

**CONTIENE REDES DE TALLERES**



**346**

**abril 2012**

**www.mryt.es**

mundo recambio y taller  
**mryt**  
DESDE 1980 LA REVISTA DE LA POSVENTA DEL AUTOMÓVIL



**Oferta,  
Entrevistas,  
Opinión,  
y más**



**ESPECIAL  
EXPOMÓVIL  
COMERCIAL**



**C.G.A. y su plan  
Alejandro Vicario  
nos lo cuenta.**

**ZF Services ve  
el futuro azul**

**Lo explicaron  
en una reunión  
de trabajo**



**Al alcance  
de tus manos**



[www.ad-europe.com](http://www.ad-europe.com)

**SUPLEMENTOS  
INFRARROJOS**



**CONTACTO:  
VW, FORD, AUDI,  
HARLEY DAVIDSON**

**ADEMÁS**

**Tecno-Centro  
se fue de  
Convención**

**Magneti Marelli  
potencia  
Checkstar**

**Motortec A.I.  
el foro  
de 2013**





# ALTA PRESTACION



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

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

pilot: Francesc Gutierrez



PASTILLAS, DISCOS, Y MORDAZAS DE FRENO



marca asociada al programa de fricción

Telf. +34 917 461 900

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







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**  
**95 € (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

abril 2012

## Primavera con nubarrones de tormenta

Pocos cambios en el panorama sectorial, en lo que a movimiento de mercado se refiere.

Pese a que, tradicionalmente, la primavera y el otoño son épocas de intensa actividad (y eso, en cuando a eventos se refiere, no ha cambiado, puesto que las actividades se suceden estos días hasta saturar agendas), la situación comercial se muestra aletargada estos días.

La irregularidad en las cifras de cierres mensuales, con picos y valles atípicos, hace que la situación de incertidumbre se acentúe, una sensación que se acentúa con las noticias económicas que nos hablan de recortes, de primas de riesgo estratosféricas, de sacrificios, de reajustes...la alegría de la huerta, vamos.

De nuevo nubarrones de tormenta esta primavera.

En sentido figurado y en sentido recto, porque ha sido frío, con aguaceros (pese a que luego las formaciones hidrológicas hablan aún de falta de agua), con inestabilidad. Parece que el tiempo acompaña al contexto.

Con semejante panorama, que no soluciona la economía de las familias, sino que la contrae más, éstas esperan hasta que el coche dice "hasta aquí" a la hora de llevarlo al taller (poniendo en marcha el engranaje); y además, si luego la factura resulta demasiado alta, ahí lo dejan, (que esa es otra).

En esta tesitura, nos consta que el sector está haciendo lo que debe: ajustarse, poner en marcha acciones atractivas, vigilar la tesorería (cobros y pagos, inversiones viables o inviables), acercarse más los unos a los otros, analizar si su realidad le conviene o necesita emprender un nuevo camino (de ahí los movimientos de las empresas).

La cuestión es que hay que mantener la rueda girando, aunque haya que asumir que el giro se ralentiza, pero sin dejar de estudiar cómo mejorar la operativa para que el trabajo a realizar (que se multiplica a igualdad de resultados -yendo bien-) realmente reporte su beneficio.

Es tiempo de estar atento y tener serenidad, sin perder la capacidad de lanzarse al ruedo cuando una acción es viable. Sin miedo.

Porque no se trata solo de sobrevivir; se trata de aprovechar la circunstancia para tomar ventaja.





# sumario 346

abril 2012

(a)

## Actualidad

06 NOTICIAS

Un mes más, un recopilatorio de las noticias de este mes.

Más en [www.mryt.es](http://www.mryt.es)

10 TALLERES

Tecno-Centro, con proa hacia el norte

X Convención en Santander.

12 TALLERES

Magneti Marelli: Relanzando Checkstar

Con nuevo responsable, la compañía relanza la red.

14 FABRICANTES

ZF Services España: Lógica azul

Presentación de la realidad y los proyectos de la compañía.

16 ENTREVISTA

“Tenemos un plan”

Entrevistamos a Alejandro Vicario, director gerente de C.G.A.

16 EVENTOS

Embrión prometedor

Resumen de Expomovil Comercial, Barcelona, 15 al 17 de marzo.

43 FABRICANTES

Joaquín Bencomo, al frente de la Comisión de Recambios de SERNAUTO

Un nuevo Presidente, una nueva etapa.

44 EVENTOS

Motortec A.I. 2013: El foro del año

Distribución y redes de talleres, parte del sector...y de la feria.



16



10



12



14

44



Oferta, Entrevistas, Opinión, y más

20



Suplementos



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



A través de ella conciencia sobre la importancia del sistema de climatización

## Hella, en plena "Temporada Clima 2012"

Un año más por estas fechas Hella pone en marcha su "Temporada Clima 2012". Dirigida a distribuidores y a talleres, el lema de este año es "¡Piense en su seguridad, revise ahora su climatización!" y el objetivo es que la posventa concienzuda a sus clientes sobre la importancia de incluir en sus rutinas de mantenimiento el sistema de climatización y aire acondicionado. Hella no solo va a impulsar esta labor de concienciación sino que, en aras de que distribuidores y talleres ofrezcan el máximo servicio a sus clientes, ha ampliado su oferta en productos de termocontrol con la incorporación de 170 nuevas referencias entre compresores, condensadores, filtros, válvulas, presostatos, ventiladores, viscos, etc. para turismo y vehículo industrial. La "Temporada Clima 2012" finalizará en agosto y ofrece un "programa de apoyo" directo a los talleres con más de 6.000 referencias para sistemas de climatización de turismos, vehículos industriales y refrigeración de motores. Así, la compañía garantiza una gran cobertura de producto que alcanza el 90% del parque en radiadores y el 85% en el caso de condensadores y compresores. Dentro de este "programa de apoyo", la compañía proporciona un paquete de documentación técnica para un mejor servicio, así como ofertas económicas ventajosas para que distribuidores y talleres puedan encarar fácilmente estos meses de mayor demanda. ●

www.hella.es



Para el cambio de correas y el montaje de poleas o un láser de alineación

## Nuevas herramientas ContiTech

ContiTech propone al profesional de la reparación cuatro nuevas herramientas. Una de ellas es maletín **Tool Box V0**. Incluye el utillaje necesario y específico para el cambio de las correas de distribución en los motores Volkswagen. Otra novedad similar es el **Elast Tool F01**, herramienta para montar las correas acanaladas elásticas presentes en varios motores de Ford y de Volvo. Con ella, los talleres mecánicos pueden cambiar sin problemas la correa del alternador de los motores gasolina 1.4 y 1.6 que pueden montar los Ford Focus, C-Max y Mondeo y del 1.6 gasolina disponible en los Volvo S40, C30 y V50. En estos casos no se puede realizar un montaje con herramientas universales porque la correa puede deslizarse de la polea sin reborde de la bomba de agua.

El nuevo **láser** de ContiTech mide de forma fiable y precisa que todas las poleas de transmisión por correa estén alineadas correctamente. Esta medición permite detectar cualquier error de alineación en la transmisión por correa de forma rápida y segura lo que es muy importante ya que las poleas de transmisión mal alineadas suelen causar ruidos en el accionamiento de las correas acanaladas y un desgaste prematura de las mismas.

El capítulo de novedades ContiTech se completa con el maletín de herramientas **Tool Box OAP** para el montaje de las poleas libres del alternador. Está compuesto por varios juegos de llaves de vaso para alternador y da cobertura a los vehículos más vendidos del mercado. ●

www.contitech.es



Los grupos de distribución **Cecauto** y **Urvi** han creado una **Joint Venture** que operará en el **mercado posventa del vehículo industrial**. Nacida con el objetivo de aprovechar las redes de distribución de Cecauto y Urvi, la nueva Joint Venture ofrecerá una amplia gama de recambios de vehículo industrial abarcando todas las líneas de producto. ●

www.cecauto.es / www.urvi.es

Especialistas en **filtración y térmico**

# imprefil



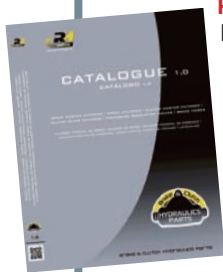
Av. Artesanos, 38  
28760 Tres Cantos (MADRID)  
Tel: 902 180 726 - Fax: 918 034 756

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

imprefil@imprefil.com • www.imprefil.com







**Road House** ha lanzado al mercado una **nueva gama de hidráulica** que reúne 690 referencias entre cilindros principales de freno, de rueda, de embrague (principales y esclavos) y reguladores de frenada. A esta gama se le han unido 300 referencias en latiguillos. Toda esta oferta está recopilada en un nuevo catálogo que Road House lo ha bautizado como 1.0 Hidráulica y cuenta con la certificación FSC que garantiza el cumplimiento de los estándares sociales y ambientales más elevados. ●

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



La gama de pastillas de freno **Ate Ceramic** se ha ampliado con la llegada de cincuenta nuevas referencias con las que amplía notablemente su cobertura del parque circulante. Estas **pastillas de freno** destacan por su resistencia al desgaste gracias al empleo de una tecnología que genera un film de transferencia sobre el disco de freno consistente en carburos muy duros muy resistentes al desgaste. Así mismo, producen muy poco polvo por lo que las llantas se mantienen limpias durante más tiempo y son muy silenciosas. Recordemos que **Ate** es una marca de frenado perteneciente al grupo **Continental**. ●

[www.frenos-ate.es](http://www.frenos-ate.es)



Ya está disponible en el mercado de reposición la nueva versión del **catálogo de transmisiones centrales para 4x4 y vehículo ligero** editado por **GKN**. En él se incluyen las referencias más demandadas, las que tienen como destino modelos como el Renault Kangoo, el Volkswagen Touareg, el Jeep Grand Cherokee o el Nissan Terrano. Las transmisiones GKN gozan de calidad equivalente a la de primer equipo y este fabricante ofrece en España el Servicio de Reparación de Transmisiones Centrales para todo tipo de vehículos, desde vehículos comerciales ligeros y pesados hasta turismos y 4x4. ●

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



Ya se puede buscar la batería requerida a través del iPhone gracias a una **aplicación** lanzada por **Exide** que se descarga gratuitamente desde el App Store y ofrece a los clientes un catálogo de aplicaciones que permite encontrar la batería de recambio correcta para cada turismo o vehículo industrial. Aquellos que se descarguen la aplicación podrán seleccionar baterías tanto de la marca **Exide** como de las principales marcas europeas de la compañía: **Tudor, Centra, Deta, Fulmen o Sonnak**. Disponible en doce idiomas europeos, este buscador se actualiza trimestralmente con nuevos datos y características. ●

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



**Grupo Serca Automoción** tiene un **nuevo socio**. Se trata de **Recambios Paco**, firma distribuidora con cuartel general en la localidad murciana de Caravaca de la Cruz que posee tres almacenes, en la citada Caravaca de la Cruz, en Huéscar y en Mula. Fundada en 1983 y anteriormente miembro de **GECORUSA**, Recambios Paco cuenta con una plantilla de 25 personas y es el **socio número 73** de Grupo Serca Automoción. ●

[www.recambiospaco.es](http://www.recambiospaco.es) / [www.serca.es](http://www.serca.es)

# Técnicamente fuertes, gama amplia



## Todo lo que necesita para disponer de una transmisión por correa de distribución fiable, todo en un kit

Evite las averías prematuras y caras cambiando las correas de distribución, las poleas y los tensores al mismo tiempo. Sin necesidad de pedir piezas sueltas. Los **Kits PowerGrip®** de Gates contienen todos los componentes adecuados en una misma caja y las instrucciones para su instalación. Nuestros recambios garantizados equivalentes a los del equipo original se ajustan perfectamente y se instalan con facilidad.

**No se conforme con una calidad inferior a la de equipo original. Insista en Gates.**





Escobillas limpiaparabrisas, rodamientos, filtros antipartículas, utillaje...

## Aluvión de novedades Blue Print

**ADL España**, firma distribuidora en España de la marca **Blue Print** especializada en recambio para vehículo asiático y estadounidense, ha lanzado un buen número de novedades en los últimos días.

16 son las nuevas referencias en **escobillas limpiaparabrisas** que son un híbrido entre las variantes sin marco (flat) y las tradicionales con estructura de aluminio. Disponibles en medidas de entre 14 y 26 pulgadas, diez referencias son delanteras y seis traseras y tienen como destino modelos como, por ejemplo, el Mazda 6. Por lo que respecta a los **amortiguadores de portón**, son de gas, valen para ambos lados y las 46 referencias disponibles se traducen en 360 aplicaciones en modelos como los Toyota Aygo, Peugeot 107 y Citroën C1, el Toyota Avensis o el Nissan Micra. Las diez referencias en **filtros de partículas diésel DPF** (en la imagen) permiten al profesional del taller cambiar el filtro original por otro de calidad y tecnología equivalente al original. Vehículos como los Kia Carens y Sportage, Honda CR-V, Mazda 3 y 6 o Lexus IS220d pueden montar estos filtros. La gama de **rodamientos** Blue Print se ha ido ampliando en el úl-

timo año con 154 nuevas referencias hasta alcanzar las 670 y con ellas satisface la demanda de este componente que se ha duplicado desde 2008. Algunas referencias son exclusivas como los kits de rodamientos de la rueda delantera para el Toyota Land Cruiser de 2008 o el kit de rodamientos de la rueda trasera para el Lexus RX400h. Por último, ADL España propone una nueva **herramienta** (en la imagen) Blue Print para montar correctamente el **embrague autoajustable de tres agujeros (SAC)**. Ésta es muy económica porque no incluye las piezas para el montaje del embrague SAC de cuatro agujeros, variante utilizada, por ejemplo, en el Mercedes Clase A desde 2004. Blue Print tiene catalogados diez embragues autoajustables que cubren 27 aplicaciones para vehículo asiático y americano. ●

[www.blueprint-adl.com](http://www.blueprint-adl.com)



## Globalmente aumentó un 8,7% gracias al tirón de la exportación Desciende un 2,5% la facturación del recambio para suministro nacional

**SERNAUTO**, la Asociación Española de Fabricantes de Equipos y Componentes para Automoción, ha dado a conocer los **datos globales de facturación** del sector de **recambios del automóvil** correspondientes al ejercicio **2011**.

En términos absolutos, **el sector creció el año pasado un 8,7% respecto a 2010** alcanzando una **facturación de 29.529,60 millones de euros**. El factor determinante de este crecimiento ha sido la pujanza de la exportación. De la cifra global, 18.612, 03 millones de euros se han destinado a la exportación, un 14% más que en 2010. El mercado nacional no ha tenido una tendencia tan positiva, todo lo contrario ya que la **facturación en recambios para el suministro nacional descendió en 2011 un 2,5%** en comparación con 2010.

Otros datos interesantes son que las inversiones crecieron un 6,4% sobre la facturación total (de las 3,5% se destinaron a recursos para I+D+i), el sector de recambios incrementó su oferta en puestos de trabajo un 6,7% empleando a 191.005 personas, se redujo el absentismo laboral un 45,7% y las importaciones de recambios de automoción se redujeron en un 1,2%. Todos estos datos son de 2011 comparados con 2010. ●

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



**CIRA**, la patronal de los recambistas de automoción de Catalunya, celebró recientemente elecciones a la presidencia y en ellas fue reelegido por unanimidad **Juan José Rodríguez**, gerente de **Recanvis Ribot** (empresa distribuidora miembro de **Grupo Serca Automoción**). El mandato es por dos años y en esta convocatoria electoral no se presentaron candidaturas alternativas. Rodríguez ya ha avanzado que va a proseguir con la línea de trabajo llevada hasta ahora: rigor económico y apuesta por el comercio electrónico. ●

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

El **catálogo de recambios para automoción de SKF** ya se puede consultar desde el **iPhone**. La aplicación está disponible para su descarga desde el **Apple iTunes app store** y permite una búsqueda fácil y rápida de piezas de recambio y datos técnicos a partir de la referencia del artículo, del número de pieza del equipo original o de la referencia de un competidor. El catálogo para iPhone contiene más de 3.000 fotografías de producto que ayudan a verificar los componentes correctos y unos 500 diagramas de motor para los kits de correas de distribución. La descarga es gratuita, basta con buscar "SKF Automotive Part Search" en la función de búsqueda de la app store de Apple iTunes. ●

[www.vsm.skf.com](http://www.vsm.skf.com)



El próximo **11 de mayo** se celebrará en **Granada** el **VI Congreso SPG Talleres**. El lugar del evento será el **Hotel Abades Nevada Palace**, a pocos minutos del centro de Granada y prevé reunir a más de 300 invitados entre talleres de la red, socios de **Grupo Serca Automoción** (firma impulsora de **SPG Talleres**), fabricantes, patrocinadores, asociaciones y prensa. La organización ha avanzado que durante el Congreso se impartirán **dos ponencias** sobre temas de interés para el colectivo de talleres que a las que seguirá un debate. La cena espectáculo tendrá lugar en el Pabellón de las Artes, un conjunto arquitectónico emplazado en Jun (Granada). ●

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



## Lee al minuto estas noticias y muchas más en



- En nueve meses arranca una nueva edición de Automechanika Argentina
- Necto y Ferodo, patrocinios en la alta competición
- Tecnología Firestone Run-Flat para la posventa
- Marc Marín deja Aurilis Group Ibérica
- ADEADA presenta oficialmente el plan de trabajo para 2012
- Mahle lanza sus primeros turbocompresores
- El "Decálogo de los Derechos del Consumidor en el Taller"
- Klarius: resultados positivos en el ejercicio 2011
- MOOG premia la confianza de sus distribuidores en su nueva campaña
- Honeywell Transportation Systems: nueva organización posventa mundial
- José María Alapont deja la presidencia de Federal-Mogul
- Nueva tarifa Lizarte 2012
- BestDrive proseguirá su expansión en 2012
- Agerauto incorpora a Ramón Pérez como coordinador de TecnoTaller a nivel nacional
- Continental lanza un neumático específico para vehículos híbridos y eléctricos



# 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



CELEBRARON SU X CONVENCION EN SANTANDER LOS PASADOS 9 AL 11 DE MARZO

# Tecno-Centro con proa hacia el Norte



Acercamiento a los reparadores, redirección de las inversiones, visibilidad de la enseña y voluntad de extenderse a nivel nacional, con el apoyo de los proveedores, que están ahí para apoyar.



