán en estas páginas-) mucho más a menudo lo buenas que son y lo bien que lo hacen, lo mucho que las apreciamos.

Por eso la posventa es lo que es: un sector fuerte. Potente, luchador y (por fortuna para nosotros) lleno de amigos. De los de verdad, de los que cuentan. De los que compartirías con ellos tu tiempo libre.

Por desgracia, de las otras también hay. Menos, pero las hay. Elementos que emponzoñan lo que tocan, que malean, estorban, bloquean sin ton ni son, con quienes la diplomacia aprendida a base de pulirla con los años se debe emplear a fondo para salvar "momentazos", por el bien del trabajo.

Pero no se queden con esto, no merecen un pensamiento.

Quédense con lo anterior: equipos, profesionales, personas que merecen todo nuestro respeto, colaboración y tantas, tantas veces, nuestro sincero afecto.



# sumario 342

noviembre 2011

(a)

## Actualidad

### 06 NOTICIAS

Un mes más con las informaciones del sector; más en nuestra web: [www.mryt.es](http://www.mryt.es)

### 09 DISTRIBUIDORES

#### Creciendo

Grupo Peña Automoción inauguró centros en Chiclana y El Puerto de Santa María.

### 10 DISTRIBUIDORES

#### Un sueño hecho realidad

V Congreso Partners in Quality de Cartés.

### 14 FABRICANTES

#### Tenneco Innovación

Inauguración del centro tecnológico y de investigación en Ermua.

### 16 ENTREVISTA

#### Women Power

Charlamos con Heloísa Monzani y Gema Calvo, las dinámicas directivas de Klarius-QH.

### 20 DISTRIBUCIÓN

#### Sumando esfuerzos

Juan Carlos Marín se incorporó a AD Parts; Josep Bosch y él nos atendieron en Riudellots de la Selva, Girona.

### 24 FABRICANTES

#### Recambio Letal, una campaña "impactante"

Y, como mínimo, controvertida...

### 44 DISTRIBUIDORES

#### Potencia Levantina

Inauguración de la tienda de Grovisa en Sedaví, Valencia.

### 46 DISTRIBUCIÓN

#### Comprometidos contigo

Celebrada la Convención CECAUTO Centro.

### 49 FABRICANTES

#### Conocimiento como valor añadido

Inauguración del Centro de Formación Continental en Alcobendas.

### 57 TALLERES

#### Las tecnología 3D de Audatex

Asistimos a un día de reparación con el nuevo e innovador producto.

### 50 DISTRIBUIDORES

#### De camino hacia el progreso

XXII Congreso de Serca, en Mérida.

### 58 EVENTOS

#### Concentración máxima

EquipAuto comprimió la posventa en dos pabellones...

### 64 TALLERES

#### V Jornadas Innotaller

Siguiendo con la innovación práctica en los talleres.



24



20



44



46



54



57

(t)

## Temas del mes

### 54 MERCADO

#### Duro Fajador

Componentes de dirección y suspensión.

## Suplementos



108 2011

27

65

50





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

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



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

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

**Continental**   
**CONTITECH**



También ha suscrito un acuerdo comercial con Midas

## Launch presenta la base de datos Data Launch

Launch Ibérica ha lanzado un nuevo servicio posventa para el taller, la base de datos **Data Launch**. Su contenido es excepcional al incluir más de 45.000 planos técnicos y gráficos. Además, están vinculados a **TecDoc** para facilitar un enlace directo a su catálogo de piezas. La Data Launch se estructura a partir de un menú principal ordenado en siete categorías y permite seleccionar el vehículo a través de la marca, modelo, motor y año. A partir de aquí, se accede a multitud de contenidos: diagnóstico de componentes, códigos de error, intervalos de revisión, esquemas eléctricos del motor, airbag, elementos de confort, ABS, climatización, cambio automático, etc. e información sobre las correas de distribución, pares de apriete, desglose de componentes, datos de ajuste, datos sobre lubricantes de fluidos, tiempos de reparación, etc.

Siguiendo con la actualidad de este proveedor de equipos de diagnosis y de taller, ha alcanzado un acuerdo con **Midas** a través del cual suministrará la solución de diagnosis **X431 Diagun** a la red de centros de mantenimiento del automóvil. Launch proporcionará un pack de marcas configurado en exclusiva para Midas que incluye los modelos de vehículos que más entran en sus centros y un paquete formativo para todos los talleres que adquieran el X431 Diagun, un equipo de diagnosis que destaca por su versatilidad y practicidad. ●

www.launchiberica.com

El socio de GECORUSA también contará en breve con nuevas instalaciones

## Recambios Gaudí estrena web

**Recambios Gaudí**, firma distribuidora de Parets del Vallès (Barcelona) y socio del grupo de distribución **GECORUSA**, ha renovado por completo su página web.

Ahora diseñada y gestionada por ella misma, a través de **www.recambiosgaudi.com** los clientes pueden realizar sus pedidos (mediante contraseña para mayor seguridad) y todos los interesados pueden conocer sus novedades a nivel de producto y promociones que va lanzando periódicamente. No faltan tampoco interesantes secciones como Historia, Viajes de incentivos, Catálogos de los fabricantes, Consultas o Productos. El gerente de Recambios Gaudí, **Antonio**

**Tejada**, explica la apuesta por esta nueva web: "nuestra voluntad es seguir actualizándonos y fomentar el desarrollo de la venta en la red, que ya es de un 45 por ciento de la facturación de la compañía puesto que un 95 por ciento de las tiendas emplean esta medio, algo menos el taller, aproximadamente un diez por

ciento que podría llegar al treinta pero a largo plazo. Queremos que este porcentaje de ventas on-line crezca y, de hecho, ya ha habido contactos con posibles clientes debido a esta renovación".

Apuntar que en los próximos días Recambios Gaudí inaugurará su nueva sede de más de 5.000 metros cuadrados y que está situada a menos de un kilómetro de la actual del Polígono Industrial Sector Z de Parets del Vallès. ●

www.recambiosgaudi.com



El cuarto país del mundo en que más crece

## Aumenta el hurto en la distribución española

Recientemente se presentó el **Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2011**, un estudio anual realizado por el **Centre for Retail Research** en Reino Unido y que cuenta con la ayuda de **Checkpoint Systems**, un proveedor de soluciones para la gestión de pérdida desconocida. Este Barómetro no deja en muy buen lugar a España que ha situado en 2011 como el cuarto país en que más ha aumentado el hurto en comparación con 2010. Concretamente, los recambios de automóvil, artículos de ferretería, bricolaje y materiales de construcción alcanzaron un índice de pérdida desconocida del 1,77% del porcentaje de las ventas. En nuestro país, el hurto externo de clientes (49,6% del total de

hurto), el causado por los propios empleados (29,4%), por proveedores (5,4%) y los errores internos (15,6%) han costado a la industria del retail 2.946 millones de euros, lo que equivale al 1,4% de las ventas de las tiendas. El índice de crecimiento español es del 7,7% frente al 6,6% mundial. Uno de los motivos del aumento de los robos es la menor inversión en seguridad. La distribución ha invertido este año en seguridad 782 millones de euros (un 0,30% del porcentaje de las ventas), dos millones de euros menos que en 2010. ●

www.retailresearch.org /  
www.checkpointsystems.com



**Ufi Filters Iberia** editado su nuevo **catálogo 2012-2013**. Esta versión impresa suma 1.800 referencias en filtros de aire, aceite, combustible y de habitáculo. Con esta cifra, el número de aplicaciones asciende a 45.000 y el de referencias cruzadas, a 64.000. Con ellas, la oferta de filtración **Ufi** alcanza el 96% de cobertura del parque europeo de turismos y vehículos comerciales. 140 referencias son de nueva factura y buena parte de ellas llegan para ampliar la cobertura de los vehículos de origen asiático y estadounidense. Toda la información recopilada en esta edición de papel también está disponible en CD-Rom y en la versión on-line incluida en la web. ●

www.uffifilters.com

www.uffifilters.com

Ya está disponible en el mercado posventa el **catálogo 2011/12 de alternadores y motores de arranque Denso**. Esta nueva edición amplía la oferta en 27 nuevas aplicaciones en motores de arranque y 39 en alternadores. El destino de las nuevas aplicaciones en alternadores son modelos como los Toyota Avensis y RAV4, el Alfa Romeo Spider, el Range Rover Sport mientras que ya pueden montar motores de arranque Denso vehículos como los Nissan Primera y X Trail, el Volkswagen Bora o el Audi A3. Destaca la oferta de alternadores y motores de arranque Denso para Toyota ya que cubre el 95% de sus necesidades. ●

www.denso-europe.com

www.denso-europe.com





La distribuidora lucense **Recambios Frain** ha puesto en marcha una **biblioteca de uso interno** para que sus empleados mantengan su formación. Ya se pueden consultar varios títulos especializados en cuestiones técnicas y de empresa y el fondo editorial irá aumentando paulatinamente. Recambios Frain es socio de **GEORUSA, Urvi** y **Gecofersa**. ●

www.recambiosfrain.com

El grupo de distribución **Dipart** sigue ampliando su gama de productos de marca propia **DP**. Recientemente ha editado el nuevo **Catálogo DP de Productos Químicos**. Paralelamente, está proporcionando a los talleres trípticos informativos sobre el aceite. ●

www.dipart.es



Allí confirmó su apuesta por la innovación y la mejora de los centros

## Midas celebró su convención anual

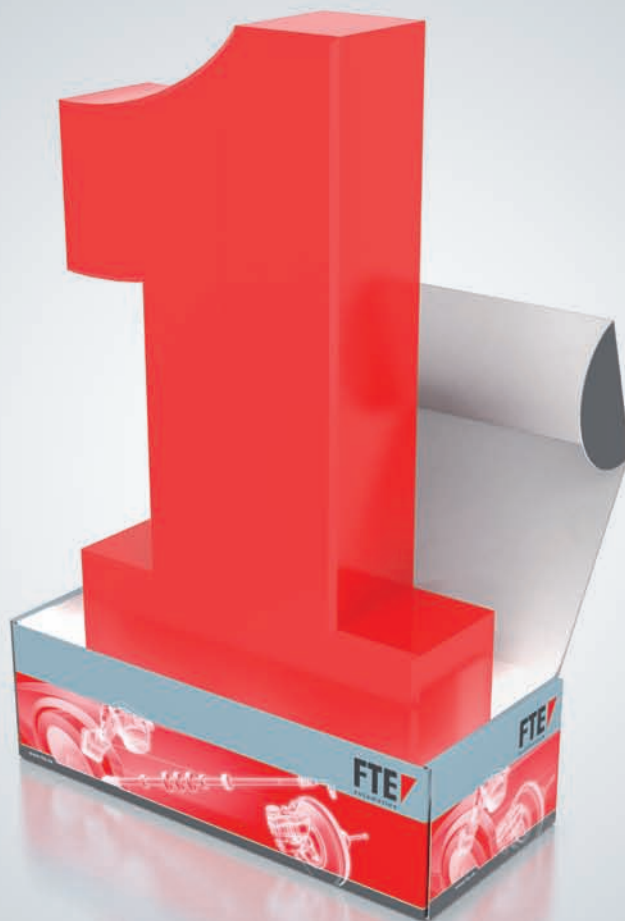
Ávila acogió del 21 al 23 de octubre la decimoséptima edición de la **Convención Nacional de Midas**. Bajo el lema "Nuestro compromiso, nuestra fortaleza" la cadena de centros de mantenimiento definió su plan estratégico 2012. Dicho plan pasa por la innovación, la mejora en la eficiencia de los centros y el impulso al desarrollo de la red.

**Alain Flipo**, director general de Midas España, en su intervención comentó: "durante todos estos días todo el equipo Midas ha podido trabajar en las líneas de actuación del próximo año y hemos podido poner en común experiencias y compartir los objetivos de la marca. Así mismo, hemos constatado el gran éxito que la Revisión Oficial Midas ha recabado entre los conductores españoles". En el encuentro también estuvieron presentes, como cada año, las principales empresas que colaboran con Midas. **Goodyear, Tenneco, Federal-Mogul, Bosal, Varta, Syncro Diffusion** o **Filtros Cartés** contaron con un espacio dedicado a la exposición de sus productos y novedades. En total, participaron 46 representantes de 21 empresas de aprovisionamiento de los talleres Midas, red que está presente en la mayor parte del territorio español con 143 centros, 121 gestionados en régimen de franquicia y 22 propios, donde ofrece un servicio integral de mantenimiento del automóvil. ●

www.midas.es

La gama de **escobillas limpiaparabrisas Hella** se ha ampliado con la introducción de 21 nuevas referencias, trece para turismo y ocho para vehículo industrial. Las nuevas escobillas se venden por separado en blísters individuales lo que facilita al taller la compra del número exacto de unidades en función de las necesidades reales del usuario. Destacan por su fácil instalación y por su resistencia, derivada del empleo en la hoja de grafito recubierto de caucho, de la estructura con acero reforzado y de sus remaches en acero antioxidante. Así mismo, se presentan ya sin articulaciones para proporcionar un mayor silencio e impedir la formación de polvo en verano o hielo en invierno. ●

www.hella.es



## 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



**Mann+Hummel Ibérica** patrocinó la **Carrera de la Mujer Contra el Cáncer** que se disputó en Zaragoza el pasado 13 de noviembre. Más de cincuenta trabajadoras del fabricante de filtros participaron en esta carrera cuyo lema fue "Nunca estarás sola contra el cáncer" y que estuvo organizada por **Eventos Sport Life**. Además, para facilitar que las corredoras pudieran participar en esta iniciativa solidaria, Mann+Hummel Ibérica instaló una carpa-guardería para trabajadoras y amigas donde sus niños pudieron pasar un rato divertido con monitores especializados. Una prueba más del compromiso Mann+Hummel Ibérica con la responsabilidad social empresarial. ●

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

**Auto Industrial Basconia** celebró del 8 al 12 de octubre su primer **viaje de incentivos** y escogió la bella localidad de **Praga**, capital de la República Checa. En total, asistieron 61 personas, la mayoría clientes de AD Basconia. En representación del socio de **AD Parts** de Basauri (Bizkaia) viajaron **Iñaki Hermosilla, José Ángel Gago y Txema Rocillo**. Desde AD Basconia se han felicitado porque el viaje fue todo un éxito. La previsión es que haya una segunda edición y, aunque no está ni mucho menos decidido, ya se han barajado lugares como Croacia, Noruega, Italia o Estados Unidos. ●

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



## Más de cuarenta empresas han confirmado su participación **Expomóvil Comercial atrae al sector**

**Expomóvil Comercial**, feria de la posventa que se celebrará en Barcelona del 15 al 17 de marzo de 2012, está despertando el interés de la posventa. Su comité organizador ha anunciado que ya han confirmado su participación como **expositores más de cuarenta empresas**. Algunas firmas que montarán stand son **Autoplanet Transmission, Central del Recambio Original y Automoción, GC Nuevas Tendencias en Comunicaciones, Grupo Serca Automoción, Industrias Conesa-Heco, Launch Ibérica, Miac, Phira Componentes de Automoción,**

**Tech Parts Trading, Turbo 3 Tridiesel Comercial y VTEQ.**

El objetivo que se han marcado en esta primera edición lo resume **José Miguel García**, director del evento: "Expomóvil Comercial quiere ser el revulsivo que necesita la posventa del automóvil para revitalizar las ventas y aumentar los contactos comerciales". La cita aspira a reunir soluciones, equipos, tecnología y oportunidades de negocio para los talleres y las tiendas de recambios. ●

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

### Lee al minuto estas noticias y muchas más en



- Cursos on-line Audatex
- Diez años de Imágenes de Rally
- Acuerdo tecnológico entre Sogefi y Ascamm
- Gt Motive, proveedor de Pelayo Seguros
- Hella inicia su campaña "La luz es vida"
- Jon Ander García, nombrado presidente de SIGNUS Ecovalor
- José María Pujol, reelegido presidente de SERNAUTO
- La revisión de los amortiguadores, prioritaria en invierno
- Autoequip abre taller en Barcelona
- Velyen apuesta por asanetwork
- Madrid acoge dos nuevos BestDrive
- La seguridad, prioridad del nuevo Michelin Primacy 3
- Midas se refuerza abriendo un nuevo centro en la ciudad de Oviedo



## La gama superior de Calentadores diesel

NGK es equipo original en: Alfa Romeo · AMG Mercedes · Aston Martin · Audi · Bentley · BMW · Citroën · Daewoo · Daihatsu · DaimlerChrysler · Ferrari · Fiat · Ford · General Motors · Honda · Hyundai · Isuzu · Jaguar · Kawasaki · Kia · Lancia · Lexus · Lotus · Maserati · Mazda · Mitsubishi · Nissan · Opel · Peugeot · Renault · Rolls-Royce · Rover · Saab · Seat · Skoda · Subaru · Suzuki · Toyota · VW · Volvo



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



GRUPO PEÑA  
INAUGURA DOS  
NUEVAS TIENDAS EN  
CHICLANA Y EL PUERTO  
DE SANTA MARÍA

# Creciendo



Se trata de uno de los distribuidores, miembros de Group Auto Union España, más proactivos en sus acciones, y los que siguen su trayectoria expansionista abriendo nuevas tiendas para estar más cerca de sus clientes.

El pasado 30 de septiembre, **Grupo Peña** celebraba la inauguración de dos nuevas tiendas situadas en **Chiclana** y **El Puerto de Santa María**.

Ambas tiendas, con cinco personas en cada una de ellas (algunos derivados de Jerez, más 4 nuevas incorporaciones), suponen la continuidad de la estrategia del distribuidor miembro de GAUE de llegar más directamente a los clientes en cartera, y conseguir fidelizar a aquellos a los que no llegaban por no disponer de un servicio puntual, eficaz y directo, como es lema en la casa.

La sede de Chiclana tiene 360 m2 de almacén y la de El Puerto 550m2 y ambas manejan unas 5.600 referencias.

Para celebrar la inauguración, los directivos de Grupo Peña invitaron a los clientes de cada una de las zonas, y a sus proveedores (**TAB, Motul, Mahle, Bosch, Diavia, KYB, Mann+Hummel, TRW, Hella, Michelin, Delphi, Valeo Service, ZF Services, SKF y Gates**).

Tras la visita a cada una de las tiendas, se reunieron en Jerez, en las bodegas de **González Byass**, donde celebraron un ágape. Con estas dos nuevas tiendas, los puntos de Grupo Peña suman ya 26, y ya hay en proyecto dos nuevas sucursales, en las que se está trabajando. ●

www.gpautomocion.com



Los invitados, en la velada prevista en las Bodegas González Byass



Fachada del nuevo punto de venta en Chiclana. El Puerto de Santa María, territorio Peña.

Además de las ponencias informativas o motivadoras, a cargo de profesionales del sector, la compañía habló de sus productos y de una nueva herramienta, la DBiz, operativa ya en su primera parte.



V CONGRESO PARTNERS IN QUALITY DE FILTROS CARTÉS

# Un sueño hecho realidad

El 3 y 4 de este mes se reunieron en Madrid los clientes y proveedores de **Filtros Cartés** para celebrar el **V Congreso Partners in Quality** en el que los expertos distribuidores, uno de los más grandes de filtración en toda Europa, pretendían dar a conocer novedades de producto y empresa; diferentes lemas: "Un mar de filtros, un océano de posibilidades", y "De profesional a profesional". Y eso es lo que fue.

## Negocio...y ocio

Durante la primera parte de la Convención, en la mañana del jueves, tuvo lugar una charla muy interesante de **Wix Filters**, en la que se incidió en sus nuevos filtros **Ecolast**, filtros de aceite para obra pública que optimizan la eficiencia de la maquinaria. Por la tarde **Sogefi** con la presencia de **Gabriel Recasens**, director de marketing y de ventas en Portugal, y su delegado en la zona centro se dirigió a los asistentes para hablar de filtración para automoción y de sus opciones en cartera. También hubo charlas por parte del equipo de ingenieros de Cartés, acerca de sus marcas propias **Step Filters**, **Aldair** y **Step Industrial Filters**, así como otras marcas tales como **Turbo II** o **RMF**. Tras las charlas, tuvo lugar la sorpresa prevista por el equipo directivo para los asistentes: se preparó una

actividad en **Xanadú** y aunque la mayoría de los clientes no había esquiado nunca, disfrutaron muchísimo de poderlo hacer. La experiencia sirvió además para estrechar lazos, y en definitiva, reforzar el espíritu *Filtros Cartés Partners in Quality*.

## Mann+Hummel, hay futuro

Con su habitual solvencia, **Ricardo Peris**, jefe de ventas de **Mann+Hummel Ibérica** realizó un repaso breve pero intenso de su compañía, para pasar a glosar las **10 razones para el optimismo**: Buscar una misión y un objetivo midiendo la estructura y trasladándola a la red; Lograr conjuntamente el liderazgo de Mann+Hummel en 2018 ganando dinero al igual que los clientes; Existe un mercado en crecimiento en el terreno de la filtración (no sólo de automoción, sino en

otros subsectores como maquinaria); Existen clientes, si se actúa integrándolos, con transparencia, segmentándolos y formando a la red comercial para que les atiendan; Hay producto en los almacenes de Cartés, en Mann+Hummel para dar un servicio altísimo; Hay proveedores, siendo momento de confiar en proveedores de OE de primera línea y no atender a "cantos de sirena"; Confiar en el marketing para realizar análisis de productos, para realizar patrocinios, cooperaciones, etc; Hay dinero pese a los problemas puntuales de flujo; El mantenimiento, y los filtros en él se están salvando en la caída de ventas; Juntos (distribuidores, Cartés, Mann+Hummel) se conforma un equipo ganador. Terminó proyectando una serie de frases con las que reflexionar, claramente motivadoras a la proacción, y animó a abandonar la rutina para variar en la operativa de los negocios.



Ricardo Peris, durante su intervención.

Una intervención con agradecimiento...



La mesa sigue atenta la evolución de la charla del jefe de ventas de Mann+Hummel Ibérica.



Exposición de productos en una amplia zona de la sala.



Roberto Aldea, que incorporó el anagrama del método en la mesa presidencial y en su credencial, premiaba la actitud 2.0 que transmitió Calleja...



Como ponente invitado, Raúl Calleja, quien no tanto para hablar de Motortec A.I. como para motivar a los asistentes con su método FAS



Esquema de la Plataforma DBiz presentada en el Congreso.



Marco Antonio Colín, hablando de la calidad de las marcas propias de Cartés.

Lluvia de reconocimientos en forma de estatuilla a todos los partners que han realizado una buena labor con la marca Step.





Vindemial Aldea acudía para dar las gracias comentando que los éxitos de la empresa siempre serán un poco suyos.

### Filtros Step y Aldair, calidad asegurada

**Marco Antonio Colín**, quiso hablar de las marcas de Cartés centrándolas en la calidad; comentó que las marcas, creadas hace dos años tienen calidad OE, ya que los proveedores superan los protocolos de calidad de los fabricantes, y ha supuesto introducir un filtro en Citroën OE y ser la primera marca en filtración eólica. La consigna, terminaba, es "dar servicio a través de la calidad y así sí se puede llegar al millón de unidades vendidas".

### Motivando al personal con el Método FAS

Como ponente invitado, **Raúl Calleja** quien ofreció una excelente y motivadora ponencia sobre el "marketing de las emociones", explicando cómo, yendo por un "camino distinto al habitual" se pueden obtener resultados. Calificando a la situación actual como "Tormenta Perfecta" realizó una llamada al entusiasmo, al trabajo a volver a la cultura del esfuerzo, a la proacción, buscando las singularidades y puntos fuertes para ofrecérselos a los clientes logrando su fidelización, llegando a lo que él denominó "actitud 2.0"



Pedro Pérez Romero, de Repuestos Illescas recibió placa de reconocimiento.



Félix de León Sinovas y su hijo Diego de León Yelo, de Pauleón Automoción, recibieron la placa por ser empresa el partner más reciente.



Francisco Rafael López Díaz, segunda generación de Recambios Marcelo recibió la placa por toda la trayectoria trabajando con Cartés.

generando confianza y un beneficio mutuo, presentando su método FAS (Fuerza, Armonía y Sabiduría) que consiste en rodearse de gente positiva, contagiar optimismo y aprendiendo de los errores, pero saliendo de la zona de confort innovando.

### DBiz, el sueño de Roberto Aldea

"Lo que os voy a contar se me ocurrió a los 17 años en una litera estudiando fuera de España" empezaba un ilusionado **Roberto Aldea**; y relataba la evolución e importancia cada vez mayor de las nuevas tecnologías, y la labor de búsqueda de una herramienta que supusiera simplificar los negocios; la página supone ya 1946 usuario, 224 empresas, 20900 consultas este

año, 2164 envíos a 3as partes.

La nueva plataforma **DBiz** que presentaba, recogía toda esa experiencia en el desarrollo del negocio para realizar la operativa de una manera aún más sencilla, rápida y personalizable, con un sinfín de funcionalidades. Para realizar las pruebas, se contó con la ayuda de una empresa, **Cohidrex**, quien glósó las facilidades que trabajar con esta nueva herramienta ha supuesto.

Tras una primera parte operativa, en enero se activará la segunda.

### Premios

La última parte de la reunión fue para entregar reconocimientos: **Pedro Pérez Romero**, de *Repuestos Illescas* recibió la placa, como siguiente generación de la empresa unidos a Cartés por tantos años de trabajo.

**Félix de León Sinovas** y su hijo **Diego de León Yelo**, de *Pauleón Automoción*, recibieron la placa por ser empresa el partner más reciente y en tiempos como los actuales, la apuesta mutua tiene un gran valor y además los resultados están siendo muy positivos.

**Francisco Rafael López Díaz**, de *Recambios Marcelo* recibió la placa de manos de **Vindemial Aldea** quien hizo una especial mención acerca de su padre, y de cómo empezó a visitarle y, aunque no estaba interesado, se dio cuenta de que era capaz de encontrarle y servirle cualquier tipo de filtro. Para terminar con una lluvia de reconocimientos en forma de estatuilla a todos los partners que han realizado una buena labor con la marca Step, entregados por el equipo comercial de Cartés. ●

📍 [www.filtroscartes.net](http://www.filtroscartes.net)



Vindemial Aldea fue el encargado de clausurar el Congreso.



262 días en el taller.  
Cientos de sabios consejos.  
3 futuros mecánicos.  
**1 MARCA DE FILTROS.**



### **MANN-FILTER, LA MARCA DE CONFIANZA.**

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

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

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

# **MANN FILTER**

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



## ASISTIMOS A LA INAUGURACIÓN DE SU NUEVO CENTRO DE I+D EN ERMUA (BIZKAIA)

# Tenneco Innovación

Así ha bautizado el proveedor de componentes de automoción a su nuevo Centro de Investigación y Desarrollo (I+D) situado al lado de la planta de amortiguadores de la localidad vizcaína de Ermua. Con este centro, fruto de la colaboración con el AIC-Automotive Intelligence Center, Tenneco consolida sus recursos de ingeniería en una sola entidad.

**Tenneco** inauguró el pasado 28 de octubre **Tenneco Innovación**, un **centro de innovación y desarrollo (I+D)** situado al lado de la planta de fabricación de amortiguadores de Ermua (Bizkaia). Este proyecto, en el que se han invertido 2,2 millones de euros, es consecuencia de la colaboración entre Tenneco y el **AIC-Automotive Intelligence Center** y se erige en el centro global de competencias clave para el desarrollo de la **tecnología CES** de última generación en colaboración con el **Centro de Tecnología e Ingeniería de Monroe (METC)** que Tenneco posee en Bélgica. Así mismo, con este centro, la multinacional proveedora de componentes de automoción consolida los recursos de ingeniería presentes en nuestro país en una sola entidad. Recordemos que la **tecnología CES** es un **sistema de suspensión electrónica de control continuo** que mejora el compromiso entre confort y estabilidad y cada vez más generalizado entre los vehículos que apuestan por suspensiones electrónicas. Desarrollado junto con **Öhlins Racing**, mejora la suavidad de la marcha y el ruido, la vibración y la aspereza consiguiendo el mejor compromiso antes mencionado. El CES cambia la sensación de la marcha de un vehículo gracias al ajuste continuo de los niveles de amortiguación de los amortiguadores a las condiciones de la carre-

tera y a las dinámicas del vehículo como la velocidad, los giros, las curvas y la información recogida por el conductor.

### Actividad y objetivos

Las instalaciones de Tenneco Innovación cuentan con **1.971 metros cuadrados** de superficie. En ellas **trabajan 59 profesionales**, en su mayoría ingenieros, que se dedican al desarrollo de conceptos, diseño, comprobación e industrialización de innovaciones tecnológicas en cooperación con las sedes centrales europeas de I+D de Tenneco en Bélgica (amortiguación) y en Alemania (control de emisiones). El director de Tenneco Innovación es **Pedro Fuentes**.

En el acto oficial de inauguración varias intervenciones sirvieron para constatar la importancia de la puesta en marcha de este centro de innovación. **Josep Fornós**, vicepresidente de Europa, América del Sur e India de Tenneco se desplazó hasta Ermua para afirmar que *"Tenneco Innovación nos ayuda a cumplir nuestros objetivos de sacar productos innovadores al mercado y, al mismo tiempo, desarrollar talento en ingeniería dentro del sector del automóvil"*. Así mismo, recordó que *"el éxito de Tenneco es el resultado de su capacidad para innovar productos y soluciones que ayuden a*



El nuevo centro de I+D ocupa casi 2.000 metros cuadrados y está ubicado al lado de la planta de fabricación de amortiguadores de Tenneco en Ermua (Bizkaia).

*los fabricantes de equipos originales de todo el mundo a diferenciar sus vehículos. Nuestros clientes buscan socios tecnológicos que les ayuden a aumentar su competitividad añadiendo valor gracias a tecnologías innovadoras y de calidad con un coste razonable"*. Tampoco se olvidó del AIC-Automotive Intelligence Center: *"la colaboración con AIC proporciona un mayor acceso a una gama más amplia de recursos tecnológicos y la oportunidad de trabajar conjuntamente en proyectos en los que podamos*



Tenneco Innovación trabajará, entre otras actividades, en el desarrollo de la tecnología de amortiguación CES de última generación.




En primer plano, Josep Fornós, vicepresidente de Europa, América del Sur e India de Tenneco. A su derecha, Sandro Paparelli, vicepresidente y director general de Sistemas de Suspensión en Europa.

aprovechar nuestra experiencia en la definición y el desarrollo de la próxima generación de vehículos”.

**Sandro Paparelli**, vicepresidente y director general de Sistemas de Suspensión en Europa de Tenneco, explicó la “hoja de ruta” de tecnología de suspensión de la gigante de origen estadounidense. En producción o listo para producción tiene soluciones como la válvula BOCS, el conjunto Kinetic H2 CES (evolución del CES), el Kinetic H2 para ATV, los amortiguadores de asiento de velocidad variable y los de compresión a alta velocidad. En desarrollo y pensados para su producción entre 2012 y 2015 están el amortiguador monotubo ligero de pared fina, el CES II con válvula externa, el amortiguador con bioaceite y de tubo doble de aluminio, el sistema de válvulas FSD, la válvula digital DRiV, la nivelación hidráulica, el amortiguador regenerador para CVS integrado, la válvula interna semiactiva o el sistema activo ACOCAR. Paparelli recalcó que la suspensión electrónica controlada continuamente CES se produce en Ermua y que Tenneco desarrolla tecnologías de amortiguación cuyo objetivo es reducir costes, ser asequibles o minimizar el consumo de combustible. Buen ejemplo de ello es la válvula DRiV, variante asequible del CES cuyo coste es inferior al no incluir una unidad de control electrónico especial.