Dulce Rodríguez, coordinadora de las redes de taller, y Alejandro Vicario, director general de CGA

Casi el 90% de **Tecno-Centro**, una de las redes del **Grupo CGA** (150 puntos de asistencia), se daban cita en el hotel *Santemar* de Santander para asistir a su **X Convención**, bajo el lema "Sabemos dónde está el Norte", y conocer las novedades creadas desde la central y las de los proveedores.

## Una pre-reunión muy fructífera

Nada más empezar la Convención, tras la bienvenida de **Alejandro Vicario** (su tercera Convención como gerente, en un camino de ir resituando las convenciones de meras exposiciones estáticas a atender las necesidades de los talleres), y de llamar al estrado a los representantes zonales de la red, una de las primeras informaciones que **Dulce Rodríguez**, coordinadora de las redes del grupo, ofrecía fue la de que el 28 de febrero se reunieron para realizar una evaluación de las necesidades recabadas por los talleres con el fin de elaborar propuestas que respondan a las mismas, puesto que uno de los objetivos de la red es aproximarse cada vez más al reparador.

## Tecno-Centro: nacional y con más servicios

Tal como Vicario comentaba, el primer objetivo que se marca la red es llegar a disponer de una cobertura de puntos de servicio a nivel nacional, para poder acceder a las ventajas que los acuer-

dos con determinadas compañías pueden ofrecer. Rodríguez empezaba a enumerar los planes de la red:

- **Formación:** Nuevas tecnologías de Bosch (gases fluorados, híbridos, KTS, módulo de frenos, inyección).

*Formación Comercial*, para apoyar al taller en problemáticas más relacionadas con la gestión y aproximación a medidas ante la situación contextual, empezándose cursos en Madrid, Barcelona, Baleares y Badajoz.

*Cursos subvencionados*, a partir de una consultora externa que facilitará la documentación que puede dar acceso a una subvención de unos 420 Euros.

- **Campañas:** Se eliminarán las campañas estacionales (aunque se mantendrán los elementos PVL y posters informativos), trasladándose esa inversión a medios generalistas o deportivos como *Marca*, *El País*, *El Mundo SXXI*, *AS*, en su vertiente online. También se apoyará a los talleres en publicidades zonales.

Todo ello bajo un mismo mensaje que es llegar a dar a conocer la imagen de la red como un taller cualificado para reparar cualquier vehículo multimarca.

La red tendrá mayor presencia en redes sociales (*Twitter*, *Facebook*, etc.) mediante un webmaster externo que gestionará la aparición de las fachadas de los centros de reparación y demás información.



Dulce Rodríguez, exponiendo los planes que la central ha preparado



La sala, con casi el 90% de los talleres de la red presentes.



Todos los representantes por zonas de la red, las caras visibles de la comunicación de los talleres con la central.



- **Descuentos:** Se trasladarán descuentos a colectivos como Euro 6000 o Sol Meliá, que publicitarán las ventajas de reparar en un taller de la red: 10% de descuento excepto mano de obra y recambio, además de revisiones gratuitas y acciones "trae un amigo" o campañas de producto.
- **Programa de Gestión:** Presentado en 2011, se seguirán realizando presentaciones para darlo a conocer en toda su profundidad.
- **Bonus:** Modificarán el sistema de Bonus para el taller, de manera que éstos sean más accesibles a más miembros del colectivo, con lo que perciban de forma más clara los beneficios de estar adscritos a la red.
- **Autodata:** Presentaron el acuerdo con la empresa por el que se pone al alcance el producto *AutoData Online3* (con un coste genérico de 800 Euros) pudiendo beneficiarse de una subvención de 210 Euros que facilita la central para que el taller pueda acceder a los esquemas y actualizaciones.
- **Telediagnóstico de KTS Bosch:** Como complemento de servicio a la Hot-line, se presentaba un elemento de telediagnóstico de la máquina para poder resolver en remoto cualquier incidencia con el aparato.
- **Página Web:** La central realizará un modelo homogeneizado para cada taller, con dominio propiedad del taller, para que éste pueda disponer de ella y lanzarse al mundo de las nuevas tecnologías; el importe son 90 Euros de pago único.
- **Servicios:** Se está fraguando un acuerdo con la entidad BSCH para proporcionar financiación en las reparaciones a los usuarios, mediante terminales de pago etc.  
Además, se va a lanzar un boletín comercial y técnico denominado *InfoTaller* que, con periodicidad semestral, se hará llegar a los talleres en formato papel, para ser entregado a los clientes.

## Proveedores, hincapié en los híbridos

Tras el turno de la central, se iniciaba la tanda de presentaciones de los fabricantes.

**Eduardo Rodríguez**, jefe de productos de maquinaria de **Bosch** explicaba las novedades para los talleres de la red, como nuevas máquinas (*FSA 050* –especialmente diseñado para vehículos híbridos-, *FSA 500* –diseñado para trabajar ), servicios (*ESI.tronic*, software actualizado online, como complemento al CD), telediagnóstico para las KTS.

**Ramón Caballero**, director de marketing de **Valeo Service** daba a conocer nuevos equipos en alternadores y motores de arranque (equipo *StARS* e *iStARS* para motores híbridos), y sobre todo, la **nueva gama de recambios Classic** para vehículos de más de 10 años de antigüedad, presentándose en un embalaje con la marca, pero en gris (no en el verde, reservado para la gama premium) que se iniciaba con una primera fase de 59 alternadores y 41 motores de arranque.

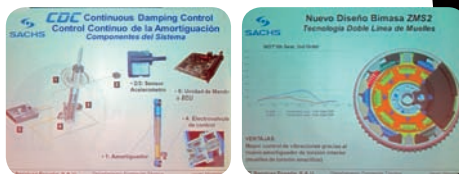
**José Vergue**, en una intervención apoyada en los vídeos (como el 140 aniversario, celebrado el año pasado) mostraba las novedades como el *ContiPremiumContact5* que viene acompañado de apoyos en marketing e información, junto con un vídeo explicativo acerca de la nueva etiqueta europea. Y anunciando una campaña de promoción para el grupo con un cheque regalo de 25 Euros en



José María Romañaca, de Motul, con el documento para los talleres que facilita a los talleres la localización del producto correcto.



José Vergue de Osram, mostró las diferencias lumínicas de los productos convencionales y los que propone su marca.



Javier Monedero, de ZF Services, explicando las nuevas tecnologías: el bimasa y el CDC. Y consiguió traer el embrague de F1, hecho de carbono y titanio, con 860 gr de peso, 87 mm de diámetro, que transmite más de 500 Nw/m, capaz de soportar 500°C; claro que eso tiene un precio: 20.000 euros...

el Corte Inglés por la compra de 25 neumáticos *Continental* o *Uniroyal* de una serie de medidas.

## Ocio

Por supuesto, el ocio no se olvidó y a la agradable cena en el *palacio DeLuz*, al día siguiente los asistentes pudieron disfrutar de una jornada con visita panorámica a la bellísima ciudad cántabra, así como una visita a *Potes* (almorzando en el *Restaurante Labrador*), y cena en el bellísimo *Casino de Santander*, el primero en activo en España. ●

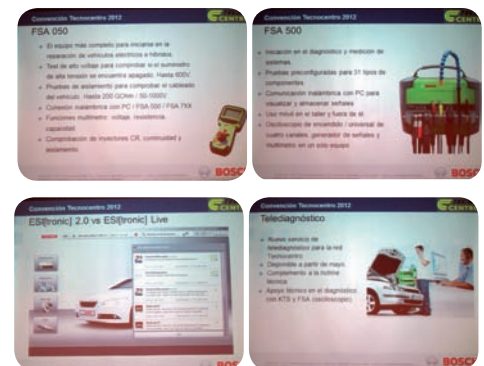
www.tecno-centro.com  
www.grupocga.com



Víctor Carratalá, presentaba su nuevo *EcoContSportContact 5* y una promoción especial para la red.



Ramón Caballero, de Valeo, mostraba las novedades de Valeo: la gama clásica y las tecnologías para híbridos, el *StARS*.



Durante su presentación, Eduardo Rodríguez de Bosch expuso diapositivas con las novedades de la firma: entre ellas, el *FSA 050*, *FSA 500*, *ESI[tronic] Live*.





REALIZA UNA PRESENTACIÓN EN MADRID COMO INICIO DE UN ROAD SHOW NACIONAL, CON TALLERES ADSCRITOS Y FUTUROS INTEGRANTES, Y DISTRIBUIDORES

# Magneti Marelli: relanzando Checkstar

Magneti Marelli España está decidida a la expansión de su concepto de red de talleres Checkstar, que en la actualidad cuenta con 200 puntos en toda España, hasta llegar a los 500 a medio plazo, de la mano del distribuidor.



Para dar a conocer qué se les ofrece a los reparadores tanto de dentro de la red como a los potenciales puntos de servicio, se realizó una presentación en Madrid con los distribuidores que, capitaneada por el director europeo de la red, **Vincenzo Giaccone**, el director general de la compañía en España, **Andrea Anfossi**, además del director de marketing, **Joan Miró**, sirvió para presentar al nuevo responsable español de la red y responsable técnico, **Joan Rubí**.

## Puntales de la red

Durante la presentación, se dio a conocer la nueva estrategia y apoyos que la compañía ha previsto ofrecer a los integrantes de la red:

*De izquierda a derecha, Joan Rubí responsable español de Checkstar y del departamento técnico y Vincenzo Giaccone director europeo de la red.*





Joan Miró expuso los datos fundamentales de la compañía.

- En **Soporte técnico** (formación -3 cursos monográficos y de vehículos híbridos-, asistencia telefónica -Call center, propio con 5 líneas de consulta que ha sido empleado por 1.230 clientes y supone 21.600 consultas recibidas al año, con un Help Desk situado en Italia- o información técnica -online-), el plan de ayuda contempla un coste de 125 euros en 12 cuotas anuales (con el plus de que, quien adquiera un equipo de diagnosis tendrá un año de actualizaciones gratuitas, siendo la cuota mensual del primer año de 93 Euros).

Los equipos de diagnosis (*Tester Vision*, *Tester Smart* y *Tester Logic*) dispondrán de descuentos para el taller Checkstar, si bien la compra deberá realizarse desde el distribuidor y se dispone también de *equipos de carga y climatización* (automáticas y semi automáticas además del nuevo gas HFO) y equipos de taller complementarios (*Battery tester*, *Ozono maker* y *Analizadores*).

Por otra parte, también se ofrece una oferta de *software y base de datos técnicos* (*ReTis*, *Autodata*, *Assist*).

- En cuanto a **Imagen** (rotulaciones, banderolas, expositores, tótems exteriores, vestuario de trabajo, complementos), el pack tiene un coste total de 1380 euros, financiado en 12 meses, con unos mínimos de rotulación exigida para la homogeneidad de la red a nivel nacional.
- Los **Productos** son una base fundamental en la política de la red. La compañía ofrece varias familias en *componentes eléctricos y electrónicos* (alternadores, Máquinas rotativas, pequeños motores, sistemas electrónicos, encendido, Instrumentación, conmutadores, sondas lambda), *Mecánica* (amortiguadores, discos de freno, pastillas, kits de freno), *Consumo* (baterías, escobillas, filtros



La sala, en la que se encontraban los distribuidores para dar a conocer lo que se ha previsto presentar en el road show que, junto con ellos, reunirá en 18 capitales de España y Portugal a talleres adscritos y potenciales puntos.



Los productos de Magneti Marelli, uno de los puntales de la red, junto con la asistencia técnica (formación información y equipos) y la imagen.

Cooper Fiamm, y precalentadores) y *Carrocería* (iluminación, lámparas, retrovisores, sistemas térmicos, elevallas eléctricas y filtros de habitáculo). Para hacerlo más atractivo, se creó un *Programa de Puntos* (válido del 1/07/2011 a 30/06/2012) para los talleres de la red en que los consumos de los productos de la compañía son premiados con la cantidad facturada anualmente, según la cifra de compra pactada en el contrato de ingreso a la red, para adquirir los productos (desde ropa, complementos, consolas, iPad, ordenadores o bicicletas) o para abonar parte del servicio de asistencia técnica anual.

Por otra parte, se anunció un calendario de presentaciones a partir del 8 de mayo que contempla hasta 17 localizaciones en España y una en Portugal, en la que presentar la nueva estrategia a talleres adscritos y potenciales integrantes de la red, con los distribuidores, en las que se ha previsto invitar a 3000 talleres.

## Visibilidad de la red en la Red de redes

La firma propone a los talleres adscritos la posibilidad de disponer de una **mini website** dentro de la página web de Magneti Marelli en España, desde donde el reparador puede informar de sus servicios, colocar imágenes, etc. Así como el envío del boletín mensual **info-Checkstar** con averías y consejos, junto con la **esponsorización de eventos deportivos** para dotar de visibilidad a la red entre los conductores (equipo *EllasAIDakar.com* en la Baja Aragón íntegramente femenino, patrocinio equipo Miki Biasion de camiones en el *Dakar* y Luca Pedersoli, *campeón de Italia de rallies*, presencia en *F1* y *MotoGP*), publicidad en revistas profesionales, y *cuñas radiofónicas de 20"* en cadenas de ámbito nacional (M80). ●

📄 [www.magnetimarelli.com](http://www.magnetimarelli.com)  
[www.magnetimarelli-checkstar.es](http://www.magnetimarelli-checkstar.es)



CON LOS CAMBIOS EXPERIMENTADOS EN LA ÚLTIMA ÉPOCA YA REALIZADOS, SE PREPARAN PARA ACOMETER EL MERCADO POSVENTA CON DECISIÓN

## ZF Services España: LOGICa azul

En pasados días de marzo lugar en Madrid, una jornada de prensa para dar a conocer la realidad y los proyectos de una compañía preparada para acometer el mercado con sus fuerzas plenamente consolidadas.

San Fernando de Henares, la sede del negocio eólico, y Coslada el taller de reparación de cajas, ejes y direcciones de la firma, fueron los lugares elegidos por la directiva de **ZF Services España**, encabezada por su director general, **Miguel Pérez Schwarz**, acompañados de **Carla Mir**, directora de marketing y **Laura Luque**, responsable de comunicación, junto con **Anselmo Sánchez**, director del taller de reparación de todos los productos ZF, para realizar la presentación, en la que se ofrecieron datos del Grupo, se presentó la organización, ya consolidada, además de sus novedades y desarrollos, en nuestro mercado.

Carla Mir y Miguel Pérez Schwarz, en un momento de la jornada informativa.

### Cifras

Durante la jornada, se dieron a conocer diversos datos, entre los que figuran los de la creación del Grupo, que en su conjunto alcanzó en 2011 una cifra de negocio de 15.500 millones de Euros, (más de un 20% de crecimiento respecto al año anterior) y que este año esperan seguir incrementando. Sus ventas provienen en un 89,1% del mercado del recambio, siendo el 5,6% derivadas de la venta del equipo original, un 3,9% del mercado de la reparación y un 1,3% de las garantías.

En España, los resultados ha alcanzado los 53 millones de euros, un crecimiento del 4,5% respecto a 2010, llegando a cifras similares a 2008. Las ventas se han incrementado en determinados productos respecto a 2010 (dirección y suspensión de Turismo -un 12% de sus ventas-, Ejevalunas -un 16%-, Caucho metal -un incremento del 8,9% y donde esperan crecer también este año-, Amortiguadores de turismo -un 16% de sus ventas-, Embragues de turismo -un 36% de sus ventas-), sufriendo algunos descensos en el apartado de industriales (dirección y suspensión, amortiguadores, embragues -un 3%, y 14% respectivamente en el volumen total de sus ventas).

Con sus marcas (**ZF**, **Boge**, **Sachs**, **Lemförder**), productos, sus centros en nuestro país (los dos visitados, además del almacén logístico en Vitoria) y el centro Taller de Lisboa, y lo que ellos denominaron "nuestras fuerzas" (Cartera de productos, Innovación, Grupo, Organización y Logística, leídos, desde el final al principio como "LOGIC"), pretenden desarrollar su estrategia para ser la cara visible del Grupo ZF en Posventa, alcanzando las posiciones de podio en el IAM español, como lo son en el resto de países donde están presentes; están convencidos de que "el futuro es azul".

### Cambios ya consolidados

Ya terminada en un 99%, tras las adquisiciones y cambios (de equipo comercial y logísticos, con el almacén de Vitoria) experimentados en los últimos tiempos, la compañía se plantea varios objetivos es-

tratégicos en nuestro país: garantizar, beneficios sostenibles a largo plazo, satisfacer (o adelantarse) a las expectativas de los clientes siendo líderes, potenciar su equipo humano preparado y eficiente (7 zonas con sus respectivos delegados), y asegurarse el control de los procesos clave.

En el apartado comercial, las ventas de recambios de vehículo industrial y turismo se han unificado bajo una sola dirección, con objeto de convertirse en un proveedor único para el cliente, creándose (en venta de recambios de vehículo industrial) la figura de "Zona Centro", además de los 8 servicios, que venderá a clientes muy específicos los recambios ZF; el objetivo, decía Pérez Schwarz, es "que quien tenga un problema con una caja no compre al concesionario".