Por último, **Enrique Orta**, vicepresidente y director general de Control de Emisiones Europa, repasó las tecnologías de Tenneco en el control de emisiones que, obviamente, van mucho más allá del catalizador.

En definitiva, el nuevo centro de investigación y desarrollo Tenneco Innovación potencia el talento de la ingeniería de esta multinacional en España y nace con el reto de ser un centro de competencias clave para el desarrollo y la industrialización de tecnologías de suspensión electrónica. ●

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



## El AIC-Automotive intelligence Center

El nuevo centro de I+D de Tenneco ha nacido de la colaboración conjunta entre la compañía de origen estadounidense y el **AIC-Automotive Intelligence Center**.

El AIC es un **centro tecnológico de generación de valor para el sector de la automoción** ubicado en el Parque Empresarial Boroa de Amorebieta-Etxano (Bizkaia), a escasos kilómetros de la planta y el nuevo centro de I+D de Tenneco en Ermua. El AIC está basado en un concepto de innovación abierta donde las empresas mejoran su competitividad mediante la cooperación. Bajo una orientación de mercado, integra conocimiento, tecnología y desarrollo industrial en una misma estructura. Así, crea valor a personas, desarrollando mejores profesionales; procesos, liderando tecnologías avanzadas y productos, dentro del ciclo de desarrollo del vehículo. Concretando, el AIC integra en su estructura todas las capacidades necesarias, locales e internacionales; pone en marcha actividades independientes pero de carácter complementario y trabaja con distintas dinámicas y velocidades para dar respuesta a la empresa local así como a las multinacionales y a los fabricantes de vehículos. Sus objetivos son favorecer el conocimiento en el sector de la automoción, incrementar la investigación básica y aplicada relacionada con el sector, impulsar la formación en automoción en todos los niveles profesionales, favorecer la creación dentro del centro de nuevos proyectos empresariales de alto valor añadido así como atraer proyectos innovadores. En este proyecto están involucradas 22 empresas entre multinacionales, firmas vascas, centros de investigación, ingeniería y formación y clústers. Esta organizaciones han trasladado al AIC sus unidades de I+D, formación o desarrollo industrial para que 250 profesionales trabajen en sus instalaciones.

En el acto de inauguración de Tenneco Innovación, el Diputado General de Bizkaia, **José Luis Bilbao**, subrayó que el AIC-Automotive Intelligence Center, es un puntal económico para Bizkaia (recibe apoyo de las administraciones) y agradeció la aportación de Tenneco en esta iniciativa tecnológica. Bilbao explicó que está dinamizando el sector de la automoción, y por ende, de la industria en Euskadi.

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



Pedro Fuentes, director del centro de I+D Tenneco Innovación.



El acto de inauguración del centro de I+D reunió a un buen número de representantes de las administraciones locales así como de directivos y trabajadores de Tenneco.

CHARLAMOS CON HELOÍSA MONZANI Y GEMA CALVO,  
DE QUINTON HAZELL ESPAÑA

## “No somos competencia de la distribución”

Uno de los fichajes del año en la posventa de automoción ha sido el de Heloísa Monzani por Quinton Hazell España. La nueva directora comercial de esta firma británica y la jefa de ventas, Gema Calvo, nos explicaron cuáles son los planes de esta firma que, tras ser absorbida por el grupo Klarius, ofrece más productos y de fabricación propia.

Tras abandonar **Bosal**, **Heloísa Monzani** se ha incorporado a **Quinton Hazell España** como directora comercial. Junto con **Gema Calvo**, jefa de ventas, forman un tándem que dará que hablar en el mercado posventa, sobre todo por la amplia gama de productos que ofrecen como consecuencia de la entrada de Quinton Hazell en la órbita de grupo **Klarius**. De momento, ya lo han hecho con **MRyT**.

**Cuando hablamos de su incorporación a Quinton Hazell destacaba que lo más interesante era participar en la evolución de una compañía multiproducto...**

**Heloísa Monzani**- Es la primera vez que trabajo con tantos productos, hasta ahora lo había hecho con uno o dos. Quinton Hazell dispone de una amplia amalgama de productos algunos de los cuales no conozco y de los que quiero aprender porque la estrategia de la compañía es ambiciosa, ser líder en todos los productos, no solo en los que distribuye sino también en los que fabrica. En este último aspecto, el objetivo de Klarius, grupo que compró Quinton Hazell hará un par de años en breve, es fabricar con calidad de equipo original pero exclusivamente para el *aftermarket* y esto es lo que me gustó, su filosofía de posventa. Yo siempre he sido defensora de la posventa y Klarius piensa en exclusiva en esta rama de la automoción. De hecho, el cambio de filosofía de lo que quiere hacer Klarius a lo que hacía Quinton Hazell es lo que me ha decidido a sumarme a este proyecto. Klarius se ha propuesto fabricar para vender en la posventa y además un amplio elenco de productos, algunos con gran potencial en el mercado de reposición.

Como me gustan los desafíos, quiero conocer nuevos actores de otros mercados, en cuáles de ellos puede crecer Quinton Hazell y potenciar lo que puede aportar nuestra firma a estos mercados: una gran variedad de productos de alta calidad junto a un gran servicio. Aspiramos a que el distribuidor pueda comprar a Quinton Hazell todos los productos que necesite.

Queremos ser grandes en todos los aspectos: gama de producto, servicios añadidos, eficacia en las entregas, marketing, etc. En este sentido tenemos un largo camino por recorrer. Cambiar las mentalidades antiguas será el gran reto pero me gustan los retos y, con la ayuda inestimable de Gema, nos pondremos en ello. La idea es sumar y creo que podemos formar un buen tándem.

**¿Cómo era la estructura de ventas de Quinton Hazell y cómo se va a reestructurar a partir de ahora?**

**Gema Calvo**- La nueva estructura la diseñaremos conjuntamente con Heloísa. La actual consiste en una red de ventas compuesta por seis delegados repartidos en distintas provincias de España y que cubren sus respectivas áreas de influencia. Recientemente hemos incorporado una nueva delegada en Catalunya y de momento se mantiene esta estructura a la espera que concluya la unión entre Klarius y Quinton Hazell.

**¿Cuáles son las dificultades actuales del mercado para una empresa como Quinton Hazell?**

**G.C.**- La situación del mercado, del país y del mundo no es la mejor en estos momentos pero nuestra compañía va consiguiendo resultados y cumpliendo expectativas porque suministra muchas piezas que se tienen que sustituir porque, si no, el coche no funciona. Por tanto, las piezas de mayor rotación se van cambiando regularmente y la venta de éstas nos permite ir cumpliendo objetivos. Es por ello que queremos tener el máximo de productos, para llegar al máximo de clientes potenciales.

**¿Tienen marcado algún objetivo en cuanto cifras de venta, posicionamiento en el mercado, plazos de tiempo, etc.?**

**H.M.**- El proyecto de la empresa es muy ambicioso: **en tres años triplicar ventas**. Yo creo que en el mercado español hay margen para conseguirlo y en este objetivo se está basando la inversión. Ejemplo de ello es este almacén que hemos adquirido en Madrid. Es

muy grande pero es que se ha adquirido, no pensando en nuestro volumen actual, sino en el del futuro.

Sin embargo, para conseguir triplicar ventas en tres años debemos romper una barrera que tenemos en el mercado español. Tenemos pocas fábricas pero muy ágiles y productivas. Todavía no fabricamos el 100% de nuestros productos pero estamos en el camino de que la posventa nos vea como una empresa fabricante, que es lo que somos. **Los clientes nos ven como una empresa distribuidora cuando, en realidad, somos fabricantes**. Debemos romper esta barrera. E insisto, no somos fabricantes de primer equipo pero sí producimos con calidad equivalente y el hecho de no estar ligados a los constructores nos da una agilidad que nos permite ser rápidos a la hora de llegar al mercado. Somos fabricantes y les suministramos más productos que la mayoría del resto de proveedores.

**G.C.**- He intentado difundir la idea de que somos fabricantes y ya parece que algún distribuidor está viendo lo que realmente somos. También ayudará que, en breve, vamos a lanzar una nueva familia de producto, la de **motores de arranque y alternadores**, que los fabricamos en Alemania. Cuando constaten que la cartera de productos de Quinton Hazell incluye cuatro o cinco líneas de peso fabricadas por nosotros y disponibles en el mercado español irán tomando conciencia de los que **somos, fabricantes y, para nada, competencia directa de los distribuidores**.

**H.M.**- El mercado debe tener claro que **nuestros clientes son los distribuidores** y no vamos a pasar por encima de ellos. Es decir, **no vamos a vender a talleres**. Tampoco por el hecho de ver que hayamos adquirido un almacén es que somos competencia. Necesitamos un gran almacén porque somos fabricantes y porque lo necesitamos para **prestar el mejor servicio a la distribución española y portuguesa**. Al hilo de



De izquierda a derecha, Heloísa Monzani y Gema Calvo, directora comercial y jefa de ventas de Quinton Hazell España respectivamente.



Una alianza que se ha propuesto situar a la firma del grupo Klarius en lo más alto de la posventa ibérica.

esta cuestión, una de las cosas que vamos a cambiar es que **Portugal**, hasta ahora considerado mercado de exportación, los vamos a considerar **mercado doméstico**. Es decir, Quinton Hazell va a prestar servicio a toda la Península Ibérica.

**Pero el mercado portugués tiene una estructura distinta al español...**

**H.M.-** En Portugal, que ahora cuenta con un jefe de ventas, se está trabajando en crear una estructura comercial que proporcione a sus clientes un tratamiento y un servicio equivalente al que se da en España. No varía si un pedido tiene destino Badajoz o Lisboa, se tienen que cumplir los mismos plazos de entrega. Además, el **mercado luso tiene mucho potencial** y es uno de los proyectos más ambiciosos dentro de la estructura de "Iberia"

**G.C.-** En Portugal ya comercializamos una amplia gama de productos. Suministramos bombas de agua, amortiguadores, escapes. En el país vecino ya comercializamos los motores de arranque, los alternadores y una gama de componentes de suspensión y dirección que hasta ahora no había llegado a España. El prestar apoyo a Portugal es decisivo para cumplir el objetivo de triplicar ventas en tres años.

**H.M.-** Hablando de productos, varios productos tradicionales de Quinton Hazell no se comercializaban en España y no sé por qué. Es labor nuestra traer estos productos a la Península Ibérica. De forma inmediata vamos a **potenciar el amortiguador**, componente que se fabrica en España pero que tenía un bajo nivel de ventas ya que la mayoría de éstas

tenía como destino la exportación. Así mismo, el lanzamiento de la gama de motores de arranque y alternadores, que fabricamos en Alemania, es inminente.

**Es evidente que necesitan más espacio para almacenar sus productos. Por tal motivo Quinton Hazell ha adquirido el almacén madrileño en el que estamos. ¿Cuáles son sus principales características y objetivos?**

**H.M.-** Este **almacén** tiene 4.200 metros cuadrados de superficie por once metros de altura lo que da como resultado **7.200 metros cuadrados de capacidad de almacenamiento**. De momento no se está utilizando toda esta superficie ya que este almacén es un proyecto a largo plazo. Lo que no queremos es estar cambiando de almacén cada dos años porque se nos van quedando pequeños. Por lo que respecta a los plazos de entrega, nuestro objetivo es que los **pedidos normales** se preparen el mismo día y se entreguen en **24 horas en toda la Península Ibérica** aunque debo matizar que en Portugal los plazos de los transportistas varían. De todos modos, los pedidos normales se gestionan igual para España que para Portugal. En el caso de los **pedidos grandes de stock** que no se pueden preparar en un solo día, se entregan en **48 o 72 horas en función del volumen del pedido**. En cualquier caso, la prioridad siempre es el pedido ya vendido, las piezas que necesita el vehículo que está ya montado en el elevador.

**¿Cómo ven la distribución a día de hoy?, ¿se apoya más en el fabricante?, ¿está re-**

**duciendo su stock?**

**G.C.-** Quinton Hazell está para dar soluciones a los distribuidores. Queremos que sigan contando con nosotros. El distribuidor está aligerando cada vez más su stock. Partiendo de esta estrategia, cuanto más capacidad tengamos para enviarle lo que nos solicita, más contará con nosotros. Nuestro compromiso permiten a los distribuidores aligerar stock y, en este sentido, haber centralizado toda la logística en Madrid nos ayuda a cumplir los compromisos adquiridos, la entrega de pedidos normales en 48 horas y los grandes pedidos en un máximo de 72.

**H.M.-** Cada vez hay más productos. El parque automovilístico se diversifica. Ya no se puede pensar en tener todas las referencias para todos los coches. En este contexto, la distribución ha apostado por no tener grandes stocks pero sí unas naves modernas y automatizadas. Han invertido mucho dinero en modernizarse y, por tanto, debemos adaptarnos a sus demandas, aunque nos cueste un poco más. Al contrario que la distribución, los fabricantes no tenemos tanta experiencia en cuestiones de logística pero poco a poco vamos aprendiendo y nos vamos adaptando a las necesidades de la



## El almacén logístico de Coslada

Quinton Hazell España puso en marcha recientemente un **almacén logístico** en la localidad madrileña de **Coslada**. Fuimos los primeros periodistas en visitar estas instalaciones que superan los **4.200 metros cuadrados de superficie construida**. Gracias a su elevada altura de once metros, este almacén tiene una **capacidad de almacenamiento de 7.200 metros cuadrados**.

Como nos explicaron Heloísa Monzani y Gema Calvo, el almacén tiene una **función estrictamente logística** porque se ha adquirido para mejorar el servicio a los distribuidores clientes de España y Portugal. En ningún caso se realizan aquí actividades de distribución por parte de Quinton Hazell.

Algunos de los productos que pudimos ver, **amortiguadores, escapes, motores de arranque, alternadores, componentes de suspensión y dirección**. Algunos de estos productos aún no se comercializaban en España pero lo harán en cuestión de días.



“el proyecto de la empresa es muy ambicioso, en tres años triplicar ventas”.

“los clientes nos ven como una empresa distribuidora cuando, en realidad, somos fabricantes. Debemos romper esta barrera”.

distribución. Por eso quiero dejar claro que la presencia del **almacén se limita a una función logística** cuyo objetivo es prestar el mejor servicio a la distribución y no ser competencia de ella. Ya nos gustaría que los distribuidores tuvieran el mayor stock del mundo y nosotros no necesitaríamos este almacén pero la realidad es muy diferente.

**En cuanto a vuestra estrategia de distribución de productos, ¿grupos sí, grupos no?, ¿distribución selectiva, masiva...?, ¿cómo está organizada?**

**G.C.- Tenemos acuerdos con todos los grupos de distribución**, tanto en España como a nivel europeo. Además, para muchos de ellos somos socios preferentes.

**H.M.-** En España es complicado operar al margen de los grupos. Quinton Hazell ya tenía acuerdos con los grupos y esto se va a mantener potenciando nuestro papel en los que tenemos menos participación y continuando en los que nuestro papel es más destacado. Y si, además del acuerdo con los socios, tenemos que ir asociado por asociado para difundir dicho

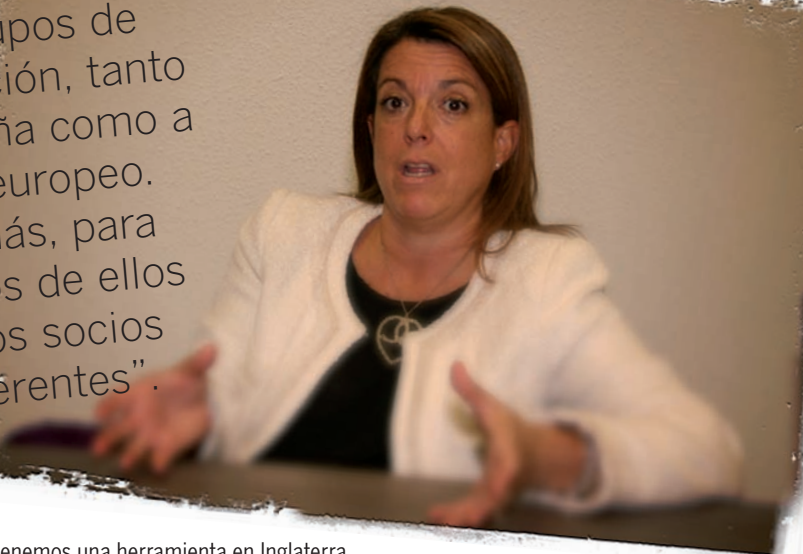
acuerdo, pues lo haremos ya que es nuestra labor comercial.

**Hoy en día las nuevas tecnologías como los catálogos electrónicos son imprescindibles. ¿con qué tipo de dichas herramientas cuenta Quinton Hazell y qué usos hacen de ellas?**

**H.M.-** Tenemos un convenio con **TecCom** que permite que todos nuestros clientes puedan usar nuestros **catálogos on-line**. Sin embargo, el mercado español infrutiliza esta herramienta que, por cierto, resulta cara a los fabricantes. Los distribuidores españoles prefieren llamar por teléfono que usar esta herramienta que les permitiría conocer la disponibilidad de la pieza, precio, etc. en cuestión de segundos. En España todavía nos piden catálogos en papel, catálogos que no están actualizados y que implica que después se les tenga que ir enviando papeles sueltos con las actualizaciones cuando en nuestra web lo tienen todo y se consulta de forma inmediata. Estamos potenciando que los clientes realicen sus pedidos a través de nuestra web pero España va lenta en este aspecto.



“tenemos acuerdos con todos los grupos de distribución, tanto en España como a nivel europeo. Además, para muchos de ellos somos socios preferentes”.



Incluso tenemos una herramienta en Inglaterra que, aprovechando un vínculo con la Dirección General de Tráfico de ese país, basta con marcar la matrícula del vehículo para conocer todos sus componentes y cruces de referencias con los fabricantes. Ello es posible gracias a que la matrícula del vehículo está vinculada al número de bastidor. En España hemos hablado con varias asociaciones para ver si es posible aplicarlo aquí pero, de momento, es imposible. Esta herramienta facilitaría la selección de piezas y evitaría muchos errores de identificación. **¿Qué opina la competencia de la “nueva Quinton Hazell” y del fichaje de Heloísa?**

**H.M.- La competencia es sana.** Además, creo firmemente que hay sitio para todos. Creo que nos debemos respetar y, sobre todo, debería haber más comunicación en el sector ya que tenemos problemas comunes y deberíamos llegar a consensos para luchar conjuntamente antes los problemas y cuestiones que nos afectan a todos.

**No lo diré por lo de SERNAUTO y la elección de su presidente...**

**H.M.-** Hemos colaborado con **SERNAUTO** y dentro de ella en **GESAFA** divulgando la importancia de los amortiguadores. **SERNAUTO**

está infrautilizada en su función de relaciones públicas entre todos los fabricantes pero para eso hace falta que entre fabricantes no nos veamos como enemigos. En cualquier caso, no utilizamos las asociaciones como deberíamos y están para ejercer de portavoz, para realizar trabajos que las empresas no pueden hacer.

**Por último, una pregunta obligada para Heloísa, ¿tiene conocimiento de lo que opinan en Bosal de su fichaje por Quinton Hazell?**

**H.M.-** Yo ahora trabajo para Quinton Hazell España que forma parte de grupo Klarius que, entre su amplia gama de productos, se incluyen los escapes. Ya dejé claro a Klarius que en esta línea no iba a hacer competencia a Bosal. En cualquier caso, insisto, hay mercado para todos y podemos crecer todos. Además, creo que la participación nuestra en escapes es tan pequeña que no somos competencia de Bosal. Bosal fue mi casa durante cinco años y allí trabajé con un equipo de personas estupendo.

**Un mensaje final que quieran lanzar a nuestros lectores y a la posventa en general...**

**H.M.-** Sí, que apostamos fuerte por el mercado español e ibérico. **Estamos para sumar.** Yo he llegado a Quinton Hazell para sumar, a hacer tándem con Gema y con el resto del equipo. Nuestro objetivo es crecer con la diversidad de productos que ofrecemos al mercado y aportando servicios al mercado y a los clientes. Y, sobre todo, que hemos venido para quedarnos y para crecer. ●

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

## QH DIRECCIÓN Y SUSPENSIÓN

Le informamos que por primera vez en España ya tenemos disponible una amplia gama en dirección & suspensión

Desde la concepción hasta la producción, pasamos por las más estrictas pruebas en el proceso de fabricación para alcanzar o superar el rendimiento en calidad de equipo original.

- Más de 6.000 referencias.
- El programa de desarrollo más agresivo en el sector.
- En la actualidad contamos con 995 productos nuevos ya disponibles.
- Fabricante de calidad OE.
- El 97% de cobertura del parque de automóviles europeo.
- El mejor catálogo en el mercado: los detalles de aplicación, visualización del producto, gama completa de referencias cruzadas, guía de referencia: Fácil de leer, fácil de usar!
- Disponible en TecDoc.

**La Gama de QH dirección y suspensión se compone de:**

- Brazos de Suspensión
- Rotulas de dirección
- Rotulas de Suspensión
- Barra estabilizadora
- Rotula Axial
- Kit de Reparación
- Barra de dirección

**Haga su pedido ya!**



Para más información en productos QH, llámenos.

Tel: 944.88.92.40 Fax: 944.88.92.77

**Klarius**  
Group  
Excellence in Every Part





CHARLAMOS CON  
JOSEP BOSCH Y  
JUAN CARLOS MARTÍN  
SOBRE LA MARCHA DEL  
SECTOR, DEL GRUPO  
Y MUCHO MÁS...

# Sumando esfuerzos

La incorporación de Juan Carlos Martín se ha realizado para incrementar la eficiencia del grupo, algo previsto y meditado en la directiva; su papel será apoyar el trabajo a realizar en el grupo.

Quisimos conocer las impresiones de **Juan Carlos Martín**, Director adjunto de **AD Parts** una vez iniciada su labor en el grupo, a la vez que conocer la marcha de Ad Parts, uno de los líderes de la distribución española, ante la coyuntura actual y también saber de sus proyectos. Esto fue lo que nos comentaron. La incorporación estaba prevista ya desde hacía tiempo para que a finales de 2011 pudiera hacer tándem con **Lluís Tarragó**, Director General del grupo, para que **Josep Bosch** pudiera reducir su trabajo en las actividades del día a día, dejando esta parcela para que la realicen más intensamente los dos directivos a los que seguirá apoyando, sin abandonar la presidencia, manteniendo la última responsabilidad sobre las actividades a realizar en España, y sin abandonar tampoco su actividad en **AD Internacional**, como consejero y presidente de honor de la entidad dando soporte al nuevo presidente que salga elegido este año. Tras materializarse la incorporación, fuimos a verles para charlar sobre esta nueva etapa. Curiosamente, les pusimos al día sobre la campaña **Recambio Letal** de la que nada sabían, mostrándoles el vídeo, y recabamos sus opiniones.

**¿Cuál es la nueva responsabilidad como director adjunto?**

**Juan Carlos Martín-** De momento, aprender; la forma de llevar todas las líneas del Grupo y la forma de operar de AD Parts que es una compañía con 28 socios que demandan y aportan, y se debe hacer de una forma muy precisa. El conocimiento de todos los productos es una tarea que no se aprende de un día para el otro, y por tanto estoy muy cerca de

Josep Bosch, que es alguien de quien aprendo mucho. Soy una persona a la que le gusta analizar la información, realizar estudios sobre el mercado, las líneas de producto, etc.

**Josep Bosch-** De hecho, hacemos lo mismo que hacíamos con Lluís, con la salvedad de que Lluís llevaba ya diez años conmigo y Juan Carlos acaba de llegar, pero debo decir que es un alumno aventajado; es modesto, pero aporta mucho.

**¿Cuál es la diferencia que percibe al estar "al otro lado de la mesa?"**

"Si los fabricantes han vendido menos, nosotros que lo distribuimos no podemos tener buenos resultados. Si estamos mejor que sus resultados, ya estaremos contentos, y si empatamos, también. Y para el año que viene, es suma y sigue." Josep Bosch

**J.C.M.-** Pues debo decir que no he encontrado tanta diferencia. Quizá haya quien no tenga esa percepción, pero la mía es esta. Yo siempre he tenido una relación, como proveedor, con Lluís y con Josep muy tranquila, transparente y clara. Y ya conocía AD Parts desde el 93, aun-

que trabajaba habitualmente con ellos desde el 97, así que ya sabía cómo trabajaban. Quizá la mayor sorpresa es la reunión con los 28 socios, no por la reunión en sí, porque ya esperaba que fuera densa, pero realmente es que ha sido una experiencia muy enriquecedora, interesante e intensa: el nivel de profundidad de lo que se habla, la calidad, la profesionalidad, lo que se aporta, y no es una conversación habitual en el sector. Es mucho más de lo que esperaba.

**J.B.-** Lo cierto es que en esas reuniones se revisan y discuten en profundidad todos los proyectos. Quizá la percepción externa no es representativa de la intensidad e importancia de los debates.

**J.C.M.-** Antes de la reunión hay un trabajo impensable, durante la reunión (tres días), siguió ese trabajo muy intenso, y después, cabe procesarlo y ejecutarlo. Los socios valoran nuestras propuestas, las aceptan o matizan y hacen sus solicitudes, y en respuesta actuamos. También ellos se comprometen en realizar lo que nosotros les solicitamos, un compromiso real en doble dirección.

**¿Cómo está yendo la andadura del grupo en este contexto actual?**

**J.B.-** Ya te comenté lo que se nos venía encima en el Congreso de ANCERA de Barcelona: dije que iba a ser un cambio de sistema, una contracción económica muy dura, que nos iba a afectar a todos, y que iba a durar muchos años. No hay signos de mejora, y deberemos empezar de nuevo sin las pretensiones de lo que pensábamos que podía ser, poner los pies en el suelo y adaptarnos a la nueva situación.

**¿Un cambio de Gobierno puede suponer un cambio de contexto global y**

### **luego sectorial?**

**J.B.-** El problema no es el Gobierno de España, aunque ha cometido muchos errores, pero los ha cometido porque el contexto global económico no dependía de ellos únicamente, es verdad que sus acciones han mermado la confianza y han provocado situaciones desfavorables, pero el problema de fondo es otro y desde sus inicios. La economía es algo muy sencillo: tanto tienes, tanto te puedes gastar y si quieres gastar más de lo que tienes y te lo prestan, hay que devolverlo. Ahora el problema es que esa devolución no se puede hacer porque el dinero ya no existe. Se está discutiendo si se llega a un déficit del 2, 3 o del 4 pero el problema no sólo es el control del déficit, sino también como generar riqueza para devolver lo que nos han prestado. Es normal que a la hora de la renovación de los préstamos, los intereses sean más elevados toda vez que la confianza en la íntegra devolución está en duda, por lo que quieren cubrir el riesgo. Las administraciones públicas están pidiendo ayuda a los bancos tanto locales como a los centrales, realizando más emisiones de deuda, que se emplea para su refinanciación agotando los recursos de crédito bancarios, con lo cual, las empresas tienen dificultad para su financiación y así es difícil impulsar el crecimiento imprescindible para crear empleo.

### **Pero las empresas deben seguir funcionando, ¿Cuáles son las acciones que desde el Grupo se emprenden para moverse en esta situación?**

**J.B.-** Las inversiones hacia el desarrollo deben limitarse, en el entorno actual. Hay que controlar al máximo los gastos en la empresa, optimizar los recursos tan bien como se pueda (desde la cartera de clientes, pasando por el inventario -stock-) de forma que la necesidad de capital externo sea la mínima dada la dificultad en obtenerlo.

### **¿Cómo se entiende este "lean management" con la expansión en zonas o apertura de nuevos puntos de venta?**

**J.B.-** No habrá tantos puntos de venta nuevos como otros años. Los que se han abierto estaban ya programados, porque no es un momento para nuevas aventuras, ni en este ni en ningún otro sector.

Tampoco puedo decir que no se haga ninguna inversión, porque nuestros socios, a pesar de la política general unitaria, son soberanos para hacer lo que crean oportuno. Si surge una oportunidad interesante, seguro que la aprovecharán. Se trata de llevar a cabo una política de contención, conservando lo que tenemos, trabajando más y mejor y conformarnos con menos. Debemos estar preparados para realizar una larga y difícil travesía.

### **¿La incorporación de Juan Carlos supone reforzar esa línea de trabajo?**

**J.C.M.-** La situación general la ha explicado Josep; es cierto que algún socio quizá abra algún punto de venta, pero la realidad es que hacer proyectos ahora es complejo.

Creo que se deberá trabajar más, estamos acostumbrados a ir a mejor, pertenecemos a una generación que ha vivido una prosperidad ficticia. Ahora, en circunstancias difíciles, lo que se debe conseguir es que asumamos la situación y trabajar con motivación, cambiar el chip y recuperar la *cultura del esfuerzo* que un poco se ha perdido.

**J.B.-** Antes lo importante era que una persona





fuera trabajadora, y luego se pasó a que esa persona ganara mucho y trabajara lo mínimo, y eso debe cambiarse, porque no es sostenible.

**J.C.M.-** Hay que recuperar el espíritu de servicio, pensar en positivo y trabajar en equipo.

**¿Cómo se materializa en el Grupo ese espíritu de servicio y ese trabajo en equipo desde la individualidad de cada socio?**

**J.B.-** Creo que tenemos la suerte de estar en un Grupo muy uniforme en el que padres e hijos forman tándem, y el esfuerzo y la ilusión se mantienen, y en consecuencia ha habido buenos resultados. Los padres iniciaron un trabajo que ahora continúa con la segunda generación, culturalmente bien preparada, y el balance ha sumado en positivo y sirve para mantener ese espíritu de seguir luchando. Desde AD Parts fomentamos y apoyamos esta manera de ser y hacer.

**El perfil del Grupo ha sido siempre muy discreto, pero los resultados han sido muy positivos**

**J.B.-** Nunca nos han gustado las ostentaciones ni a AD Parts ni a sus socios. Entendemos que los triunfos y la prosperidad o el buen hacer del negocio se demuestra con los resultados, no hace falta lanzar las campanas al vuelo; el sólo conseguirlo, la satisfacción propia y de los que están en nuestro entorno, es más que suficiente. No somos de los que desde una atalaya voceamos para anunciar lo que a veces sólo son deseos o intenciones.

No se trata de discrepar de otras formas de hacer, pero en AD Parts somos así.

**Quizá el haber tenido desde siempre**

**ese perfil supone que sea más fácil afrontar este contexto...**

**J.B.-** Es que no hemos de "recuperar" nada, el espíritu de servicio ya lo teníamos. Aunque siempre hay que tener voluntad de mejora, hacer todo lo posible por obtener los mejores resultados, aún sabiendo que no serán los que nos gustaría.

**J.C.M.-** Si estudias para sacar un 10 y obtienes un 8, qué vamos a hacer, lo importante es el esfuerzo, y ese espíritu de esfuerzo aquí lo he visto.

**J.B.-** Hay mucha gente en nuestro sector que se esfuerza, no solo en AD Parts. Muchas empresas que de la mañana a la noche sacan lo mejor de sí mismos. Y ellos, y nosotros, afortunadamente, no hemos tenido que cambiar la manera de trabajar, porque los cambios, cuestan.

**¿Dónde ha habido que "afinar" más en AD Parts?**

**J.B.-** Tanto en AD Parts como en los socios estamos en esa dinámica de reducir los gastos, porque los márgenes son más pequeños y se requieren más recursos para soportar la falta de financiación y el aumento de la morosidad. Así que debemos tener lo necesario para salir adelante y esto sólo sale del diferencial entre coste y venta, esto no es ningún secreto, cualquier empresario recién iniciado lo sabe.

**¿Puede tener repercusión el crear nuevos puntos de reparación de una red, en AD Parts se tienen varias, ya que se han creado para fidelizar y apoyar al taller?**

**J.B.-** Es que nosotros quizás veamos las redes de otro modo, nuestro rol es desarrollar de la

mejor manera posible al taller mecánico para que sea competitivo y evolucione paralelamente a las tecnologías que lleguen al automóvil. Queremos que tenga pervivencia en la reparación de los vehículos del futuro y que su taller sea percibido por el conductor como una opción tan válida y sólida como la red del constructor, con los mismos valores y oportunidades. Las redes y abanderamientos son una opción que damos al taller; hay unos 2.000 talleres abanderados, pero nuestros clientes potenciales son los 25.000 o 30.000 y para ellos trabajamos, en ellos invertimos y desarrollamos con ellos nuestra programa millenium.

**Cuando el conductor pide precio, las marcas propias pueden ser una opción; ¿se plantea el grupo un incremento de las familias de producto con marca propia?**

**J.B.-** No, es el fabricante el que debe dar (y las da) las opciones de producto a precio asequible atendiendo a las circunstancias. Nuestros productos en marca propia en algunos casos obedecen a una estrategia de acción de marca, otros, porque el mercado nos ha abierto un nicho y lo hemos aprovechado, y algunos otros, por conveniencias internacionales, pero no es nuestra obsesión. Si podemos obtener la rentabilidad necesaria para el mantenimiento de nuestras empresas con las marcas del fabricante, trabajamos con sus marcas.

**Hablando de marcas, ¿Cuál es su opinión sobre la presentación de la campaña Recambio Letal?**

**J.B.-** ¿Recambio Letal? No sabemos nada de ello. El nombre es lamentable como lamentables son las campañas de los constructores diciendo que si empleamos recambio multi-



marca el coche se estropea.

**J.C.M.-** ¿Y le han puesto este nombre? Yo conozco el principio de ello, pero este nombre no me gusta. Sé que se planeaba una campaña de imagen de los productos de los fabricantes de recambio presentes en primer equipo como la que ya se efectuó en Alemania. Hubo una presentación en su día en **SERNAUTO** y algunos fabricantes quisieron ponerla en marcha, y tiene su lógica.

**Resumiendo: la llevan a cabo 12 fabricantes (con posibilidad de que entren nuevas marcas), se realiza ex SERNAUTO, y será por internet, en una primera fase, para llegar al taller y al usuario mediante un envío de invitaciones (a 35.000 talleres, esperando unos 15.000 adscritos) para acceder on line al vídeo y al manifiesto, que defiende un recambio de calidad producido por fabricantes de primer nivel y lo de "letal" apela a que los recambios de baja calidad pueden ser un peligro para la seguridad vial, pretendían "impactar" y se presentó en Madrid a alguna entidades de recambio y taller y a algunos grupos de distribución...**

**J.B.-** Pues menos mal que es por internet, así igual no la ve nadie...además, muchas otras marcas que vemos en el mercado están fabricadas por los mismos que defienden su marca Premium, y muchos de estos mismos fabricantes son los que han des-localizado sus fábricas y las han llevado a Polonia, a China y a otros países...Ni nos va ni nos viene. Estos proveedores son los nuestros y nos gustaría que fueran más coherentes.

**J.C.M.-** No entiendo este slogan, y tras verlo no me gusta el vídeo, ni la imagen, es tético,

nuestro sector ya ha estado demasiado tiempo con la imagen del "parche en el ojo". Aunque me parezca bien una campaña de sensibilización y el objetivo lo entiendo, me ha sorprendido la realización y la rapidez con la que se ha presentado.

**J.B.-** Me parece un error, la imagen es horrosa y llama la atención en negativo; la fuerza de los buenos fabricantes es la calidad de las piezas que producen, y es el propio mercado el que descalifica con malos resultados a las marcas que no responden adecuadamente. Lo encuentro desafortunado, y pone en evidencia

“(sobre la campaña Recambio Letal) Desde mi punto de vista, la realización es lamentable, se ha hecho deprisa y mal, el mensaje no está bien dirigido; la comunicación debería haberse planteado en positivo.” Josep Bosch

a las marcas que la soportan. Desde mi punto de vista, la realización es lamentable, se ha hecho deprisa y mal, el mensaje no está bien dirigido; la comunicación debería haberse planteado en positivo. Se habla de “producto de primer nivel”, no sé si el taller mecánico lo va a tener claro; el concepto es ambiguo ¿Quién valora el nivel de ese “primer nivel”?...Viendo el manifiesto, es farragoso, no dice nada concreto, todo lo contrario a los objetivos del marke-

ting, y puede inducir a que el usuario desconfíe y se desvíe a otro canal.

No sabíamos nada de la presentación, nadie nos dijo nada. Se ve que no somos representativos para las marcas implicadas...

**¿Y creen que pueden ayudar a alcanzar los objetivos de venta?**

**J.B.-** En AD Parts al menos no, no tenemos necesidad de ello; nuestro prestigio profesional es suficiente para vender esas marcas u otras avalando su calidad. Cuando vendemos una marca, nuestra responsabilidad nos exige una selección “de primer nivel” (o superior).

**¿Qué resultados se esperan en este ejercicio y que esperan del siguiente?**

**J.B.-** Con un menor consumo de carburante, los mantenimientos más largos y menor disponibilidad económica en las familias no puede haber signos de mejora. Si los fabricantes han vendido menos (entre -7 y -9% de media, en general), nosotros que lo distribuimos no podemos tener buenos resultados. Si estamos mejor que sus resultados, ya estaremos contentos, y si empatamos, también. Y para el año que viene, es suma y sigue.

**Y, dado que tienen una visión internacional ¿el resto de Europa está igual? porque parece que España es la que va peor...**

**J.B.-** Portugal, Grecia e Irlanda están aún peor e Italia tampoco va bien. Están mejor los Países del Este, Alemania, Francia y Holanda en este orden aunque en el tercer trimestre ya han notado una ralentización de la actividad. El mercado de la reparación es muy parecido a los minoristas de productos domésticos y cuando en estos el consumo baja, nuestro sector aún baja algo más. El consumidor prioriza. Si bien las cosas no parece que vayan a mejorar, quisiéramos que no fueran a peor por el bien de todos. ●

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

LA PRESENTACIÓN DE LA PRIMERA OLEADA DE LA CAMPAÑA TUVO LUGAR EL 7 DE NOVIEMBRE EN MADRID

La campaña en defensa de la calidad de los recambios, controvertida en su formato, se dio a conocer en una première, con diferentes opiniones sobre su lanzamiento, a la vez que un constructor lanza una iniciativa con el mismo tono...



## Recambio Letal, una campaña "impactante"



Los promotores, durante la presentación de la campaña.

El pasado lunes tuvo lugar la presentación de la campaña **Recambio Letal**, promovida por 15 marcas de 12 fabricantes de recambio (**ATE, Bosch, Brembo, Dayco, Hella, KYB, Mann Filter, NTN-SNR, SKF, Textar, TRW, Valeo, Varta, VDO**) proveedoras en primer equipo y posventa elaborada por la agencia **MPA-Prisma**.

### La presentación

En la presentación, los directivos de las compañías promotoras (**Bruno Padierna, Ricardo Peris, Luís Puchades, José Manuel Sancho, Juan Carlos Díez, Susana Doliwa, Sinfiriano Gallo, Isabel Tudela, Rafael Bravo, Ignacio Conde, Paula del Amo, Carlos Lorente y Belén Gómez**) se emplazaban en dos mesas, entre las que un atril servía para situar las intervenciones del portavoz (Gallo) y del director de la agencia de comunicación **David Galán**; el primero, para introducir la cuestión y agradecer la asistencia a los concitados y, el segundo, para dar a conocer las peculiaridades de la campaña.



Algunos de los asistentes a la presentación.

También se encontraban en la sala otros miembros de las compañías fabricantes, directivos de algunos grupos de distribución, responsables de patronales de talleres y de distribución (aunque se echaron de menos algunos nombres propios de compañías muy relevantes, como **AD Parts**, que no sabían nada al respecto, como pudimos constatar a posteriori).

### Objetivos

Lo primero que el portavoz de los fabricantes comentaba era que se trataba de una campaña que pretendía tres objetivos: concienciar al consumidor que se deje asesorar por su taller a la hora de adquirir piezas; concienciar a los talleres de que el uso de piezas de fabricantes de primer nivel supondrá aumentar su profesionalidad; promover entre el conductor el empleo de piezas de calidad apoyándose en la figura del reparador como prescriptor de las mismas; y defender los valores las compañías integrantes como son calidad, I+D+i, fiabilidad, seguridad, garantías, respeto medioambiental, compromiso social y alta tecnología, una serie de factores que suponen gran inversión. "Esta campaña no nace en contra de las piezas Low Cost, sino de las de Low Quality" decía Gallo.

Esta campaña tiene su origen en la iniciativa *Know your Parts* (conoce tus piezas), llevada a cabo en EEUU, desarrollada en Alemania en 2010 como *Qualität ist Mehrwert*, (la calidad es un valor).

Gallo mencionaba que, en adelante, otras compañías estaban valorando sumarse a la campaña (Philips, Osram y Tenneco).

### El sector

Dado que se había convocado a miembros de prensa generalista, se entregó una documentación en la que figuraba la estructura del mercado (algo simplificada, a ojos de la prensa profesional, que también estaba presente), el manifiesto, la situación del mercado con datos mundiales (la facturación -27.162 MIO de Euros-, el suministro a las líneas de montaje -entre un 70-75% de las piezas-) y nacionales (facturación 2011 de 4.561 MIO de euros),

### El formato elegido

Galán mencionaba en su presentación que, a diferencia de las campañas



predecesoras, ésta trataba de llevar un mensaje al conductor apoyando la calidad y fiabilidad de los recambios producidos por las compañías promotoras, empleando un formato impactante y rompedor para llamar la atención, siendo ésta un símil de película de terror, que estará en un sitio web del 7 al 31 de diciembre. Se enviarán a los talleres (36.000 seleccionados a partir del cruce entre las bases de datos de los fabricantes) unas entradas que les llevarán a una página que, una vez cumplido el plazo de la campaña, quedará en el dominio [www.no-recambioletal.com](http://www.no-recambioletal.com).

En la campaña hay dos tipos de contenidos para esta primera oleada: para el **taller independiente**, que puede adherirse mediante un sistema de registro, que, mediante tecnología de geolocalización, le permitirá al usuario situarlo en un plano virtual, y para el **conductor**, con espacio abierto en el que localizar a los talleres adheridos y poder hacer preguntas y transmitir dudas, que estará operativo 24/24h y que les llevarán al manifiesto que se ha realizado como resumen de los objetivos de la campaña.

## Las cuestiones y las dudas de los asistentes

Desde luego, no dejó indiferente a los asistentes, quienes se mostraron muy activos en sus dudas; se nombró una serie de portavoces que iban contestando las cuestiones de los asistentes, basadas fundamentalmente sobre a quién combate, ya que podría interpretarse como un desprestigio de las marcas propias, cosa que se negó taxativamente, ya que está planteada en positivo, para potenciar los valores; otra cuestión planteada fue el temor de que pudiera interpretarse mal por parte del usuario, identificando al recambio multimarca como peligroso en general y también pudiendo ser aprovechado por los constructores para intensificar sus mensajes de duda respecto a la calidad del recambio del canal IAM, basándose en la segmentación de tipologías de recambio reconocidas por el propio canal. Una duda más, derivada de la situación económica en que se ponderan la economía y la necesidad por encima de la calidad, fue rebatida por los promotores al afirmar que las marcas presentes no necesariamente son las más caras.

Extrañeza por parte de la distribución, (representados por profesionales como **Miguel Ángel Cuerno**, de **ANCERA**, **Fernando Riesco** de Dipart o **Juan Carlos Rico**, de **SPG** y **Carmelo Pinto** de **Serca**, **Alfonso Castellano**, de **URVI**, **Antonio Mendo**, por **CECAUTO**, **José Luís Urbano**, de **Sureya**, **Pedro Espinosa**, de **AMARAUTO**) quienes se sintieron incómodos al no haber estado informados. También extrañeza entre los representantes de los talleres, sobre los que recae el peso específico de la campaña no estuviesen informados previamente (en la sala se encontraba **Núria Álvarez** por **ASETRA** y **CONCEPA** y **Luís Soriano**, por **ANSIT** y **CETRAA**); entre los asistentes, se hallaba presente además **Alberto Leal**, de **Motortec A.I.**, quien acudió a conocer la iniciativa.

A las cuestiones planteadas por los miembros de estos dos actores de la posventa se respondió con que era una *première*, y que la campaña estaba abierta siendo maleable y flexible para aportaciones, como la de su traslado a las piezas del vehículo industrial; también hubo muchas dudas respecto a la imagen en sí: "tétrica, equívoca, negativa", fueron algunos de los adjetivos recogidos, defendido por los promotores como algo "que pretendía hacerse con una reacción inmediata al ser vista".

Se sugirió coordinarla con la iniciativa **CAPA**, creada hace 8 meses en **ANCERA** para combatir la piratería, si bien esto se entendía como una cuestión que debía canalizarse desde **SERNAUTO** (representado en la sala por **Miguel Ángel Obregón**), a quien se agradeció la coordinación y la cesión de sus salas para las reuniones.

## ...En petit comité y las cuestiones de los no asistentes

Durante el cóctel, y ya departiendo con determinados fabricantes, supimos que si no se había realizado desde **SERNAUTO** era porque se había negado la participación a compañías que no introducen sus productos en primer equipo, y comentando la campaña a posteriori entre otros fabricantes con las mismas características que los ya adscritos, supimos que hay quien no esta de acuerdo con el formato elegido, optando por su propia campaña, lanzada ya desde 2010.

## Las curiosas similitudes: el anuncio de Renault

Pero lo de los asesinos en serie parece estar de moda, ya que **Renault** acaba de lanzar una campaña en los medios (televisión incluida) para promover su **Plan Vive** para la renovación de un vehículo que emplea el mismo registro; es para la venta de vehículos, pero...no creemos en las casualidades...

Lo mejor, en cualquier caso: por una vez, cristalizaba una iniciativa conjunta entre actores del sector, algo históricamente escaso en la posventa...

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



Sinforiano Gallo, de Robert Bosch, realizando la introducción.



David Galán, director de la agencia, presentando las características de la campaña.



Se eligieron portavoces para responder a las cuestiones suscitadas entre los concitados.



Fernando Riesco, de Dipart, en su intervención, reclamaba el no haber contado con la distribución, quien pone la pieza en el taller.



Núria Álvarez, de CONEPA y ASETRA, anunciaba que la campaña se podía complementar con los esfuerzos de la campaña hacia el usuario realizada en el seno de las asociaciones de talleres a las que representaba.



Benito Tesier, de Brembo, quiso dejar constancia de su opinión: una iniciativa que une a las empresas en una proacción ante momentos de crisis.



Miguel Ángel Cuerno, de ANCERA, mencionaba la recientemente creada CAPA como posibilidad de complementar el esfuerzo de la campaña.



Alfonso Castellano, de URVI, preguntó la posibilidad de llevar la campaña a una orientación hacia el vehículo industrial.



## CECAUTO INAUGURÓ OFICIALMENTE SUS NUEVAS INSTALACIONES EN BARCELONA

# Una fecha para no olvidar

11 del 11 del 11, una fecha escogida a propósito para recordar el momento de la inauguración oficial, que fue celebrado con proveedores, clientes, empleados...y la prensa...

La cita se celebraba, como estaba previsto, la tarde del viernes 11.11.11, una fecha que había sido elegida a propósito por el equipo de **CECAUTO** por su especial configuración, numérica, en la que se concitaron numerosísimos profesionales para oficializar la puesta en marcha de las instalaciones que se hallaban operativas este verano y que les habíamos presentado en las páginas de *MRyT off line* nº 340 septiembre 2011.

### Éxito de convocatoria

El corte de cinta, se realizó en la zona de formación, que se hallaba dispuesta con sillas para los asistentes; en la zona, la cartelería que la compañía ha estado utilizando en las diversas reuniones destacando el lema *Comprometidos Contigo*. La plana mayor de CECAUTO, materializaba la inauguración: el presidente, **Antonio Pujadó**, el director general, **Jesús Lucas** y el gerente del centro, **Basi Navarro**, acompañados por **Miguel Menéndez**, director de compras y cogente de *Cecauro Distribución* así como los miembros del equipo humano del centro, junto a los responsables de los distintos proveedores (**Eduardo Martí**, de UFI, **Benito Tesier**, de Brembo, **Ricardo Peris** de Mann+Hummel, **Marina Picola** de FAE, **Luís Castellanos** y **Arturo Arribas** de Blue Print, **Bruno Padierna**, de Dayco, **Emilio Orta** de Tenneco, **Eduardo Sanz** de Airtex Products, entre otros), junto con sus responsables de zona o representantes, tuvieron lugar las intervenciones.

### Intervenciones

Inició el turno Pujadó, para agradecer a los asistentes su presencia, y explicitar el orgullo de liderar una compañía con futuro, dinámica y señalar la importancia que supone un proyecto así.

Navarro daba a conocer la importancia de su alianza con *Temot Internacional* puesto que suponía acceder a datos con perspectiva europea. Entre los que daba a conocer, el crecimiento que se espera hasta 2015 en el valor del mercado de reparación (recambios y mano de obra), de hasta 15.000 MIO de euros, y la particular media de edad del parque español, 10 años, por encima de la europea, 8 años. Todo ello significa, en palabras de Navarro, un mercado de oportunidades.

Tras un reportaje gráfico en el que se pudieron ver los pasos de la construcción de las elegantes instalaciones, se remarcaba que el traslado se realizó sin cerrar un solo día, un mérito del equipo a quien Basi quiso agradecer públicamente el esfuerzo.

### Viaje de incentivos

La **Convención Anual** se celebrará en 2012 y se cuenta con tres candidaturas: **Cuba** (donde CECAUTO trabaja desde hace 8 años, disponiendo desde la pasada semana de un almacén de 1000m<sup>2</sup>), **Jamaica** o un **Crucero Privado**; para elegir el tipo de viaje, se enviará un folleto en el que se deben marcar las opciones, pudiendo optar aquellos que realicen unas compras de 80.000 Euros en producto CECAUTO, siendo colaborador del mismo la marca UFI.

### Visita y obsequios conmemorativos

Tras las intervenciones, se realizó una visita a las instalaciones (3.800 m<sup>2</sup> en tres plantas con 2.700 m<sup>2</sup> de zona de almacenaje) por grupos, mientras Pujadó era agasajado por Brembo y Dayco con sendos recuerdos que venían a recordar la efemérides y agradecer la constante colaboración de la empresa y su presidente a las firmas. ●

📍 [www.cecauto.es](http://www.cecauto.es)



Antonio Pujadó, presidente de CECAUTO, en el momento de cortar la cinta que inauguraba oficialmente las instalaciones, bajo la mirada del director general Jesús Lucas y del Gerente de CECAUTO Barcelona, Basi Navarro.



Pujadó, dirigiéndose a la nutridísima asistencia.



Benito Tesier, líder de Brembo en España, entregando un recuerdo a Pujadó por el constante apoyo a la marca.



Bruno Padierna, director general de Dayco en España, hizo entrega de una placa recuerdo a Pujadó.

NOVIEMBRE

108

2011

CARROCERÍA Y PINTURA del automóvil

C & P

Suplemento especializado de **mtyt**



34

Il Congreso de la red de talleres CertifiedFirst



36

Spies Hecker presenta el sistema base agua HI-TEC



41

Programas y servicios de consultoría

Algunos pintores disfrutan ya de una nueva dimensión.



Permahyd®  
HI-TEC

Spies Hecker – más cerca.

SPIES  
HECKER

[www.spieshecker.es/Hi-TEC](http://www.spieshecker.es/Hi-TEC)

## SECCIONES

### Noticias

- 28 Standox, PPG, Sagola, Glasurit
- 29 Spies Hecker, DuPont, Pro&Car, Saint Gobain, Grupo Lunia

### Noticias Centro Zaragoza

- 30 Avance de próximos cursos presenciales

### Paso a paso Centro Zaragoza

- 32 Aplicación de remaches macizos en aluminio

### Noticias CESVIMAP

- 38 Diseño de un taller en Puerto Rico, programa de bonos de Cesvi Recambios

### Técnica CESVIMAP

- 39 Pintado de asientos de motocicletas

## Breve

Las instalaciones de **Basf Coatings** en Guadalajara acogieron el pasado mes de junio una reunión en personal de **Glasuret** y de **ANTAP**, la Asociación de Agentes Oficiales de Mercedes-Benz. Este encuentro, que contó con el apoyo de **Audatex**, tuvo como objetivo informar sobre el negocio de chapa y pintura a los socios de ANTAP que aún no ofrecen este servicio. Así, **Víctor Hernández**, de Glasuret, departió sobre cuestiones como costes de las inversiones necesarias, amortizaciones y ratios de control.

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



SUS ÚLTIMAS NOVEDADES, AHORA DE OFERTA

## “PROMOCIÓN OTOÑO 2011 CARROCERÍA” DE SAGOLA

Desde el 5 de septiembre hasta el 2 de diciembre, las últimas novedades presentadas por **Sagola** se están ofreciendo a precios especiales a través del folleto “Promoción Otoño 2011 Carrocería”. Éste, incluye la nueva pistola de pintura **4500 Xtreme**, la renovada **Mini Xtreme**, los filtros de la serie **5000** mejorados, el nuevo calentador de aire **Pack 6000 Air Heater** o las últimas máscaras de respiración. Para obtener más información sobre este folleto de 16 páginas, pueden contactar con su distribuidor Sagola habitual. Con cuartel general en Vitoria (Álava), Sagola se dedica a la fabricación de pistolas de pintura aerográficas. Así mismo fabrica y distribuye otros productos para el sector del repintado como filtros de aire, calderines de presión, material de protección, etc. ◀

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



## Y CELEBRÓ UN NUEVO “ENCUENTRO DE GESTIÓN” STANDOX LANZA UN NUEVO KIT DE MASILLA

Una gran resistencia a la corrosión de la zona reparada y una óptima adherencia para las siguientes capas del proceso de repintado son las principales virtudes del **kit de masilla 2K para fondos metálicos de Standox**. Dicho kit se compone de una masilla 2K en polvo especial para fondos metálicos, un endurecedor líquido, un recipiente de plástico para mezclar, un dosificador y una espátula. El modo de uso es sencillo y el rendimiento, alto, tras mezclar los dos componentes y aplicar el producto no aparecen poros ni la chapa se deforma y se consiguen unas buenas propiedades de relleno y una alta adherencia. Cuando la masilla está totalmente seca, la zona se puede lijar en seco. Durante el trabajo, Standox recomienda a los

profesionales de la reparación combinar el secado al aire (15-20 minutos) con el secado por infrarrojos (15-20 minutos) a ochenta grados como máximo. Este kit de masilla constituye una base excelente para obtener un brillo intenso y una buena extensibilidad. Prueba de ello es que varios constructores lo han homologado oficialmente para las reparaciones en garantía de sus vehículos. Se debe tener en cuenta que las reparaciones de fondos de chapa desnuda lijada pueden resultar difíciles, sobre todo en zonas problemáticas como cordones de soldadura, ranuras superpuestas o remaches ya que, a menudo, presentan finas grietas que pronto se ven afectadas por la corrosión. En el pasado, la aplicación de estaño se utilizaba para proporcionar un buen contacto con el fondo, proteger frente a la corrosión y conseguir un acabado liso. Sin embargo, al aplicar el estaño con un soplete, la chapa se puede deformar y podría no coincidir con otras piezas. Actualmente, esto se puede conseguir utilizando la masilla para fondos metálicos de Standox como alternativa sencilla y eficiente.

En otro orden de cosas, Standox organizó el pasado mes de octubre un nuevo “Encuentro de Gestión” para gerentes y jefes de posventa y de taller. **José Joaquín Gómez**, jefe de taller y *community manager* de **Talleres Autocarrascosa**, realizó una ponencia en la que abordó diversas cuestiones, la influencia de los sistemas de reparación sobre la mano de obra y el beneficio del taller, la organización más adecuada según tipo de taller, la gestión de clientes como estrategia de diferenciación, cómo sacar mayor partido a las peritaciones o la implantación guiada por técnicos del sistema de reparación rápida para aprovechar posibles oportunidades de negocio. ◀

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



UNA GAMA DE MASILLAS QUE ACELERAN LA REPARACIÓN

## LLEGA EL SISTEMA ONE TOUCH DE PPG

Lo último de **PPG** para el profesional del taller de chapa y pintura es el **sistema One Touch**, una **nueva gama de masillas** que se suministran en un cartucho coaxial especialmente diseñado para acelerar el proceso de reparación al reducir el tiempo de mezcla mediante una activación precisa y uniforme. Con el sistema **One Touch** no se pierde tiempo elaborando la mezcla antes del uso del producto, y no se pueden cometer errores ya que la cánula dispensa el producto en una proporción constante de 10:1. El pintor puede utilizar exactamente la cantidad de masilla que necesita, aplicándola rápida y fácilmente con el cartucho acoplado en una pistola de aplicación especial; es imposible cometer errores que requieran rehacer la mezcla o el trabajo. Tanto la versión de uso general **A750** como la ligera de bajo peso específico **A751** ofrecen una adherencia óptima tanto en metales galvanizados como en aluminio. El producto en sí se aplica fácilmente con una textura fina y cremosa, una alta capacidad de relleno y buenos tiempos de secado. El acabado final no tiene micro-poros y es fácil de lijar, además, el cartucho cerrado reduce el riesgo de contaminación de la mezcla con impurezas, garantizando en conjunto la calidad de la reparación final. De este modo tampoco es posible que la masilla se seque como las masillas convencionales en lata. PPG también destaca de estas masillas su facilidad de uso y su precisión. ◀

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






NUCESA APARECERÁ EN EL CALENDARIO MASTERPIECES DE SPIES HECKER

## UNA "OBRA MAESTRA" GRANADINA

Un taller español aparecerá en el calendario Masterpieces 2012 de Spies Hecker, concretamente, el taller granadino **Nucesa**, que ha restaurado de forma magistral todo un clásico, un **Auto Unión 1000S**. El resultado final ha sido espectacular, como recién salido de la fábrica de montaje a pesar de que este automóvil tiene casi medio siglo de antigüedad. A través de este calendario, Spies Hecker reconoce los mejores trabajos de repintado realizado durante el año. Este 2012 han presentado sus obras centenares de talleres de 25 países de todo el mundo lo que da más valor a la restauración llevada a cabo por el taller granadino.

Tras conocer que este trabajo de repintado aparecerá en el calendario de obras maestras de Spies Hecker, **José Cervilla**, gerente de Nucesa, ha explicado que encontró este coche casi por casualidad pero no dudó ni un segundo en comprarlo para restaurarlo como buen aficionado a los vehículos clásicos. Sobre el proceso de restauración, Cervilla destaca el cariño que le han puesto y la laboriosidad: "ha sido un trabajo de artesanía porque hemos tenido que desmontar por completo el coche, revisar cada pieza haciendo las reparaciones necesarias, fabricando incluso los componentes que ya no se encuentran, sin olvidar hasta el más mínimo detalle". Spies Hecker y, en particular, su distribuidor de esta marca, **Autopinturas Granada**, han ayudado al taller granadino. Además de asesorar a los empleados sobre los distintos procesos a realizar, ha facilitado el acceso a todos los materiales y pinturas necesarios para realizar el trabajo con la mayor calidad. ◀

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

Y SUMA UN NUEVO FIVE STAR, TALLERES PACO VALDELVIRA, DE DOS HERMANAS (SEVILLA)


## DUPONT PRESENTA NUEVOS APAREJOS

En aras de satisfacer las necesidades de la creciente popularidad de los tonos blancos y negro entre los automóviles, **DuPont Refinish** ha mejorado sus **aparejos polivalentes** de alta productividad **1051R** y **1057R** (blanco y negro). Ambos son de dos componentes, poseen un alto contenido en sólidos y se pueden mezclar entre sí en diferentes proporciones para conseguir cinco intensidades de gris adicionales. Así, el pintor dispone de las siete tonalidades que conforman el concepto **ValueShade** de DuPont el cual asocia cada color del acabado con uno de los tonos de gris para conseguir un recubrimiento más rápido y reducir el consumo de pintura. Los aparejos 1051R y 1057R se pueden aplicar de dos modos, como relleno maxi o como aparejo lijable. Desde DuPont apuntan que destacan por su facilidad de aplicación, por su buena fluidez y por su facilidad de lijado, incluso después de una hora de secado al aire. Los dos aparejos se pueden recubrir con todos los acabados DuPont Refinish.

En otro orden de cosas, per siguiendo con la actualidad de DuPont Refinish, su red de talleres **Five Star** ha sumado recientemente un nuevo miembro en nuestro país, **Talleres Paco Valdelvira**, de Dos Hermanas (Sevilla). Con más de treinta años de experiencia, este centro de reparación cuenta con doce trabajadores y la filosofía de la empresa es ofrecer calidad de servicio y humanizar las relaciones con los clientes a través de un trato persona-



lizado. **Pablo Valdelvira**, gerente de Talleres Paco Valdelvira, comentó: "es una alianza firme que nos proporciona prestigio ya que pertenecer a la red **Five Star** de DuPont Refinish conlleva cumplir unos requisitos altos de calidad". Y añadió: "hemos experimentado un cambio de imagen positivo que nuestros clientes han apreciado tras la reforma, ampliación y renovación de instalaciones y de maquinaria que hemos realizado para cumplir con las premisas de **Five Star**. Para nosotros es una manera de continuar creciendo y apostando por unos principios de calidad que mejoran el servicio para nuestros clientes". Por su parte, **Julio Hernández**, coordinador de **Five Star**, afirmó: "para la red **Five Star** es una satisfacción que un taller referente en **Dos Hermanas** cuente con nosotros para su proyecto de futuro, fortaleciendo más si cabe nuestra red". ◀

 [www.dupontrefinish.es](http://www.dupontrefinish.es) / [www.tallerespacodelvira.com](http://www.tallerespacodelvira.com) / [www.dupontfivestar.es](http://www.dupontfivestar.es)

Algunos pintores disfrutan ya de una nueva dimensión.



Más información en [www.spieshecker.es/Hi-TEC](http://www.spieshecker.es/Hi-TEC)

**Permahyd®**  
**HI-TEC**

Spies Hecker – más cerca.

**SPIES HECKER**

**Permahyd®**  
**HI-TEC**

# Avance próximos cursos programados presenciales de Centro Zaragoza

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

Entre los próximos cursos, los que guardan relación con el sector del taller son:

## **PROCESOS Y TÉCNICAS DE REPARACIÓN DE VEHÍCULOS.**

FECHAS: Del 21 al 24 de Noviembre de 2011.

DURACION: 4 días (22 horas lectivas).

## **PROCESOS DE PINTURA DE ACABADO (PINTURA 2).**

FECHAS: Del 21 al 24 de Noviembre de 2011.

DURACION: 4 días (22 horas lectivas).

## **PEQUEÑAS REPARACIONES DE CHAPA MEDIANTE EL SISTEMA DE VARILLAS.**

FECHAS: 28 y 29 de Noviembre de 2011.

DURACION: 2 días (10 horas lectivas).

## **TÉCNICAS DE AEROGRAFÍA (NIVEL AVANZADO).**

FECHAS: Del 28 de Noviembre al 2 de Diciembre de 2011.

DURACION: 8 días (28 horas lectivas).