### Productos

Uno de los temas que más hincapié tuvo en la presentación fue el hecho de que suministran en primer equipo, que disponen de más de 25.000 referencias entre toda la gama de productos y los parámetros de calidad son los de los constructores: "sin necesidad de deber ser mejoradas", dejó caer...estando disponibles, además, en su catálogo electrónico, que se actualiza cada semana con las nuevas incorporaciones.

### Embragues y Volantes Bimasa

Segundo fabricante mundial de volantes bimasa para turismos y primero para vehículos industriales, se han fabricado más de 12 millones de unidades, estando prevista una inversión para ampliar la gama en los próximos 3 años, empezando con 20 nuevas referencias ya en 2012. Disponen de referencias en exclusiva, un 66% de cobertura del parque europeo con las referencias de mayor rotación.

En cuanto a embragues, presentarán en marzo su catálogo de embragues Sachs para tractor (750 referencias) y este verano (agosto) sus catálogos para turismo, con 4000 referencias.

### Piezas de caucho metal

Proveedores de primer equipo, siendo el mayor fabricante mundial de silent-blocks hidráulicos, en colaboración con Audi han desarrollado el soporte de motor



activado electrónicamente que suministran en exclusiva a Audi A4, A5 y Q5. Su catálogo de 2011 dispone 2.200 referencias, que va a disponer de 400 nuevas, e inician en la importancia de la calidad de primer equipo por un argumento de seguridad vial.

### Suspensión y dirección

Sus piezas para la posventa son las mismas que se suministran en equipo original, defendiendo que si se trabaja bajo los parámetros del constructor, no hay que modificar la pieza, planteando la pregunta de si estas piezas modificadas disponen de la pertinente homologación. Nuevo catálogo 2012-13 con 400 referencias nuevas que se añadirán a las 4000 existentes, siendo un 70% de las mismas suministradas a las cadenas de montaje de los constructores.

Presentarán un catálogo Lemförder con más de 1.500 referencias en noviembre de este año.

### Amortiguadores

Con sus marcas Sachs y Boge, cubren el negocio de turismo y de VI, con 7000 referencias y el 98% de cobertura, entre los que se incluye en parque asiático (1000 referencias); disponen de los Service Kit (250 referencias con una cobertura del 80% del parque) y, en julio presentarán un catálogo de muelles de amortiguador turismo de Sachs (2.600 referencias), al que seguirá en septiembre el catálogo de amortiguadores Lemförder para vehículo industrial con 1.050 referencias.

### Evalunas

A finales de año se lanzará un nuevo catálogo Lemförder con 200 nuevas referencias, llegando cerca de las 2000, de las que un 40% son suministradas en primer equipo.

### Innovación

Otra de las fuerzas que destacaban, de las 72.100 personas que trabajan en el grupo, un 190% se dedica a la innovación en sus 8 centros, con lo que supone de inversiones, creándose escuelas y realizando prototipos que suponen dar pasos adelante en las nuevas tecnologías de los vehículos (cajas de cambio, suspensiones realizadas en carbono, etc.).

### Grupo

En 2015 celebrarán 100 años de historia, y en 2011, se halla plenamente consolidado, siendo un año récord de resultados en toda su historia, algo que (parece) va a repetirse este 2012.

### Organización

El equipo es uno de los valores fundamentales; disponiendo de más de 30 personas en diversos departamentos, ventas, formación, técnicos, marketing, gestión de pedidos, etc.

### Logística

Desde Vitoria, tras la reestructuración de la operativa de la compañía, se ha conseguido una mejora de suministro y disponibilidad, incrementándose la reducción de stock.



Mir incidió en la ventaja significativa que la solvencia de ser una compañía de primer equipo supone para distribuidores y reparadores.



ZF Services España será, en nuestro país, la transmisora de las 'fuerzas' de la compañía en la posventa, insistió Pérez Schwarz.



El taller de Coslada repara todo tipo de productos ZF.

### Proyectos

Con estas fuerzas, pretenden acometer una serie de proyectos como son:

- Desarrollo de una red secundaria de talleres para camiones de cambio manuales (Ecosplit)
- Desarrollo de partenariados con los distribuidores con el objetivo de que sean clientes de todas las familias de producto, creciendo el cross-selling.
- Optimización continua de procesos logísticos, para dar un servicio mucho mejor.
- Optimización del taller (que se pudo visitar con posterioridad) con la integración de la reparación de Eólico.
- Acercamiento a oficinas técnicas de clientes de marina.
- Desarrollo de la asistencia técnica como ventaja

competitiva.

- Crecimiento del negocio Eólico (compraron Hansen y han implementado una fábrica en EEUU)
- Crecimiento del negocio de reparación de trenes.
- Consolidación de la nueva estructura comercial de VI y Turismo.

### Visita al taller

Como complemento, se pudo visitar el taller de Coslada, donde se reparan los productos de ZF (cajas de cambio mecánicas, automatizadas, automáticas, marina, obra pública y eólica, unas instalaciones de 1.030m<sup>2</sup>, 32 bancos de trabajo, 4 bancos de prueba en carga, 2 puentes grúa de 2 Tn y 4 pescantes de 500 Kg. ●

**i** [www.xxxxxx.xxxx](http://www.xxxxxx.xxxx)



Las cajas automáticas y automatizadas, Ecomat y Ecolife de ZF, las estrellas del Taller, junto con los ejes y obra.



## ALEJANDRO VICARIO, DIRECTOR GERENTE DE CGA, HABLA DEL GRUPO Y DE SUS PLANES

Muchos movimientos: integraciones de estructuras, nuevos socios, una expansión realmente digna de ser contemplada con atención, y que genera no pocas controversias en el sector. Quisimos que su gerente nos hablara de todo ello, y nos contara, además, sus planes en el mercado, porque lo tienen...

# “Tenemos un plan”

Sacorauto, ADR, Frenos Sánchez... y **CGA** o **Concentración y Gestión Asociados** no se detiene ahí, puesto que hay muchos más proyectos en cartera...

**Alejandro Vicario** está al frente de la estructura, gestionando las necesidades de los asociados, la relación con los proveedores, la andadura de esas integraciones, etc. para llegar a ser uno de los grupos de distribución que lleven la voz cantante en el mercado español, teniendo cubierto su apartado internacional.

Quisimos que nos comentara cómo se organiza este entramado y cuáles son sus objetivos a materializar.

**¿A qué se debe este crecimiento tan rápido?**

El crecimiento estaba establecido un plan prefijado de antemano: en su día realizamos una serie de estudios para crear un grupo potente en España y para poder llegar a los objetivos que nos habíamos marcado en el mercado. En base a ello se creó un proyecto: existe un plan estable-

cido hasta 2015 que se está desarrollando, primero con los distribuidores y luego con las redes de talleres que estamos ultimando; la implantación está provocando que vayamos algo más deprisa que lo que nos habíamos propuesto al principio, ya que si, a priori, nuestros planes en ese sentido iban a cristalizar a finales de año, se llevarán a cabo ya esta primavera; hemos tenido que hacer unas ligeras variaciones de velocidad y prioridades en la hoja de ruta inicial.

La cuestión de la rapidez es porque, una vez se inician los cambios, su consecución hace que se vean en el mercado y que, dadas las circunstancias que los Grupos en nuestro país están experimentando, propicie (no porque lo hayamos provocado nosotros) una serie de reacciones que aceleran ese crecimiento.

Tampoco creo que sea un crecimiento excesivo, sino muy localizado tratando de potenciar líneas de negocio que



antes no se trabajaban mucho, para nuestros socios.

### ¿Reacciones como cuáles?

Pues que ya no sean socios de otros Grupos los que se planteen que nuestro proyecto les parezca mejor que el que tienen, o que recambistas independientes creen que bajo nuestro paraguas van a tener el soporte que necesitan para asegurar su futuro, sino que sean Grupos enteros (primero **Sacorauto**, que fue un peldaño importante, y luego **ADR**) los que consideraron que nuestra estructura les aporta un plus que ellos no podían conseguir.

### Pero también se están produciendo de reacciones por parte de socios integrados en otras estructuras que llaman a su puerta, como Frenos Sánchez...

Es cierto, pero quiero insistir en que eso fue exactamente así: **Frenos Sánchez** fue quien vio que nuestra estructura le podía interesar, que tenía una serie de valores añadidos que le podíamos aportar; en ningún caso fuimos nosotros los que fuimos a interesarnos por su compañía; es algo que, personalmente, ni he hecho ni haré nunca.

No es un momento en el que estemos captando nuevos socios sino que determinados empresarios quieren estar con nosotros, debido a que se percibe en el mercado esos cambios de los que hablaba, esa evolución, y que, con su adhesión, hace que poco a poco se aceleren los procesos.

### ¿Y cuáles son los valores añadidos diferenciales que destacan en C.G.A. como para atraer el interés de empresarios que ya pertenecen a otras estructuras o a Grupos enteros?

Es un grupo ordenado, que tiene una capacidad de desarrollo grande, que está con un potencial, muy interesante en estos momentos y que va a seguir creciendo, en cuanto a nuevos socios y en cuanto a estructura interna para gestionarlo, y será este mismo año, a corto plazo.

Pienso que nuestro crecimiento en interno revertirá en una mejor atención a los socios, y los nuevos miembros supondrán dotarle al Grupo de mayor masa crítica para ampliar nuestra influencia en el mercado.

### ¿Puede hablarnos más de las incorporaciones?

Hasta que no estén firmadas, no. El hecho de que se anuncie antes de que obtengamos todos los *placet* (y no olvidemos que pertenecemos a una estructura europea, que debe estar de acuerdo con lo que hagamos en España) ha provocado que tengamos problemas, tensiones, algo que no conviene en unos momentos de negociación.

### ¿Cómo viven los socios el hecho de pertenecer a esa estructura europea? ¿es realmente un hecho que noten en su día a día?

La ven como muy necesaria; quizá al principio eran más escépticos, pero ahora ven más claros los beneficios que se derivan de ello, tanto los tangibles como los intangibles (estar en el primer grupo mundial, el respeto con el que los proveedores nos tratan –porque perciben nuestra mayor envergadura-).

### Cuando se creó el grupo se anunció un cambio en cuanto a los proveedores ¿Cómo está esta situación?

Lo estamos llevando a cabo; hemos establecido un concepto denominado **Proveedor preferente** que van a ser en los que nos vamos a basar para seleccionar proveedores y tienen como requisito imprescindible ser proveedores preferentes de ATR, ser lo que ellos denominan *IPATRS (International Preferent ATR Suppliers)*.

Va a haber modificaciones en España, pero lo cierto es que en la actualidad, y a nivel europeo, hay varios proveedores que están intentando llegar a ser IPATRS, con lo que los cambios estarán sujetos a esos nombramientos, empujados por la necesidad de llegar a ser proveedores

“Existe un plan establecido hasta 2015 que se está desarrollando (...) la implantación está provocando que vayamos algo más deprisa (...) hemos tenido que hacer unas ligeras variaciones de velocidad y prioridades en la hoja de ruta inicial.”

nuestros.

También es verdad que hay algún proveedor que, aunque no sea IPATRS, sigue siendo proveedor porque no hay sustituto, pero sí se va a producir movimiento en cuanto a proveedores en España.

### ¿Cómo se engrana toda la nueva estructura en España? ¿hay fricciones o no en el engranaje?

El concepto es sencillo: siempre es mejor tener a tu concurrente dentro del grupo que en otra estructura; fuera es un competidor, pero dentro se pueden llegar a acuerdos y puedo realizar labores de intermediación. Pero además es que, con las nuevas incorporaciones, todos están siendo muy caballerosos, y hasta ahora no me ha llegado conflicto alguno; no digo que no la haya, sino que al no llegarme, como si no existiese.

### Redes de Talleres: en un momento complejo, es importante fidelizar al reparador, ¿cómo se gestionan las cuatro redes?

Le vamos a dar mucha importancia a las redes y vamos a crear un proyecto común que aglutinará a todas las redes de talleres que tenemos en el grupo: **CGA Car Service**

“No es un momento en el que estemos captando nuevos socios sino que determinados empresarios quieren estar con nosotros, debido a que se perciben en el mercado esos cambios de los que hablaba.”

con los colores corporativos con los que vamos a insistir creando marca; no tengo ningún problema en decir que copio a quienes lo están haciendo bien, aunque intente mejorarlo: hay en el mercado quien pone por delante la marca, aunque tenga distintos conceptos, y está funcionando.

Ya se han tomado las decisiones de imagen, y este verano habrá una presentación, tras tener todo el argumentario de marketing. 800 en total talleres sería un muy buen número.

### Además de esa nueva vuelta de tuerca para las redes, ¿se va a trabajar en los programas para clientes que no son de la red?

Cuando éramos solo GRUNOSUR ya teníamos el concepto *Talleres Gruno*, que no era una red, sino talleres asociados; sí está previsto (y aprobado por el Consejo de Administración) cristalizar desde CGA un programa para aquellos talleres que no puedan entrar en la red, pero en una segunda fase, a finales año que viene. Lo primero es aglutinar las cuatro redes en una y consolidarlo.

“(CGA) Es un grupo ordenado, que tiene una capacidad de desarrollo grande, que está con un potencial, muy interesante en estos momentos y que va a seguir creciendo, en cuanto a nuevos socios y en cuanto a estructura interna para gestionarlo, y será este mismo año, a corto plazo.”





## C.G.A., HOY

CGA tiene su sede en Madrid y es la unión de dos grupos anteriores, el **Grupo Centro Holding** y el **Grupo Grunosur**; recientemente, DAVASA, uno de los socios, aglutinó SACORAUTO y llegando, a finales del año pasado a un acuerdo con ADR 98 para formar parte del grupo, al igual que empresas como *Frenos Sánchez* (ex socio de *Dipart*)

Sus actividades principales se basan en tres ramas, el vehículo industrial, turismos y la herramienta industrial. Abarcando toda la geografía nacional, incluidas las islas, les ha permitido formar parte de uno de los principales grupos de distribución mundial, el **Grupo ATR**, con sede en Stuttgart y, así mismo, defienden cuatro grupos de talleres: **Tecno Centro**, **Multimarca**, **Multitaler** y **Sacorauto Service**.

El Grupo dispone de dos marcas propias: **Gruno** y **Centro**.

### Ferias ¿se plantean asistir a ferias con carácter nacional?

No. Como Grupo no. Otra cosa es que podamos estar representados en ellas a través de nuestros socios, en una feria regional, por ejemplo, o mayor...y sobre las "micro ferias" tampoco hemos evaluado con precisión la idoneidad de realizarlas, porque hay posiciones encontradas al respecto del equilibrio entre esfuerzos y beneficios que reportan, no tengo los datos suficientes; pero tiene un recorrido corto, porque si son rentables, el hecho de que proliferen hará que coincidan o que a los proveedores les es muy costoso: 40 fines de semana con el equipo ocupado y apoyos económicos, o en imagen, es un monto que no es asumible.

### Un vistazo a los resultados generales de la posventa y a los de su grupo...

El año en general fue malo, y para nosotros no voy a decir que bueno; gracias a que durante la primera parte del año tuvimos unos resultados extremadamente positivos pudimos salvar el año, fue flaco en demanda; y este año no ha empezado bien.

### ¿Qué se crea desde Central para que los socios estimulen la demanda en el taller?

Redes de talleres, marketing continuo, redes sociales (con herramientas potentes para ello a coste pequeño), negociaciones con los proveedores...

### Dado que llega un límite en las negociaciones, ¿se solicitan apoyos en otro sentido?

Sí: tasas de servicio, gestión de stocks, renovación continua de material (para que no pase ni un año de revisión de almacén).

### ¿Existe un techo en CGA?

Sí. Y está contabilizado, expuesto y aprobado, no va a haber una progresión infinita. Para asistir a nuevas incorporaciones, además, existe un protocolo: primero depende en un primer término de los socios en zona, y en segundo término del Consejo de Administración. Puede ser que una empresa tenga buena posición, que el socio en zona lo acepte, pero que el Consejo lo rechace en función de que ya se han cumplido una serie de objetivos.

### ¿"Recambio Letal"?

Es que aún no he llegado a comprenderlo. Estuve invitado y no pude asistir; voy a tener una reunión en breve para que se me explique (porque sé que esas reuniones se han repartido entre los promotores de la idea).

Así que sin todos los datos para que me haga una idea veraz de la campaña, la idea que me sugiere a priori es querer llevar la venta de recambios a los concesionarios.