## **TECNOLOGÍA DEL AUTOMÓVIL PARA ASESORES DE SERVICIO.**

FECHAS: Del 29 de Noviembre al 1 de Diciembre de 2011.

DURACION: 3 días (18 horas lectivas).

## **ACTUALIZACIÓN PARA TÉCNICOS DE ESTACIONES DE ITV.**

FECHAS: Del 30 de Noviembre al 2 de Diciembre de 2011.

DURACION: 3 días (16 horas lectivas).

## **CARROCERÍA RÁPIDA.**

FECHAS: Del 12 al 15 de Diciembre de 2011.

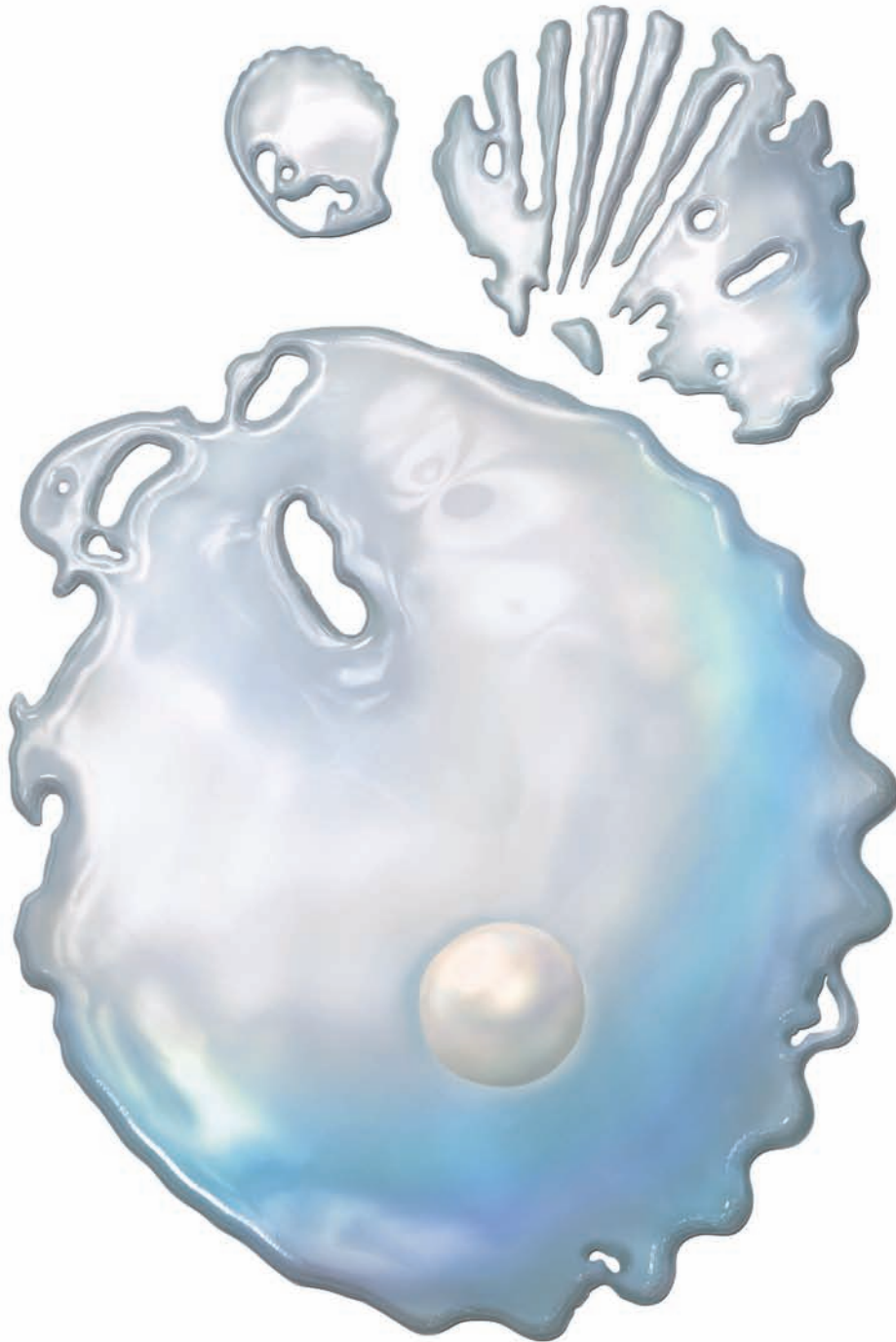
DURACION: 4 días (22 horas lectivas).



**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: cursos@centro-zaragoza.com - www.centro-zaragoza.com

**EXCELENTES RESULTADOS DE COLOR.**



**Para un repintado rentable, elija Standox.** Como líder europeo en tecnología de reparación de automóviles, Standox le ofrece una completa gama de productos innovadores, desde materiales de preparación fáciles de usar hasta la más avanzada tecnología de base bicapa. De este modo, le aportamos una sólida base para el éxito de su taller. Además, como nuestros productos ya cumplen los estándares futuros de calidad y protección medioambiental, Ud. puede mirar hacia el futuro con confianza. Cuando se trata de asegurar el éxito de su negocio, Standox le ofrece los mejores resultados. Más información en [www.standox.es/productos](http://www.standox.es/productos)



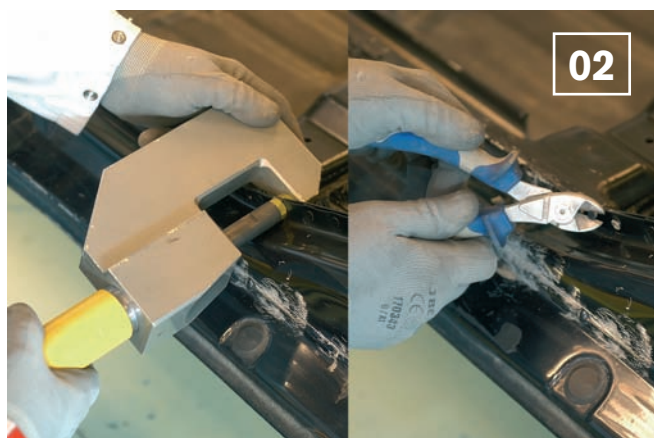
**El arte del pintado.**

# APLICACIÓN DE REMACHES MACIZOS EN ALUMINIO

*Una de las operaciones habituales en la reparación de carrocerías de aluminio es la sustitución de piezas por unión remachada mas adhesivo. Los tipos de remaches utilizados en estas reparaciones varían dependiendo del acceso para trabajar: remaches macizos con acceso por ambos lados y remaches ciegos con acceso por un solo lado. A continuación, se muestra la aplicación de un remache macizo y el juego de buterolas utilizado en el proceso.*



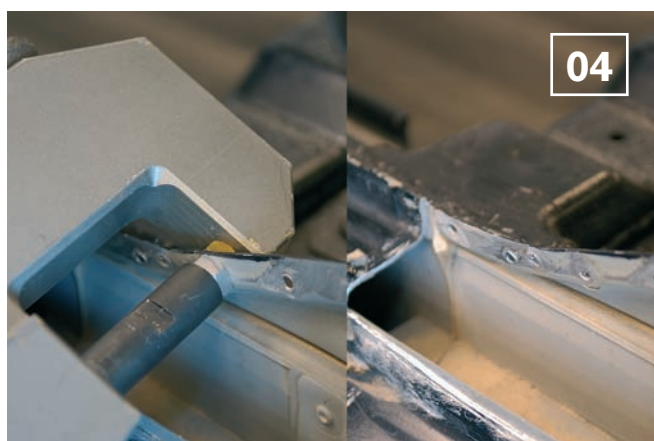
01  
Montar en la remachadora la buterola adecuada para retirar el remache. La posición de las buterolas debe ajustarse siempre según el espesor de las piezas.



02  
Retirar el remache.



03  
Montar la buterola para preparar la superficie para el nuevo remache.



04  
Aplanado de la superficie.





05

Montar la buterola para realizar el orificio en la pieza nueva. Según la buterola montada, puede practicarse a la vez un avellanado del orificio.



06

Realizar el orificio con la remachadora.



07

Aplicar adhesivo en las superficies a unir.



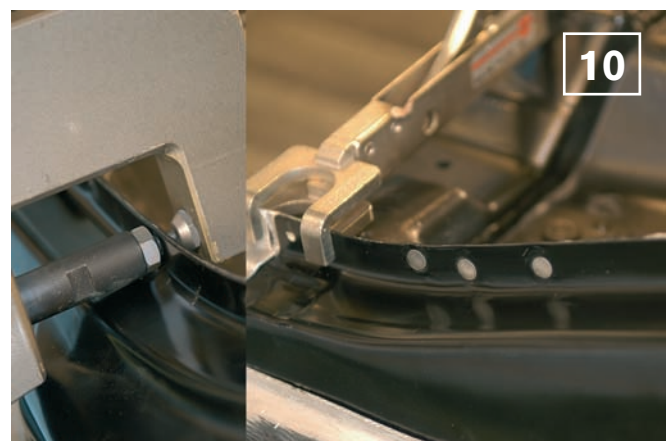
08

Fijar las piezas a unir para evitar su movimiento durante el remachado.



09

Montar la buterola para aplicar el nuevo remache macizo.



10

Aplicación del nuevo remache (exteriormente queda enrasado con la superficie de la chapa).



Unas 200 personas asistieron al II Congreso CertifiedFirst entre representantes de talleres de la red, de las compañías aseguradoras y distribuidores de PPG.

*El titular es el lema de este Congreso y transmite lo que quiere proporcionar esta red de talleres de chapa y pintura impulsada por Grupo PPG, un servicio de máxima calidad en la reparación y una atención al cliente sin parangón. En definitiva, aportar un plus en relación a la competencia. Responsables de CertifiedFirst explicaron cómo se consigue y también hubo tiempo para reflexionar sobre otras cuestiones.*



## II CONGRESO DE LA RED DE TALLERES CERTIFIEDFIRST

# Con excelencia, tú ganas

Sevilla acogió el 2 y el 3 de octubre la **segunda edición** del **Congreso de CertifiedFirst**, red de talleres de carrocería y pintura impulsada por **Grupo PPG**. Los dos días fueron muy intensos, con un apretado programa de interesantes ponencias que, más allá de ofrecer una amplia panorámica del estado actual de la red, sus objetivos y retos, sirvieron para conocer un poco más en qué contexto trabajan los talleres de chapa y pintura.

### Mercado, reparación, el cliente...

Tras dar la bienvenida **Xavier Pegueroles**, responsable de CertifiedFirst en España, a los 200 asistentes entre representantes de talleres de la red, distribuidores de las pinturas PPG y representantes de compañías aseguradoras, entró en acción uno de los ponentes más habituales y didácticos de la posventa, **François Passaga**. El direc-

tor general de **GIPA** quiso lanzar un mensaje optimista y recordó que el mercado, a pesar de la crisis y la bajada de la siniestralidad, ofrece oportunidades. Puso como ejemplo que desde hace cinco años el canal concesionario y el agente está perdiendo cuota de mercado en beneficio del taller multimarca independiente y los talleres abanderados por marcas de repintado como los CertifiedFirst. No obstante, también recordó que captar nuevos clientes pasa por la creatividad, la innovación, la profesionalidad y, sobre todo, la atención al cliente. *"El cliente es el rey. En estos tiempos el taller que triunfará será el que sepa que detrás de un volante hay un conductor que es nuestro cliente y al que se le debe tratar como a un rey"* apostilló Passaga.

**Pablo López**, de **CESVIMAP**, realizó una presentación técnica en la que explicó las nuevas técnicas de reparación para adaptarse a la rápida evolución de los automóviles. Hoy en día el acero al boro es complejo de reparar por su dureza y resistencia y se debe trabajar siempre en frío, los aceros revestidos se deben soldar con la técnica *MIG brazing* o que se han de evitar los golpes directos en la reparación de piezas exteriores de aluminio fueron algunos de los apuntes más destacados de esta charla.

El primer **Estudio sobre los Niveles de Satisfacción de los Clientes CertifiedFirst** fue presentado por **Javier Fernández**, de **Stiga**. Éste, arroja



Xavier Pegueroles, responsable de la red CertifiedFirst en nuestro país.



Juan Navarro, director de márketing de PPG Ibérica.

buenos datos sobre la red de talleres de PPG, tras el análisis de 1.761 encuestas válidas, el grado satisfacción del cliente con el servicio es de un 8,83; un 87,2% recomendaría un CertifiedFirst y un 88,7% volvería a un CertifiedFirst en caso de necesidad. Así mismo, un 60,6% de los clientes se ha considerado muy satisfecho con el resultado de las reparaciones realizadas en el CertifiedFirst al que acudió.

**Daniel Méndez**, de **ICEA**, empresa que realiza estudios e informes sobre el 95% de las primas de seguros contratadas en España, afirmó que más del 90% de los clientes están satisfechos con su seguro y que las principales demandas son la rapidez de reparación y mayor información sobre los siniestros.

Por su parte, **Xavier Serigó**, de **Auren**, expuso dos fórmulas para valorar la eficiencia del taller: tiempo de ciclo (vehículos en proceso dividido por promedio de salidas al día igual a promedio de días por coche en el taller –cuanto más bajo, mejor-) e indicador de rendimiento –TPI- (horas de trabajo facturadas de media dividido por promedio de días por coche en el taller igual a horas por día y vehículo facturadas –cuanto más alto, mejor-). Algunos talleres CertifiedFirst están aplicando estas fórmulas mediante varios métodos y están obteniendo resultados positivos.

**Jesús Carcas**, de **Centro Zaragoza**, explicó la certificación Centro Zaragoza de talleres que avala la calidad de los mismos y el proyecto al respecto con CertifiedFirst el cual contempla la identificación de talleres de la red que cumplen una excelencia y la certificación de los que cumplen con los estándares de calidad y servicio definidos conjuntamente. Los estándares evaluados son, por ejemplo, el sistema de gestión implantado, los procesos de reparación, la atención al cliente, la adaptación al marco legal, etc.

## Ponentes PPG

La segunda jornada se inició con las intervenciones de diversos responsables del PPG Ibérica, recordemos, la impulsora de la red de talleres CertifiedFirst.

**Ignacio Bravo**, director de mercado, explicó cuáles son los retos a asumir por CertifiedFirst en el futuro. Estos retos pasan por escuchar a los clientes para desarrollar una imagen más sólida de la red. Se debe tratar de convertir la mala experiencia de un siniestro en un resultado final satisfactorio en lo que respecta al resultado de la reparación y al trato recibido. Bravo también subrayó que la **Certificación Centro Zaragoza** debe erigirse en un factor de crecimiento de CertifiedFirst.

El director de marketing de PPG Ibérica, **Juan Navarro**, repasó las numerosas acciones llevadas a cabo para potenciar la red CertifiedFirst: formación en **ESADE**, acuerdos con **SafetyKleen**, **CSS**, **GTMotive** y **Audatex**, implantación del **concepto Six Sigma** para hacer más efectivo el trabajo diario, cursos de peritación y atención al cliente, formación en aplicación de vinilos, sesiones de paraquizen, etc. Así mismo, avanzó algunas de las acciones previstas para 2010 y, sobre todo, sus objetivos: mejorar el cumplimiento de los plazos de entrega, atender mejor las reclamaciones de los clientes, superar a la competencia, satisfacer al colectivo asegurador, atraer clientes nuevos, trabajar de



## Premios a la excelencia

El **II Congreso CertifiedFirst** sirvió de marco para la entrega de la primera edición de los **Premios a la Excelencia en Satisfacción del Cliente y en Lean y Six Sigma**. Basados en los resultados del estudio **Stiga** sobre el Índice de Satisfacción al Cliente CertifiedFirst, los **ganadores** en la categoría de **Satisfacción del Cliente** fueron **Bartolomé Petro**, de **Talleres Dakar** (Mallorca) que obtuvo la mejor puntuación (9,53), seguido de **Daniel García**, de **Talleres Carslook** (Elche, Alicante). En la categoría de **Excelencia en Lean y Six Sigma**, se impusieron **Ángel Madroño**, de **Talleres Pedro Madroño** (Talavera de la Reina, Toledo) y **José Cremades**, de **Mac Euroservice** (Alicante). También hubo un reconocimiento para el CertifiedFirst con el **mejor perfil de Facebook**, **Autolid JM Sport** (Valladolid) cuyo responsable es **Marino Herrero**. Este taller recibió un tablet de regalo.

Por lo que respecta a la parte lúdica del Congreso, los asistentes disfrutaron visita nocturna por Sevilla (lamentablemente pasada por agua) y de la gastronomía de la ciudad.

forma más rentable, reducir costes operativos, ofrecer más servicios o implicar más al personal. Navarro también presentó el **nuevo eslogan corporativo** de la estrategia de comunicación de marca de PPG: **"Bringing innovation to the surface"** (aportando innovación a la superficie) y confirmó que el año que viene se potenciará la imagen de marca de la red. **"Queremos que la red CertifiedFirst suba un peldaño más y se convierta en referencia en el sector, que un redireccionador de trabajo piense en CertifiedFirst como primera opción y para ello hay que aprender a satisfacer las necesidades y requisitos del cliente"** resumió Navarro.

**Xavier Pegueroles** volvió a tomar la palabra para explicar algunas novedades y acciones a realizar por CertifiedFirst en 2012. Así, presentó en sociedad la nueva herramienta **Retoque Express**, fórmula de precios cerrados de reparaciones rápidas cuyo objetivo es captar a aquellos clientes a los que el seguro no les paga estas reparaciones, tienen miedo de quedarse sin coche durante días o necesitan saber el importe de la factura. También presentó el nuevo vestuario laboral, que incluye ropa para chicas; la revista CertifiedFirst, que informa sobre la actualidad de la red o el calendario de cursos 2012, los impartidos ESADE, en CESVIMAP o el curso de Parakaizen de mejoras en el taller. Por último, **Carles Torrecilla**, profesor de ESADE y colaborador en el programa de televisión **El Hormiguero**, impartió una charla sobre las **Nuevas Tendencias en la Satisfacción del Cliente**. Con su habitual tono desenfadado y muy claro, Torrecilla explicó las claves de hoy en relación a la satisfacción del cliente: se debe entender a la clase media consumista (no todos somos iguales ni tenemos las mismas preferencias o escala de valores); ahora no vale solo captar clientes, éstos se deben fidelizar; hoy en día la calidad ya se da por supuesta, el cliente exige un plus, valores añadidos. Todas estas claves son las que está aplicando PPG a su red CertifiedFirst y fue el eje sobre el que giró la convención: ofrecer valores añadidos al cliente para obtener su satisfacción y así, convertir la asistencia a un CertifiedFirst en una experiencia satisfactoria. Este fue el mensaje que se quiso transmitir en este encuentro. ◀

 [www.certifiedfirst.com](http://www.certifiedfirst.com) / [www.ppg.com](http://www.ppg.com)



El profesor de ESADE, el mediático Carles Torrecilla, en un momento de su animada intervención.

**NUEVO SISTEMA BASE AGUA  
HI-TEC DE SPIES HECKER**

# El futuro empieza hoy

*Spies Hecker convocó a la prensa especializada para presentarle (y de paso pintar un rato con él) el nuevo sistema base agua Permahyd Hi-Tec. Según los técnicos de la marca alemana, este nuevo sistema marca un antes y un después en el sector del repintado en términos aplicación, versatilidad o rapidez. Veamos por qué.*

En las comunicaciones de Spies Hecker el nuevo sistema base agua Hi-Tec se presenta bajo el lema "El futuro empieza hoy", toda una declaración de intenciones de la marca alemana en la que resume la gran apuesta por este sistema en el que han investigado y trabajado duramente para crear una solución de repintado que establece nuevos estándares en términos de facilidad de aplicación, versatilidad y rapidez. Y como es una gran apuesta organizó un encuentro de prensa para presentarlo en sociedad.

Sergi Blanc, director comercial de Spies Hecker en España, explicó el objetivo del nuevo Permahyd Hi-TEC: "ayudar no solo al pintor sino al taller en su concepción como empresa, desde al jefe de taller hasta el empresario". Blanc también insistió en que el departamento de I+D+i de Spies Hecker se ha centrado en conseguir la máxima eficiencia, no solo en el momento de la aplicación sino, especialmente, en todo el proceso de trabajo.

## Prestigio Permahyd

Por su parte, Karsten Jürs, director de marketing internacional de Spies Hecker, explicó que, a la hora

de denominar el nuevo sistema, se ha mantenido la denominación Permahyd porque tiene reconocimiento en el mercado y que la nueva terminología Hi-TEC es la evolución del logo GreenTec. Recordó que la marca ha estado investigando durante ocho años para desarrollar el sistema Hi-TEC, ocho años cuyos frutos son una nueva tecnología de base agua con nuevas resinas y unos pigmentos de última generación que aportan gran poder de cobertura. Con este sistema, Spies Hecker se adapta a las tendencias en el repintado de automóviles: pigmentos más finos, acabados trícapa, pinturas interiores con barniz, etc.

Jürs confirmó que el sistema Hi-TEC desde 2010 se ha lanzado ya en 22 países (en España en 2011) y comentó algunas de sus virtudes como, por ejemplo, que proporciona un secado muy rápido permite lijar rápidamente y de forma directa obteniendo un resultado parecido al de las pinturas en base disolvente gracias a la tecnología híbrida. De hecho, varios profesionales de la reparación que han utilizado el Hi-TEC han afirmado que les recuerda la técnica de aplicación del disolvente. Así mismo, el sistema da prioridad a facilitar el proceso de difuminado, cuestión muy valorada por los



Según Spies Hecker, el nuevo sistema base agua Permahyd Hi-TEC aporta al taller de chapa y pintura una aplicación fácil y rápida, resultados óptimos, cortos tiempos de reparación, difuminados fáciles y mayor flexibilidad.

pintores y el tiempo en espera en cabina prácticamente desaparece por completo. Otras de las apuestas de lo último de Spies Hecker es la gestión digital del color, factor clave en la rentabilidad de la reparación. En este sentido se ha introducido un avanzado espectrofotómetro. Por último, Jürs recordó que los talleres clientes de Hi-TEC tendrán a su disposición un amplio elenco de material impreso técnico e informativo a modo de pósters, manuales de formación y material digital como documentación de formación, técnicas de aplicación, videos prácticos, técnicas de argumentación de ventas, etc.

El directo de marketing Spies Hecker en España, Miguel Ángel Egido, también intervino, en este caso para enumerar las cinco ventajas del nuevo sistema base agua Permahyd Hi-TEC: aplicación más rápida y fácil (el pintor empieza y termina el trabajo); resultados fiables gracias a la elevada precisión del color; tiempos de proceso cortos (evapora antes, el secado total es más rápido y los defectos y el polvo se eliminan sin esperar a secar); difuminado fiable y simple, lo que supone un coste de reparación menor y, por último, mayor flexibilidad, que permite realizar aplicaciones que



Sergi Blanc, director comercial de Spies Hecker en España, en un momento de su intervención.



Karsten Jürs, director de marketing internacional de Spies Hecker, mostrando el calendario en el que aparece la réplica artesana del mítico Audi Quattro S2 pintada con colores Spies Hecker.

hasta ahora no eran posibles como acabados multitonos o acabados de interior sin barniz.

### Hi-TEC, al detalle

Profundizando en las características técnicas del sistema Permahyd Hi-TEC, éste plasma el desarrollo de una tecnología híbrida patentada de pintura bicapa al agua que proporciona acabados óptimos con un efecto totalmente uniforme. Por otra parte, su alto contenido en pigmentos genera un alto poder cubriente. Los básicos Hi-TEC se pueden combinar con el nuevo endurecedor Permahyd, el resultado son unos buenos acabados en el pintado de interiores y en sistemas multicapa.

Spies Hecker ha desarrollado para este sistema un nuevo aditivo, el WT6050/WT6051. Éste, permite ajustar la viscosidad de Permahyd Hi-TEC en función de sus condiciones de trabajo para que la aplicación sea más fácil y rápida. Gracias a su gran extensibilidad, el Hi-TEC es fácil de aplicar y proporciona una excelente fluidez. La estabilidad sobre superficies verticales y su opacidad son otras virtudes de este sistema base agua que se aplica en una sola operación, sin necesidad de evaporación intermedia ni esperas innecesarias. La marca alemana también ha desarrollado unos pigmentos de aluminio que crean un efecto uniforme en todos los colores metalizados y perlaados. Los colores Hi-TEC se reproducen con exactitud obteniendo resultados idénticos al del patrón original, independientemente del tipo de pistola o técnica de aplicación utilizada.

Los técnicos han dado prioridad a la evaporación. El Hi-TEC se evapora rápidamente para poder seguir reparando. Tras la evaporación, el pintor ya puede limpiar el objeto, eliminar las partículas de polvo o lijar la superficie. En los acabados multitonos, después de la evaporación ya se puede enmascarar y pintar. El resultado final son unos tiempos de reparación más cortos. Por otra parte, el nuevo aditivo para difuminados 1050 se aplica sin diluir en la zona de transición. A continuación, se aplica la base bicapa Hi-TEC directamente sobre la película todavía húmeda del aditivo. Así, se garantiza un resultado uniforme y se reduce la pulverización consiguiéndose un fundido imperceptible. Por su parte, el endurecedor Permahyd




Fuimos testigos tan directos de las prestaciones del Hi-TEC que hasta tuvimos que pintar nosotros y descubrimos por qué es tan rápido. ¡Fue divertido! Aunque descubrimos con cierta decepción por qué no tenemos un taller de pintura...

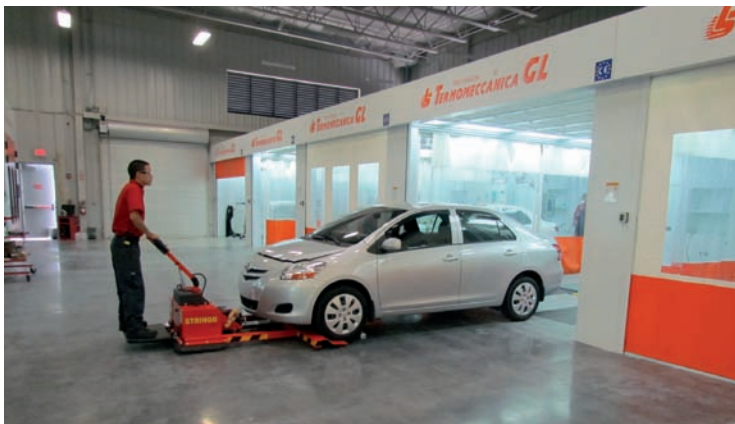


Miguel Ángel Egido, director de marketing de Spies Hecker en España, mostrando la hoja del calendario Masterpieces en que aparece la obra maestra del taller granadino Nuclea (ver sección Noticias de este suplemento).

3080 permite reproducir de forma fiable cualquier color de origen y asegura un secado completo de la capa intermedia y una alta resistencia química y mecánica. De hecho, las reparaciones de colores multitonos o de diseño, habituales en vehículos de empresa y flotas, se realizan fácilmente con el Permahyd Hi-TEC.

La gestión digital del color merece especial mención. El nuevo sistema base agua saca el máximo partido a las herramientas de color de última generación de Spies Hecker. Las más importantes son el espectrofotómetro ColorDialog, capaz de leer el color sobre la carrocería del vehículo desde tres ángulos diferentes y en cuestión de segundos, y el CRplus, un programa informático para la búsqueda de fórmulas de color que analiza los datos importados electrónicamente y muestra la fórmula exacta en un instante. Además, los nuevos módulos del programa ofrecen al reparador un resumen de las cantidades utilizadas, el stock actual y los pedidos con el objetivo de controlar mejor los procesos de la sala de mezclas. ◀

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



## CESVIMAP diseña un moderno taller en Puerto Rico

Acaban de concluir las obras del taller de reparación de automóviles más moderno de Puerto Rico, fruto de la colaboración entre MAPFRE PUERTO RICO y CESVIMAP. CESVIMAP ha sido el socio tecnológico de MAPFRE PUERTO RICO para la realización de "Multiservicar Collision Repair Center". Ubicado en *Isla Verde*, en una parcela de 5.750 m<sup>2</sup>, se han erigido unas instalaciones que permitirán reparar más de 3.500 vehículos y dar trabajo activo a más de 40 personas. El taller más moderno de Puerto Rico 3 cabinas de pintura, 10 planos de preparación de pintura con impulsión y extracción de aire y elevadores integrados y 6 bancadas con medidores electrónicos de carrocería por ultrasonidos. Además, se ha pensado en la ergonomía de los puestos de trabajo con el movimiento interno de vehículos sin arranque; en el medio ambiente, con el sistema de pintado base agua y el lavado de vehículos con reciclaje de aguas. Otros sistemas innovadores son la informatización de la gestión del taller, la zona

de reparación exclusiva para aluminio, la recepción activa al cliente, una sala de espera con zona infantil, la custodia de seguridad de llaves, el sistema de vigilancia, etc. Muchas de estas soluciones se implantan por primera vez en un taller de reparación de chapa y pintura en este país.

CESVIMAP ha diseñado activamente todas las fases de ejecución:

- Selección y ubicación de la parcela
- Estudios de viabilidad económica
- Diseño del taller
- Establecimiento del planing de obra
- Apoyo a la ingeniería y arquitectura
- Gestión de presupuestos
- Reuniones de obra y proveedores
- Selección y formación del personal
- Formación "in situ"

CESVIMAP desarrolla estos proyectos en varias fases, desde la toma de datos inicial, para obtener una perspectiva global del negocio, hasta la puesta en marcha y seguimiento periódico de sus actividades. ◀

consiga ahora bonos descuento comprando piezas recuperadas

**cesvi recambios**  
www.cesvirecambios.com

así de fácil:

Por cada compra igual o superior a 100 euros (impuestos excluidos) obtendrá un 10% en bonos descuento para próximas compras.

compra 100 euros = 10% bonos descuento

## Éxito del programa de bonos de Cesvi Recambios

Como una atención para los clientes que confían en Cesvi Recambios, y ofrecerles algo que ellos realmente valoran sigue vigente el programa "Bonos Cesvi Recambios". Por cada 100 euros de compra se obtiene el 10% del valor total en bonos descuento, reutilizables para la próxima compra. Así, un bono significa un euro de descuento para la próxima compra en el centro autorizado de tratamiento Cesvi Recambios. Con cada factura, se le enviará al cliente un extracto de su cuenta de bonos, con las condiciones periódicas en vigor, saldo y movimiento de bonos. El canje de bonos correspondiente se realizará en la facturación de la siguiente compra efectuada por el cliente. ◀



**CESVIMAP**

Ctra. de Valladolid, km 1 05004 Ávila.  
Tel: 920 206 300. Fax: 920 206 316  
cesvimap@cesvimap.com www.cesvimap.com

# PINTURA

## Pintado de asientos de motocicletas

*Los asientos de motocicletas están recubiertos de un material grabado y de elevada flexibilidad, características que dificultan su pintado. Además, la mayoría de los talleres especializados en motocicletas no disponen de productos adecuados para pintarlos. A continuación, se presentan diversas alternativas para realizar su pintado.*

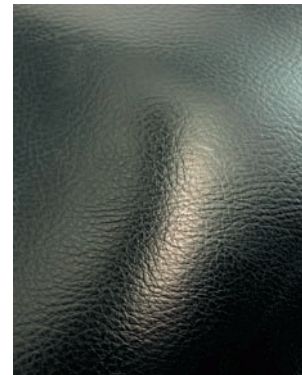


Los asientos de las motocicletas están diseñados para adaptarse al cuerpo del motorista y ser confortables, resistentes y duraderos. Por ello, se fabrican con un material esponjoso, que se recubre con cuero o con un compuesto sintético que lo imita.

Tienen diferentes grabados o relieves, con dos funciones principales: por una parte, ayuda a sujetar el cuerpo del motorista a la moto, para

que no resbale, mejorando su seguridad; por otra, proporciona una buena imagen.

Si bien no es habitual pintar los asientos de las motocicletas, puede ser necesario por varias razones: reparación, pequeños daños estéticos, cambio de color, personalización, etc. El pintado del asiento de una motocicleta se divide en dos fases: preparación de la superficie y aplicación del acabado.



*Detalle del relieve de un asiento*

### Preparación de la superficie

La preparación de la superficie se limita a realizar una buena limpieza del asiento de la motocicleta y a enmascarar aquello que no se desee pintar.

Por regla general, no es necesaria la aplicación de promotores de adherencia para plásticos gracias a las buenas características que suele tener el material que recubre el asiento. Tampoco se aplican productos de fondo, como masillas y aparejos, para unificar la superficie, ya que su utilización podría provocar la desaparición de la huella del plástico. Si, por motivos de la reparación, se hiciera necesaria la reproducción de la huella, esta operación se realizaría en la fase de reparación, antes de pasar a la zona de pintura, con los productos y herramientas adecuados.

En definitiva, los pasos a seguir en la preparación de la superficie serán los siguientes:

#### ● PRIMER DESENGRASADO

Es necesario realizar una primera limpieza que elimine los restos de suciedad depositados sobre la superficie a pintar. Se realiza con paños limpios y disolvente desengrasante.

En caso de no disponer de disolvente desen-

grasante, también se puede utilizar alcohol como agente limpiador. Primero se pasará un paño impregnado en el limpiador; después, otro paño seco que recogerá la suciedad que se desea eliminar.

#### ● SEGUNDO DESENGRASADO

El relieve que tienen algunos asientos se asemeja bastante al acabado texturado de un termoplástico. Como en los plásticos texturados, en estos casos hay que realizar un segundo desengrasado, combinando el agente limpiador con un abrasivo tridimensional, tipo Scotch-Brite gris. De esta manera, se puede acceder mejor a las irregularidades que presenta la superficie para eliminar la suciedad y los contaminantes depositados; además, se mejora la adherencia.

#### ● SOPLADO

Antes de aplicar cualquier producto de pintura, es necesario que se elimine completamente cualquier resto de disolvente procedente de los desengrasados anteriores. Para ello, se sopla la superficie con aire a presión. La superficie a pintar debe quedar limpia, firme y seca.



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 fosfátantes, 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.



Soplado

● ENMASCARADO

En la mayor parte de las ocasiones, el pintado del asiento se realizará con éste desmontado. En caso contrario, sobre todo ante pequeños daños, se protegerán convenientemente con papel o film plástico el resto de elementos de la motocicleta. Por otro lado, en la realización de personalizaciones sobre los asientos, como rotulados y franjeados, habrá que realizar un enmascarado para efectuar el dibujo, protegiendo el resto del asiento, que no debe recibir pintura.

**Aplicación del acabado**

Para la aplicación del color existen diversas alternativas: sistema de pintado para industria, sistema de pintado de retoques y sistema de pintado de plásticos con pintura para automóviles. La elección de uno u otro sistema vendrá condicionada, además de por la calidad final, por la disponibilidad de los productos de pintura.

cuero o asientos de motocicletas. Esta pintura se caracteriza por su gran flexibilidad y porque mantiene el grabado del material, sin llegar a atenuarlo en exceso. La ventaja de este sistema es que puede reproducir cualquier color de entre las decenas de miles formulados. Entre ellos, se encuentran colores normalizados (UNE, RAL, etc.) y colores corporativos de flotas.

● SISTEMA DE PINTADO PARA INDUSTRIA

Existen líneas de pintura que tienen máquinas de mezcla multifuncionales, que permiten reproducir cualquier color para sustratos con diferentes acabados. Para ello, disponen de varias resinas, que consiguen acabados en clorocaucho, sintético, nitrocelulísico, poliuretánico, epoxy, vinílico, acrílico, etc. Una de las resinas es específica para el pintado de superficies plásticas, ofreciendo un acabado suave al tacto y, a la vez, muy flexible. Está indicada para lonas, imitaciones de



Preparación de cartas de color

La fórmula del color elegido indica la cantidad de resina y de cada básico de color. Las relaciones de mezcla serán las especificadas por el fabricante en sus fichas técnicas de producto. A la mezcla se le añade catalizador para que comience a endurecerse. Si se va a aplicar con pistola aerográfica, también será necesario añadir diluyente. La aplicación se realizará según las especificaciones recogidas en la ficha técnica del producto. Se efectuarán pasadas ligeras, evitando dar un espesor excesivo que tape el relieve.



Preparación del color



Aplicación

No es necesario barnizar posteriormente, pues la pintura aplicada tiene suficiente dureza. Además, el acabado de los asientos de motocicleta no requiere brillo. El secado de la pintura se realizará según las especificaciones del fabricante. Como orientación, el secado a 60 °C puede durar 90 minutos. Ésta es otra de las razones que justifican el desmontaje del asiento.



Acabado del asiento

● SISTEMA DE PINTADO CON AEROSOL

Hay fabricantes que disponen de aerosoles que reproducen una cierta gama de colores. Si bien la gama de tonalidades que consiguen reproducir es más limitada, ahorran tiempo en la preparación de mezclas y limpieza de pistolas. Como cualquier otra aplicación de productos en spray, se recomienda sólo para aplicaciones puntuales.



Aplicación con aerosol

● PINTADO CON PINTURA PARA AUTOMÓVILES

Otra alternativa es el pintado con pintura para automóviles. El proceso de trabajo es semejante al de un plástico con gran flexibilidad. Por ello, se tiene que añadir aditivo elasticante a la mezcla de color hasta en un 100%, según los fabricantes. Para ello, será necesario consultar la documentación técnica de pintura.



Adición de elasticante

Entre las ventajas de la línea de pintura de automóviles se encuentran su gran difusión entre los talleres, su amplia gama de colores o la existencia de acabados metalizados o perlados.

**Pruebas realizadas en CESVIMAP**

El pintado de asientos de motocicletas no presenta ninguna dificultad técnica, independientemente del sistema que se emplee: aerosoles, línea de automóviles o línea industrial.

Los mejores acabados se obtienen con el pintado completo del asiento; en el caso de que el asiento presente daños, el acabado será mejor cuanto menor sea la extensión del daño y mejor haya sido el proceso de reparación.

Para conservar el aspecto rugoso del asiento debe aplicarse un espesor muy pequeño de pintura; por ello, la reparación debe reproducir el acabado original.



Elasticidad de la pintura



## PROGRAMAS Y SERVICIOS DE CONSULTORÍA DE LOS FABRICANTES DE PINTURA

# Cada vez más importantes

*Conscientes de la importancia de aportar servicios de valor añadido a sus talleres clientes, las marcas de repintado de automóviles les ofrecen programas y servicios de consultoría cada vez más completos en aras de facilitar su labor diaria. Veamos en qué consisten algunos de ellos.*

### AKZO NOBEL CAR REFINISHES

Barcelona. **Sikkens**, su marca de repintado, se beneficia el programa **Sikkens Services**. A través de él, ofrece al taller la posibilidad de mejorar en varios aspectos para así incrementar su rentabilidad y profesionalidad. Los servicios propuestos son un examen sobre el rendimiento del proceso de trabajo en el taller, sistemas de trabajo a medida, gestión del área de pintura, asesoramiento en el diseño del taller, materiales de pintura y anexos, formación, reparaciones rápidas, etc. De entre todas estas herramientas, el programa Sikkens Service da prioridad a la gestión y a la organización del taller para aumentar su rentabilidad, cuestión clave en los tiempos actuales. Los distribuidores Sikkens son el nexo de unión entre los talleres y los consultores de este programa, consultores que están permanentemente formados y que cuentan con un amplio conocimiento del mercado a la vez que disponen de un amplio elenco de recursos para el análisis y la mejora de todos los procesos vinculados al negocio de la reparación.

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



Ayuda para la correcta gestión de la pintura, uno de los servicios de Sikkens Services.

### DUPONT REFINISH IBÉRICA

Barcelona. Todos los talleres de carrocería y pintura que trabajan con la marca **DuPont** pueden acceder a servicios añadidos a través del servicio de consultoría personalizada **BodyShop Pro**, diseñado específicamente para apoyar a los talleres europeos en la gestión de su negocio e incrementar al máximo su productividad. El principio de este servicio es ayudar a los gerentes de los talleres a gestionar mejor su negocio identificando las áreas y aspectos a mejorar. El BodyShop Pro opera en los siguientes ámbitos que influyen en la rentabilidad del taller: las instalaciones, la mano de obra, los productos y procesos, la maquinaria y las herramientas y la gestión empresarial. Especialistas de DuPont analizan de forma global el negocio, se identifican los puntos a mejorar y se establecen planes de mejoras factibles y medibles con el fin último de mejorar la rentabilidad. Desde el fabri-

cante de pinturas subrayan que una de las principales virtudes del BodyShop Pro es su concepción modular, que permite realizar distintos tipos de análisis y graduar su intensidad. Esta característica permite dar una respuesta adecuada a cada necesidad particular del taller por lo que su efectividad es muy alta. Los distribuidores de DuPont Refinish juegan un papel clave en la difusión de este servicio de consultoría ya que están formados para detectar situaciones y analizar parámetros que concluyen si un taller necesita mejoras de rentabilidad. Así mismo, controlan periódicamente los planes de mejora aplicados a través del BodyShop Pro.

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



El servicio de consultoría de la marca de repintado DuPont se denomina BodyShop Pro y es de ámbito europeo.

### GLASURIT

Guadalajara. **Glasureit** es una marca fabricada por **Basf Coatings** y sus clientes pueden mejorar a través de ella con el servicio de consultoría **Ratio Concept Plus**. Pensado y diseñado para cubrir las necesidades específicas del taller en cuanto a rentabilidad y mejora en los procesos de trabajo, también presta ayuda en cuestiones como la planificación del taller para así obtener los mejores resultados y ofrecer el mejor servicio al cliente final. El Ratio Concept Plus ofrece una variado elenco de servicios. El BodyShop Audit tiene como objetivo aumentar la rentabilidad. Un consultor de Glasureit analiza con el cliente su negocio, le identifica los aspectos a mejorar y le propone una solución al respecto. El servicio Diseño de Taller identifica el equipamiento necesario en el negocio y su mejor disposición. El Glasureit Ratio Repair Shop proporciona un procedimiento rápido y económico de las reparaciones más pequeñas mientras que el Proceso de Optimización Glasureit es un servicio que aporta una mejora integral del funcionamiento del taller, desde la recepción hasta la entrega pasando por los tiempos de producción más cortos, la motivación

de los empleados, la reducción de costes y el aumento de la facturación. Por último, la Garantía de por vida aporta un plus al taller en calidad de la reparación. El Ratio Concept Plus también engloba seminarios formativos y próximamente dispondrá de una herramienta de gestión. La red de distribuidores es la encargada de dar a conocer y ofrecer a los talleres este servicio de consultoría.

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



El servicio Ratio Concept Plus de Glasureit ofrece varios módulos BodyShop Audit para la rentabilidad, Diseño de Taller, Proceso de Optimización Glasureit, etc.

### IXELL

Madrid. La marca de repintado que propone **Renault** esta vinculada al servicio de consultoría **Renault Consulting** la cual trabaja incluso en ámbitos y actividades no ligados a los intereses del grupo automovilístico. Así, desde 1996 realiza proyectos relacionados con la eficacia y la eficiencia económica, con la excelencia en relación con los clientes y en la mejora de la calidad y el medio ambiente. Estos proyectos los ofrece tanto a la actividad comercial del vehículo nuevo como en la posventa. Para esta última mejora la organización del taller dimensionando las necesidades de sus servicios, enseñando cómo realizar acciones de conquista y fidelización o implantando servicios rápidos de mecánica y carrocería, tanto de turismos como de vehículos comerciales. Renault Consulting también proporciona servicios de estandarización de procesos orientados al cliente (recogida y entrega del vehículo por ejemplo) y a la reparación así como asesoramiento sobre la optimización y reorganización del taller, formación técnica o evaluación de los medios humanos disponibles.



**PPG IBÉRICA SALES & SERVICES**

Montcada i Reixac (Barcelona). La filial española de esta multinacional fabricante de las marcas de repintado **PPG**, **Nexa Autocolor** y **MaxMeyer** pone a disposición de sus talleres clientes el activo programa de consultoría **Business Solutions** que ofrece servicios como seminarios formativos, asesoramiento de diseño de taller, una propuesta de reparación rápida, informes de gestión, auditoría técnica y garantía de por vida. Configurado como un departamento dedicado al análisis de las tendencias del mercado y de las necesidades de sus clientes, el objetivo de Business Solutions es identificar las necesidades de cada taller y proponer un plan de desarrollo personalizado teniendo en cuenta sus expectativas, necesidades o deseos. La clave del éxito de esta iniciativa según PPG es la combinación de las experiencias reales de muchos gerentes y el compartirlas entre ellos. Los seminarios formativos tienen una gran aceptación. Impartidos muchos de ellos en la escuela de negocios EADA, los cursos abordan conceptos generales de la gestión y la dirección de empresas y su aplicación en un taller de chapa y pintura y otras cuestiones como la implantación de Lean y SixSigma, márketing, liderazgo, recursos humanos, atención al cliente, etc. Los servicios de Diseño de Taller y de Reparación Rápida proporcionan estudios sobre cómo organizar los equipos y los puestos de trabajo para mejorar la rentabilidad y los procesos a emplear para desarrollar pequeñas reparaciones respectivamente. Los informes de gestión analizan los principales indicadores clave de rendimiento que debe tener en cuenta un responsable de taller mientras que la auditoría técnica proporciona un análisis pormenorizado de los procesos, equipos y productos empleados en el taller y una valoración de las habilidades de los operarios. Con esta información se proponen acciones concretas para mejorar la rentabilidad y eficacia. La Garantía de por Vida aporta confianza a los clientes del taller. Los distribuidores PPG reciben formación en gestión de taller y conocen los servicios de Business Solutions para ofrecer a los talleres de su zona los servicios que mejor se ajustan a sus necesidades.

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



Los seminarios formativos en EADA son de las propuestas más valoradas del servicio de consultoría Business Solutions de PPG.

**R-M**

Guadalajara. **R-M** es la otra gran marca de repintado de **Basf Coatings** y también cuenta con su propio servicio de consultoría, el **Programmes For Success**. Compuesto por módulos, cada uno de ellos proporciona recomendaciones para la mejora del negocio que van desde el nivel técnico de los trabajadores hasta el equipamiento del taller. El módulo Check-up

permite, a través de una auditoría, diagnosticar el estado del taller a nivel de equipamiento, producción, consumos de pintura, métodos de trabajo, productividad, etc. En base a estos resultados se proponen mejoras. De la organización del taller se encarga el módulo Design. Los talleres que quieran construir, ampliar o reorganizar su negocio tienen en él una útil herramienta ya que, mediante una simulación en 3D, R-M le aporta consejos de diseño y le ofrece datos sobre costes de inversión, de producción, etc. Treinta consultores específicos en toda Europa se dedican a esta labor. Para la puesta en marcha del servicio de pequeñas reparaciones la mejor ayuda es el módulo Express mientras que el Indic@tor permite supervisar el rendimiento del taller cada mes usando la Eficacia Productiva, Utilización y Eficacia General. El objetivo es alcanzar la máxima rentabilidad del negocio mediante la optimización de recursos. El servicio Programmes For Success se completa con los módulos Shop Master y Seminarios de Negocios, el segundo charlas formativas de interés para los talleres. R-M ha diseñado este servicio de consultoría con el objetivo de satisfacer a todos los talleres que se acerquen a él. Por tal motivo los distintos módulos que lo conforman están configurados para cubrir las necesidades reales y específicas de los talleres de hoy en día.

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



El servicio de consultoría Programmes For Success de R-M da prioridad a satisfacer las necesidades reales y específicas de cada taller.

**SPIES HECKER**

Madrid. **Colors Unlimited International**, así se denomina el servicio de consultoría de **Spies Hecker**. A través de él, la marca de repintado alemana ayuda a sus talleres clientes a ser más eficientes en materia de gestión, márketing y organización del taller. Para cada una de estas tres áreas Colors Unlimited International pone a disposición un equipo técnico especializado que aconseja y asesora a los talleres así como un conjunto de redes internacionales integradas cuya experiencia y acuerdos existentes entre ellas sirven para obtener propuestas e ideas de las que se pueden beneficiar los talleres de reparación de chapa y pintura en términos de organización, aumento de volumen de negocio y de facturación, calidad de servicio y reparación, etc. Creado en el 2000, a lo largo de estos más de diez años se ha consolidado como una asociación de talleres cuyo objetivo es ofrecer apoyo real a los talleres de chapa y pintura con visión emprendedora a los que ayuda a desarrollar un concepto de servicio de calidad beneficiándose de ello particulares, gerentes de flotas, empresas de leasing y compañías aseguradoras. Sus servicios se adaptan a las necesidades de cada taller a los que proporciona márketing adaptado a las características de su mercado, una

gestión flexible y eficaz de su negocio así como amplios conocimientos técnicos ya que la formación es una de las prioridades de Colors Unlimited International. Prueba de ello es que propone módulos de información especializada y totalmente actualizada cuya finalidad es la mejora continua del taller. El objetivo último es que el cliente de un taller que trabaja con Spies Hecker salga plenamente satisfecho del servicio que le han ofrecido.

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



Spies Hecker potencia el área de márketing de sus talleres clientes a través de su servicio de consultoría Colors Unlimited International.

**STANDOX**

Barcelona. La marca alemana de repintado, a través de su servicio de consultoría **Standex Consulting**, ofrece asesoramiento y una amplia gama de servicios a los talleres de chapa y pintura. También cuenta con el nuevo concepto **Standex Efficient** con el que pone a disposición del taller una amplia oferta de soluciones técnicas, financieras y de gestión para afrontar con garantías la actual etapa de incertidumbre. Con estos dos servicios, **Standex** proporciona seis módulos de consultoría que pueden ser aplicados de forma combinada o por separado dependiendo de las necesidades específicas de cada negocio. Los módulos son los siguientes: Productos y Procesos; Tecnología de la Información; Organización y Gestión; Márketing y Ventas; Seguridad, Salud y Medioambiente y Distribución. Por los temas tratados, Standox aborda todos los ámbitos de actuación del taller de chapa y pintura. Así mismo, para cada uno de estos módulos ha creado herramientas que ayudan al equipo de consultores a identificar las áreas de su negocio susceptibles de mejora además de apoyarle en el análisis de problemas comunes como el cálculo del precio de coste, la realización de los presupuestos, la gestión de las relaciones con los clientes o la toma de datos para medir y comparar la productividad y otros ratios claves para el rendimiento, que les permitirá llevar a cabo acciones y recomendaciones que garanticen la viabilidad del negocio.

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



El servicio de consultoría Standox Consulting ha organizado seminarios formativos para los gerentes de talleres que trabajan con esta marca de repintado.

Con Garantía de RENAULT

**ixell**  
Pasión por el color

## Aceleramos el secado



DESDE LA CHAPA DESNUDA AL BARNIZ, SOLUCIONES EFICACES.

En Ixell, con nuestra línea de pintura Oxelia, hemos conseguido reducir considerablemente los tiempos de aplicación y secado. Una prueba más de nuestro esfuerzo por ofrecer los productos y los servicios más innovadores, incrementando la rentabilidad y satisfaciendo las necesidades de los clientes más exigentes.



## GROVISA HA INAUGURADO NUEVA DELEGACIÓN EN SEDAVÍ (VALENCIA)

Ampliar y mejorar el servicio en la zona de Levante. Este es el objetivo de la nueva delegación de Grovisa en la localidad valenciana de Sedaví. La firma distribuidora de L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona) a buen seguro que lo conseguirá si tenemos en cuenta las dimensiones de estas instalaciones y la experiencia que le dan las otras seis delegaciones repartidas por todo el territorio español.



La de Sedaví (Valencia) es la sexta delegación de Grovisa en España.

# Potencia levantina

La ilusión se reflejaba en los rostros de **José Vicente "Jovi" Chillida** y de **Jesús Pascual**, responsable de almacén y delegado comercial de zona y, a la sazón, máximos responsables de la **nueva delegación de Grovisa en Sedaví (Valencia)**, en el acto de inauguración del pasado 4 de octubre. A dicho acto acudió la plana mayor de esta firma distribuidora, **Pablo** y **Carlos Vía** y **José Vallés** acompañaron a **Chillida** y a **Pascual**.

### Más de mil metros y ampliables

El Polígono Industrial de Sedaví acoge las nuevas instalaciones de Grovisa que entraron en funcionamiento el pasado mes de julio. Esta delegación se estructura en **dos naves** que **entre ambas superan los mil metros cuadrados** y ofrecen grandes posibilidades de ampliación. Una de las naves cuenta con dos plantas para una mejor organización de las distintas áreas (oficinas, almacén, etc.). Durante el acto de inauguración, los anfitriones subrayaron con qué objetivos ha nacido la delegación de Grovisa en Sedaví: **dar más y mejor servicio y cubrir a nivel de suministro la zona del Levante Mediterráneo**, la

que se extiende desde Tarragona hasta Murcia. Para lograrlo, sus bazas son unas extensas y modernas instalaciones, un personal muy profesional y la experiencia acumulada por Grovisa como firma distribuidora en el panorama del recambio del automóvil español.

El acto de inauguración fue multitudinario. Hasta las nuevas instalaciones de Grovisa se desplazaron aproximadamente un centenar de personas, en su mayoría clientes de su amplia cartera de productos.

Por otra parte, antes de la inauguración, Grovisa celebró en el mismo escenario un **convención con clientes de la zona** a los que les presentó sus últimas novedades de producto. A esta convención fue invitada **Eva-Cristina Zava**, responsable de exportación de **Beru BorgWarner** (marca cuyos productos -bujías de encendido y de incandescencia, sondas lambda, etc.- son distribuidos por Grovisa) la cual también estuvo presente en la inauguración.

Grovisa ha ido implantándose paulatinamente en varias zonas del estado español. La flamante delegación de Sedaví se ha unido a las de Barcelona, Bilbao, Madrid, Málaga y Murcia. ●

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



Plana mayor de Grovisa. De izquierda a derecha, Pablo Vía, José Vicente "Jovi" Chillida, Jesús Pascual, Eva-Cristina Zava (responsable de exportación de Beru BorgWarner), José Vallés y Carlos Vía.



A la inauguración acudieron un centenar de personas.

## La cartera de productos de Grovisa

El mercado de posventa español tiene en **Grovisa** a uno de los distribuidores de referencia. Su extensa gama de productos se estructura en siete familias de producto: encendido, motor, refrigeración, sistemas de escape, distribución, frenos e instrumentación, control y accesorios. La línea de **encendido** abarca desde bujías hasta sensores pasando por bobinas, piezas de encendido, sondas lambda o cables y supresores. La de **motor** incluye juntas, retenes, pistones, cojinetes, tornillos, válvulas y segmentos. Las bombas de agua y los termostatos conforman la línea de **refrigeración**; los tubos, la de **sistemas de escape** mientras que con la familia de **distribución** propone correas, poleas, kits de distribución y tubos de combustible. La gama de **frenado** es amplia (pastillas, discos, kits, zapatas e hidráulica) así como la de **instrumentación, control y accesorios**: compresiómetros y adaptadores, tacógrafos, relés y zócalos, memory safe, indicadores de control, limitadores de velocidad, controles de presión y escobillas limpiaparabrisas.

Toda esta oferta procede de primeras marcas de gran calidad: **Beru, Pagid, Hutchinson, Hengst, Eberspächer, Wahler, Hepu**, etc.



El objetivo de esta nueva delegación es ampliar la capacidad de servicio de Grovisa en el Levante español.

# 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

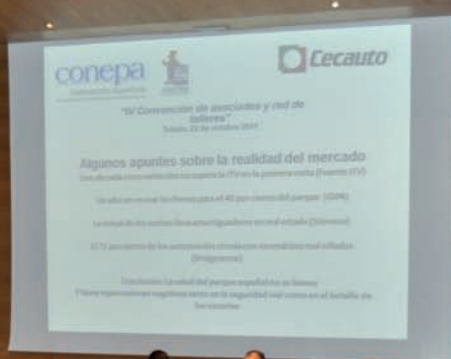
- ▶ Calidad, servicio e innovación a disposición de nuestros clientes
- ▶ Gama completa de recambios con calidad original

**grovisa**  
www.grovisa.com **S.A.**

Principales marcas



BARCELONA ■ BILBAO ■ MADRID ■ MÁLAGA ■ MURCIA ■ VALENCIA



## CECAUTO CENTRO CELEBRÓ SU IV CONVENCIÓN DE ASOCIADOS Y TALLERES EN TOLEDO

# Comprometidos Contigo

La reunión de asociados y la red de talleres, que se celebra cada dos años, tuvo lugar en Toledo durante pasados días de octubre; se trató de reforzar vínculos, basándose en cinco puntos clave.

La plana mayor de **CECAUTO**, encabezada por su presidente, **Antonio Pujadó** y su director general, **Jesús Lucas** (gerente de Cecauro Centro), junto con el resto del equipo del centro regulador reunieron a 230 profesionales, entre asociados, talleres, proveedores y miembros de la prensa, en Toledo; el motivo: la celebración de su **IV Convención de Asociados y Talleres** de Cecauro Centro para la que se había previsto un programa en el que diversos proveedores, entidades y miembros del almacén regulador de la empresa en la zona centro ofrecieron a los asistentes sendas ponencias.

### Información

Tras la bienvenida efectuada por Lucas, la primera intervención estuvo a cargo de **Núria Álvarez** responsable de comunicación de **CONEPA-ASETRA** quien comentó las fórmulas de cómo atraer al usuario al taller multimarca, a partir de diversas acciones, pasando un video de la iniciativa llevada a cabo en forma de Carrera durante el pasado **Motortec A.I.**

**Luís Castellanos**, director general de **Blue Print** comentaba las características del parque de asiáticos en España, que ya supone un 20% del total de vehículos, ofreciendo su compañía como una alternativa de negocio para el taller, a través de sus acuerdos con Cecauro Centro y el resto de almacenes reguladores y, por lo tanto, de sus asociados, pudiendo dejar de lado la búsqueda de recambios para esos modelos en el canal marquista.

El presidente de **ANCERA**, **Miguel Ángel Cuerno**, hizo un repaso a las características de las normativas de la posventa, hablando del

Reglamento CE 1400/2010.

**José Luís Gata**, responsable nacional fabricantes y asociaciones de **Audatex España** ofreció multitud de estadísticas sobre el recambio: dónde se realiza la reparación, evolución del parque, siniestros, piezas más vendidas (en carrocería son los anagramas de las marcas, como curiosidad), reparación de vehículos en renting, presentando la novedad lanzada por la compañía: su sistema 3D.

**François Passaga**, director ejecutivo de **Grupo Gipa** presentó diferentes estadísticas para reforzar la idea de que, si bien las ventas nunca van a recuperar los niveles anteriores a la crisis, existe un futuro promotor en la posventa tanto para recambistas como para talleres.

### Valores Cecauro

**Antonio Mendo**, director comercial de **Cecauro Centro** presentaba los cinco ejes de compromiso: Centros logísticos (saber hacer y disponibilidad para los reparadores), Proveedores (una alianza de partenariat), Informática y nuevas tecnologías (destacando el papel de su página web), Productos Cecauro (342 familias que ya supone el 22% de la facturación en el Centro, como valor añadido de calidad) y Red de talleres (600 puntos de reparación de turismos en España y 6 exclusivos de Vehículo Industrial) explicando que la voluntad de Cecauro Centro es alcanzar los 200 talleres este año. Realizó también una presentación de los valores de la Compañía mediante una diapositiva en la que, mediante un acrónimo que componía la palabra **CECAUTO** hablaba de Compromiso, Equipo, Compañía, Autoridad,

Unión, Trabajo y Opción.

Una vez finalizadas las ponencias, cerraba la jornada de trabajo Pujadó, sirviéndose un almuerzo.

### Ocio en exclusiva

Mientras se celebraba la jornada de trabajo, los acompañantes disfrutaban de una visita guiada a la Bodega Histórica de **Finca Loranque**, con cata y paseo por los viñedos.

Por la tarde, unas 350 personas (asistentes y acompañantes) tenían la oportunidad de conocer más a fondo la ciudad de las 3 culturas, mediante una visita guiada teatralizada, entrada a monumentos privados pudiendo hacerse con una panorámica del casco histórico de la bella ciudad.

La cena de gala servía para cerrar el acto, procediéndose a la entrega de premios.

### Premios y premiados

Cecauro Centro siempre distingue a asociados y talleres en estos eventos con el Premio Camilo o con diversas fórmulas de reconocimiento. Este año, los premiados fueron: **AutoRepuestos José**, de Burgos, junto con **Talamanca Recambios** y **Repuestos El Casar**.

Se entregó una placa de reconocimiento a **Talleres Sáez Bravo**, cliente del asociado **Recambios La Mancha** y se entregó un reconocimiento a **Talleres Jacobo**, cliente del asociado **Rac**, de Madrid.

Todos fueron entregados por el presidente de Cecauro y el gerente de Cecauro Centro y Director General de Cecauro. ●

📄 [www.cecauto.es](http://www.cecauto.es)



Más de 230 profesionales asistieron a la Convención



*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***



Luís Castellanos, de Blue Print, durante su intervención.

# IV CONVENCIÓN CECAUTO CENTRO EN IMÁGENES



José Luís Gata, de Audatex, informando a los profesionales.



El presidente de ANCERA, Miguel Ángel Cuerno, se dirige a los asistentes.



François Passaga en sus siempre innovadoras intervenciones.



Antonio Mendo, explicando los valores de la compañía en un acrónimo.



De izquierda a derecha Jesús Lucas, Antonio Pujadó y Bernardino Sánchez, directivos de CECAUTO.



Premio Camilo para AutoRepuestos José, de Burgos.



Y más premios Camilo: Talamanca Recambios (con barba) y Repuestos El Casar (camisa gris). Todos entregados por el presidente de Cecauto (a la izquierda) y el gerente de Cecauto Centro y Director General de Cecauto (derecha).



Placa de reconocimiento a Talleres Sáez Bravo, cliente del asociado Recambios La Mancha



Reconocimiento a Talleres Jacobo, cliente del asociado Rac, de Madrid.



Foto de familia del grupo tras el paseo exclusivo por la ciudad de las tres culturas.



EL CENTRO DE FORMACIÓN CONTINENTAL INICIA SU ANDADURA

# Conocimiento como valor añadido

“El conocimiento es el valor añadido que Continental ofrece a talleres independientes y asociados”. Así de claro lo tiene el gigante alemán de la industria de la automoción que acaba de inaugurar en su cuartel general de Alcobendas (Madrid) su Centro de Formación Continental.



El cuartel general de Continental Automotive Spain en Alcobendas (Madrid) acoge el nuevo Centro de Formación Continental.

El pasado mes de octubre **Continental Automotive Spain** puso en funcionamiento su nuevo **Centro de Formación Continental**. Situado en sus instalaciones de la localidad madrileña de **Alcobendas**, el centro de formación cuenta con un aula técnica de más de cien metros cuadrados, con sala de maquetas y con un taller de formación equipado a la última.