### Campañas genéricas para promover el recambio multimarca independiente entre todos ¿necesaria o no?

Sí. Absolutamente a favor. Y como miembro del Comité de ANCERA sé que el hecho la unión en las asociaciones me

"Hemos establecido un concepto denominado *Proveedor preferente* que van a ser en los que nos vamos a basar para seleccionar proveedores, y tienen como requisito imprescindible ser proveedores preferentes de ATR, ser lo que ellos denominan IPATRS (International Preferent ATR Suppliers)."

parece imprescindible. El asociacionismo es una labor infravalorada, muy sorda y eso que se ha intentado explicar de todas las maneras posibles la labor que se hace; la conclusión final es que la gente no lo ve beneficioso porque los logros son demasiado genéricos; si los beneficios fuesen SOLO para los socios de ANCERA, estoy seguro que estaría todo el mundo integrado. Es como decir: "si va a ser para todos, pues ya lo harán sin mí". Echo de menos un poco más de apoyo. ●

📍 [www.grupocga.com](http://www.grupocga.com)

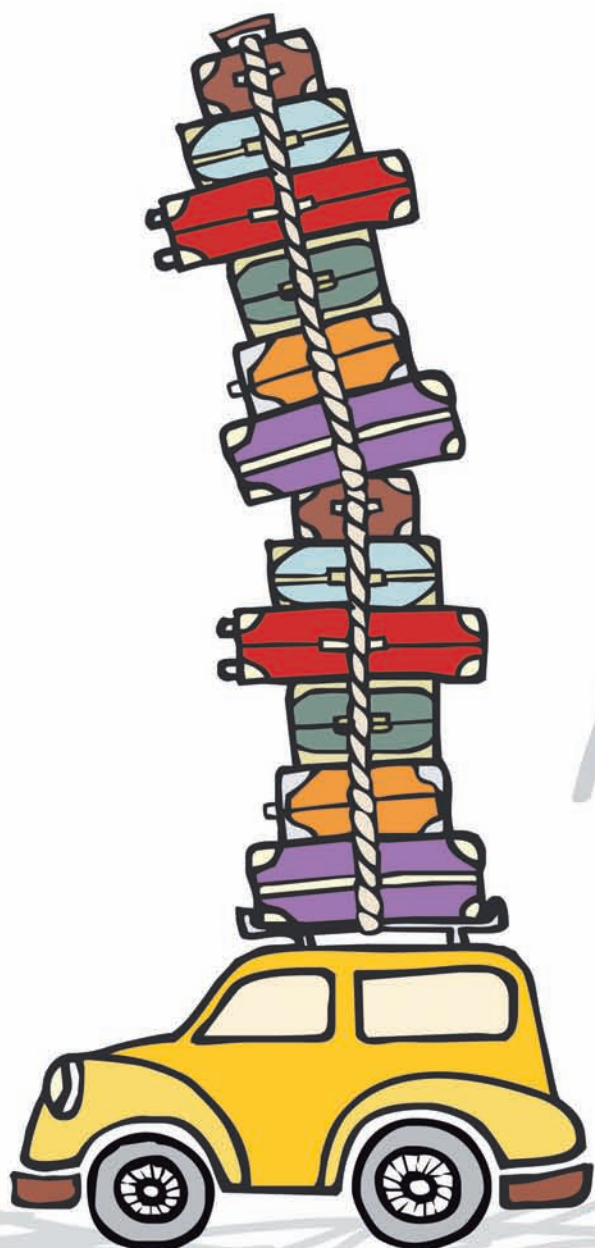




# 25

# Congreso Nacional de ANCERA

25 años multiplicando esfuerzos



Y AÚN TENEMOS  
MUCHOS PROYECTOS  
PARA DESARROLLAR  
A TU LADO

Málaga 7 de Junio 2012



## EXPOMOVIL COMERCIAL SE CELEBRÓ ENTRE EL 15 Y EL 17 DE MARZO



# EMBRIÓN PROMETEDOR

Una primera edición pequeña, pero digna, promesa de un evento que, de gestionarse adecuadamente, puede llegar a ser una manifestación interesante y satisfactoria.

La suerte estaba echada, cuando abrió sus puertas la primera edición de **Expomóvil Comercial**, la feria promovida por **Fira de Barcelona** que se celebra en el recinto ferial Montjuïc 1. Y decimos bien: primera edición.

### Un proyecto distinto, una tradición detrás

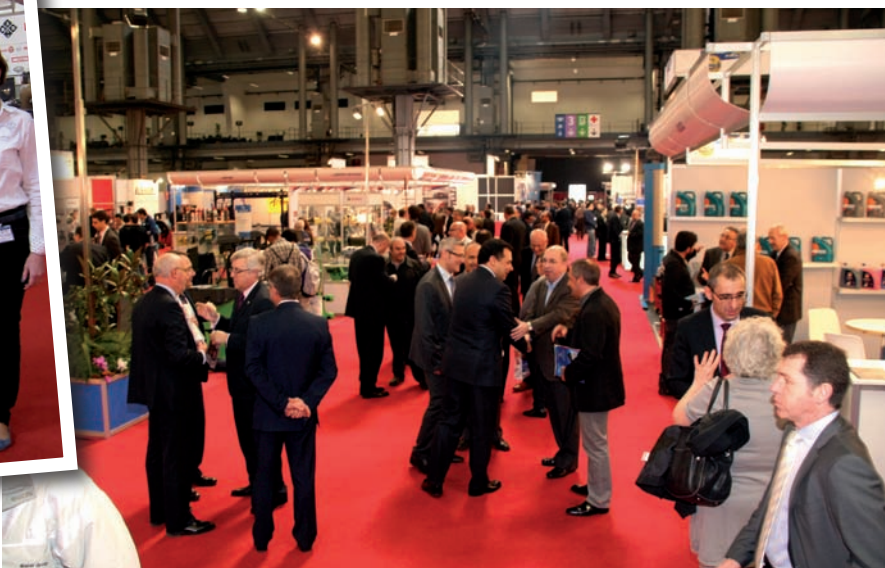
Esta feria no hay que entenderla como una continuación de nada, pese a que hereda el nombre y la tradición de una de las ferias más importantes que hubo en la posventa en nuestro país, sino que es un nuevo proyecto, que se basa en adaptarse a las nuevas circunstancias del mercado. Una

feria de dimensiones reducidas, sí, pero digna, con actores reales y consistentes de la posventa, sobre todo con una buena presencia de distribuidores, aunque los fabricantes estuvieron directamente o dentro de los stands de sus clientes, y sin la pretensión de agrandar con "reellenos" un espacio que era el que se esperaba, tras conocer a priori el listado de expositores.

Su andadura fue prometedora. Y no es la primera feria que vemos. Pasillos animados: muchos profesionales del sector, tanto los responsables de los fabricantes de componentes como los líderes de los grupos de distribución, más talleres por la tarde (gran trabajo de algunos expositores, convocando a sus clientes), ponencias sin cesar en la zona ágora,



Nuestro equipo, casi al completo en la feria, durante las tres jornadas, para ofrecerles cumplida información.





y expositores trabajando en sus stands (y se hicieron ventas, tal como nos contaban los expositores gratamente sorprendidos).

Claro que se puede contraargumentar que, dadas las dimensiones la gente se concentra pero, si los expositores están satisfechos, no se necesita más. Y si bien el tema de los precios se sacaba a la palestra, en general ninguna cara larga, sino al contrario.

Quizá 'localizar' mercados (paso a paso, de un ámbito 'zonal' -Catalunya primero-, al arco del Mediterráneo después, para dar -si procede- un salto verdaderamente internacional), acotarlos bien, trazando el tipo de expositor y el tipo de visitante, creciendo sin prisas, sin pretensiones magníficas, ni discursos vacuos, es una opción para lograr reilusionar a los profesionales.

Y nos alegramos de que las ferias vayan bien. Todas y cada una: es síntoma de salud sectorial y un escaparate para que los estamentos perciban la potencia de la posventa (que esa es una de las grandes asignaturas pendientes del sector) teniendo la visibilidad y relevancia de la que disfrutan otros canales y cuenten como una parte fundamental e imprescindible en los presupuestos gubernamentales de todos los niveles: local, autonómico y estatal. Algo que se lucha constantemente y que se quiso presentar a la vicepresidenta de la *Generalitat de Catalunya* y consejera de Gobernación y Relaciones Institucionales, **Joana Ortega**, que acudió a inaugurar la muestra, quedando impresionada de que el empresario fuera potente y solvente como para manifestarse en una muestra a celebrar en este contexto difícil.

### La competencia, observando de cerca

Y, además de los 'socios' de Fira de Barcelona, **Autopromotec**, con stand en el recinto, pasearon por entre los stands **Raúl Calleja**, director de *Motortec A.I.*, que ya ha arrancado motores para su edición 2013, una edición que tiene una estupenda pinta y unos comentarios a priori muy satisfactorios entre nuestros encuestados, **Alberto Leal**, su director comercial, y **Sergio Diloy** (director de *MotorMecánica Zaragoza*, quien nos hablaba de una segunda edición, sin fecha, eso sí...).

### Resultados cifrados

Las cifras oficiales fueron **8.535 visitantes profesionales** (rozando el objetivo de 9000 marcado a priori) y pudimos constatar es que, tras la prometedora jornada del jueves, durante viernes y sábado se mantuvo un ritmo similar (con las lógicas lagunas de mediodía y última hora de la tarde, como en todas las ferias).

La muestra consiguió despertar el interés de expositores (y entre ellos, satisfacción) y visitantes que, tras muchas dudas y alguna que otra dificultad, con su asistencia, han avalado a este evento ferial con el que Barcelona vuelve a contar con un salón dedicado en exclusiva al sector de la posventa del automóvil. Los **102 expositores**, las más de **250 marcas representadas** o los **300 compradores de países como Italia, Portugal, Marruecos o Alemania** que acudieron al salón para adquirir productos son algunos de los datos que "refrendan la necesidad existente en el sector de contar con una feria como *Expomóvil Comercial*", según el presidente de la feria, **Antoni Marsal**.

Para premiar la confianza de las firmas que han participado en *Expomóvil Comercial 2012*, la organización del certamen ha decidido concederles la categoría de **Founder Members**, lo que les permitirá contar con una serie de importantes ventajas en las próximas ediciones de la feria, que se celebrará cada dos años.

A decir de los organizadores, *Expomóvil Comercial*, el proyecto que se inició hace dos años mediante una petición expresa a Fira de Barcelona por una significativa parte del tejido asociativo y empresarial de la industria de la posventa del automóvil, ha mostrado su capacidad de convocatoria y de generar negocio: "Una vez más, *Fira de Barcelona* se ha puesto al servicio de un sector, en este caso el de la posventa, para ofrecerle su apoyo y experiencia como herramienta útil para hacer frente al complicado momento actual", señaló **José Miguel García Guirado**, director del certamen. Todos estos resultados hacen que *Expomóvil Comercial 2012* haya sentado las bases de un proyecto que "tiene asegurado su futuro y que, en **marzo de 2014**, volverá a ser el punto de encuentro y de negocio del sector de la posventa de nuestro país", concluyó García. ●

📍 [www.expomovilcomercial.com](http://www.expomovilcomercial.com)  
[www.firabcn.es](http://www.firabcn.es)



**Establiments Coll**, una excelente prueba de que una feria bien planificada supone alcanzar una gran notoriedad, más cuando su voluntad era potenciar la zona de Barcelona, y reforzar la imagen de su oferta en equipos y servicios (como su red de talleres); los autocares que gestionaron y los sorteos, supusieron tener el stand lleno.



En **Recanvis Ribot** lo más relevante, su apoyo incondicional a la feria, su presentación como punta de lanza de Serca y su herramienta de comercio electrónico; no pararon en los tres días.

**Grupo Soledad** dio a conocer sus valores, prestaciones, servicios y beneficios como distribuidor líder de neumáticos, suscitando gran interés entre el público asistente, que acudió al stand de la compañía, para conocer sus servicios de calidad garantizada: suministro impecable (25 almacenes, red de delegaciones), y servicio express en las grandes ciudades (3h), además de una cartera de productos de todo tipo y para todos los sectores.



**CRO** apostó por los productos que comercializa bajo el concepto "Aplicaciones ecológicas en la automoción": kits de conversión Zavoli, marca italiana pionera en la creación de sistemas que permiten a los vehículos de motor gasolina duplicar su autonomía utilizando alternativamente Gas Licuado de Petróleo (GLP), combustible alternativo más utilizado en vehículos a motor y reconocido por la Comisión Europea como opción segura de diversificación que en 2020 supondrá el 5% del mercado de carburantes.



# ESTABLIMENTS COLL "EXPOCOLL" EN EXPOMÓVIL COMERCIAL

Una adecuada planificación ferial, un equipo motivado y entregado, actividades a lo largo de la feria, hicieron de los conocidos distribuidores un referente en la manifestación.



**Establiments Coll** se presentó en **Expomóvil Comercial** con un amplio y central stand, concurridísimo durante los tres días de manifestación ferial gracias a la labor de su equipo humano, desplazado a la feria, que promovió diversos autocares que aportaron 600 talleres a la feria. Los profesionales de los 16 puntos de venta de Establiments Coll realizaron una gran labor de promoción, organizando diversos autocares con sus clientes de las diversas zonas de influencia, a quienes mostraron tanto sus productos como los servicios, apoyados en todo momento por las principales marcas. Así, su stand disponía de una zona central, rodeados de boxes en los que las marcas ROBERT BOSCH, VALEO, MICHELIN, DELPHI, DIAVIA, TRW, MANN+HUMMEL IBÉRICA, SKF, KYB, GATES, MAGNETI MARELLI, GEIMEX, HELLA, SACHS, SHELL, IADA, WOLF, KÄRCHER, WERTHER, SPACE, CASCOS, PUSKA, GYS, JALTEST, COJALI, COVIND, SPIES HECKER, 3M, recibían a los profesionales para atenderles. 600 talleres convocados por la firma, más los que acudieron per se, abarrotaron el stand de Establiments Coll a lo largo de las tres jornadas.

La vicepresidenta de la Generalitat de Catalunya y consejera de Gobernación y Relaciones Institucionales, **Joana Ortega**, saludando a Javier Morral, director general de Establiments Coll, durante la primera jornada.



**Vine a la FIRA EXPOMOVIL**

Ubicación a la FIRA: Montjuïc 1, Palau P1, Nivel 0, Carrer D, estand 128

- Es sortearán 3 viajes a una capital Europea
- Es sorteará un total de 2.500 € en productos Spies Hecker.

Presentación d'Establiments Coll i Avantatges de les eines online (Webshop + Vivid) de que disposen els tallers. A càrrec de Marc Blanco.

Optimització de recursos davant les noves estratègies de reparació. A càrrec de Autotècnic.

El futur: ABM la solució completa per una gestió eficient. A càrrec de Carlos Calvo de GAUE.

**Expansió comercial Fira professional de la presentació:**

A Expomovil Comercial, després de vuit anys d'estar en aquest sector hem aprofitat les eines online i hem desenvolupat el nostre webshop per oferir un servei més ràpid i eficient en equipament de taller, eines eines per cotxes i grans equips de treball del nostre país, amb un preu més baix i un servei més ràpid i eficient.

**GAUEREU OPORTUNITATS ESPECIALS PER LA FIRA!**

**Programa del dia de la Fira:**

- 10:00 hores: Arribada a la FIRA
- 11:30 hores: Ponència al PALAU 2 SALA "D"
- 12:30 hores: Visita a la FIRA
- 14:00 hores: Dinar ofert al Restaurant ALTERNATIVA
- 17:30 hores: Sessió que segueix



## APOYANDO LA EXPANSIÓN EN BARCELONA CON MÚLTIPLES ACTIVIDADES

Uno de los objetivos primordiales de la compañía era apoyar la **expansión a realizar en la zona de Barcelona**, donde se dispone ya de nueve tiendas, dentro de la provincia de Barcelona, potenciando aún más si cabe todos los productos y servicios que proporcionan a los reparadores. Como dinamización y atractivo adicional, se realizaron ofertas especiales de producto (**ROBERT BOSCH, SPIES HECKER, 3M, SPACE, CASCOS, WERTHER, KARCHER, PUSKA, VTEQ, GYS**), además de un sorteo diario entre los visitantes al stand, en el que los ganadores se llevaban un viaje para dos personas a Bruselas, la capital de la región belga de Flandes, cuyos afortunados ganadores han sido

- **Pere Icart** (Garatge Icart)
- **Josep Costa** (Garatge Costa)
- **Oscar Giraldo** (Tallers Farreras)

Así mismo, y al final de la jornada del sábado, se sortearon 1500€ en productos de Spies Hecker, siendo el afortunado ganador:

- **Enric Vilagran** (Vipuma 3)

Por otra parte, se dispuso de una serie de conferencias a lo largo de los tres días del certamen, en el que se daban a conocer los proyectos informáticos, la **webshop** y la importancia del empleo de herramientas de gestión.

## LA NUEVA WEBSHOP DESPERTÓ GRAN INTERÉS

**Establiments Coll** aprovechó el certamen barcelonés para presentar su **nueva webshop**. En total realizó hasta cinco presentaciones de una hora a lo largo de los tres días las cuales despertaron una gran interés entre los asistentes. A cada presentación asistió una media de 200 talleres.

**Marc Blanco** (en la imagen), coordinador de los 16 centros que la firma distribuidora tiene repartidos por Catalunya, explicó las ventajas que la **webshop** ofrece a sus clientes a la hora de gestionar los pedidos y los servicios que proporciona: información técnica, tiempos de reparación, guías de mantenimiento, etc. Incluso dispone de un apartado especial de carrocería. La **webshop** es una excelente herramienta para aportar rentabilidad al negocio de la reparación.

También intervino en estas presentaciones **Francesc Creus**, director general de **Autotècnic 2000**. Creus lanzó un **mensaje claro a los talleres** presentes: **deben optimizar sus herramientas de gestión** e incorporar a su negocio las últimas tecnologías en equipamiento y TICs para adaptarse a los estándares cada vez más exigentes en términos de seguridad o anticontaminación de los vehículos de última generación.



## CASI 100 AÑOS DE SOLVENCIA

La compañía cuenta con 85 años de historia, iniciándose en la zona de Figueras, de la mano de **Paco Gironès** (55 años en la empresa), pero creciendo hasta su actual expansión, en la que contabilizan ya 16 centros de distribución (con la fusión de dos tiendas en una el pasado año, siete puntos de venta en Gerona, siete en Barcelona, uno en Lérida, uno en Tarragona), 17, con una próxima apertura en ciernes esta misma primavera, más de 300 personas en su equipo humano y más de 60.000 m2 de superficie de almacenamiento, con más de 130 vehículos y 100 líneas telefónicas que garantizan la rapidez y eficiencia en la gestión y entrega de pedidos a los clientes. Su sede central se encuentra en Vilamalla (Gerona) donde se trasladaron en 1993, y pertenecen a la estructura de **Group Auto Union España**.