## Actividad formativa

La multinacional alemana proveedora de componentes de automoción ya ha avanzado que en el nuevo centro de formación se impartirá una amplia oferta de cursos con el objetivo de formar y ayudar a los profesionales a estar al día en cuanto al conocimiento técnico de los automóviles de nueva generación y los futuros que vayan apareciendo en el mercado. De momento, buena parte de estos cursos formarán sobre los **productos** de las marcas **ATE** y **VDO**, marcas conocidas dentro del marco del mercado posventa y estos cursos se pondrán a disposición de los talleres de forma conjunta. Recordemos que, bajo marca ATE, Continental pone a disposición del mercado de reposición componentes de frenado como discos, pastillas, tambores, zapatas, servofrenos, cilindros de freno y embrague, latiguillos, kits, etc. La gama VDO, por su parte, ofrece recambios como actuadores, sensores, sistemas de limpiaparabrisas y faros (bombas, interruptores, conectores, surtidores de lavado, etc.), de ventilación y refrigeración (ventiladores, sopladores, etc.), sistemas de combustible (bombas, sensores, reguladores de presión, etc.), sistemas diésel common rail o equipos de diagnóstico como las soluciones ContiSys OBD, VCI y PAD.

El catálogo de formación disponible abarca varios tipos cursos: de frenado ATE, cursos de diagnóstico de la marca VDO, sobre el sistema ABS, el ESP, nuevas tecnologías, etc. De uno o dos días de duración, estos cursos

aportan toda la información necesaria sobre los sistemas electrónicos integrados en la red del vehículo del futuro.

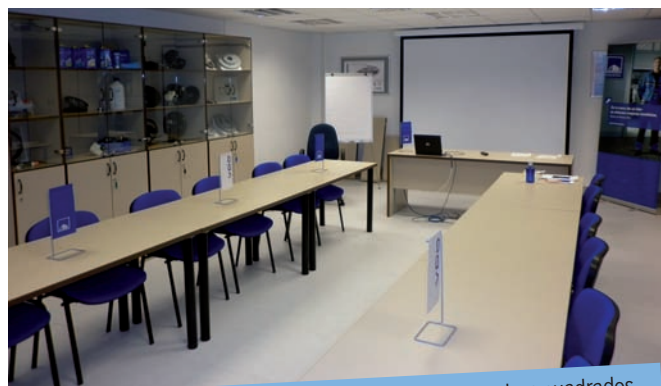
## Necesario para el taller

En el acto de inauguración, directivos de Continental Automotive Spain explicaron que, más adelante, el centro de formación también ofrecerá cursos sobre neumáticos **Continental**, sobre los productos **ContiTech** (correas y productos de caucho-metal y de plástico) o cursos de **reparación de coches híbridos**, estos últimos una oportunidad muy interesante y necesaria para el taller y su actualización técnica a nivel de reparación.

Iniciativas como este centro de formación son necesarias ante la creciente complejidad de los sistemas electrónicos de los vehículos, todo un reto para los profesionales de la reparación del automóvil, apuntan desde Continental. Al hilo de esta cuestión, las nuevas instalaciones ofrecen una amplia asistencia a los talleres mecánicos con la finalidad de poder adaptarse a cualquier situación del mercado a nivel técnico y tecnológico.

“El conocimiento es la mayor ventaja que Continental puede ofrecer a sus socios para asegurar que puedan disponer de un negocio eficiente”. Toda una declaración de principios del proveedor de origen alemán. ●

📍 [www.vdo.es](http://www.vdo.es) / [www.ate.de](http://www.ate.de) / [www.conti-online.com](http://www.conti-online.com) / [www.contitech.es](http://www.contitech.es)



El aula técnica, equipada a la última, supera los cien metros cuadrados.



De momento, se imparten cursos sobre productos de las marcas ATE y VDO pero el programa formativo se irá ampliando paulatinamente.



## XXII CONGRESO DE GRUPO SERCA AUTOMOCIÓN, MÉRIDA 27 DE OCTUBRE

# De camino hacia el progreso

El Congreso del Grupo es uno de los que se han posicionado en el calendario sectorial; pese a la coincidencia con otro evento, la asistencia fue, como siempre, de lujo, lo que supone el reconocimiento de su interés por parte de todos...

De *Via Circa El Tractus* o, lo que es lo mismo, “**De camino hacia el progreso**” fue el lema del **XXII Congreso de Grupo Serca Automoción** que se celebró el pasado 27 de octubre, en homenaje a la localización de la reunión de este año en Mérida (Badajoz), la *Emerita Augusta* que fundó el emperador romano para pagar los servicios de los legionarios, un emplazamiento cuajado de historia, no en balde se pasó un vídeo motivador con imágenes de *Gladiator*... Con un formato menos tecnológico que el anterior, se procuró poner el acento en la motivación. Aunque hubo momentos de todo...

### Planes para el futuro, y esfuerzo

Tras la inauguración del alcalde de la ciudad, **Pedro Acedo**, quien, en sus palabras de acogida mencionaba la confianza en el tándem empresariado/políticos, tomó la palabra el presidente de Serca; el mensaje: tener visión de futuro para superar los momentos actuales, que pueden ser de oportunidad. Como expuso **Agustín García**, en la apertura del Congreso: “*En Tarragona en 2010 comentamos que se empezaba a ver la luz del túnel pero no ha sido*

*así: los costes cada vez son mayores, aumenta la morosidad, las compañías de seguros ponen en una posición delicada a los talleres, que si no pactan con ellos los precios pierden el trabajo, los desguaces venden incluso piezas con marca propia en Francia, etc. pero, a pesar de todo, queremos seguir avanzando porque, como en Gladiator, somos capaces de superar todo. Formamos parte de un sector estratégico para el mercado español con 6.000 empresas, 40.000 puestos de trabajo, 8.000 millones de euros de volumen de facturación y 43.000 talleres*”. Tras este mensaje, García instó a los casi 300 asistentes a “*tener planes, porque en las batallas son necesarios, hay que estar más vivos que nunca, aprovechar los recortes de la competencia para estar más preparados y llevar las empresas a un futuro esperanzador, pero ello conlleva sudor, esfuerzo, determinación y trabajo duro, no magia*”, advertía. También hacía referencia al acuerdo alcanzado con **S’Energie** en Francia (cuyo presidente **Jakie Vercaigne** y parte de su equipo estaban presentes en la sala), incidiendo en la madurez del grupo para llevar a sus socios a un futuro gracias al dinamismo, determinación e ingenio.

### Balance SPG

Tras Agustín García, intervino **Juan Carlos Rico**, responsable de la red **SPG Talleres** y del Departamento de Maquinaria de Grupo Serca. Rico realizó una interesante ponencia para los que poseen un taller ya que realizó un balance de la actividad de los talleres SPG. Esta red actualmente cuenta con 185 talleres y presencia en todo el territorio español a excepción de La Rioja. Sin embargo, avanzó Rico, pronto estarán también presentes en esta Comunidad Autónoma. El esfuerzo ha sido arduo, desde 2001 Grupo Serca ha realizado más de un millón de kilómetros presentando este concepto de taller por toda España. La formación también es una de las prioridades, en el sentido de que desde SPG se impulsa que los talleres no tengan miedo a los nuevos cambios tecnológicos o a las innovaciones técnicas que van incorporando los automóviles de nueva generación. El responsable de esta red de talleres anunció que el año que viene lanzará el *Serca News*, publicación a través de la cual proporcionarán información a talleres y a socios de Serca. El capítulo de promociones se ha mantenido y se mantendrá con la realización de varias a lo



Agustín García, presidente de Grupo Serca, dando la bienvenida a los asistentes.



Joan Carles Rico, poniendo al día a los congresistas sobre la red SPG Talleres



La informática, un apoyo; con la nueva aplicación de Serca Gestión.



La nueva incorporación al grupo: Víctor Villa, de Recambios Villa.



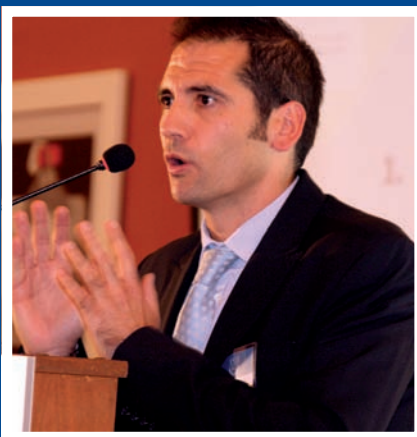
Jesús Amenábar, en su alocución.



Jackie Vercaigne, presidente de S'Energie, el socio francés de Grupo Serca.



Carlos Delgado, en la intervención sobre motivación del personal.



Jose Miguel García Guirado, explicando su propuesta Expomovil, Comercial



El director de SERNAUTO, José Antonio Jiménez Saceda estuvo muy "intenso" en sus intervenciones, lo que causó más de un comentario de extrañeza entre los asistentes.





## HOMENAJE A FRANCESC FAURA

Antes de empezar el Congreso, **Agustín García** propuso un minuto de silencio por el fallecimiento tres días antes de **Francesc Faura**, presidente de **CETRAA** (Confederación Española de Talleres de Reparación de Automóviles y Afines) y una de las personas que más ha luchado por los derechos y la mejora del sector posventa. El minuto de silencio fue emotivo, con todos los asistentes en pie mientras sonaba el *Cant del ocells*. Faura bien lo merecía.



## Y EL PROVEEDOR DEL AÑO ES...

Como en cada edición del Congreso, tras la cena de gala **Grupo Serca Automoción** entrega el premio al **Proveedor del Año**. Este 2011 las marcas optantes, tras la primera selección fueron **Brembo, Dayco, KYB, LuK, RH, Tudor** y **Varta**, estando como finalistas, a centésimas, las tres últimas. Finalmente se impuso **Road House**, en el cuarto año consecutivo que el fabricante de componentes de frenado consiguiera este galardón.



largo del año y este invierno se trabaja en una campaña relacionada con la seguridad. Recordemos que la red SPG Talleres ha aprovechado sus promociones para informar a los conductores, a través de los folletos y carteles, sobre los derechos que tiene a la hora de realizar sus mantenimientos y reparaciones en un taller multimarca independiente sin que ello implique perder la garantía suscrita con el fabricante del vehículo. Otros de los puntales de la red SPG Talleres es su imagen corporativa integral. En este sentido, son muy exigentes con sus miembros. Por último, Juan Carlos Rico recordó a todos la fecha y lugar de la próxima edición, la sexta ya, del **Congreso SPG Talleres**, el **11 de mayo de 2012 en Granada**.

## Informática en apoyo del socio

**Pere Colomé**, responsable de Informática de Grupo Serca, dejó claro que la adaptación a las nuevas tecnologías es hoy en día imprescindible, y permite realizar tareas más ágilmente, pero hay que conocerla *"no hacen falta unas gafas especiales para hacer cosas fantásticas con la informática"* decía. También explicó algunas soluciones del Grupo al respecto, como el *Serca Infos*, el *Serca Consumos*, en el que se desterró el fallo humano de pasar datos, o el *Serca Tarifas* (solicitando a los asistentes que enviaran datos sin "decoraciones" que hacen perder tiempo en procesarlas y, por tanto, agilidad); comentando que se tiene capacidad para llegar a dónde haga falta, habló incluso de llegar al usuario final. Para los talleres propone el *Serca Gestión* *"se crearán vínculos con la tecnología de Serca, cuya aplicación se está probando ya en el taller y la implantación en los mismos está prevista para la primera mitad de 2012"*, decía.

## OCIO, CÓMO NO

Como viene siendo habitual, y pese a la lluvia, los acompañantes tuvieron un tour guiado que visitaba los lugares más significativos de la ciudad: el arco de Trajano, la alcazaba, el puente romano sobre el Guadiana, el Templo de Diana, el Pórtico del Foro, el Teatro Romano, el anfiteatro Romano, el museo nacional de arte romano, almorzando el parador de la ciudad. Ya en la cena de gala, y tras la entrega de los premios, Mariano 1,85 (uno de los integrantes de Académica Palanca) deleitaba a los asistentes con sus canciones y su humor.





Aspectos de la sala.

## El mensaje de Carmelo

Como en cada Congreso Serca, siempre se espera con expectación el discurso del director general, **Carmelo Pinto**, que nunca deja indiferente a nadie.

Primero, presentaciones: el presidente de la entidad francesa con la que se firmó el acuerdo en *EquipAuto*, mencionando que se está preparando ya una distribución "europea" y **Víctor Villa**, de **Recambios Villa** la nueva incorporación al grupo.

El primer toque de atención vino cuando mencionaba que se debe reducir el número de proveedores, y siguió con su opinión sobre la campaña "Recambio Letal": *"nos ha costado mucho quitarnos el parche que otros veían en nuestros ojos, emplear recambios de mala calidad nos perjudica, como el que haya dos detenidos por piratear software, gracias a CAPA, que funciona"*

El presidente de Grupo Serca dejó claro que van de la mano con los talleres multimarca independientes los cuales copan como clientes 20 millones de vehículos de los 27 del parque siendo la posventa la que vende un 74% de las piezas y un 80% en valor, pero les instó a que realicen siempre el orden de reparación ya que *"el taller es el responsable de lo que monta"*. Pinto alabó iniciativas llevadas a cabo por el colectivo de talleres como la de los carroceros, que se han movido para desbloquear el recambio independiente o la presión que las patronales (ha hecho para que los desguazadores se comprometan a mostrar la trazabilidad de sus piezas).

Señaló el crecimiento del grupo (un 7,5% en compras en agosto) e inició su tradicional "servicio de mensajes" a los proveedores, pero con ironía (negando lo que, en el fondo, pretendía criticar *"no hay roturas de stocks, se puede estocar lo que se quiera porque no se hacen cargos por obsoletos...etc."*).

## Interactividad

El congreso tuvo dos ponencias más, iniciándose con la de **Jesús Amenábar**, director comercial de **Krafft**, quien quiso poner el acento en la necesidad de establecer un plan de trabajo explicando, mediante ejemplos documentados, que pese a la cada vez mayor dificultad de obtención de petróleo cómo el motor de combustión sigue teniendo futuro, aunque desde los biocombustibles o la hibridación (ofreciendo la cifra de Audatex de que ésta última alternativa es un 8% más cara en mantenimientos), para paliar la problemática real de las emisiones, ya que el vehículo eléctrico es *"un producto de ciencia ficción"*, ello dará pie a una tipología de motores mucho más completa, que convendría empezar a estudiar para ofrecer un protocolo de intervención a los talleres, además de que éstos emprendan nuevas líneas de negocio (mencionando algunas que se realizan en el extranjero). Auguró un futuro brillante pero que necesariamente requiere proacción.

En las preguntas posteriores, el ponente fue abundando en la idea de emprender nuevas líneas de trabajo llegando al usuario.

## Expomovil Comercial, opción 2012 para la posventa

Tal como anunciaba Pinto al inicio *"siempre estamos cuando nos llaman para apoyar al sector"* hubo tiempo para que **José Miguel García Guirado**, director de **Expomovil Comercial**, explicara los rasgos fundamentales de esta feria de la posventa que se celebrará el próximo mes de marzo en Barcelona, un proyecto para que se haga negocio y para lo que se están creando acciones (contando con la ayuda de Promotec) un mailing list en ese país, invitaciones a 500 compradores, roda shows por toda España, y acciones puntuales como re-

uniones de distintas asociaciones, y eventos paralelos.

Provocó una de las intervenciones (la primera de varias a cual más nerviosa) de **José Antonio Jiménez Saceda**, director general de SERNAUTO, quien acusó al director de la propuesta de no presentar nada nuevo, aunque Pinto intentó reconducir la situación. *"la competencia es sana, hay que dar oportunidades a todos; quien quiera, que vaya, y quien no, que no vaya"*.

## Master en procedimientos hacia el éxito

**Carlos Delgado**, presidente y consejero delegado de **Compensa Capital Humano** apuntó reflexiones a tener en cuenta por los empresarios y empresas, siempre en un tono llamando a la proacción: *"es hora de gestionar la situación porque no nos podemos quedar un año más sin hacer nada"* Analizaba la búsqueda de alternativas retributivas que llevaran a la compensación total para los empleados, mencionaba los factores que garantizan el éxito en una organización: conocimientos, habilidades y motivación. De estos tres, el último, la motivación, predisposición o actitud, es el elemento diferencial. Y es el que hay que fomentar fomentando el cuidado por el personal *"no es pagar más, es pagar mejor"*, terminaba.

Tras las palabras de **Agustín García** que recogiendo el testigo de Delgado, agradecía al personal de Serca todo su esfuerzo, quedaba clausurado el congreso. ●

📍 [www.serca.es](http://www.serca.es)

# Componentes de suspensión y dirección

## Duro fajador

En términos pugilísticos, el boxeador fajador es el que no tiene miedo al intercambio de golpes. Esta filosofía tienen los proveedores de componentes de suspensión y dirección los cuales, a pesar de los ganchos, jabs y directos que reciben de la situación económica actual y de las propias características de estos recambios, aguantan en el mercado posventa sin caer a la lona.

Varios componentes conforman los sistemas de suspensión y dirección. Aunque no muy conocidos, son claves en la seguridad del vehículo y sobre ello debe informar el taller.



Duro es el **mercado de reposición de componentes de suspensión y dirección**. Son **productos de baja rotación** y que, por tanto, no se suelen reemplazar en las revisiones periódicas de mantenimiento. Esta baja rotación se acentúa por la mayor calidad que van aplicando los fabricantes en términos de mejores materiales, procesos de fabricación, etc. Por otra parte, **el conductor conoce poco estas piezas** por lo que no las tiene en cuenta a la hora de mantener su vehículo en perfecto estado de revista. Es el taller el que le debe informar sobre la presencia de estas piezas (rótulas, brazos, esferas, bombas, etc.) en su vehículo. Por si fuera poco, víctimas de la **situación económica actual**, muchos conductores reducen su presupuesto en mantenimiento del vehículo dando prioridad a lo más imprescindible, es decir, solucionar averías, el cambio de la batería, el del aceite, etc., ni se acuerdan de las piezas de suspensión y dirección. Pues a pesar de todos estos frentes, el mercado de componentes de suspensión y dirección se mantiene **estable**, no acusa en exceso el actual panorama. Cada proveedor vende sus virtudes: calidad de producto, amplia gama, disponibilidad de producto refabricado (muy al alza gracias a su competitivo precio), relación calidad-precio, etc. y parece que, aún con dificultades, van saliendo adelante. Tenemos testimonios.

### Opiniones sobre el mercado posventa

Uno de los **fabricantes** consultados explica: "las ventas de los componentes de suspensión y dirección, tanto en turismo como en vehículo industrial, experimentaron crecimiento de 2009 a 2010, aunque el comportamiento de las ventas de turismo fue mejor que el de vehículo industrial, como el de casi todas las familias de producto en estos momentos de crisis. Esta mejora se basa en una atención personalizada a nuestros clientes, a muy buen nivel de servicio y una completísima gama. En lo que respecta a los meses que llevamos de 2011, las ventas experimentan un ligero crecien-

to y este año viene siendo una continuación del anterior. Uno de los principales inconvenientes en estos momentos, con una situación económica delicada, no sólo para estos productos sino para todos en general, es que parece que para parte del mercado prima el precio en las decisiones de compra frente a otros factores. Afortunadamente, hay otra parte que parece seguir apostando y valorando la calidad y seguridad que ofrecemos fabricantes de primer equipo". Esta mismo fabricante alerta: "en el caso de los componentes de suspensión y dirección, que son piezas que forman parte de los elementos de seguridad del vehículo, el criterio precio puede resultar especialmente crítico pues se pone en juego algo más que el confort del conductor".

Otra fuente consultada explica las ventajas de disponer de una **gama refabricada**: "dada la coyuntura actual, el mercado de recambio demanda cada vez más productos que, sin renunciar a la calidad, puedan ofrecer precios más contenidos. Esta es la principal ventaja respecto al producto nuevo original. Siendo el producto refabricado bien acogido por el recambio cada vez más compañías lo están incorporando en su oferta por lo que el número de competidores aumenta. También tiene el inconveniente de que algunas firmas reducen al máximo los precios a costa de una calidad ínfima".

Por último, un **distribuidor** va más allá en su análisis de este mercado y reflexiona sobre el estado actual de la posventa del automóvil: "la actual coyuntura económica está afectando a todos los sectores industriales, incluido el nuestro de la posventa. Actualmente se solicitan muchos presupuestos antes de decidir a la reparación, esto provoca la entrada de piezas a bajo precio. Los componentes de suspensión tampoco se libran de esta crisis. Muchos titulares de vehículos viejos buscan posibilidades para encargar la reparación de su vehículo en base a su valor actual. El mercado libre de piezas se ha debatido anticipadamente con el tema: "reparación en base al valor actual", y ha desarrollado ofertas adecuadas. No obstante, por motivos de costes, las empresas de servicio, y últimamente también los consumidores, quieren

tener igualmente la posibilidad de elegir a quién comprar los repuestos". Este distribuidor cree que la apuesta fundamental debe ser la calidad: "el suministro de productos de alta calidad es una particularidad esencial para el éxito de los talleres libres, pues independientemente de que se trate de una taller contratado o un taller libre, el consumidor desea una reparación con componentes que no le origine problemas a posteriori y que satisfaga sus demandas de seguridad. Por lo demás, aquí también se incluyen servicios de garantía que trascienden los servicios de los proveedores originales. Así pues, por los motivos especificados arriba, el mercado libre de piezas será cada vez más importante como alternativa a las redes de distribución de piezas de los diferentes fabricantes de vehículos".

Sí que han coincidido todos en afirmar que el **taller multimarca independiente** es el **principal demandante** de piezas de suspensión y dirección. Los **concesionarios** se sitúan claramente por debajo mientras que los **talleres de reparación rápida** y **autocentros** generan una demanda testimonial.

### La oferta

El **número de proveedores** de componentes de suspensión y dirección **no es muy elevado** dada la poca rotación de estas piezas de recambio. Las marcas más vendidas son **RTS, Lemförder** y **Talosa** aunque hay otras que también destacan como **Febi** o **Monroe** con la gama que estrenó a finales del año pasado. Algunas propuestas que nos sirven de ejemplo son las que les describimos a continuación.

#### **AUTO COMERCIAL MONEDERO:**

Motilla del Palancar (Cuenca). Es el distribuidor oficial en nuestro país de la marca **Meritor** y reconstruye grupos diferenciales, cajas y bombas de dirección. Su oferta concreta en componentes de suspensión y dirección abarca bombas de dirección, servodirecciones, fuelles neumáticos, tirantes y válvulas neumáticos. Este elenco de piezas

# Delphi dirección y suspensión. Altos estándares. Detrás de la apariencia.

Todos pueden parecer idénticos, pero no son iguales.

Las piezas del programa de dirección y suspensión de Delphi son sometidas a rigurosas pruebas de rendimiento, durabilidad y dimensiones de materiales para asegurar un rendimiento óptimo de equipo original en cada brazo de suspensión, rótula y barra estabilizadora fabricada. En pruebas recientes, Delphi superó cada una de las siete series de pruebas efectuadas. ¿Qué significa eso? Sistemas de dirección y suspensión fiables en los que usted y sus clientes, pueden confiar. Ofrecemos las ventajas de una experiencia adquirida durante 100 años en Equipo Original. Somos la empresa que fabrica las piezas con las que nacen los coches.



LO QUE NO SE VE ES LO QUE DIFERENCIA A DELPHI

## Dirección y suspensión Delphi // A Una gran composición y mecánica

Propiedades de forjado y fundición sometidas al 100% de pruebas de detección de grietas y técnicas de ultrasonido para asegurar que los materiales son libres de errores y conformes a especificaciones de equipo original; **B Acabado de polvo de caucho de cloropreno** Que evita fallos prematuros y mejora la durabilidad del arranque; **C Sometimiento a tolerancias de micras** (.001 mm) del producto garantiza la fuerza y funcionamiento óptimo del conjunto; **D Doble capa diseño y revestimiento iguales** A las especificaciones de equipo original para evitar fallos en condiciones extremas; **E Soldadura del brazo de suspensión** Y varilla estabilizadora conforme fabricante; **F La grasa de alta especificación** Proporciona un óptimo movimiento angular de la rótula eliminando sobrecarga potencial a otros componentes del vehículo; **G Revestimiento de nylon** Que proporciona un movimiento continuo con un par de rotación según especificaciones de equipo original y una larga protección frente a los elementos del medio ambiente; **H Protección anticorrosión** Conforme a la Directiva Europea 2000/53/EC; **I El Silentbloc de goma de alta calidad** proporciona una alta Resistencia y aislamiento acústico.

LAS PIEZAS CON  
LAS QUE NACEN  
LOS COCHES

# Mercado



En [www.febi-parts.com](http://www.febi-parts.com) se encuentran fácilmente las piezas de recambio febi bilstein, entre ellos las más de 5.000 referencias en componentes de dirección y suspensión.



Piezas de dirección y suspensión Ocap, marca italiana distribuida en España por Ital Recambios.



Brazos de suspensión, trapecios, rótulas y varillas estabilizadoras Quinton Hazell.



Gama Meyle de componentes de suspensión y dirección. Supera el 90% de cobertura del parque y destaca por su alta calidad.



En Equip Auto 2011 Talosa expuso algunas de sus referencias en recambios de suspensión y dirección.

de recambio supera las 20.000 referencias con las que cubre las demandas del 90% del parque circulante español.

**FEBI BILSTEIN:** Zaragoza. Delegación española de la gigante alemana **febi bilstein** que bajo marca del mismo nombre fabrica y comercializa una extensa gama de componentes para el automóvil. Esta oferta incluye componentes de suspensión y dirección como rótulas, brazos, trapecios, articulaciones, esferas, varillas estabilizadoras, tirantes o bombas. En total, pone a disposición del mercado de reposición español más de 5.000 referencias, todas ellas de calidad equivalente a la de equipo original. Esta amplia oferta le permite satisfacer las demandas del 95% del parque móvil nacional y europeo. Esta amplia cobertura se debe a la constante actualización de gama, febi bilstein incorpora a su catálogo más de 25 nuevas referencias por mes de media. A modo de ejemplo, la última incorporación han sido recambios de dirección y suspensión para el Dacia Duster lanzado en 2010. La firma de origen alemán explica que las principales virtudes de su gama de componentes de suspensión y dirección son la amplitud del programa y elevada cobertura, la constante introducción de nuevas referencias, la calidad (equivalente a primer equipo) y su tradición y experiencia como fabricante de este tipo de piezas desde hace décadas. Toda la oferta febi bilstein en componentes de suspensión y dirección está recopilada en un catálogo editado este 2011.

**ITAL RECAMBIOS:** Madrid. Delegaciones en Barcelona, Valencia, Murcia, Málaga y Sevilla. Esta firma representante e importadora opera en este mercado porque su carte-

ra de productos incluye la oferta de la marca italiana **Ocap**. A través de ella comercializa rótulas, brazos, trapecios, barras estabilizadoras, etc. En total, más de 3.000 referencias para alcanzar una cobertura del 90% del parque. En septiembre de 2010 editó el catálogo que reúne toda esta oferta.

**KLARIUS-QUINTON HAZELL:** Madrid. El grupo multinacional Klarius opera en este mercado con la gama de componentes de suspensión y dirección **Quinton Hazell**, firma que adquirió a principios de 2010. Esta gama abarca rótulas de dirección y suspensión, brazos y trapecios de suspensión, tirantes de enlace, barras estabilizadoras, sistemas completos de dirección (direcciones mecánicas) y demás componentes específicos que deben ser reemplazados durante las reparaciones de dirección y suspensión. La oferta es muy amplia y se refleja en el número de referencias, más de 5.000, con las que satisface las demandas de buena parte del parque circulante. Todas ellas gozan de una garantía de 24 meses. La marca británica destaca los puntos clave de esta gama: está fabricada con materiales de última generación (aluminio de alta resistencia, material plástico, acero de alta aleación...), cumple con los especificaciones de equipo original, proporcionan la máxima resistencia estática y dinámica, los guardapolvos son de neopreno de larga duración, se presentan en packs que incluyen todos los tornillos y tuercas para una perfecta instalación y desde Klarius garantizan una rápida disponibilidad.

**MEYCAR AUTOMOTIVE:** Colmenar Viejo (Madrid). Distribuidor desde 2005 de la marca alemana de componentes **Meyle**, fabricada por **Wulf Gaertner Autoparts**. El destino de esta

gama compuesta por más de 13.300 piezas son las tiendas de recambio del mercado independiente. En componentes de suspensión y dirección, propone unas 6.000 referencias entre rótulas, trapecios, bieletas de barra estabilizadora, casquillos de brazos, kits de brazos, axiales o bombas hidráulicas. La cobertura alcanzada ya supera el 90% y desde Meycar aseguran que la casa madre se ha marcado como objetivo superar el 95% en el plazo de dos años. La distribuidora colmenareña subraya la alta calidad de los componentes Meyle, una calidad "made in Germany" basada en exhaustivos controles de fabricación y calidad propios. La máxima expresión de esta calidad es el programa de componentes HD (*Heavy Duty*) que gozan de hasta cuatro años de garantía. Estas piezas se identifican con un sello HD en el número de artículo. La líneas de producto Meyle, incluidos los componentes de suspensión y dirección, ya están recopiladas en catálogos electrónicos basados en la búsqueda de referencias por aplicación de vehículo. Estos catálogos están disponibles en la web de la marca, [www.meyle.com](http://www.meyle.com), y en TecDoc.

**RTS:** Mendara (Gipuzkoa). Fabricante independiente y de referencia de este mercado al proporcionar a la posventa, bajo marca **RTS**, una extensa oferta en rótulas de dirección y suspensión, brazos de suspensión, barras y conjuntos de dirección, trapecios de suspensión, rótulas axiales y varillas estabilizadoras. Su oferta cubre prácticamente todas las necesidades del parque circulante y el secreto de esta elevada cobertura es el constante lanzamiento de nuevas referencias. Ejemplo de ello es que, solo este último mes de octubre, ha lanzado dos rótulas de suspensión para el eje delantero inferior de ambos lados de aplicación en el Ford Transit de 2006 y en varios modelos Volvo,





Rótula de suspensión Monroe. El pasado año lanzó su catálogo de suspensión y dirección compuesto por más de 3.000 referencias.



Wat Direcciones propone cajas, bombas y columnas de dirección así como direcciones de cremallera nuevas y refabricadas.



Trapecio de suspensión Lemförder, marca de referencia en este mercado cuyo fabricante es la gigante alemana ZF.

una varilla estabilizadora del eje trasero para ambos lados cuyo destino es el Kia Sorento de 2002, una rótula de suspensión del eje delantero inferior para ambos lados para el Chrysler Voyager de 2007 y una varilla estabilizadora trasera para ambos lados de aplicación en el Audi A8 (4E, 10/200207/2010) y en el Volkswagen Phaeton (3D2, 04/2002).

**TALOSA:** Egüés (Navarra). Fabricante con más de cincuenta años de trayectoria y proveedor de referencia en brazos de suspensión. La oferta **Talosa**, no obstante, va más allá de los brazos de suspensión ya que propone al aftermarket más de 4.000 referencias entre los citados brazos, rótulas de suspensión, dirección y axiales, silent blocks, bieletas estabilizadoras o esferas de suspensión. La gama está permanentemente actualizada (lanza de media un centenar de piezas al año) y su catálogo es uno de los más amplios del mercado. El crecimiento y la expansión de esta empresa navarra es constante. Prueba de ello es que en la pasada edición de la feria Equip Auto de París dio a conocer que ha montado una empresa en China dedicada a la fabricación de rótulas y bielitas de suspensión y dirección.

**TENNECO:** Coslada (Madrid). El fabricante de origen estadounidense confirmó su apuesta por esta línea de producto el año pasado en Automechanika Frankfurt. En la ciudad alemana presentó una nueva gama de componentes **Monroe** para la dirección y la suspensión compuesta por más de 3.000 referencias en rótulas, varillas de dirección, brazos de suspensión y tirantes de la barra estabilizadora. El objetivo de este lanzamiento fue reforzar la posición de Monroe como especialista en suspensión (recordemos que en amortiguadores y muelles es una marca líder) y se produjo tras otras importantes novedades, la de los muelles y las esferas Monroe y los amortiguadores para vehículos comerciales Monroe Magnum. El catálogo de componentes de suspensión y dirección Monroe es muy completo e incluye fotos en alta resolución para una identificación sencilla de la pieza. Este catálogo está incluido en TecDoc y las referencias incluidas en él cubren las demandas de la mayoría de vehículos europeos, japoneses y coreanos. "Con la nueva línea de dirección y suspensión Monroe, los mecánicos pueden ofrecer a partir de ahora un servicio completo

de suspensión usando una amplia todavía más amplia de piezas de alta calidad Monroe que ayudan a mejorar la seguridad y el confort del vehículo" comentó Didier Longret, director de Desarrollo de Negocio para la posventa europea de Tenneco, durante la presentación de esta línea de suspensión y dirección.

**WAT DIRECCIONES:** Mallabia (Bizkaia). Empresa fabricante y refabricadora que bajo marca **Wat** proporciona cajas de dirección manuales y asistidas; direcciones de cremallera asistidas, hidráulicas y electrónicas; bombas de dirección hidráulicas, eléctricas y electrónicas así como columnas de dirección electrónicas EPS. Su nivel de cobertura del parque alcanza el 90% gracias a las 1.200 referencias destinadas a turismo, las 130 a vehículos todo terreno, las 60 a vehículo industrial ligero y las 50 a vehículo industrial pesado. Su catálogo de papel tiene fecha de edición 2010, la versión CD se lanzó en abril de 2011 y semanalmente publica sus actualizaciones en el catálogo Wat on-line. Toda su oferta también aparece recopilada en el catálogo electrónico TecDoc. Sus productos "estrella" son las direcciones asistidas nuevas y refabricadas, de gran calidad y fiabilidad gracias a la experiencia de más de cuarenta años de esta firma vasca, el único fabricante que ofrece cinco años de garantía en sus direcciones asistidas. En cunato a novedades, desde Wat subrayan que su departamento de desarrollos incorpora de media unas tres referencias semanales por cada familia de producto.

**ZF SERVICES ESPAÑA:** Sant Cugat del Vallès (Barcelona). Centro logístico en Vitoria (Álava) y centro técnico en Coslada (Madrid). La gigante de origen alemán opera en este mercado posventa con una de las marcas más importantes, **Lemförder**. Su programa en componentes de suspensión y dirección se estructura en varias líneas de producto. En suspensión y dirección para turismo ofrece rótulas de dirección y suspensión, bieletas estabilizadoras y brazos de suspensión. En suspensión y dirección para vehículo industrial, rótulas y barras de dirección, tirantes estabilizadores, de reacción y en V y juegos de reparación. Por último, en piezas de caucho metal para turismo, soportes de motor y caja de cambios y varios elementos de chasis antivibración. En total, la gama

Lemförder suma unas 4.000 referencias en componentes de suspensión y dirección para turismo, unas 1.500 para vehículo industrial y aproximadamente 2.000 referencias en piezas de caucho metal. Un total de más de 7.500 referencias garantiza una cobertura del 95% del parque circulante de turismos y vehículo industrial. Están recopiladas en los catálogos de Suspensión y dirección 2012-2013 y de Caucho metal 2012-2013. Entre ambos suman más de 800 nuevas referencias cuya aplicación son los modelos recientemente lanzados por marcas como Audi, BMW, Fiat, Ford, Hyundai, Mercedes, Nissan, Opel, Renault, SEAT, Toyota, Volkswagen o Volvo. La calidad es la seña de identidad de la gama Lemförder.

## Páginas web de interés

- [www.acmonedero.com](http://www.acmonedero.com)
- [www.adparts.com](http://www.adparts.com)
- [www.autorec.es](http://www.autorec.es)
- [www.cecauto.com](http://www.cecauto.com)
- [www.cedregsa.com](http://www.cedregsa.com)
- [www.davasa.es](http://www.davasa.es)
- [www.exclusivasben.com](http://www.exclusivasben.com)
- [www.febi.com](http://www.febi.com)
- [www.federalmogul.com](http://www.federalmogul.com)
- [www.ghibaudiespanasa.es](http://www.ghibaudiespanasa.es)
- [www.impormovil.eu](http://www.impormovil.eu)
- [www.indecofactory.com](http://www.indecofactory.com)
- [www.italrecambios.es](http://www.italrecambios.es)
- [www.kyb-europe.com](http://www.kyb-europe.com)
- [www.lizarte.com](http://www.lizarte.com)
- [www.meycar.es](http://www.meycar.es)
- [www.meyle.com](http://www.meyle.com)
- [www.qh.com](http://www.qh.com)
- [www.qhspain.com](http://www.qhspain.com)
- [www.pts-sa.es](http://www.pts-sa.es)
- [www.serca.es](http://www.serca.es)
- [www.sercore.com](http://www.sercore.com)
- [www.talosa.com](http://www.talosa.com)
- [www.tenneco.com](http://www.tenneco.com)
- [www.wat.es](http://www.wat.es)
- [www.zf.com/es](http://www.zf.com/es)

La última edición de EquipAuto ha sido un camino en pos de la eficacia. Concentración como objetivo para una última edición ha superado en visitantes y expositores a la de 2009 y que ha recuperado varias empresas de campanillas para la causa. Aunque la compresión de espacio y firmas supusiera una imagen que hay que matizar.



SE CELEBRÓ EQUIPAUTO 2011, EL SALÓN DE LA POSVENTA PARISINO

## Concentración máxima

El 15 de octubre en el *Parque de Expositions Paris Nord Villepinte* de la capital francesa cerraba sus puertas **EquipAuto** y, tras cuatro días de convertirse en el epicentro europeo de la posventa, las sensaciones percibidas fueron positivas, con matices. Días más tarde, las cifras hablaban de éxito, si bien la experiencia ferial supone hablar de una "sensación" más que de una verdadera explosión de optimismo; pabellones con menos superficie de "circulación" suponen ver repleto el espacio. Hablando con unos y con otros, las percepciones de la marcha real del evento dan un resultado menos eufórico.

### Más con menos

Ya se sabía que la oferta iba a crecer en comparación con la edición 2009. Este año han **expuesto** en EquipAuto **1.800 firmas** que han ocupado una **superficie de más de 100.000 metros cuadrados**, un **25 por ciento más que hace dos años**. Mención especial merece el esfuerzo del comité organizador, que ha logrado que regresen a la feria firmas como **Continental, Hella, Knorr Bremse, Mahle, Meritor, TI Automotive, Facom o Washtec**. Lo más sorprendente es que este aumento de expositores se ha concentrado en dos pabellones cuando hace cuatro años se repartió en cuatro lo que se tradujo en un aspecto desangelado. Este aumento de expositores ha ido acompañado de un **incremento del número de visitantes**. Este año se han registrado **más de 100.000 entradas**, un **diez por ciento más que en 2009**. Su dimensión internacional es evidente, el **30% de los visitantes** procedieron de **fuera de Francia**.

También ha influido en el balance positivo de esta edición no solo una extensa zona de exposición sino un buen elenco de actividades como los ya tradicionales premios **Grand Prix** que premian las mejores innovaciones presentadas, el **fórum de electromovilidad Green Tech** o multitud de mesas redondas, charlas y coloquios de carácter técnico y sobre la posventa. Así mismo, conviene recordar que en EquipAuto están representados todos los sectores de la posventa: recambios y accesorios, equipamiento para taller, productos químicos, neumáticos, estaciones de servicio y sistemas de lavado, servicios para el automóvil, etc.

Por lo que respecta a nuestra valoración como visitantes, la sensación de concurrencia aumentó aunque, en según que horas, los pasillos se antojaban incluso estrechos y dio la sensación de que los stands lucían menos. También conviene tener en cuenta que los visitantes son los que son y el hecho de que los espacios fueran menos diáfanos daba una falsa sensación de "llenazo". Cuestión también importante, nuestros pies también agradecieron la reducción de cuatro a dos pabellones. A veces, menos es más.

En este reportaje pueden conocer qué expusieron en la cita parisina algunos de los allí presentes. ●

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

Diversas conferencias en el espacio del **Foro Posventa**.



**AutoDistribution International**, estructura a la que pertenece **AD Parts**, no faltó a la cita francesa. En París dio a conocer el amplio elenco de proveedores con los que trabaja y comercializó equipos de diagnóstico o herramientas de diagnóstico con importantes descuentos.

Un buen número de novedades se pudieron conocer en el stand de **BorgWarner**: el sistema de detección de presión de los neumáticos TSS de última generación, las bobinas de encendido compactas "plug top" para los motores *downsizing* de Fiat Group, las bujías de encendido de platino para el Grupo PSA Peugeot Citroën o el nuevo catálogo de cables de encendido. Recordemos que **Grovisa** es el distribuidor en España de **Beru**, una de las marcas de BorgWarner.





Frenos de disco UV con barniz, y servicios para el mecánico dispuestos en su *Brembo Accademy* (en la web), con brillo propio en el stand de **Brembo**.



**Continental** dio a conocer lo último de sus marcas para el aftermarket del automóvil, el equipo de diagnosis compacto *ContiSys Check* de **VDO**; las pastillas de freno Ate cerámicas para vehículo de alta gama y la línea *Classic* para vehículos de colección; la gama completa de poleas libres del alternador y la ampliación de la gama de amortiguadores de vibraciones de torsión **ContiTech** o la gama de componentes de recambio **Barum**, muy accesibles, ideal para los vehículos de más de ocho años.



**Doga** abrió una fábrica en rusia recientemente y mostraba su distribución de los productos **Abrinsa**: electroventiladores y elevacristales.

**José María Osorio** de **Dometic Waeco** el nuevo responsable posventa, nos enseñó sus equipos **ASC 2500** y el **ASC 5000**, a comercializar el año que viene



te regala  
más información  
on line



Más allá de su versión papel (disponible también online), MRyT pretende que el sector posventa acceda, de la forma más rápida y eficaz y acorde con los nuevos tiempos, a la información que elaboramos con la profesionalidad que otorgan más de 31 años de oficio y con el criterio y estilo con el que se nos reconoce y que nos diferencia.

Apúntate al envío GRATUITO del Newsletter de [www.MRyT.es](http://www.MRyT.es) que, tras dos años de andadura, disfruta de la confianza de los profesionales del sector.

**¡¡¡ Anímate a disfrutar de las ventajas de la información digital!!!**

Para disfrutar de este servicio, necesitamos la dirección electrónica a la que quieres que te llegue el Newsletter MRyT.

Puedes contactar con nosotros en el Tel 93 439 55 64, por e.mail en [mryt@ceiarsis.com](mailto:mryt@ceiarsis.com) o dejándonos tu correo electrónico en [www.mryt.es](http://www.mryt.es)

Nombre de la empresa: .....

Nombre del usuario del servicio: .....

Correo electrónico: .....



Los datos que figuran en este boletín se incluirán en un fichero automatizado que MRyT.es / Mundo Recambio y Taller conservará confidencialmente. Puede ejercer su derecho en cualquier momento para solicitar la consulta, actualización, rectificación o cancelación.



Los responsables de **Expomovil Comercial**, que se pasearon por el salón parisino para promover y dar a conocer la opción ferial de Barcelona para 2012.

**FAE** también se presentaba en EquipAuto para dar a conocer las ampliaciones de producto que la compañía ha introducido a su catálogo.



**Febi Bilstein** se presentó por primera vez con un stand conjunto con **Blue Print**, y además se llevó el premio de los **Grands Prix** por su **Febi Tester**.



**Filtros Cartés** presentaron nuevas referencias de sus marcas **Step** y **Aldair**, con la presencia de una estructura en Orán, Argelia.



**Carmelo Pinto**, gerente de **Grupo Serca Automoción**, **Jackie Vercaigne**, responsable de **S'Energie**, socio francés del grupo de distribución español y el resto del equipo de ambas estructuras, tras formalizar el acuerdo alcanzado.

Muy concurrido estuvo el stand de **Hella**. No en vano presentaba el nuevo equipo de diagnóstico **mega macs 66**, capaz de ofrecer un extenso número de funciones de diagnóstico y proporcionar asistencia técnica on-line al taller mientras va realizando las operaciones de diagnóstico. También presentó una campaña de iluminación y nuevos faros auxiliares **Comet FF**.



**Industrias Dolz**, acudieron a la feria, ocupadísimos en todo momento...

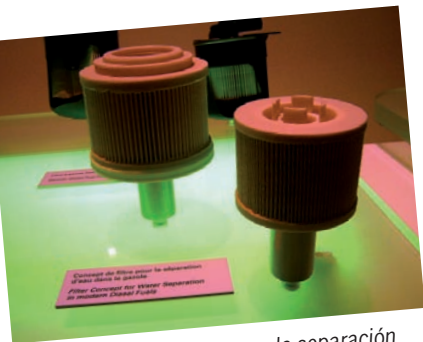


**Istobal** y su **M'nex**, presentándose en la feria



**Launch France**, filial francesa del fabricante chino de herramientas de diagnóstico y equipos para taller desembarcó en París con varias primicias: el **X-431 GDS**, un equipo de diagnóstico modular que se pondrá a la venta en 2012; la sexta generación del **CRReader**; el **CRResetter**, equipo de diagnóstico OBD de reinicialización del mantenimiento, que también se lanzará en 2012 o el **MD4MYCAR**, lector de códigos de averías que se presenta como una aplicación para el iPhone. Tampoco faltaron a la cita modelos de elevadores o equipos de alineación y equilibrado de neumáticos.

**Lizarte**, con un nuevo almacén el Toulouse, con crecimientos importantes en España (13%) y una nueva página web en la que realizar pedidos on line, lo que nos muestra **Mónica Fuentes**, su directora comercial.



Concepto de filtro para la separación del agua del gasóleo. Ésta y otras novedades como un filtro con material filtrante antibacteriano se pudieron contemplar en el siempre espectacular stand de **Mann+Hummel**.



**NGK** presentó la nueva versión de su propuesta e-learning de formación interactiva. A nivel de producto, llamaron la atención las bujías de encendido para el Audi A5, para el motor M270 cuatro cilindros de Mercedes-Benz o la nueva generación de bujías de encendido y sondas lambda que se montan en la nueva generación de motores EA211 del Grupo Volkswagen. Directivos de la marca japonesa anunciaron que NGK ya que el segundo proveedor de Mercedes-Benz en calentadores diésel, y realizaron promos para la feria de las sondas lambda **NTK**.



**Meyle** van a abrir tres nuevos almacenes a sumar a los 12 ya disponibles en Europa, junto con su subsidiaria en Shanghai, y con 60 nuevas piezas HD, que serán añadidas al catálogo de su filial española **Meycar**.

Más ferias en la feria: **Motortec Automechanica Ibérica** y su stand en EquipAuto para dar a conocer su propuesta 2013.



Muchos productos en el stand de **Robert Bosch**: estación de carga y mantenimiento del sistema de aire acondicionado ACS 9000 de Bosch ya adaptada al nuevo gas refrigerante; apostaron por la maquinaria: los equipos FSA 050 y 500 capaces de diagnosticar los últimos avances electrónicos de los vehículos, la unidad DCU 130 capaz de comunicarse con las UCes de los vehículos o la nueva desmontadora de neumáticos TCE 4490. En materia de recambios, dio a conocer la ampliación de su gama de filtración.



## Máxima fiabilidad con Kit Plus SACHS

Kit de embrague con Cojinete Hidráulico



El Kit Plus SACHS incluye un plato de presión, un disco de embrague y un cojinete hidráulico. El Kit Plus SACHS ofrece las siguientes ventajas:

- Una única referencia y una sola caja.
- Mayor fiabilidad en la gestión del stock, almacenamiento y transporte.

Al confiar en SACHS, lo estará haciendo en uno de los principales fabricantes de Primer Equipo.

SACHS es una marca de ZF

ZF Services España, S.A.U.  
www.zf.com/es

**SACHS**



PERMITEN AL CLIENTE CONOCER DE ANTEMANO CÓMO SE REPARARÁ SU VEHÍCULO

# Lastecnologías 3D de Audatex

Fuimos testigos de cómo se perita un vehículo en 3D con las últimas soluciones Audatex. Éstas, permiten visualizar las piezas y rotarlas o identificar con qué material están fabricadas para, en última instancia, poder realizar un presupuesto preciso y explicar al detalle cómo se reparará el vehículo. Este procedimiento permitirá aumentar la confianza del cliente con el taller.

**Audatex** mostró recientemente cuáles son sus últimos avances en **tecnología de reparación**, tecnología basada en **imágenes tridimensionales** que permiten realizar una peritación virtual del vehículo visualizando y rotando cualquier pieza desde una perspectiva de 360 grados, identificar visualmente de qué material es cada pieza o explicar al cliente qué operaciones van a realizar sobre su vehículo.

## Teoría y práctica

Antes de ver cómo perita un coche en 3D, con la tecnología antes comentada, conocimos el **centro de documentación** Audatex. Allí es donde más de un centenar de jóvenes diseñadores convierten en imágenes tridimensionales cada una de las piezas de un vehículo, incluyendo las de los últimos modelos lanzados al mercado internacional entre los que se encuentran hasta los híbridos, eléctricos o solares.

Visto el método de trabajo en el centro de documentación, nos trasladamos al concesionario **Volvo Auto Elia** de la calle Francisco Madariaga de Madrid para, en su taller, realizar un **“presupuesto de reparación tridimensional”**. Pudimos constatar como ese presupuesto se realiza en un tiempo récord y como, con la ayuda de las tecnologías más sofisticadas de reparación, los profesionales del taller calculan el coste de la reparación y realizan el mantenimiento o la reparación del vehículo en menos de una hora.

La tecnología 3D es sorprendente, permite al taller mostrar al cliente cómo se puede ver y rotar desde una perspectiva de 360 grados cada una de las piezas de su vehículo o visualizar el material del que esté compuesta mediante un sencillo código de colores que abarca desde la chapa o el aluminio hasta el plástico y la goma.

## Por un taller mejor

La **tecnología 3D** permitirá al cliente saber de antemano cómo se reparará el vehículo lo que, sin duda, repercutirá en su confianza ya que dejará de acudir al centro de reparación “a ciegas”. Ahora, el cliente sabrá, desde el momento en que deja el vehículo, qué piezas se van a reparar y el motivo de la reparación sin tener que firmar un presupuesto sin un compromiso explícito. Audatex, por tanto, pone solución a uno de los problemas tradicionales de los talleres de reparación de automóviles, los malentendidos y los equívocos con los presupuestos y las sorpresas finales de los usuarios con el precio final.

La compañía especializada en soluciones y servicios de valoración de siniestros también explica que la introducción de los presupuestos de reparación en tres dimensiones permitirá **reducir los tiempos** para que el vehículo esté listo lo antes posible disminuyendo, así, las molestias para el conductor y mejorando la rentabilidad de los talleres y concesionarios. La información en 3D **facilita la labor de los profesionales del taller**, que pueden saber con antelación cuál es la dificultad de la reparación o la accesibilidad a las piezas dañadas independientemente de cuál sea su localización en el vehículo. La **reducción de posibles complicaciones e imprevistos** gracias a esta tecnología también se traducirá en facturas finales menos costosas. Según Audatex, el coste medio en España de una factura del taller se sitúa en torno a los 1.000 euros pero más de la mitad de las facturas no superan los 300 euros.

De momento, unos **200 modelos de automóviles pueden ser consultados íntegramente en tres dimensiones**. El esfuerzo de Audatex ha sido encomiable porque ello ha supuesto recrear el diseño de las más de **800.000 piezas** que conforman los vehículos más vendidos en España. Obviamente, la base documental continúa creciendo con la incorporación de los nuevos modelos que van apareciendo en el mercado. ●

[www.audatex.es](http://www.audatex.es) / [www.autoelia.es](http://www.autoelia.es)



Centro de documentación donde Audatex genera las imágenes tridimensionales de las piezas de recambio.



La tecnología 3D de Audatex permite conocer al detalle cada pieza para informar con más precisión al cliente sobre las operaciones a realizar en su vehículo.



De izquierda a derecha, Antonio Benito, presidente de Auto Elia; José Luis Gata y Javier Velasco, jefe de producto y director general de Audatex respectivamente.

En las V Jornadas Innotaller se expusieron ideas para que el taller siga siendo un negocio rentable en tiempos de crisis.

ESTA EDICIÓN GIRÓ EN TORNO A LA INICIATIVA EMPRESARIAL Y EL VALOR AÑADIDO

# V Jornadas Innotaller

Aproximadamente un centenar de talleres de la provincia de Barcelona asistieron a esta interesante reunión ya consolidada que este año abordó la crisis económica y planteó como soluciones la iniciativa empresarial y la aportación de valor añadido. Como siempre, sus conclusiones fueron dignas de tener en cuenta por el colectivo de talleres.

El **Gremio de Talleres de Barcelona** celebró el pasado 6 de octubre la quinta edición de las **Jornadas Innotaller**, acto enmarcado en el **proyecto PISTA** cuyo objetivo es el fomento de la innovación práctica en los talleres. Casi un centenar de talleres de la provincia de Barcelona asistieron a estas Jornadas que este 2011 giraron en torno a la **iniciativa empresarial y el valor añadido** como recetas para hacer frente a la prolongada crisis económica que está sufriendo nuestro país.

## Muchas y variadas ponencias

**Lluís Camarasa** y **Celso Besolí**, secretario general y vicepresidente (cuando se celebró el acto) del Gremio de Talleres de Barcelona respectivamente, presentaron el acto y dieron paso al elenco de ponencias, variadas y todas ellas muy interesantes. El primero en intervenir fue **Ricardo Turégano**, director técnico de **Circuit 96**, que explicó las principales características técnicas de un vehículo híbrido y recordó a los presentes que este tipo de vehículo entrará cada vez más en el taller por lo que deben estar preparados técnicamente para repararlos. Enlazando con esta cuestión describió las prestaciones del equipo de diagnóstico **X-431 Diagun** de **Launch**, ya preparado para diagnosticar vehículos híbridos. **Josep Pons**, gerente de **Global Tecnics**, explicó los puntos fundamentales de la **norma EN1493 sobre elevadores de vehículos** y dio importantes consejos: la necesidad de un mantenimiento preventivo de los elevadores o el tener cuidado con las ventas de elevadores por Internet. **Jordi Ibáñez**, gerente de pymes de **Zurich**, explicó de forma muy didáctica la estructura básica de una póliza de seguros y las condiciones de una póliza que han desarrollado a medida de los socios del Gremio de Talleres de Barcelona. **Francesc Cañadas**, de **Audatex**, aportó interesantes cifras de la posventa que constatan un envejecimiento paulatino del parque, una reducción del número de siniestros y una estabilidad en los precios de mano

de obra. **Juan Navarro** e **Ignasi Roig**, director de marketing y director técnico de **PPG Ibérica** respectivamente, también intervinieron. Navarro insistió a los talleres de que deben asumir que no son simples reparadores, son empresarios mientras que Roig explicó las últimas novedades de PPG en masillas, aparejos, bases bicapa al agua o barnices. **Miguel Ángel Álvaro**, responsable de posventa de **Gt Motive**, también aportó datos interesantes sobre la posventa e insistió en que el taller debe esforzarse por mejorar la productividad y eficiencia de su negocio estudiando cuestiones como el diseño del taller, el abastecimiento del recambio, la planificación del tiempo, etc. **Arturo Agud**, de **Menselect**, presentó la propuesta de esta empresa para mejorar la gestión de cobros y, por último, **Armando Higuera**, secretario general de **CETRAA**, explicó las actuales líneas de actuación de esta patronal de talleres: la denuncia a Centro Zaragoza por sus baremos, la vigilancia ante ciertas acciones de las aseguradoras, etc.

## Conclusiones

Como ya es tradición, las Jornadas culminaron con la **lectura de las conclusiones** de la misma. Las leyó **Lluís Camarasa**, secretario general del Gremio de Talleres de Barcelona, y fueron las siguientes:

- 1/ Los talleres afrontamos el reto de mejoras de nuestros sistemas productivos y se servicio que sólo podremos resolver con nuestra actitud de continua innovación para adaptarnos al entorno.
- 2/ Los talleres estamos acostumbrados a trabajar sin prácticamente ayudas públicas, lo que nos ha obligado a desarrollar un sentido de agilidad empresarial y adaptabilidad a nuestro cliente, que en el prolongado contexto de crisis económica nos ha hecho más resistentes.
- 3/ Estamos dando un valor añadido a la sociedad manteniendo empresas, empleo y, sobre todo, proporcionando servicio competitivo al usuario para preservar la vida útil de su vehículo.
- 4/ La existencia de medios tecnológicos, equipamiento y productos innovadores de aplicación en




Uno de los ponentes fue Armando Higuera, secretario general de CETRAA.

nuestro sector, aunque representen un reto de inversión y formación continua, también nos brindan la oportunidad de facilitar la implantación de nuevos métodos encaminados a la mejora de la productividad en el taller.

5/ Los nuevos sistemas TIC aplicados a bases de datos permiten la generalización de su acceso al sector reparador para apoyar el valor añadido del taller, siempre que estén basados y puedan usarse de forma objetiva y transparente. Ésta es un área esencial para llevar a cabo un esfuerzo en la productividad.

6/ El sector de talleres de reparación de automóviles, por su naturaleza pyme, está aportando una alta contribución económica y social al país por sí mismo y, para mantener esta línea, es necesaria una colaboración objetiva de todos los sectores industriales relacionados con el taller. ●

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





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

**65 Noticias:** Volkswagen, Peugeot, Audi

**66 Actualidad:** El concesionario Citroën Tarrauto abre sus puertas en Tarragona

**67 Actualidad:** la posventa de Audi da la talla en la Audi Twin Cup 2011

**68 Contacto:** Yamaha Teneré ABS, Piaggio X7 300, Vespa LXV Vie Della Moda y Škoda Superb Combi

**70 Técnica:** el sistema híbrido del Toyota Auris HSD



## LA CAMPAÑA DE INVIERNO Y LA MANTENIMIENTO PLUS Promociones en Volkswagen

➔ A través de la **Campaña de Invierno, Volkswagen** propone a los propietarios de un Polo, Golf o Passat cuatro paquetes de servicio, una promoción de neumáticos y tres ofertas de Volkswagen Accesorios Originales. Los paquetes de servicio incluyen operaciones de mantenimiento básicas como el cambio de escobillas limpiaparabrisas, la sustitución de la batería, el cambio del kit de distribución o un chequeo de seguridad en el que, además de realizarse un diagnóstico electrónico del vehículo, se revisan las luces, los neumáticos, las lunas, el nivel de aceite y el líquido de frenos entre otros elementos. La campaña, como ya hemos apuntado, se basa en unos precios competitivos. El chequeo de seguridad cuesta 59 euros; el paquete de cambio de escobillas, 44 euros (en el Polo) o 51 euros (casos del Golf y el Passat); el cambio de batería, entre 125 y 259 euros; el cambio del kit de distribución, 459 euros (Polo), 475 euros (Golf) y 525 euros (Passat); el control de distancia de aparcamiento tiene ahora un precio especial de 375 y 459 euros; el porta esquís se queda en 109 euros y el kit de alfombrillas delanteras y traseras con cubrealetero está a la venta por 69 y 175 euros. Con la promoción de neumáticos, el segundo sale a mitad de precio o el cuarto, gratis. Todas estas promociones finalizan el 28 de febrero y durante todo este periodo, todos los clientes que adquieran cualquiera de estos paquetes o productos, disfrutarán, además, de un año de Volkswagen Asistencia 24h, el servicio de movilidad de la marca que está valorado en más de 150 euros.

Por lo que respecta a la campaña **Mantenimiento Plus**, desde el pasado 1 de octubre todos aquellos que compren un Passat o Passat **Variant** se beneficiarán de una campaña a través de la cual la marca alemana ofrece, sin coste adicional, cuatro años de "Mantenimiento Plus". La promoción se limita a los 60.000 kilómetros. La fórmula de servicio posventa Mantenimiento Plus incluye todos los trabajos del Plan de Asistencia Técnica Volkswagen de hasta 60.000 kilómetros o cuatro años. Estos trabajos son los cambios de aceite, filtro de aceite y de los líquidos de freno y del limpiaparabrisas y la verificación del alumbrado, los neumáticos o la batería. **C**

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

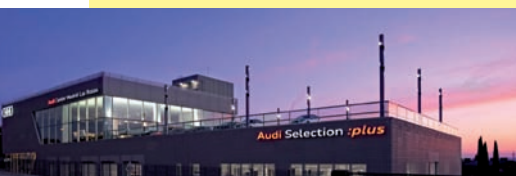
### EL AUDI CENTER MADRID LAS ROZAS

## Audi inaugura su mayor concesión en España

Audi inauguró el pasado 28 de octubre el **Audi Center Madrid Las Rozas**, el concesionario oficial de la marca de los cuatro aros más grande de España al superar los 9.000 metros cuadrados. Hasta la localidad madrileña se desplazaron para la inauguración destacados directivos de Audi como **Wayne Griffith**, director europeo de ventas y marketing de **Audi AG**; el presidente de **Volkswagen Audi España**, **Ludger Fretzen** o el director de **Audi España**, **Manuel Caballero**. También asistió el **alcalde de Las Rozas**, **José Ignacio Fernández Rubio**.

Situado en la salida 18 de la A6, el Audi Center Madrid Las Rozas maneja unas cifras impresionantes: catorce metros de altura del edificio y 9.062 metros cuadrados construidos; casi 2.000 metros cuadrados de zona de exposición y clientes; 2.255 m2 de zona de taller y recepción directa, más de 4.500 m2 de parking, dos plantas de exposición, una planta subterránea, capacidad para cincuenta vehículos en exposición y una plantilla de 35 profesionales. La matriz Audi AG ha invertido en este ambicioso proyecto, uno de los mayores centros propios de la marca en Europa. Durante el acto inaugural, desde Audi se subrayó que esta concesión se ha marcado el objetivo de cumplir con las altas expectativas del cliente de esta marca alemana ofreciéndoles un asesoramiento riguroso y un producto comprometido con la calidad y el medioambiente. **C**

[www.audiretailmadriddsa.es](http://www.audiretailmadriddsa.es)  
[www.audi.es](http://www.audi.es)



### EL PEUGEOT SERVICE AHORA SE PUEDE CONTRATAR POR INTERNET

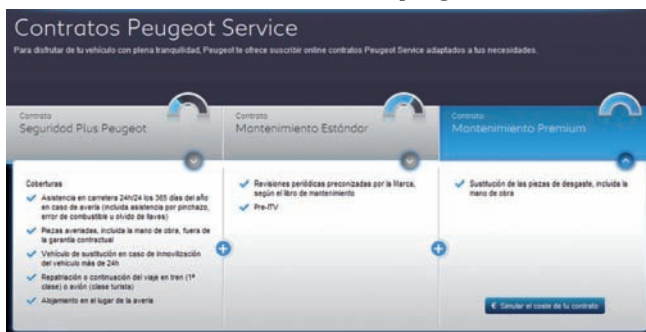
## POSVENTA ON-LINE

➔ La marca del león amplía sus servicios posventa y desde hace algunos días ofrece la posibilidad de suscribir cualquier modalidad de los contratos

**Peugeot Service** a través de Internet. Hasta ahora, la venta de estos contratos de servicios posventa se realizaba en los concesionarios oficiales **Peugeot**. Entrando en la web de la marca, **peugeot.es**, se accede a este servicio que está planteado como una acción más para mejorar la atención al cliente. También en el espacio personal **My Peugeot** el cliente puede informarse de los tres tipos de contrato Peugeot Service:

**Seguridad Plus Peugeot, Mantenimiento Estándar y Mantenimiento Premium.** El Peugeot Service en versión on-line permite realizar simulaciones de presupuestos o contratar directamente la revisión requerida realizándose el pago al contado. Los Peugeot Service están planteados como unos contratos que se ofrecen una vez finalizada la garantía inicial de dos años. El objetivo es fidelizar al propietario de un Peugeot en la red oficial de la marca a través de diversas fórmulas de servicio posventa. **C**

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



**Citroën** ha puesto en marcha una **promoción** a través de la cual todos los clientes que acudan a un servicio oficial de la marca adherido a esta campaña y **cambien sus neumáticos** instalando cubiertas de las marcas **Michelin, Goodyear, Dunlop, Bridgestone o Continental**, entran en el **sorteo** de un **Citroën C4 HDi** de 110 CV. También mediante esta campaña, el segundo neumático tiene un descuento del 70%. La promoción finaliza el 10 de diciembre y pueden obtener más información sobre la misma en la web [www.promocioncitroen.com](http://www.promocioncitroen.com). **C**  
[www.citroen.es](http://www.citroen.es)



Tarrauto, la nueva concesión Citroën en Tarragona, está en el polígono industrial Les Gavarres.