En la actualidad, sus líneas de negocio son las siguientes:

- **G-AUTO I G-TRUCK**: Comercialización y distribución de todo tipo de recambios para automóviles y vehículos industriales.
- **GIROTECNIC**: Maquinaria y equipamiento de talleres.
- **GIROCOLOR**: Pintura del automóvil.
- **GIROPLUS**: Recambios de industria.
- **INFORMÀTICA**: Informática y consumibles para el taller.

En la actualidad promueven tres redes de talleres: **EuroTaller**, **TopTruck Service** y **CollForm Tallers**.

## ¡HASTA UN BAR!

No cabe duda de que **Establiments Coll** apostó por Expomovil Comercial, un gran stand, presentación en sociedad de su nueva **webshop**... si hasta montó un **bar en la Plaça de l'Univers** para aplacar la sed y el hambre de los visitantes.



**Establiments Coll**  
Avda. Empordà, 33-37 Polígono Pont del Príncep 17469 Vilamalla (Gerona)  
ecoll@ecollsa.com - www.ecollsa.com





**Que talleres** es una plataforma de localización online, en el que los reparadores pueden incluirse, aprovechando el auge que las búsquedas en la red son cada vez más empleadas por el consumidor.

## TAB Starter Spain

además de su oferta en baterías de automoción, hacía hincapié en su gama de moto (son la plataforma logística de este producto para Europa), con nueva imagen, además de las aplicaciones náuticas. Muy satisfechos con la iniciativa de la feria y con los resultados comerciales de su compañía en ella, donde se realizaron contactos y cierre de operaciones.



**Taller Pro**, otro concepto para el reparador: un programa de gestión de talleres en el que se vinculan las operaciones, costes, tiempos, control de vehículos de cortésia, facturación y verificación de procedimientos con los beneficios generados por secciones.



**Pinturas y Suministros Montcada**, distribuidores de Nexa Autocol, presentando su propuesta en la feria.



**Alexandre Morlat** y **Renzo Servadei** de **Autopromotec**, la feria de equipamiento de talleres de Bolonia que se celebrará del 22 al 26 de mayo del año que viene se pasaron por nuestro stand desde el suyo, ya que, como socios de Expomóvil Comercial, se presentaban en la muestra. Tal como nos comentaba **Emmanuele Vicentini**, su trabajo para la siguiente edición será reforzar su internacionalización superando el mercado europeo (Turquía, Brasil, China, están en el punto de mira), por supuesto como expositores, pero especialmente en lo que a visitantes se refiere.



**Equipataller** presentó los nuevos equipos de Hanatech en la feria: Hana 70, Hana 10, hana 11, HanaScope 801.

**Launch Ibérica** tenían el stand repleto. Presentaban su nuevo alineador 3D X-712 y el equipo de diagnóstico X431 GDS, además de incidir en su CResetter, diagnóstico para los profesionales de la mecánica rápida. Muy contentos con los resultados, aunque echaran de menos otros fabricantes, ya que quien quiso ver maquinaria, pasaba sí o sí por su stand. Entregaron una placa de reconocimiento a **MTI**, distribuidora madrileña de maquinaria de automoción que trabaja con Launch desde hace poco más de un año, siendo recibida por **Jorge Longarte** y **Carlos Villamayor**, de MTI de manos de, **José Luis Turégano**, y de **Diego Diezma**.







**Demos** continuas para los talleres interesados



**ISI Condal** y sus soluciones informáticas para los talleres.



**Plata Hermanos**, presentes en la feria, mostrando su gama de servicios para el taller.

**Gt Motive** hizo ofertas especiales y regalos a los visitantes que se acercaron al stand y solicitaron información, adquirieron demos o contrataron alguno de sus productos. Dispusieron, además de un espacio llamado **"Aula Gt Motive"** destinado a formación.



**RADSA** presentaba cuatro novedades. Dos equipos de taller (un cargador digital (BAT 490) y un banco de pruebas diesel (EPS 708) de Bosch, la línea Classic de Valeo (para vehículos de más de 10 años) y especialmente, dar a conocer su línea de turbos reacondicionados, BorgWarner, de la que son líderes.



**Olicat** es una empresa especializada en el universo de **Recavis Ribot**, especializada en aceite de automoción, con la exclusiva para Catalunya de CS, uno de los aceites específicos de automoción de Repsol, solo disponible en canal profesional.



**Juan Carlos Pérez Castellanos**, director general de **GAUE** y **Carlos Calleja**, responsable de las redes EuroTaller e InterTaller sonrientes en su stand. El Grupo se presentaba para potenciar sus redes de reparación, junto con la específica para vehículo industrial., Top Truck.



**Juan Soriano** y **Alberto Castro** de **Meycar Automotive** promovían su presencia en el mercado catalán, donde **Pedro Garrido** ejerce desde hace un año como delegado de ventas, intensificando el servicio con la apertura de nuevas instalaciones en Barberà del Vallés, además de presentar su nuevo catálogo de soportes de motor, con piezas de caucho goma, en la que se han incorporado referencias hasta alcanzar un 95% de disponibilidad del parque.



## PASILLOS REPLETOS DE SECTOR

Los pasillos son una de las gracias de las ferias. En ellos, pudimos encontrar con directivos que nos daban su percepción: pequeña, sí, pero bastante animada para ser una primera vez en estas circunstancias contextuales, era la opinión más reiterada.

Vimos a grandes ausentes, como expositores, **Antonio Pujadó**, por ejemplo, o **Carmelo Pinto**, **Joan Carles Rico**, **Pere Colomé**, **Eduardo Gutiérrez**, **Eusebio Ochoa** (aunque acompañaron a sus socios *Recanvis Ribot* y *SDR Automotive-Ciclauto*) y otros miembros vinculados a la feria o sus expositores, como **José Miguel Ibáñez**, gerente de *GECORUSA*, miembro del Comité Organizador (y preocupado con la situación de su Grupo, en el que, admitía, los socios están haciendo gestiones de forma individual, pudiendo plantearse una disolución o inclusión de la agrupación en otra entidad), **Felip Massip**, de *FENACOR*, pensando en nuevos proyectos, Miguel Ángel Cuerno, de *ANCERA*, con unas buenas impresiones de la feria, **Nuria Álvarez** de *CONEPA*, ponente, además, **Celso Besolí**, de *FECATRA* y el Gremi de Barcelona, **José Luís Turégano**, miembro del Comité por *AFIBA* y expositor, **Fernando Pardo**, (reforzando la presencia del

stand de los conceptos de taller de *GAUE*, aunque como miembro de *GAUI*), **Ricardo Buchó** y **José Luís Gata** de *Audatex* (por la participación de la empresa en las jornadas), **Ricardo Peris**, de *Mann+Hummel Ibérica*, **Miguel Ángel Egido**, de *Spies Hecker*, José Costales, de *Diavia* (recientemente adquirida a *Delphi* por *Webasto*), **Ignacio Conde**, de *SKF* (estos tres últimos profesionales apoyando a su cliente *Establiments Coll*)...

Pero muchos nombres más (**Marino Méndez**, ex-*Valeo* y actualmente consultor, **Bruno Padierna**, director general de *Dayco Aftermarket España*, **Cati Ludvikova**, co-gerente de *ATE Vallès*, **Benito Tesier**, director general de *Brembo España*, **Isabel López-Rivadulla**, de *Signus*, **Catherine Chatellard** y **Manel Real** de *ContiTech*, **Max Margalef** de *EMMS-Gecorusa* y **Gerardo Martínez** de *febi Bilstein*, **Pere Banús** de *Federal-Mogul*, **Josep María Clop** de *Reauxi*, **Ramón Pérez**, coordinador de *Tecno-Taller/Agerauto*, **Javier Marín**, gerente de *Brain Bee*, **Manuel Alcalde**, de *Holy-Auto*...). Aunque esto era vivido (como ya hemos comentado en más de una ocasión) de manera desigual por los expositores en activo.



Marino Méndez y Gloria Viñals.



José Miguel Ibáñez, con nuestra gerente y directora comercial.



Bruno Padierna y Féilix Esparza, de Dayco.



Eusebio Ochoa, de Serca.



Cati Ludvikova, de ATE Vallès.



Pasilleando con Manuel Alcalde...



Isabel López Rivadulla, de SIGNUS charla con Ernest Vinyals.



Catherine Chatellard y Manel Real de ContiTech.



Los representantes y los fabricantes....



Gerardo Martínez de febi Bilstein charla con Ricardo Peris de Mann+Hummel Ibérica y Glòria Viñals.



Delante de nuestro stand, Pere Banús departe con Ernest y Glòria Viñals.



Un animado Josep Maria Clop, de Reauxi con Glòria y Ernest Vinyals...



Ramón Pérez de TecnoTaller/Agerauto y Javier Marín, de Brain Bee.



Max Margalef, de EMMS-Gecorusa.



Agentes comerciales, viejos amigos de esta casa (y fundamentales en la posventa), charlando con Yvonne Rubio.



Ricardo Buchó, con la directora de MRyT y Glòria Viñals...



Juan José Rodríguez, Recanvis Ribot-Serca y Benito Tesier, de Brembo.



Dos Fernandos Pardo y una Glòria Viñals...





## UN COMPLETO PROGRAMA DE ACTIVIDADES

A lo largo de los tres días que duró **Expomóvil Comercial** se celebraron un buen número de actividades entre ponencias, workshops técnicos, presentaciones, jornadas o exposiciones. La mayoría de ellas se celebraron en la Zona Ágora por la que se pasaron un buen número de talleres.

### **Analizados los temas más candentes para el taller**

El comité organizador quiso que las ponencias y jornadas abordaran los temas que afectan a los talleres en su actividad diaria y con los que tienen que lidiar día a día. Vistos el amplio número de cuestiones analizadas, Expomóvil Comercial cumplió con creces al respecto.

Así, **FENACOR**, la Federación Nacional de Comerciantes y Reparadores de Neumáticos, organizó una ponencia que versó sobre **el nuevo etiquetado de los neumáticos y cómo va a afectar a los talleres de reparación**. Los ponentes explicaron que los talleres tendrán que detallar en la factura las principales características técnicas de los neumáticos que instalen.

**FECATRA**, la Federación Catalana de Talleres de Reparación de Automóviles, organizó dos ponencias cuyos temas se ligaron entre sí, **el marketing y la organización del taller con tecnología moderna**. En ellas se transmitió la idea de que los talleres deben modernizarse en ambos aspectos: ofrecer un buen servicio y saberlo transmitir con las herramientas de marketing disponibles y trabajar con "tecnología" que permita a los profesionales de la reparación ganar tiempo y eficacia se va a traducir en una mayor rentabilidad del negocio.

**Gt Motive** presentó el estudio "**La tecnología de la información en tiempos de crisis en los talleres en España**". Ésta ha constatado que los concesionarios trabajan con herramientas más específicas que los talleres multimarca y éstos últimos tienen mayor margen de aprovechamiento de las nuevas tecnologías porque de momento no le sacan todo el provecho que podrían. En cualquier caso, el uso de las tecnologías de información sigue siendo una asignatura pendiente para los talleres multimarca independientes. Gt Motive también presentó el **Decálogo de los Derechos del Consumidor en el Taller**, la campaña de información para que el consumidor conozca cuáles son sus derechos cuando lleva el coche al taller y que el taller conozca sus obligaciones como exponer los precios al público de forma visible, derecho a la instalación de piezas de repuesto nuevas o si durante la reparación del vehículo aparecen más daños el taller tiene la obligación de informar al dueño antes de su reparación. El objetivo de esta campaña es el de explicar, además, el vínculo de un presupuesto previo a la reparación, y una explicación del mismo. En este mismo entorno se divulgó también el **catálogo de mantenimiento responsable del automóvil**; todo ello fue llevado a cabo por **Manuel García Arenas**, presidente de **CETRAA** y **Antonio Osuna**, director de **GT Motive**.

Al hilo de esta cuestión, **CETRAA**, la Confederación Española de Talleres de Reparación de Automóviles y Afines, analizó **la información técnica, su acceso y problemática** en el marco de sus Jornadas de Actualidad práctica para el taller. En esta charla se constató como algunas marcas automovilísticas como BMW, Mercedes o Volvo siguen poniendo trabas para acceder a la información técnica de sus vehículos (Mercedes exige el pago atendiendo a la fiscalidad alemana, Volvo tiene su página solo en inglés y exige pagar en coronas, etc.). La conclusión fue que aún existen dificultades para acceder a la información técnica de los fabricantes a pesar de lo que establece la ley y que el taller "debe trabajar con el ordenador al lado del coche". En estas Jornadas también se repasó la **nueva regulación de la reformas de importancia**, se reflexionó sobre **el presente y el futuro del sector de la posventa** y se dieron consejos sobre **Cómo gestionar en época de incertidumbre. Sobre el presente y el futuro de la posventa**, desde **Audatex** se dieron datos negativos: el número de reparaciones ha caído un 15% desde 2008 y cada vez se reparan coches más viejos lo que reduce el importe medio de las facturas emitidas por el taller.

La otra patronal nacional de talleres, **CONEPA**, la Federación Española de Empresarios Profesionales de Automoción, organizó una mesa redonda titulada **¿Son comunes los problemas con los que se encuentran los talleres en toda España?** la conclusión fue que sí y estos problemas son, a grandes rasgos, la actual coyuntura económica, los impagos, los retrasos en la recogida de los vehículos y el abandono de los mismos en el taller, el intrusismo (talleres ilegales, alquiler de boxes para reparaciones, reparaciones en la misma calle, etc.), la prácticas abusivas de las compañías de seguros o el exceso de burocracia.

Representantes de asociaciones de Euskadi, Andalucía, Madrid, Catalunya, Galicia o Baleares confirmaron que todo el colectivo de talleres comparte los mismos problemas.

**El recambio libre** fue el título de la ponencia organizada por **Diessa**, firma especialista en la distribución de componentes de carrocería para camiones. Realizada en colaboración con **ANCERA**, la patronal de los distribuidores de recambios, se dejó claro que "**los recambistas vendemos con calidad equivalente al original, digan lo que digan los fabricantes de vehículos**". En esta charla se desmantelaron los argumentos de los fabricantes en contra de las piezas y recambios "libres".

En todas estas ponencias intervinieron destacadas personalidades de la posventa del automóvil como **Olivier Lamotte (Michelin)**, **Manuel García Arenas (CETRAA)**, **Víctor Rivera (CONEPA)**, **Carlos Sánchez (Miac)**, **José Luis Turégano (Launch)**, **Antonio Osuna (Gt Motive)** o **José Luis Gata (Audatex)**.

### **El mercado portugués de la posventa: un gran desconocido**

En Expomóvil Comercial pudimos conocer un poco más el mercado posventa de nuestro país vecino. **Aníbal Gonçalves**, vicepresidente de la Asociación Nacional de las Empresas de Comercio y de la Reparación del Automóvil (**ANECRA**) subrayó que es una buena inversión apostar por el mercado portugués de la posventa, afirmación que corroboró **Manuel Martínez**, director de la Agencia para la Inversión y el Comercio Exterior de Portugal (**AICEP**).

### **Curso de diagnóstico con Miac**

La mañana del sábado **Miac**, con el patrocinio de **AFIBA** (Asociación de Fabricantes e Importadores de Bienes de Equipo, organizó un **curso sobre procedimientos de diagnóstico de averías**. **Marina Pascual**, responsable de formación de Miac, ejerció de maestra de ceremonias y tuvo el apoyo del electromecánico **Pasqual Moya** y el técnico **Antonio Salinas**. Un buen número de talleres se desplazó a la Zona Ágora para asistir a este curso gratuito que proporcionó interesantes consejos a los profesionales de la reparación: se debe estar informado antes de empezar cualquier procedimiento de diagnóstico, antes de empezar a "tocar" se debe pensar bien cómo actuar para optimizar al máximo el tiempo de reparación, se debe sacar el máximo partido a los equipamientos disponibles en el taller, por ejemplo, el analizador de gases (se debe saber interpretar los valores que proporciona). Cursos como los de Miac constatan que los talleres deben mejorar en eficacia; se estima que las pérdidas de tiempo en el taller suponen dejar de ingresar unos 9.000 euros al año. Ahí es nada.

### **Reuniones B2B**

La apuesta por la internacionalización que ha llevado a cabo la organización de Expomóvil Comercial como herramienta para ayudar al sector a llegar a otros mercados se ha concretado con la presencia de 300 compradores de países como Portugal, Túnez, Italia o Marruecos. En concreto, en la **jornada B2B**, con la colaboración de **AutoAfterMarket News** para dar a conocer la realidad del mercado portugués, un total de 30 expositores han mantenido contactos de negocio con seis grandes compradores del país vecino como el **Centro de Formación Profesional de la Reparación del Automóvil (CEPRA)** o **Krautli Portugal**, una de los grupos distribuidores más importantes del sector de la posventa lusa. Por otra parte, **Aziz Dich**, director comercial de **ITN Marruecos**, empresa de Casablanca especializada en recambios para el automóvil, y **Khaled Ayari**, dueño de tres empresas del sector en Túnez, han viajado a Barcelona para cerrar pedidos entre los expositores del salón, ya que la relación calidad-precio es muy valorada en el sector de la posventa del Norte de África.

### **Patronales trabajando**

La celebración de la Asamblea General de **EGEA** en el marco del salón ha motivado que representantes del sector europeo de la posventa como los belgas **Fredérique Dublain** o **Michel Verveken**, los alemanes **Klaus Burger** o **Peter Rehberg**, el inglés **Dave Garret** participados.

Por último, diversas entidades como la Unión Patronal Metalúrgica (**UPM**), la Confederación Española de Talleres de Reparación de Automóviles y Afines (**CETRAA**) o la Federación Española de Empresarios Profesionales de Automoción (**CONEPA**) han reunido a sus juntas directivas o de gobierno en la feria, convirtiendo así al salón en el centro de toma de decisiones del sector.