# Tarrauto, el universo Citroën en Tarragona

El pasado 20 de octubre fue inaugurado Tarrauto, el nuevo concesionario Citroën en Tarragona. Sus más de 3.000 metros cuadrados ofrecen unas amplias zonas de recepción, taller mecánico y exposición. El almacén de recambios y el área de chapa y pintura están externalizados. Tarrauto es una apuesta valiente en tiempos duros para los concesionarios pero ofrece muchos argumentos para competir.

→ La ciudad de Tarragona cuenta, desde el pasado 20 de octubre, con un nuevo concesionario **Citroën, Tarrauto**. Al acto de inauguración acudieron destacados directivos de la marca francesa, **Jean-Cristophe Bertrand**, director general adjunto de **Citroën España**; **Asunción Bueno**, directora nacional de ventas y **Jorge Rosado**, director regional de la zona Este, acompañaron al anfitrión, **Joaquín Oliva**, gerente de Tarrauto. **Bertrand** tomó la palabra para subrayar *"el carácter de lucha, entrega y dedicación en la nueva concesión Citroën"* y que *"Tarrauto está preparado para ganar. El éxito es para quienes aceptan desafíos y se preparan para alcanzarlos"*. Oliva ratificó la palabras de Bertrand insistiendo en la preparación que atesoran y que les ha llevado a poner en marcha estas grandes instalaciones en una etapa difícil para los concesionarios. Acto seguido, la prensa especializada convocada realizamos con él una visita guiada por la concesión, adaptada ya a la nueva imagen Citroën que, como apuntó **Oliva**, *"va mucho más allá del cambio de logotipo"*.

## Al servicio del cliente

En línea con lo afirmado por el gerente de Tarrauto, Citroën ha ido más de una simple evolución de la imagen de marca y ha mejorado todas las áreas de organización de su red de concesionarios. Estas mejoras se están implantando paulatinamente pero como Tarrauto es completamente nueva, reúne todas estas mejoras y evolución. Ejemplo de ello es la **zona de recepción**, diáfana, ordenada, diseñada para causar una buena impresión al cliente. La **zona de taller** de mantenimiento y reparación electromecánica también es muy amplia, con capacidad para cuarenta vehículos y dotada con un equipamiento de última generación. Merece especial mención la gestión de los recambios. Tarrauto no cuenta con almacén de recambios, éstos proceden de un **almacén centralizado** situado a unos tres kilómetros que sumi-

nistra también al concesionario **Peugeot de Grupo Oliva** y la gestión es un ejemplo de adaptación a las nuevas tecnologías. Todo el proceso está informatizado y la entrega se realiza de forma rápida y sin errores. Tampoco este concesionario cuenta con área de carrocería y pintura. En este caso los vehículos se derivan al **Centro de Carrocería Grupo Oliva**, un impresionante taller de más de 3.000 metros cuadrados situado a unos cinco kilómetros. Medioambientalmente ejemplares (predomina la luz natural y todo el espacio y la energía están controlados por ordenador), la concesión Citroën Tarrauto supera los **3.000 metros cuadrados** de los que **1.800** están destinados a **taller** y **1.100** a **zona de exposición**. Dentro de esta zona de exposición tienen un espacio propio los modelos de la línea **DS**. Los interesados en visitarla deben saber que está emplazada en el número 2 de la calle Josep Maria Folch i Torres del Polígono Les Gavarres de Tarragona. **C**  
[www.citroen.es](http://www.citroen.es) / [www.joaquinoliva.com](http://www.joaquinoliva.com)



La diferentes zonas de taller superan los 1.800 metros cuadrados.

## R-M, proveedor exclusivo de Tarrauto

El nuevo concesionario **Citroën** trabaja en el área de chapa y pintura con la marca de repintado **R-M**, fabricada por **Basf Coatings**. Por tal motivo, estuvieron presentes en el acto de inauguración **Juan Carlos Lozano**, **Alfonso Castro** y **María Barbero**, jefe de ventas, jefe regional para la zona norte y soporte de ventas comercial de R-M respectivamente así como **Francisco Hernández** y **Estela Mateo**, responsable de ventas y comercial respectivamente de **Novacolor**, firma distribuidora de R-M afincada en Moja (Barcelona).



De izquierda a derecha Estela Mateo, Alfonso Castro, Juan Carlos Lozano y Francisco Hernández.

SE PROCLAMÓ  
SUBCAMPEÓN  
MUNDIAL DE LA AUDI  
TWIN CUP 2011

Audi Twin Cup  
7th World Championship

# Tartiere Auto,

## un referente en servicio posventa

En la Gran Final Internacional Audi Twin Cup celebrada en Palma de Mallorca compitieron 66 equipos de otros tantos servicios oficiales Audi de 35 países.



El **Servicio Oficial Audi Tartiere Auto** de Lugones (Asturias) demostró recientemente que es uno de los mejores concesionarios **Audi** del mundo. No es una afirmación exagerada, ni mucho menos, ya que se proclamó **subcampeón mundial** de la **Audi Twin Cup 2011** en la categoría de **Servicio**.

### Un certamen muy exigente

La Audi Twin Cup es una competición con la que Audi AG evalúa las competencias y los conocimientos de sus Servicios Oficiales en todo el mundo. Éstos, compiten en dos categorías, **Servicio y Técnica**, y en la edición 2011 han participado un total de más de 9.000 expertos en dichas actividades que han participado a lo largo del año en las distintas finales nacionales celebradas por todo el planeta. **Palma de Mallorca** acogió del **4 al 7 de octubre** la **Gran Final Internacional** en la que compitieron 66 equipos (los campeones nacionales de 35 países) y participaron más de 200 técnicos de Audi de 35 países. Vistas estas

cifras, merece la pena subrayar el extraordinario valor de lo conseguido por Tartiere Auto.

La Audi Twin Cup consta de tres pruebas, dos específicas para cada equipo según la categoría de Técnica o Servicio y un test teórico común sobre los valores, historia y compromisos de Audi. En la edición 2011 las pruebas de Técnica se desarrollaron sobre un Audi Q7 y consistieron en solucionar distintos problemas de diagnóstico de averías y de ajuste mecánico de las reparaciones. Los participantes utilizaron en estas pruebas equipos de diagnóstico y útiles que Audi ha desarrollado para sus mecánicos. Por lo que respecta a las pruebas de Servicio, se desarrollaron sobre un Q5 y consistieron en solucionar problemas prácticos sobre reclamaciones de clientes, conocimiento del producto y satisfacción del cliente. Cada prueba duraba un mínimo de 35 minutos y un máximo de 45 y las pruebas de Servicio estaban divididas en distintas secciones y únicamente con un trabajo ordenado, eficaz y realizado en equipo permitían superar con éxito cada una de ellas.

Celebrada desde 1996, la Audi Twin Cup es un certamen en el que equipos posventa de las redes de

concesionarios y servicios oficiales de la marca alemana de todo el mundo compiten en diferentes pruebas que tienen como objetivo desafiar las competencias y conocimientos de los participantes, fortalecer su espíritu de trabajo en equipo y recompensar a los finalistas por su dedicación y compromiso con la marca mediante la organización de un evento exclusivo.

**Tartiere Auto** está emplazado en la **Avenida de Gijón, s/n de El Castro Lugones**, población situada al pie de la A66 entre Oviedo y Gijón. Sus instalaciones de más de 3.000 metros cuadrados albergan zona de exposición y de taller, esta última equipada con las últimas tecnologías de diagnóstico. Su personal está altamente cualificado tal como demostraron en Palma de Mallorca. Este concesionario es un ejemplo de alto nivel técnico y de servicio de la **red de posventa de Audi España** cuyas elevadas puntuaciones durante la Final Nacional le habrían hecho merecedora de una muy buena clasificación en la cita internacional. **C**  
[www.audi.es](http://www.audi.es)



Personal de Tartiere Auto. El concesionario asturiano alcanzó el subcampeonato de la Audi Twin Cup en la categoría de Servicio.



Las pruebas específicas de Servicio consistieron en solucionar problemas sobre reclamaciones, conocimiento del producto y satisfacción del cliente.



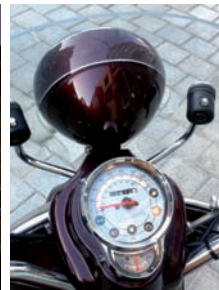
ÁGIL Y DINÁMICO, EL PIAGGIO X7 CON MOTOR DE 300 NOS LLEVA DENTRO Y FUERA DE LA CIUDAD

## Llegar a todas partes

➔ El Piaggio X7 no es estrictamente un modelo nuevo en la extensa gama del constructor toscano. Pero con la llegada del propulsor de 300 cc, los de Pontedera han aprovechado para realizar en su escúter de rueda baja una actualización estética para no perder el tren, en un momento en que la competencia está más viva que nunca, en especial la que llega de Asia. El X7, el más pequeño de los maxiescúteres (o el más grande de los escúteres medios) de Piaggio, se pone así en primera línea de fuego gracias a un precio muy atractivo, una calidad indudable y unas prestaciones de primer orden que le permiten batallar en un segmento de mercado en el que la reina indiscutible tiene tres diapasones. Una de las cosas que más gusta del X7 a la hora de conducirlo es su refinamiento de marcha. Es cómodo, fácil de manejar entre el tráfico gracias a su anchura de manillar, freno de maravilla y la posición de conducción es natural para personas de estatura media. Ojo, no lo tendrán tan fácil chicos y sobre todo chicas de menos de 1,65 m debido a la altura del sillín con respecto al suelo (el género femenino seguro que prefiere la Vespa que presentamos en esta misma página). En cuanto al rendimiento del motor, de nuevo Piaggio no deja de sorprendernos. La nueva generación de su motor de 300 cm<sup>3</sup> destaca por una suavidad de uso total, es un motor discreto, tanto en rumorosidad como en vibraciones y consumos, con una potencia muy aprovechable en su rango de utilización y que permite mover a dos personas con total soltura, incluso en desplazamientos interurbanos. No es un motor explosivo sino bastante progresivo y el desarrollo del variador se ha optimizado más para mantener buenas medias de velocidad con consumos contenidos que para lucir una aceleración fulgurante, reflejo del equilibrio general de que goza este modelo. Esa serenidad se manifiesta ya a primera vista en sus líneas suaves, elegantes y personales. Para esos menesteres más deportivos, Piaggio ya tiene a Gilera.

El Piaggio X7 está en los concesionarios con una tarifa de partida de 3.969 €.

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



RETROCHIC DE ESPECIAL ENCANTO:  
VESPA LXV VIE DELLA MODA

## Sentirse diferente

➔ No nos engañemos. Cualquier Vespa, moderna o clásica, potente o sencilla, discreta o llamativa, puede presumir hoy en día de ser un modelo de los más carismáticos del mercado. Sin embargo, dentro de la exclusividad que viene de serie con cualquier moto de la marca, hay también un ranking, y éste lo encabeza sin ningún lugar a dudas nuestra protagonista, que detenta el cargo de ser una serie especial dentro de una versión especial de un modelo especial. La LXV original nació en 2006 como un modelo limitado y exclusivo para conmemorar el 60 aniversario del nacimiento de la Vespa original diseñada por Corradino d'Ascanio.

Convertida en pieza de coleccionista desde el primer momento de su lanzamiento, la LXV se caracterizaba por su manillar visto cromado, su faro sin carenar, su transportín "carpetero" y su asiento partido, al más puro estilo del modelo de 1947. Vista la moda actual de reeditar los clásicos y, por qué no decirlo, dar más oportunidades a los coleccionistas de hacerse con uno de estos incunables, en la gama 2011 ha reaparecido la LXV, corregida y aumentada, equipada con los nuevos motores 125 cm<sup>3</sup> capaces de superar la Euro3 y un nuevo color burdeos metalizado (precioso), pero además con el modisto apelativo de "Vie della Moda" que nos remite inequívocamente a las firmas que en Milán marcan tendencia de lo que debe llevarse para estar *à la page*.

Técnicamente, sin embargo, nada diferencia a la LXV de cualquier otra Vespa LX. Acaso el manillar ligeramente más ancho nos pueda dar un extra de palanca a la hora de afrontar ángulos estrechos y, al mismo tiempo, hacer levemente más engorroso el manejo en parado, amén del nuevo propulsor más acorde a las tendencias europeas, pero en este caso no del *prêt-à-porter*, sino de los límites a las emisiones contaminantes.

La Vespa LXV Vie della Moda 125 puede encontrarse de forma limitada en los concesionarios de la marca por unos 3.489 €. Si lo que buscan es hacerse con una moto única que tendrá especial valor como pieza de colección, no lo duden, ¡corran antes de que se acaben!

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

## HA VUELTO UN NOMBRE MÍTICO A LA GAMA DE IWATA: YAMAHA TÉNÉRÉ

### La llamada del desierto

➔ Yamaha venía haciendo desde hace años la travesía del desierto sin disponer en su gama de auténticas trail polivalentes en mucho tiempo. La TDM 850 sobrevivía como único ejemplar asfáltico de la raza y las XT 660 X derivaban indefectiblemente hacia el mundo supermotard. La última Ténéré desapareció del catálogo de los tres diapasones en XXXX y desde entonces el público de cierta edad reclamaba atención. Así que Yamaha no se anduvo por las ramas y decidió revivir el espíritu de África con una interpretación totalmente nueva del modelo original.

Basada en la XT X (de hecho, técnicamente la Ténéré se llama XT 660 F), movida por su infatigable motor monocilíndrico de 660 cm<sup>3</sup> y 50 CV que tan buenos resultados ofrece allá donde se monta (en modelos propios o bajo *alias* Minarelli) y con una nueva estética angular y claramente inspirada en las motos de raids, la Ténéré actual guarda esa esencia irrenunciable de moto robusta, sencilla y fácil de manejar que busca y buscará siempre el comprador de trail. La incorporación del ABS en este modelo, algo que hoy en día empieza ya a ser imprescindible (pronto, además, por imperativo legal), le da un plus de seguridad en conducción por carretera muy interesante.

Yamaha ha sido muy fiel a las sensaciones tradicionales de una trail como las de antes. El tacto de suspensiones delanteras decididamente blando y de largo recorrido para facilitar la superación de obstáculos en conducción fuera pista es su tarjeta de presentación más inconfundible en comportamiento dinámico. Gracias al ancho manillar y a la posición de conducción muy natural, el dominio de la moto es siempre muy grande, sea en carreteras de montaña, en ciudad o en el campo, incluso rodando de pie sobre los estribos. Flaquea (como es normal) cuando circulamos por autopista a velocidades medias, con suaves *flaneos* provocados por la altura del centro de gravedad y la resistencia al viento lateral.

El motor es el que es. 50 CV dan para mucho sobre tierra, por ejemplo, pero cuando hay que ir con paquete o moverse rápido, este eterno monocilíndrico refrigerado por agua es voluntarioso pero no demasiado resolutivo, a no ser que busquemos par en bajos y que el régimen de giro suba rápido, gracias a su configuración *mono*. Eso sí, consigue unas cifras de consumo realmente bajas.

Nos podemos hacer con la nueva Yamaha Ténéré por 7.849 €, un precio muy razonable teniendo en cuenta la calidad general de la moto y la solvencia que nos ofrece en múltiples terrenos. Sin embargo, si queremos hacer rutas de medio y largo rango por carretera, especialmente si lo vamos a hacer en compañía, hay que mirarse con buenos ojos la opción de la nueva Super Ténéré con motor 1.200 bicilíndrico, transmisión por cardán y 110 CV de potencia (claro que casi duplica el precio de la Ténéré...). **C**

[www.yamaha-motor.es](http://www.yamaha-motor.es)



## PROBAMOS EL ŠKODA SUPERB COMBI TDI DE 140 CV

### Superb espacioso

➔ Sin lugar a dudas, el espacio es la seña de identidad del

**Superb**, la berlina tope de gama de **Škoda**. Si ya el Octavia es una referencia en habitabilidad, el Superb riza el rizo... y si encima es la versión Combi... La variante familiar del Superb se va ya a los 4,83 metros de largo y el maletero impresiona con sus 633 litros de capacidad. No es que la marca checa haya apostado por la bodega para sacrificar espacio de los pasajeros, las plazas traseras son impresionantes en todas las cotas, anchura, altura y espacio para las piernas. Las delanteras, obviamente, también son amplias. En cuanto a la calidad de vida, no alcanza los niveles de sus primos Volkswagen Passat o Audi A6 (se queda muy cerca del SEAT Exeo al que arrasa en espacio) pero es suficiente, con la típica sobriedad estética de Škoda, un acabado correcto y un equipamiento en el que prima la practicidad, prescinde de veleidades electrónicas como el ajuste del asiento mediante botones o el arranque sin llave (solo en opción) pero no le falta lo básico para un vehículo de su categoría: airbag de rodilla, faros adaptativos y antiiniebla con función *cornerlight*, climatizador, mandos en el volante, etc. Son opcionales el asistente al aparcamiento o los airbags laterales traseros. La relación precio-equipamiento quizás es algo justa pero queda compensado por su gran espacio y el rendimiento de sus motores. Por tanto, el precio, que parte de los

20.400 euros (la versión probada, unos 26.000) es ajustado.

Si la habitabilidad y el espacio nos han sorprendido, lo mismo nos ha sucedido con su motor TDI de 140 CV. Sí, ya sabemos que es un veterano y lo hemos probado en varias ocasiones pero siempre que lo hacemos nos impresiona su bajísimo consumo. En el Superb Combi, y a pesar de sus 1,6 toneladas de peso, no fue una excepción. Como guinda, une a su bajo consumo un gran dinamismo y recuperaciones brillantes. Tratándose de un familiar, las suspensiones priman el confort sobre la deportividad aunque este Superb no es una barca y la nobleza está garantizada gracias a la bondad de su chasis.

Este Superb es un producto cien por cien Škoda: discreto por fuera, austero por dentro, correctamente acabado y equipado, con un marcado perfil práctico y un precio ajustado. En definitiva, una propuesta muy honesta, una buena compra. **C**

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





El Toyota Auris HSD, gracias a la tecnología híbrida, consume tan solo 3,8 l/100 km en ciclo combinado.

HEMOS PROBADO EL SISTEMA DE PROPULSIÓN HÍBRIDA DEL TOYOTA AURIS HSD

## Hybrid Synergy Drive

Con las iniciales HSD (Hybrid Synergie Drive) distingue Toyota a la versión híbrida del súper ventas Auris. Este modelo, junto con su "primo" Lexus CT 200, es el único compacto del mercado que cuenta con una versión híbrida y conducirla es una delicia, por su silencio de marcha y por las virtudes de su sistema mixto de propulsión en términos de consumos y emisiones y, porque no, de conducción. Veamos cuáles son sus secretos técnicos.

➔ El grupo **Toyota**, con sus marcas **Toyota** y **Lexus**, es actualmente quien marca la diferencia en tecnología híbrida y el **Auris HSD** es el mejor ejemplo gracias a su sofisticado sistema de propulsión **Hybrid Synergy Drive** que, además de las ventajas que proporciona en términos de consumo y emisiones (el **consumo** en ciclo combinado del Toyota Auris HSD es de tan solo **3,8 l/100 km** y las **emisiones de CO<sub>2</sub>** se quedan en **89 gr/km**), este vehículo se comporta a nivel de prestaciones y comportamiento como un compacto convencional gracias a los **136 CV** que entrega la combinación de un motor gasolina VVT-i de 1,8 litros y un motor eléctrico y que le permiten acelerar **de 0 a 100 km/h en 11,4 segundos** y alcanzar los **180 km/h de velocidad punta**.

### Más versátil

Toyota define su tecnología híbrida como **Hybrid Synergie Drive** la cual se diferencia de su competencia en el hecho de que sus vehículos **pueden funcionar solo en modo gasolina, solo en modo eléctrico o en una combinación de ambas energías**. Esta sistema, por tanto, es mucho más versátil que otros en lo que el motor eléctrico tiene una función mucho más secundaria, de complemento.

Más en detalle, el sistema híbrido combinado serie-paralelo de última generación del Auris HSD cuenta con un **motor gasolina VVT-i** de 1,8 litros, un potente **motor eléctrico**, un **generador**, una **batería** de alto rendimiento, una **unidad de control de la energía** y un **dispositivo de distribución de la potencia** que utiliza un mecanismo de engranaje planetario para combinar y distribuir la potencia del motor de gasolina, el motor eléctrico y el generador en función de la demanda de energía que exige la conducción. El motor eléctrico, el generador y el dispositivo de distribución

de potencia están ubicados en una caja de transmisión ligera y compacta, comparable a una caja de cambios convencional. La **transmisión eléctrica continuamente variable (E-CVT, Electric Continuously Variable Transmission)** del sistema híbrido combinado se controla mediante la tecnología **Shift-by-Wire** (cambio electrónico) a través de un sistema eléctrico de palanca de cambio.

### Los motores

El **motor eléctrico/generador síncrono de imán permanente** y alimentado por la batería híbrida funciona en combinación con el motor de gasolina para potenciar la aceleración durante la conducción normal. Cuando el Auris HSD funciona en modo EV, la tracción de las ruedas corre exclusivamente a cargo del motor eléctrico, exclusivo de la tecnología híbrida combinada de Toyota. Al decelerar y al frenar, el motor eléctrico actúa como un generador de gran capacidad para efectuar el frenado regenerativo. La energía cinética, que normalmente se pierde en forma de calor, Toyota la recupera y la transforma en energía eléctrica para cargar la batería de alto rendimiento. La elevada **potencia** es otro de los rasgos distintivos del motor eléctrico del Auris HSD, alcanza los **60 kW**, seis veces más que la de los motores eléctricos de los sistemas híbridos parciales de la competencia. La cifra de **par** también es notable, **207 Nm**. Refrigerado por aire, tiene una amplificación de voltaje máximo de 650 Vcc. Sin embargo, en condiciones de conducción normales, a menos que se requiera una potencia máxima, el motor funciona con un voltaje no amplificado, siempre que sea posible, para mejorar el ahorro de combustible.

En cuanto al **motor de combustión**, es un **1.8 gasolina** que entrega **99 CV** y **142 Nm** de **potencia** y **par** máximos. En combinación

con un nuevo sistema de refrigeración del gas de escape y la adopción del **ciclo Atkinson**, ofrece una mejora considerable a la hora de aquilatar consumos y emisiones.

## La batería y la PCU

El Auris HSD recurre a una **batería de hidruro de níquel** para alimentar de energía a su sistema híbrido. Ubicada debajo del suelo del maletero ahora la merma de espacio es escasa ya que el compacto híbrido de Toyota conserva 279 litros de maletero.

El sistema de propulsión híbrido del Auris HSD se completa con una **unidad de control de la energía (PCU, Power Control Unit)** compuesta por un **convertidor de voltaje**, un **inversor** y un **convertidor de corriente continua** controlado por una ECU de control del motor que recibe comandos de la ECU de control del sistema híbrido. El inversor, por su parte, transforma la corriente continua de la batería en una corriente alterna de 650 voltios para impulsar el motor eléctrico y, ocasionalmente, el generador, lo que supone un rendimiento mejor de la unidad de control de energía cuyo tamaño, por cierto, es similar al de una batería de 12 voltios.

Un vehículo no híbrido convencional está equipado con un alternador para cargar la batería auxiliar. Puesto que un alternador no puede funcionar si el motor de gasolina no está en marcha, los vehículos híbridos combinados, caso del Auris, requieren de un sistema alternativo. El sistema Hybrid Synergy Drive del compacto japonés incorpora un **convertidor CC/CC** que reduce la alta tensión de la batería del sistema de 202 V a 14 V suministrando energía a los sistemas accesorios y cargando la batería auxiliar.

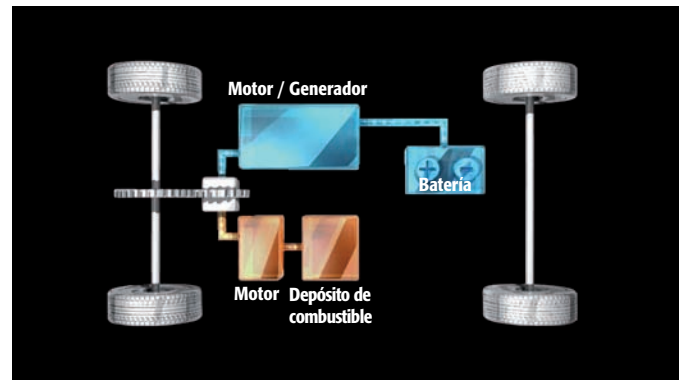
## Una vez en marcha...

Con el Toyota Auris HSD las sensaciones de conducción son sorprendentes. Por ejemplo, al arrancar parece que estemos subidos a una alfombra voladora ya que cuando inicia el movimiento solo con el motor eléctrico el silencio es absoluto. En plena marcha y en **condiciones normales**, el sistema híbrido ajusta constantemente la **distribución de potencia entre el motor de gasolina y el motor eléctrico** en aras de obtener el mejor equilibrio entre prestaciones y consumo. En las detenciones, el motor de gasolina se para para ahorrar combustible. En condiciones de funcionamiento poco eficientes del motor como, por ejemplo, **al arrancar y a regímenes bajos y medios**, el Auris HSD funciona automáticamente en modo EV, es decir, **solo con el motor eléctrico** por lo que el consumo de combustible y las emisiones contaminantes son igual a cero.

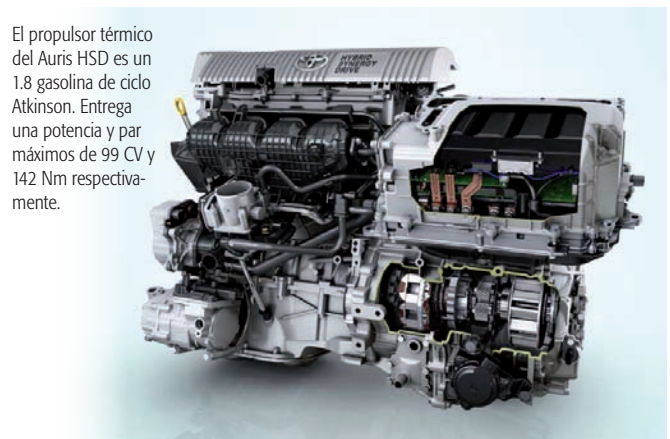
Durante el viaje también se va **recargando la batería**. Un sistema de frenado controlado electrónicamente (**ECB, Electronically Controlled Braking**) permite que el motor eléctrico actúe como generador de gran capacidad al acelerar y al frenar y recupere buena parte de la **energía cinemática** (que normalmente se pierde en forma de calor al frenar y decelerar) como **energía eléctrica** que se almacena en la batería de alto rendimiento. El nivel de potencia de dicha batería se administra constantemente por medio de un generador alimentado por el motor de gasolina para evitar el tener que recargar el sistema híbrido desde una fuente externa.

Este Auris también ofrece al conductor la posibilidad de elegir entre **cuatro modos de conducción**: En modo **Normal**, desde el arranque y hasta 50 km/h el coche funciona automáticamente en modo EV (solo eléctrico) en función del tipo de conducción y la carga de la batería. Este modo de conducción **EV** o **exclusivamente eléctrico** también puede ser seleccionado manualmente por el conductor. En este caso, aunque el motor de gasolina se puede poner en marcha por si el sistema requiere de su potencia, el motor eléctrico es el que funciona para circular emitiendo cero emisiones de CO<sub>2</sub> y NOx. En función del nivel de carga de la batería, el Auris en modo EV puede recorrer hasta dos kilómetros con lo que ello supone en términos de ahorro de combustible. Otra modalidad de conducción es la **Eco**, con la que se reduce la respuesta de aceleración al pisar agresivamente el pedal del acelerador y se optimiza el control del aire acondicionado para ahorrar así más combustible. Por último, el modo **Power** modifica la respuesta del Auris HSD al pedal del acelerador intensificando la potencia para mejorar la aceleración y el placer de conducción. El modo **Power**, de hecho, proporciona una respuesta de aceleración un 25% superior al pisar el pedal del acelerador. **C**

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



Estructura y algunos de los componentes del sistema Hybrid Synergie Drive.



El propulsor térmico del Auris HSD es un 1.8 gasolina de ciclo Atkinson. Entrega una potencia y par máximos de 99 CV y 142 Nm respectivamente.



Componentes del sistema HSD. De izquierda a derecha y de arriba abajo, el motor eléctrico, la batería, el generador eléctrico y la unidad de control de la energía.



La esfera a la izquierda del velocímetro indica el estado de carga de la batería. Dentro de ella está situado el nivel de la gasolina.

Palanca del cambio automático. Delante se ubican los botones para elegir el modo de conducción: EV, Eco o Power.



Siempre con la información  
más actual:  
[www.varta-startstop.com](http://www.varta-startstop.com)



## LA FUERZA DE LA TECNOLOGÍA START-STOP.

En 2015, el 70% de todos los automóviles fabricados en Europa incorporará la tecnología Start-Stop. La función Start-Stop permite ahorrar combustible al apagar el motor cada vez que el vehículo se para en un semáforo, en atascos, etc., **reduciendo de manera significativa el consumo de combustible y las emisiones de CO<sub>2</sub>.**

La batería es el corazón del sistema Start-Stop. Los fabricantes de automóviles tienen la posibilidad de elegir entre dos tecnologías de batería:

- VARTA® Start-Stop Plus con AGM para automóviles con recuperación de frenada y otras tecnologías innovadoras de ahorro de combustible.
- VARTA Start-Stop con tecnología EFB, diseñada para vehículos con sistema Start-Stop de nivel básico.

Sin la tecnología de batería correcta, estas características no funcionarán, perdiéndose las ventajas que la reducción de combustible y CO<sub>2</sub> suponen para los costes y el medio ambiente. En estrecha colaboración con los principales fabricantes de automóviles, como Audi, BMW, Ford, Mercedes-Benz, Volvo y VW, VARTA ha desarrollado soluciones innovadoras de baterías compatibles con los sistemas Start-Stop. En la actualidad, VARTA ya es líder del mercado, y la mayoría de vehículos con tecnología Start-Stop cuenta con una batería VARTA en su equipamiento original.

**Baterías VARTA Start-Stop, potencia de confianza.**  
Más información en [www.varta-startstop.com](http://www.varta-startstop.com)



**VARTA**

Johnson  
Controls