# RIBOT RECANVIS

## CONSOLIDANDO, EMPRENDIENDO

Con gran fe en la feria, su presencia daba fe de la apuesta de este distribuidor por dar a conocer en el evento su trabajo, ser la punta de lanza de su grupo en la manifestación, y promover las compañías creadas para intensificar otras líneas de negocio.

**Ribot Recanvis** es una compañía de distribución con 21 años de presencia como tal en el mercado, liderada por **Juan José Rodríguez**; socio catalán de **Grupo Serca Automoción**, fue el que más a gala mostraba los colores de su Grupo en **Expomóvil Comercial**, en un stand perfectamente identificado con su logotipo y las demás informaciones que genera.

A lo largo de toda la feria, los distribuidores atendieron a sus clientes en plaza, y realizaron múltiples contactos, además de ser un punto de encuentro para el director general de su grupo y los empresarios marroquíes que se desplazaron a Barcelona invitados por la acción de Business Meeting establecida por Fira de Barcelona.

En sus vitrinas, los productos de sus proveedores, se las marcas: **ALKAR, BERU, BOSCH, DAYCO, HELLA, LUK, MAHLE, VALEO**, además de **SERCA** (en productos y servicios) y los neumáticos **KENDA** un acuerdo de la marca con el Grupo y que le ha reportado una ampliación interesante de su cartera.

Pero uno de los platos fuertes de su stand era la pantalla donde se realizaban demos y se daban las explicaciones de la plataforma que esta dinámica empresa ha creado para promover el comercio electrónico, facilitar el acceso a la información técnica, etc. a sus clientes, que obtuvo gran interés.

## OLICAT, UN NEGOCIO INTERESANTE



Olicat, presentes en la feria y realizando una buena labor de promoción.

Una de las líneas de negocio que han llevado adelante es la distribución de aceites de automoción.

Conscientes de que los aceites de motor suponen para el profesional reparador un elemento que utilizan en su quehacer diario, intensificaron con una división y empresa aparte, **Olicat, SL**, que tiene su sede en **Ribot Recanvis** dirigida por **Daniel Rodríguez** y con dos comerciales que promueven diversas marcas de lubricantes (**BP, Castrol, Cepsa, ELF, Fiat, Ford, Mobil, Motul, Nissan, Opel, Repsol, Total, Wynn's Consumo, y Profesional**), además de tener la exclusividad en Catalunya de **CS y CS Professional Service**. Además se distribuyen los productos químicos de las marcas **Cepsa, Samoa y Krafft** y complementos.

A lo largo de la feria recibieron múltiples visitas, realizándose un sinnúmero de contactos.





Los productos de los proveedores, expuestos en el stand de Ribot.

De izquierda a derecha: Daniel y Juan José Rodríguez directivos de Olicat y Recanvis Ribot respectivamente, Carmelo Pinto, director general de Grupo Serca Automoción, y Eduardo Gutiérrez, nuevo responsable de marketing de Grupo Serca.



Los neumáticos de la marca Kenda, en exclusiva para los asociados de Serca, en el stand.



Una de las estrellas del stand, el programa de comercio electrónico y demás funcionalidades para el taller.



La vicepresidenta de la Generalitat de Catalunya y consejera de Gobernación y Relaciones Institucionales, Joana Ortega, en el momento de su visita al stand de Ribot Recanvis, acompañada de Antoni Marsal, presidente de UPM.



**Ribot Recanvis, SL / Olicat**

Central: C/ Girona, 198-200

08203 Sabadell

Tel 93 724 79 50

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



## Opinión

**Antonio Marsal**, se mostraba muy confiado con el proyecto; pero a la vista de la andadura de las tres jornadas, al final estaba satisfecho, si bien consideraba que este no es sino un primer paso para lograr un proyecto más importante.

### ¿Cómo ve la feria?

¡Pues muy bien!. Lo más importante es haberla puesto en marcha, porque había muchas reticencias.

He ido hablando con los expositores y la gente está muy contenta, ya que echaban de menos el espíritu de Expomóvil de los 90. Están satisfechos con el número de visitantes, que ha sido importante y, una vez se cierran las puertas, ya hay que empezar a trabajar en la edición 2014, que será más fácil, porque los que ya han estado no habrá que convencerles, y los que la han visitado se han dado cuenta de que quizá deben estar en la siguiente. Tendremos un punto de partida mejor, animar a más gente de Portugal, Francia, Italia, Marruecos...

Es una buena base, fruto de la suma de esfuerzos del buen trabajo de las entidades y profesionales del Comité Organizador, que se han implicado, especialmente **Juan José Rodríguez**, como presidente de CIRA, que se ha volcado.

### ¿Qué echa de menos y qué cree que se debe potenciar más?

Más expositores, de todo tipo.

Tras la celebración habrá que analizar ver que tipología de visitantes han acudido y cuáles no. Creo que la decisión de concentrarlo en tres días ha sido un acierto.

La vicepresidenta de la *Generalitat de Catalunya* y consejera de Gobernación y Relaciones Institucionales, **Joana Ortega**, que vino a inaugurar quedó muy impresionada con el potencial de las empresas catalanas exportadoras y la ilusión con la que trabajan a pesar del contexto difícil.

### ¿Cree que es importante que lo vieran apara que comprenda que se necesita apoyo, algo que Vd. Reclama continuamente?

Por supuesto. Yo reclamo y reclamaré apoyo al empresariado, porque es ab-

**Antonio Marsal**, presidente de UPM y de Expomóvil Comercial satisfecho con los resultados



surdo que se limiten los presupuestos adscritos a la Conselleria de Treball y Ocupació, porque la base de la riqueza es la industria. Se necesitan proyectos de innovación, exportación, forma-

apoyos en

ción (un apartado importantísimo), tenemos solicitado un apoyo para un Plan Renove de Maquinaria de Taller en el que **Celso Besolí**, presidente de **FECATRA** nos apoya, involucrando también a la distribución, con un apartado de nuevas tecnologías, apoyando al taller.

### ¿Cómo se consigue eso en una época de recortes?

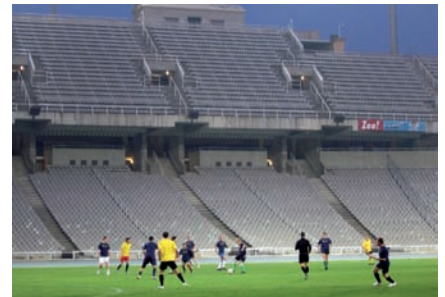
A veces no es solo una cuestión de dinero, que también, sino de casar voluntades: hay que explicarles quienes somos y luego sentarnos nosotros, para crear un proyecto en el que se incluya la innovación y la renovación de maquinaria.

### Sigue siendo una asignatura pendiente de la posventa la visibilidad sectorial ante los grandes estamentos...

Tenemos multitud de reuniones con los Departamentos implicados: la dirección general de industria, las diferentes Consellerías, porque estamos tan metidos en nuestro mundo que creemos que ellos nos conocen y se pierden en el mundo industrial, que es muy amplio. Y se sorprenden del potencial. Parece que seamos el "hermano pobre" de la automoción cuando, tras la venta del vehículo, la posventa es el canal que interviene permanentemente y durante más tiempo en él y con una logística que no hay muchos sectores que la tengan, como se mencionó en las conferencias de **ESADE**: llevar una pieza a cualquier punto en un tiempo récord; es el mejor de Europa, tal como mostraba **GIPA** en un estudio.

Y no sabemos vendernos, y esta feria es una manera de venderse, y justamente en estos tiempos es cuando hay que hacerlo, y de ahí la creación de esta feria, de la que estamos satisfechos. ●

 [www.upm.org](http://www.upm.org)



## EL FÚTBOL COMO INTERACCIÓN

El deporte supone relacionarse de un modo distinto, con entusiasmo y risas. Esa era la voluntad del partido que organizaba **Fira de Barcelona** con el apoyo de **ANCERA** y **CIRA**. Se trataba de reunir oferta y demanda, (expositores y visitantes) en una actividad agradable y divertida. Algo que está siendo empleado con profusión en el sector de un tiempo a esta parte.

Nueve-siete a favor de los expositores.

Aunque lo más relevante no fue el resultado, sino el marco elegido: el **Estadio Olímpic Lluís Companys** en Montjuïc.

Un estadio abierto para la ocasión, donde los equipos disfrutaron (y su-

frieron también, ¡que las dimensiones eran las reglamentarias!) de un entorno de lujo.

Debidamente equipados, expositores (de azul) y visitantes (de amarillo) se batían en un "duelo" con los debidos relevos, mucho humor y grandes dosis de competitividad entre participantes, siempre en un ambiente de sana camaradería.

Se disfrutó, hubo goles (¡y mucha, mucha humedad ambiental, como suele ser habitual en la ciudad condal!) y al día siguiente, todos enteros y verdaderos a darlo todo en los stands y pasillos, y a seguir el negocio....



JAVIER MORRAL, DIRECTOR GENERAL Y JOSEP GIRONÉS, DIRECTOR COMERCIAL, NOS HABLAN DE LA COMPAÑÍA

## Entusiasmo

Quisimos que nos contaran los motivos de su presencia en la feria, la actualidad de la compañía y sus proyectos más inmediatos, y así lo hicieron.



### ¿Cómo calificaría los resultados del pasado ejercicio?

**Josep Gironès:** Si bien no son todo lo buenos que nos hubiera gustado, no podemos quejarnos, viendo como está el resto del sector. Nos hemos mantenido en cifras, incluso con un crecimiento modesto.

**Javier Morral:** Lo más importante es que tenemos mucha ilusión, mucho entusiasmo para llevar adelante los nuevos proyectos, muy interesantes para seguir manteniéndonos en el lugar del sector que creemos que nos corresponde, en los primeros puestos; además contamos con un equipo fantástico.

### 85 años dan mucho de sí...y siguen creciendo...

**J.G.:** Nacimos en Figueras y nos hemos ido expandiendo por Catalunya, puesto que ya tenemos tiendas en las cuatro provincias. Normalmente cuando abrimos un punto de venta, nuestro ámbito de influencia es la comarca en la que está ubicado el punto. Como primicia aquí en la feria, hemos anunciado la apertura de otro punto de distribución en la comarca de Osona, esta misma primavera.

**J.M.:** Nuestra objetivo es crecer en las cuatro provincias de Catalunya, para estar más cerca del taller y darle servicio, estando lo más diversificados posible, y manteniendo la confianza de nuestros clientes.

### ¿Cuál es su objetivo principal, aquí en la feria?

**J.G.:** Históricamente estamos muy bien posicionados en Gerona, donde tenemos nuestros orígenes, pero queremos potenciar la provincia de Barcelona, y dar apoyo a las tiendas de L'Hospitalet, Molins de Rei, Terrassa, Badalona...

Además, no hemos hecho nunca una Jornada de puertas abiertas, o un encuentro con los talleres a título privado, como lo han hecho otras compañías del sector de la distribución, y pensamos que Expomóvil Comercial podía ser una muy buena ocasión para hacerlo.

**J.M.:** Este stand, además, tiene esta envergadura y las diversas actividades porque, ya que nos planteamos la presencia en la feria, queríamos un stand a nuestro nivel.

### En el planteamiento del stand hay unos espacios especiales para los fabricantes...

**J.G.:** Los fabricantes que nos han apoyado en este proyecto han dispuesto de su box, alrededor de nuestro stand, para poder realizar sus encuentros y atender las visitas del taller. Para nosotros es muy importante contar con su apoyo, porque no creemos en las marcas blancas.

**J.M.:** Nuestra política de proveedores es contar con las primeras marcas; de hecho, nuestra compañía tiene dos pilares fundamentales: contar con proveedores de primer nivel, y dar el mejor servicio a nuestros clientes, ya que nuestro enfoque es atenderle en producto y asesoramiento.

### ¿En qué niveles de servicio están en la actualidad?

**J.G.:** Tenemos unos niveles de servicio altísimos; disponemos de dos almacenes centrales y nuestras tiendas están interconec-



Javier Morral, director general.



Josep Gironès, director comercial.

tadas, para que todo el producto que tenemos en stock llegue con la máxima rapidez, sin roturas.

Otra de las ventajas es que somos un proveedor global para el taller, tenemos todas las líneas de negocio, todos los sectores de reparación en turismo e industrial.

### Defienden las redes EuroTaller y Top Truck Service, con una red propia...

**J.G.:** Sí, las dos redes que provienen de la central del Grupo al que pertenecemos y **CollForm**, una red propia, y **CF Service** que disponen de nuestro asesoramiento pero en servicio de asistencia telefónica, no como abanderamiento.

### ¿Cuál es el principal proyecto que desarrollan en la actualidad?

**J.M.:** La **Webshop** una aplicación online que desarrollamos hace un año para facilitarles a los talleres consultas, pedidos, y vincularles también online a nuestra empresa, dándoles un servicio más ágil basándonos en las nuevas tecnologías, evitando errores.

En la actualidad el porcentaje de talleres que emplean este sistema aún es pequeño, porque supone un 5%, pero lo importante es que ha ido creciendo y nuestra previsión es que siga haciéndolo.

### ¿Cómo ven la feria? ¿creen que puede ser un embrión de un proyecto más importante?

**J.G.:** Como empresa radicada en Catalunya, nos gustaría mucho que fuera una feria en expansión; creemos que la industria de este mercado lo merece y Expomóvil fue siempre un referente en el sector posventa; hay muchas oportunidades para crear una feria, quizá regional, apoyando al sector con una reducción de precios para que acudan más expositores, sobre todo, distribución.

No nos planteamos nuestra presencia en **Motortec A.I.**, porque nuestro ámbito no es nacional, aunque siempre hemos acudido como visitantes y hemos estado a través de nuestro grupo.

**J.M.:** Fira de Barcelona debe hacer un esfuerzo para rescatar a la industria, porque puede llegar a ser de nuevo un referente. ●

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







**JUAN JOSÉ Y DANIEL RODRÍGUEZ, DE RECANVIS RIBOT: ACCIONES E INICIATIVA**



Juan José Rodríguez se muestra satisfecho con los resultados de su presencia en la feria, en la que se ha mostrado su plataforma de comercio electrónico.



Para el presidente de CIRA, cuya empresa pertenece a SERCA, los socios del grupo podrían haber hecho un mejor trabajo exponiendo en la feria, y pese al apoyo recibido por parte de algunos de sus miembros, la directiva debería haber acudido a visitarlo.



Daniel Rodríguez gestiona Olicat, la compañía dentro de la estructura de Ribot que gestiona lubricantes, que ha duplicado resultados, y está muy satisfecho con la inclusión de los neumáticos Kenda en su cartera de productos.

## Trabajando el presente para cimentar el futuro

En su stand no se paró de recibir clientes, además de nuevos contactos con empresarios de otros mercados fuera de nuestras fronteras. Crítico con quienes no han apoyado el proyecto o lo daban por finiquitado antes de empezar, se mostraba satisfecho con el resultado.

La labor de **Juan José Rodríguez**, de **Recanvis Ribot**, miembro de **Grupo Serca Automoción** dentro del comité de **Expomóvil Comercial** fue muy intensa, por convicción de la necesidad de una feria de estas características en Catalunya. Y los resultados durante las jornadas eran satisfactorios. Lejos de mostrarse políticamente correcto, se le notaba algo dolido por la falta de apoyo de algunos miembros del sector que, en el último momento, se hicieron atrás en su participación.

**¿Cuál es el objetivo de Recanvis Ribot en la feria?**

**J.J.R.:** Queremos mostrar nuestra gama de productos, todos de primeras marcas y, desde luego, lo que más está interesado es la plataforma de comercio electrónico, que ha sido un trabajo que ha llevado directamente mi hijo **Daniel**, que ya está implementada y activa, y que ha suscitado mucho interés. Es el futuro: llevamos desde mayo más de 1.800 pedidos; al ritmo que vamos puede suponer unos 3000 pedidos, aún es muy nuevo. No podría precisar lo que supone en el volumen de facturación, pero sí puedo decir que, desde que lo hemos implementado, algunos clientes realizan sus pedidos al 100% desde la plataforma. Nuestras expectativas es de que se incremente su uso, por el apoyo que le supone al taller: la disponibilidad de la pieza, las medidas, las alternativas de otras marcas, cruces de referencias, precios de compra información técnica (con esquemas de montajes), códigos de averías, indicaciones de mantenimientos acorde a lo marcado por los fabricantes, y tiempos de reparaciones basadas en los tiempos de la marca. Estamos estudiando vincular la plataforma a otras bases de datos, como el parque de vehículos o empresas especializadas (tipo *Audatex* o *GT Motive*, etc.). **ISI Condal** está desarrollando con nosotros un formato de fichero único para las tarifas, (hay una plataforma donde los constructores certifican sus tarifas), para facilitar la información al taller.

**¿se plantean al igual que otras firmas en abrir nue-**

**vos puntos de venta?**

**J.J.R.:** No, como **Recanvis Ribot** no lo contemplamos; estamos muy concentrados en nuestra actual estructura y no pensamos modificarla, sí intensificar nuestros resultados en nuestra área de influencia; queda mucho por hacer.

Como **Olicat** sí que tenemos interés en expandirnos para ampliar cuota, una compañía que lleva directamente **Daniel**.

**¿A qué se debe la creación de Olicat?**

**J.J.R.:** Fue una compañía que llevamos adelante hará ahora tres años, porque nosotros ya vendíamos lubricantes; de hecho, muchos recambistas no venden lubricantes a los talleres y, viendo que tenía posibilidades, creamos la empresa desde Ribot. Su ámbito de influencia en Catalunya y queremos incorporar nuevas personas en el departamento comercial, que ahora está constituido por tres comerciales. Tenemos solo primeras marcas y la exclusiva en Catalunya de **CS**, una marca de **Repsol**. Los resultados de el pasado ejercicio casi duplicaron a los del anterior; es un producto agradecido, aunque está competido en margen, no genera garantías o servicio posventa.

**Sois la punta de lanza Serca en la feria ¿se podría haber hecho de manera que fuerais un equipo con el resto de socios?**

**J.J.R.:** Por supuesto que sí.

Estoy un poco disgustado, porque creo que, pese a tener el apoyo del Grupo (**Carmelo Pinto**, como director general, **Eusebio Ochoa**, **Juan Tamariz**, **Pere Colomé**, **Eduardo Gutiérrez**, han estado aquí, y se ha contado también con **SDR Automotive-Ciclauto** como socio expositor), pienso que Serca podía haber hecho un excelente trabajo; se les ha ofrecido y no ha podido ser. Tampoco he visto a otros socios de Serca y directivos como visitantes, y creo que deberían haber estado. ●

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





33  
Noticias

34  
Noticias  
Centro Zaragoza

36  
Informe:  
equipos de secado  
por infrarrojos

39  
Actualidad:  
las herramientas de  
color Spies Hecker, en  
smartphones y tablets

40  
Noticias  
CESVIMAP

42  
Técnica CESVIMAP:  
características y  
peculiaridades en  
la reparación del  
Renault Twingo 2008

NOTICIAS

UN VERSÁTIL SELLADOR TRANSPARENTE  
**LLEGA EL PS1900 DE DUPONT**

DuPont Refinish ha lanzado un nuevo sellador transparente de dos componentes, el PS1900. Se trata de un producto diseñado para ser aplicado debajo de las bases bicapa Cromax y Cromax Pro así como debajo de todos los acabados 2K de DuPont. Por su versatilidad, puede emplearse tanto en reparaciones de turismos como de vehículos comerciales y cumple con la legislación VOC. Así mismo, se puede aplicar como imprimación no lijable, como promotor de adherencia sobre acabados de equipo original y acabados reparados o curados, o como promotor de colores multitonos en todos los acabados 2K de DuPont Refinish.



Sobre acabados acrílicos termo-plásticos, el sellador PS1900 proporciona un elevado aislamiento. Incluso, se puede tinter con los tintes Centari Master Tints e Imron Power Tints.

"La versatilidad del sellador transparente PS1900 ofrece máxima flexibilidad de uso de los pintores, lo que incide en un ahorro de tiempo y dinero. Este producto demuestra una vez más el compromiso de DuPont Refinish con la productividad" ha comentado sobre este producto Linda Van Carlster, directora de comunicaciones de marketing de DuPont Refinish para EMEA. [www.dupontrefinish.es](http://www.dupontrefinish.es)

CADA VEZ MÁS TALLERES UTILIZAN EL ESPECTROFOTÓMETRO DE STANDOX

**STANDOX LANZARÁ ESTE AÑO UNA NUEVA GENERACIÓN DEL GENIUS**

Cada vez son más los profesionales del taller de chapa y pintura que utilizan el espectrofotómetro Genius de StandoX para igualar el color de forma precisa, rápida y económica. Esta herramienta digital permite identificar de forma rápida y precisa el color, tanto los colores lisos y todas sus variantes como los colores de efectos especiales. En combinación con el programa Standowin o con el buscador on-line de fórmulas de color, el Genius ayuda a trabajar de modo más eficiente con todo lo que ello conlleva: más productividad, agilidad y rentabilidad en el taller. StandoX mejora y amplía constantemente las prestaciones de su espectrofotómetro y prueba de ello es que ya ha desarrollado aplicaciones para poder ser utilizado a través de los smartphones y tablets. Así mismo, ha anunciado que este 2012 lanzará una nueva generación del Genius, el Genius IQ. En otro orden de cosas pero siguiendo con la actualidad de StandoX, el pasado 23 de febrero StandoX España invitó a algunos de sus clientes (en la imagen) a los entrenamientos que disputó el equipo Mercedes GP Petronas de Fórmula 1 en el Circuit de Catalunya de Montmeló. Los asistentes disfrutaron en primera línea de boxes del espectáculo de la Fórmula 1 en la que fue una iniciativa para estrechar las relaciones entre StandoX y sus clientes. [www.standox.es](http://www.standox.es)



LA REVISTA DE LA MARCA DE BASF COATINGS

**LA GLASURIT EXPRESS, AHORA ON-LINE**

La revista Glasurit Express, que se edita dos veces al año e informa a los clientes de la marca de BASF Coatings sobre sus nuevos productos, servicios o las experiencias de los talleres Glasurit, está ahora también disponible en versión interactiva. La edición on-line amplía contenidos al incluir vídeos, una visión global de la marca e información más profunda y visual. En el primer número de la edición interactiva los lectores pueden usar la aplicación para obtener más información sobre las ventajas de las nuevas imprimaciones-aparejo. Así mismo, aparece publicado un reportaje que consiste en un recorrido virtual por el Refinish Competence Centre de Münster con el que se descubre uno de los centros de formación más modernos del mundo. Otro reportaje se dedica al vehículo solar pintado con productos Glasurit que está realizando una vuelta al mundo. Dicho artículo incluye información complementaria, detalles técnicos y una galería de fotos. [www.glasurit.com/es/glasurit-express-edicion-interactiva](http://www.glasurit.com/es/glasurit-express-edicion-interactiva)



**SU MARCA "RED DE TALLERES CERTIFICADA CZ" RECIBE UN PREMIO Y SE EXTIENDE SU USO**

# CZ, clave del sector en la actividad de certificación de talleres



*CENTRO ZARAGOZA (CZ), el Instituto de investigación de vehículos propiedad de 19 entidades aseguradoras de España y Portugal, ha liderado el ranking entre las empresas certificadoras de calidad de talleres, según un estudio de telemarketing realizado por un grupo de comunicación presente en la posventa.*

21.229 talleres de electromecánica y 16.3590 talleres de chapa y pintura, de ámbito nacional, han constituido el veredicto para conceder estos VII Premios Calidad y Servicio en la Posventa de Automoción a la labor de certificación de calidad de talleres CZ.

Cabe destacar que **CENTRO ZARAGOZA** ha obtenido casi el doble de votos que la empresa que ocupa el puesto número 2 en este ranking. Actualmente, el Sistema de Certificación de Talleres CZ es una actividad consolidada, que está permanentemente activa, es decir, no se limita a la certificación del taller, sino que incentiva la mejora continua de unos y reconoce la distinción de aquellos que se encuentran en posesión de niveles más elevados y su deseo es superarse, impulsando y potenciando todos sus niveles de organización, y permitiendo así el reconocimiento de talleres tres, cuatro y cinco estrellas.

## Ralarsa, la primera red especializada en lunas de automóvil, recibe la acreditación

CENTRO ZARAGOZA ha concedido recientemente el derecho al uso de la marca "RED DE TALLERES CERTIFICADA CZ" para la actividad de sustitución y reparación de lunas, a la red especialista en la cristalería del

automóvil **AUTOCRISTAL RALARSA**, siendo la primera red de este tipo que ha obtenido esta certificación.

AUTOCRISTAL RALARSA es una red que lleva trabajando en el sector del automóvil más de 30 años, compuesta por 140 talleres distribuidos por toda España para dar cobertura nacional a sus principales clientes, las aseguradoras, y que ha ido evolucionando junto al mercado buscando la excelencia en la actividad en la que, a lo largo de estos años, se ha especializado, la sustitución y reparación de lunas

La certificación CZ implica el reconocimiento por parte de CENTRO ZARAGOZA del compromiso con la calidad expuesto por AUTOCRISTAL RALARSA, al someter tanto a su central como a todos los talleres que componen su red, a las auditorías pertinentes que les han permitido demostrar que cumplen satisfactoriamente los requisitos marcados para los talleres especialistas de lunas, y que el nivel de los servicios prestados es el adecuado.

Así pues, esta certificación supone el reconocimiento de la competencia técnica de AUTOCRISTAL RALARSA, así como, de su implicación con la calidad y la mejora continua, aspectos estos que les permitirán diferenciarse del resto de talleres y redes que también intervienen en este sector. ◀



**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



# ¡Su mejor sistema con las mejores prácticas!



En nuestro **Centre for Excellence** estudiamos la mejor manera de aplicar la tecnología de nuestros productos e instrumentos de trabajo a vuestra necesidades, y en función de ello organizamos las actividades a desarrollar.

El sistema Lechler facilita una elección fácil y rápida para conseguir el máximo de eficiencia, enfocándola a los resultados y a la rentabilidad. Todo ello, con el fin de conseguir un incremento de productividad y seguridad en el taller, seleccionando el ciclo de trabajo idóneo a utilizar.

**¡No te limites a elegir el mejor producto!  
¡Elige el sistema Lechler!**  
Acumula grandes y también pequeñas ventajas en el trabajo diario.



**Caring about the differences!**





Los equipos de secado por infrarrojos son imprescindibles en los talleres de carrocería y pintura. Aunque las ventas se han resentido como consecuencia de la bajada del volumen de negocio de los talleres, los proveedores capean como pueden el temporal y emplazan a los talleres a seguir invirtiendo en equipamiento, un factor clave para mejorar la rentabilidad del negocio.

Las ventas de equipos de secado por infrarrojos se han resentido como consecuencia de la bajada del volumen de trabajo en los talleres de carrocería y pintura.



## EQUIPOS DE SECADO POR INFRARROJOS

# Resistiendo las embestidas de la crisis

Pocos sectores se escapan al actual momento de dificultades económicas. Las altas cifras de paro, el precio de los carburantes y el descenso de la actividad económica ha comportado menos circulación por nuestras carreteras y una reducción del kilometraje medio de los conductores españoles. Los efectos de este "mix" han sido una bajada notable de la siniestralidad y más dificultades económicas para reparar los pequeños golpes de la carrocería. Todo esto nos ha llevado a una **reducción** notable de la **actividad de los talleres de carrocería y pintura** en el último ejercicio. Lógicamente, los proveedores de estos talleres han notado este descenso del volumen de negocio, entre ellos, los que fabrican, importan y distribuyen **equipos de secado por infrarrojos**.

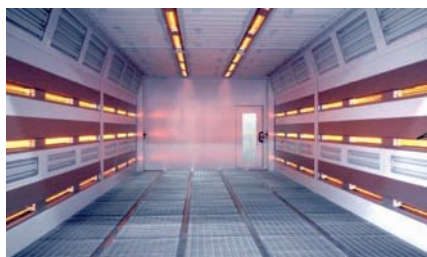
### Dificultades para invertir

Resulta evidente que el descenso de la facturación de los talleres de carrocería y pintura es un freno a la inversión en equipamiento. La inversión en maquinaria es un factor clave para mejorar la rentabilidad. La teoría está muy bien pero otra cuestión es la realidad, a los menores ingresos se le debe añadir como dificultad extra la actual falta de crédito por parte de las entidades financieras. La traducción de toda esta disquisición es que **el taller no está en estos momentos para invertir en equipamiento y de ello se han resentido en el último ejercicio las ventas de equipos de secado por infrarrojos**. Por tanto, los profesionales del repintado siguen trabajando con los equipos de secado disponibles a los que les alargan la vida útil en exceso ya que la compra de una unidad nueva les permitiría ganar en rapidez y calidad. Sin embargo, muchos no pueden o no se atreven a realizar esta inversión. Explica esta cuestión un destacado fabricante: **"el mercado de equipos de secado por infrarrojos va a la**

**baja porque el taller suele contar con ellos pero la venta se genera casi en su totalidad por sustitución más que por la ampliación del número de equipos".** Y añade: **"la apertura de nuevos talleres es testimonial por lo que la necesidad de compra de equipos nuevos está en relación directa con este aspecto"**. Aún con todo, el mercado, como ha podido, ha capeado el temporal, ya que también tiene **condiciones positivas** como subraya la anterior fuente: **"los equipos de secado por infrarrojos son necesarios para poder cumplir correctamente con los tiempos de reparación y seguir adecuadamente las recomendaciones de los fabricantes de masillas, imprimaciones y pinturas"**. Recordemos que la generalización del uso de las pinturas base agua impulsó las ventas de equipos de secado por infrarrojos, imprescindibles para ganar tiempo ante el secado más lento de este tipo de pinturas.



Equipo de secado por infrarrojos HDM BZ de la marca Hamach especialmente indicado para el secado de masillas e imprimaciones. Lo distribuye E.M.M. España.



Soluciones de secado por infrarrojos propuestas por Instalaciones F.M.G.



Uno de los tres modelos de la línea TBM131 comercializados por Launch Ibérica. Todos ellos se presentan con display digital y tres pantallas de onda corta.



# Tecnología *y pasión*



Hacemos tu trabajo **fácil**  
Especialistas desde 1895

## **AquaMax™ Extra**

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



## Aviso a los talleres

Aunque son conscientes de las dificultades por las que están atravesando, algunos proveedores de **equipos de secado por infrarrojos** advierten de que estos equipos están **infrautilizados en demasiados talleres**. Así lo explica un fabricante consultado: *"a pesar de todas las recomendaciones para la utilización de infrarrojos en el taller, se observa en muchas ocasiones un escaso uso de estos equipos en los procesos de reparación por parte de los profesionales del repintado. Y esta falta de uso está causada por la falta de formación e información en la utilización correcta de estos equipos"*.

El aviso es claro, los talleres deben utilizar todo el elenco de equipos que proporcionen rapidez y calidad a su trabajo en aras de alcanzar la máxima rentabilidad en su actividad diaria. Para ello es fundamental una formación continua.

## Cuatro ejemplos

Las marcas más vendidas en equipos por infrarrojos son **Trisk**, **Symach**, **IRT**, **Sagola** o **Hamach** pero la oferta es más amplia. Cuatro ejemplos pueden servir para tener una visión de lo que ofrecen los proveedores en este mercado.

Afincada en Madrid, **E.M.M. España** es la delegación española de la multinacional holandesa E.M.M. dedicada al diseño y a la fabricación de anexos para el pintor. Bajo marca **Hamach** propone cuatro versátiles modelos de equipos infrarrojos de onda corta con temporizador ajustable hasta 60 minutos para uso, tanto en talleres de carrocería y pintura convencionales como de reparación rápida de chapa y pintura. Concretamente, los modelos son el **HDM H04** (230V), dotado con una lámpara halógena y especialmente indicado para pequeñas reparaciones (spot repair); el **HDM AZ** (230V), compuesto por dos lámparas halógenas en posición vertical (AZ H + BZ H 1.200 Watt), pensado para el secado de masillas e imprimaciones; el **HDM BZ** (230V) cuya configuración son dos lámparas halógenas en posición horizontal (AZ H + BZ H 1.200 Watt), también indicado para el secado de masillas e imprimaciones y el **HDP Q** (380V) el cual ya cuenta con cuatro lámparas halógenas en posición horizontal lo que le permite secar paneles horizontales. De todos ellos el más destaca-

do es el primero de ellos, el **HDM H04**, por su óptima relación calidad-precio y porque son muy habituales las pequeñas reparaciones. Este equipos de secado por infrarrojos se presenta con una lámpara halógena de 35 centímetros con un temporizador ajustable de 0 a 60 minutos y es ligero y portátil para así maniobrar con facilidad por el taller. Como ya hemos apuntado es ideal para ser usado en pequeñas reparaciones de chapa.

Seguimos en la Comunidad de Madrid porque Coslada acoge el cuartel general de **Instalaciones Francisco Montes & Gutiérrez**, empresa importadora de las marcas de equipos de secado por infrarrojos **CMC** e **Infrarr**. En total, pone a disposición del taller de carrocería y pintura tres modelos, un puente aéreo para zonas de preparación y dos carros portátiles de onda corta, de 9 y 12 Kw respectivamente. El equipo "estrella" es el carro portátil de onda corta de 12 Kw. Dispone de un sistema computarizado con seis programas, pirómetro controlador de temperatura, chapas de aluminio para proteger la pantalla, puntero láser para señalar la zona de secado y cableado de níquel. Como novedad, ha lanzado una cabina de pintura de la marca CMC, el modelo Raptor, que se comercializa ya equipada con un sistema de secado por infrarrojos.

Cogemos el puente aéreo y nos desplazamos hasta la localidad barcelonesa de Palau-Solità i Plegamans donde tiene su centro de operaciones **Launch Ibérica**. Este importante proveedor de equipos de diagnóstico y maquinaria para taller opera en este mercado con tres equipos de secado por infrarrojos, los **Launch TBM131E**, **TBM131D** y **TBM131DT**. Los tres se presentan con display digital con control de tiempo y botonera táctil y con tres lámparas de onda corta, el soporte de las pantallas se puede ajustar 360° y la pantalla, a 90°. Así mismo, cada pantalla se puede encender de forma independiente y temporizarse durante 60 minutos a distinta potencia. Las lámparas son de cristal frío transparente de cuarzo con fuente de calor y con precalfacción para cambios graduales de temperatura. Este equipamiento es común a los tres equipos. El **TBM131D** enriquece su dotación con un sensor de distancia que permite ajustar la pantalla infrarroja a la distancia de secado correcta. Aún es más completo el modelo **TBM131DT** que añade a los

elementos comentados y al sensor de distancia un sensor de temperatura para proteger la pintura en caso de sobrecalentamiento, es decir, este equipo de secado por infrarrojos se apaga automáticamente en caso de detectar un exceso de temperatura.

Por último, **Reauxi** es un importante importador y distribuidor de productos y equipos para el taller de carrocería y pintura. La cartera de productos de esta firma de Lliçà de Vall (Barcelona) incluye los equipos de secado de la marca **Trisk** cuya oferta es muy completa y un referente de este mercado. Así, propone equipos móviles de una pantalla como el **Curesaver2** y el **Curemate2**. El primero de ellos está pensado para trabajar en superficies verticales y horizontales cuyo cassette puede ser colocado a una altura de 1,8 metros. El segundo, trabaja en superficies verticales y el cassette se puede colocar a una altura de hasta 1,6 metros. También cuenta con un sistema de secado con railes, el **Trisk Trackmaster 32 DT**. Éste es el máximo exponente de la calidad ya que mejora, no solo el secado de la masilla sino también la calidad de la capa superior. Está equipado con dos cassettes y un control de temperatura OCF y cada panel se dota de tres lámparas y de un ventilador de refrigeración. El **Trackmaster 32 DT** también destaca por su bajo consumo ya que la energía eléctrica se utiliza eficientemente a través de la tecnología de onda corta y de los reflectores y las superficies son radiadas de forma selectiva. Si este equipo representa la calidad, el equilibrio es cosa del **Curemaster 2 DTL**, el modelo más vendido por Reauxi. Es el sustituto del **Trisk 302DT** y es el secador tipo (6 kW) para toda clase de talleres. Se utiliza principalmente en reparaciones de pequeñas a medianas y materiales base pero tiene la potencia suficiente para secar pinturas y lacas finales. El **Curemaster 2 DTL** se presenta con dos pantallas y un control de temperatura y cada pantalla consta de tres lámparas de infrarrojos con reflectores y un ventilador. El diseño, combinado con un amortiguador, hace que el ajuste de la pantalla sea muy sencillo. Así mismo, la unidad de control se equipan con una pequeña variedad de programas. De este modelo se deriva una variante, el equipo **Curemaster 2 DTL 400 V**, que añade al equipamiento descrito un medidor de temperatura. ◀



Equipos de secado portátiles de una pantalla Trisk Curesaver2 (izquierda) y Curemate2 (derecha). Trisk es una marca de referencia en el mercado, Reauxi es su importador.



### Páginas web de los principales proveedores

[www.blowtech21.com](http://www.blowtech21.com)  
[www.carrepairstystem.eu](http://www.carrepairstystem.eu)  
[www.casermovil.com](http://www.casermovil.com)  
[www.celiber.com](http://www.celiber.com)  
[www.emm-automotive.com](http://www.emm-automotive.com)  
[www.exfasa.es](http://www.exfasa.es)  
[www.infraclick.com](http://www.infraclick.com)  
[www.instalacionesfmg.es](http://www.instalacionesfmg.es)  
[www.launchiberica.com](http://www.launchiberica.com)  
[www.reauxi.com](http://www.reauxi.com)  
[www.sagola.com](http://www.sagola.com)  
[www.spanesi.es](http://www.spanesi.es)



**EL COLOR DEL ÉXITO.**



**¿Preparado para dar el salto?** Únase a Standox, la marca de pintura para la reparación de automóviles más importante del mercado, y le ayudaremos a estar entre los mejores. Ofrecemos asesoramiento práctico para ayudarle a desarrollar su negocio y conseguir nuevos clientes, a la vez que fidelizar a los actuales y también posicionar su taller para un mayor éxito. Standox le brinda los mejores resultados. Únase a Standox y pronto conseguirá grandes logros [www.standox.es/consulting](http://www.standox.es/consulting)



**El arte del pintado.**



**YA ESTÁN DISPONIBLES EN TABLETAS Y SMARTPHONES**

# Lo último de Spies Hecker en herramientas de color

*Los constructores de automóviles lanzan nuevos efectos y colores especiales para sus vehículos a velocidades de vértigo. Para que los profesionales del repintado accedan lo más rápido posible y de la manera más eficaz a esta multiplicación de fórmulas, Spies Hecker ofrece herramientas y soluciones de color on line de última generación.*

Las herramientas de color on line **Spies Hecker** ya no están solo disponibles en el PC sino también en los **smartphones y tabletas de última generación**. Estos dispositivos ya pueden mostrar las fórmulas de color para los modelos más recientes de la marca alemana de repintado, el módulo que sugiere la cantidad de pintura a preparar, las fichas técnicas así como las hojas de seguridad.

## La web, el mejor canal de información

Esta adaptación a las nuevas tecnologías permite a Spies Hecker cubrir las necesidades del taller ante la multiplicación de fórmulas derivado del hecho de que los constructores de vehículos desarrollan nuevos acabados para las carrocerías de sus últimos modelos a velocidades de vértigo, lanzando nuevos efectos y colores especiales cada día más sorprendentes. En la web de la marca, [www.spieshecker.es](http://www.spieshecker.es), los pintores pueden encontrar la fórmula para lograr la igualación del color en sus reparaciones. *"Todas las variantes de color de primer equipo (OEM) y una amplia ficha informativa sobre cada tonalidad están disponibles en nuestra base de datos de color on line. Actualizamos la base de datos semanalmente por lo que localizar la fórmula adecuada se convierte en una tarea rápida, fácil y sencilla"* explica **Dietmar Wegener** subrayando que Internet es el canal de información más rápido para obtener fórmulas de color.

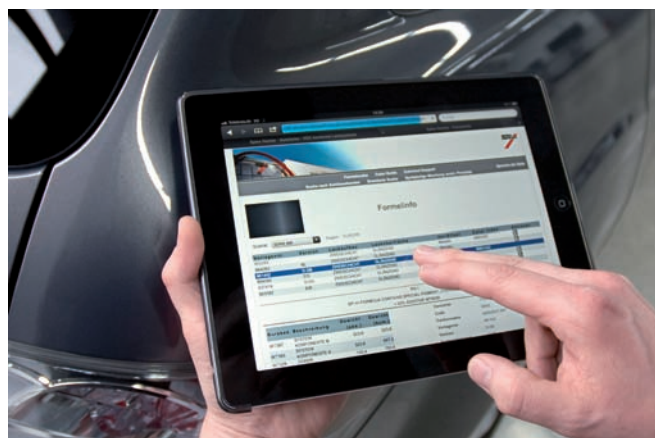
Spies Hecker también ha trabajado para que la búsqueda de color no sea aburrida e interminable y en aportar el máximo de información útil. Así, los colores obtenidos en cada búsqueda se muestran visualmente en pantalla para lograr una identificación más precisa. Desde los resultados obtenidos, el profesional del repintado dispone de información adicional para replicar el color en el taller como el sistema de pintura necesario, información sobre la aplicación en dos o más etapas, datos sobre el tinte necesario o, lo más importante, el ratio de mezclas presentado de forma clara e inequívoca. Además, tal como apunta Wegener: *"el sistema informático es capaz de calcular las cantidades exactas de los materiales que es necesario utilizar para la reparación"*. El ciclo iniciado con la búsqueda de color se cierra de modo sencillo ya que la fórmula para la reparación se puede descargar en el ordenador local equipado con el programa **CRplus**, lo que significa que queda grabada en el equipo local del taller y está disponible para su uso posterior en cualquier momento y por cualquier empleado del taller. ◀

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



El taller de carrocería y pintura debe adaptarse a las nuevas tecnologías. Spies Hecker contribuye a ello con sus herramientas de color on line.

Spies Hecker ya ha desarrollado aplicaciones para trabajar con su información de color en tabletas como la de la imagen.



## El color Midnight Sky de Ford Europa

Hemos apuntado que **Spies Hecker** trabaja para que la búsqueda de información en Internet o el manejo de las herramientas de color no sea largo y aburrido. El color **Midnight Sky de Ford Europa** sirve de ejemplo de cómo se puede llegar a comprender la utilidad y rápida accesibilidad de la información en el buscador de color on line de la marca alemana de repintado. Simultáneamente al lanzamiento del nuevo color en Ford, las fórmulas de reparación ya estaban disponibles en [www.spieshecker.es](http://www.spieshecker.es). En la web de Spies Hecker, los pintores, además de encontrar el código de color y su nombre, pueden obtener información amplia y detallada sobre todos los modelos en los que el color **Midnight Sky** es aplicado en las líneas de montaje de Ford.



Algunos pintores disfrutan ya de una nueva dimensión.



Permahyd®  
**HI-TEC**

El nuevo sistema base agua de Spies Hecker Permahyd® HI-TEC Serie 480 establece nuevos estándares de rapidez, facilidad de aplicación y versatilidad. Visítanos en [www.spieshecker.es/Hi-TEC](http://www.spieshecker.es/Hi-TEC) y conoce la nueva dimensión del repintado.

Permahyd®  
**HI-TEC**

Spies Hecker – más cerca.



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





# 5ª edición del Curso Superior Universitario de Peritación de Automóviles de CESVIMAP

Al perito de seguros se le demanda que dicte sobre las causas de siniestro, la valoración de los daños y otras circunstancias que influyen en la indemnización. Estos profesionales tienen que dominar la metodología de la peritación, los sistemas informatizados de valoración, la elaboración de informes periciales, las técnicas y métodos de reparación de vehículos...

El **Curso Superior Universitario de Peritación de Automóviles de CESVIMAP** proporciona al sector profesional métodos técnicos y teóricos de valoración. La parte on line capacita al alumno para acceder a responsabilidades profesionales, sin desplazamientos, ni horarios. La parte presencial, 20%, totalmente práctica, proporciona capacidades y herramientas para ejercer la profesión de perito con garantía. Está dirigido a titulados universitarios (especialmente ingenieros) o que actualmente cursen estos estudios, graduados en automoción (Grado Superior), profesionales que desarrollan su actividad laboral en el ámbito de la peritación o que deseen acceder y a todas aquellas personas que quieran dedicar su actividad profesional, como autoempleo, en el sector.

**Asignaturas:**

- Teoría del Seguro (1 ECTS)
- El seguro del automóvil (2 ECTS)
- Organismos y Convenios (2 ECTS)
- Aspectos judiciales y de la tramitación (2 ECTS)
- Reparación de automóviles: procesos de trabajo (3 ECTS)
- Otros Vehículos (2 ECTS)
- Técnica Pericial I (2 ECTS)
- Técnica pericial II (2 ECTS)
- Práctica pericial I (2 ECTS, presencial)
- Práctica Pericial II (2 ECTS, presencial)
- Conocimiento del taller como empresa (1 ECTS)

Esta 5ª edición tiene como promoción una

Tablet gratuita para quienes se inscriban con un único pago.

Avalado por la experiencia de CESVIMAP, es un título propio de la **Universidad Católica de Ávila** reconocido por la Asociación de Peritos y Comisarios de Averías, **APCAS**. Como afirma un antiguo alumno *"la formación de CESVIMAP agrupa la necesidad de una titulación con los contenidos teóricos y prácticos requeridos actualmente, es enormemente enriquecedor el aprendizaje conjunto entre personas de talleres, concesionarios, ingeniería, etc. Esta diversidad aporta prácticas con los distintos puntos de vista de las personas implicadas en una peritación, adelantándonos y preparándonos para la realidad de nuestro entorno laboral"*.



**CESVIMAP**

C/ Jorge de Santayana 18, 05004 Ávila  
Tel: 920 206 300. Fax: 920 206 316  
cesvimap@cesvimap.com www.cesvimap.com



LA ELECCIÓN DE UN NUEVO PRESIDENTE, PUNTO DE INFLEXIÓN TRAS UNA ÉPOCA CONVULSA

# Joaquín Bencomo, al frente de la Comisión de Recambios de SERNAUTO

Un hombre de consenso, con gran conocimiento del sector posventa, de un perfil muy técnico y hábil en los entresijos normativos sectoriales, tiene ante sí el reto de llevar a cabo una labor de unión y defensa de los intereses del colectivo al que representa dentro de la entidad.

El pasado viernes 16 de marzo, en la sede de la patronal de fabricantes de componentes de automoción **SERNAUTO** (como debe ser, puesto que se habían barajado otros escenarios), tenía lugar la reunión para la elección de la presidencia de una de las comisiones de la patronal, la **Comisión de Recambios**, que tiene desde entonces en **Joaquín Bencomo**, director comercial y de marketing de **GKN Diriveline**, su nuevo presidente; la Comisión de la entidad (si bien se hallaba cubierta, en funciones, por el Comité de empresas -**Bosch, Wabco, Continental y Cautex**- creado tras los desencuentros habidos desde el anuncio de **Benito Tesier**, anterior presidente, de dejar esa responsabilidad) ya tiene así un solo interlocutor para realizar las funciones de representación del sector posventa ante la administración, entidades y demás foros.

## Templar ánimos en una situación agitada

No ha estado al completo el elenco de profesionales miembros, en el momento de la reunión para

elegir a Bencomo (unos 20 de más de 60, que se ha realizado con la presencia de **José Antonio Jiménez Saceda**, director general de SERNAUTO, y la ausencia de Tesier y **Carlos Sanrigoberto**) quizá fruto de los momentos de tensión que se están viviendo entre bambalinas



SERNAUTO

para nombrar un presidente para la Comisión; curioso que un candidato se elija ante poco quorum, curioso que sea en unas fechas en las que se desarrollaba una manifestación ferial, como nos han comentado varios de nuestros encuestados, aunque bien es cierto que otros han creído que la convocatoria se realizaba con el suficiente tiempo como para coordinar la

asistencia a ambos eventos.

En cualquier caso, Bencomo, director comercial y de marketing de **GKN Diriveline** en nuestro país, ya es oficialmente presidente; es un profesional con un perfil de consenso, capaz de mantener aglutinados a los miembros, y tiene ante sí la tarea de conseguir materializar su liderazgo al frente de una comisión muy importante, por el peso específico del sector al que representa. ●

www.sernauto.es



JOAQUÍN BENCOMO, YA COMO PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

## Colaboración y participación

Unión, trabajo, colaboración, apoyo, participación...ha venido a trabajar; y se abre una nueva página en blanco para llegar a los objetivos.

### ¿Cómo y por parte de quién le llega la propuesta y qué ha valorado a la hora de aceptarla?

Me lo propone el Comité que estaba llevando la Presidencia de la Comisión de forma transitoria. Mi único interés es trabajar por el sector en beneficio de todos los asociados.

### ¿Qué feeling experimenta tras su nombramiento, teniendo en cuenta los últimos acontecimientos vividos en el núcleo de la Comisión?

Un gran agradecimiento a mis colegas, y al resto de asociaciones y prensa especializada, por la confianza depositada en mí y el apoyo que he recibido de todos ellos, motivándome a trabajar por el sector de recambio.

### ¿Cuáles van a ser sus prioridades en su labor al frente de la misma?

Establecer los objetivos de la Comisión. Buscar la colaboración y participación de todos sus

miembros. Obtener resultados concretos en beneficio de todos.

### ¿Cuál va a ser la estructura de funcionamiento en relación con la directiva de SERNAUTO?

Establecer un calendario de reuniones para todo el año fijando el orden del día de la siguiente reunión al final de la anterior.

### ¿Cuál cree que va a ser el tema más relevante en su mandato?

Las prioridades serán promover las relaciones entre SERNAUTO y la administración, asociaciones del sector del recambio, y otras asociaciones interesadas en el Recambio, identificación de áreas de interés común para trabajar en ellas.

### ¿Algo que quiera comentar?

Que cuento con el apoyo y la colaboración de todos para trabajar en beneficio del Sector de Recambios de Automoción y Vehículo Industrial.

## Opiniones

La buena opinión sobre el presidente se manifiesta tanto desde los propios integrantes de la Comisión de Recambios como profesionales externos.

Al habla con el anterior presidente, **Benito Tesier**, director general de **Brembo España** nos comenta: "Joaquín en un grandísimo profesional técnico, y una persona a la que personalmente aprecio, y que (si me lo pide) recibirá toda mi ayuda a título personal. Si se gana la confianza de los miembros de la Comisión, podrán hacerse grandes cosas".

Por su parte, **Heloísa Monzani**, directora comercial de **QH-Klarius** opinaba sobre el nombramiento "Bencomo, anteriormente ya muy activo y proactivo en SERNAUTO, es conciliador, paciente, lúcido, conocedor del mercado y distintos actores, orientado al AM; una buena opción. Debe trabajar para las necesidades del sector, diálogo con demás asociaciones y sobretodo diálogo y transmisión a órganos gubernamentales, legisladores de las necesidades y particularidades e idiosincrasias del sector de automoción."

**Raúl Duro**, responsable de ventas automoción en **Robert Bosch España** decía: "El nombramiento es muy acertado, por sus conocimientos del sector y carácter dialogante. Ahora debe respaldar los intereses de las empresas integrantes en la Comisión, dar notoriedad a la calidad de los productos de los fabricantes de componentes cauces de colaboración con otras asociaciones del sector (talleres, distribuidores, OES) y organismos oficiales."

Para **Emilio Brustenga**, propietario de **IADA** "Es un nombramiento muy adecuado por la trayectoria profesional y la capacidad de trabajo y de negociación de Joaquín Bencomo."

**Eduardo Sanz**, director general de **Airtex Products**, pese a que no está muy interesado actualmente en estos momentos en la Comisión, considera que el nuevo presidente deberá plantearse como prioridades "Definir un plan de acciones, consensuarlas con el resto de fabricantes e intentar ser independiente durante su mandato."

**Catherine Chatellard**, directora de marketing de **ContiTech** comenta: "Como ContiTech abandonamos Sernauto en diciembre 2010 (aunque nuestra división **Continental Automotive Systems** sí está). Tuve la suerte de conocer Joaquín Bencomo cuando acudía a las reuniones de SERNAUTO entre 2006 y 2010. Me merece una buena opinión: una persona íntegra, muy cercana y, desde luego, un gran profesional que conoce muy bien nuestro sector. Creo que en este caso se acertó en elegir al profesional que correspondía para intentar rehacer una "imagen corporativa" muy dañada con los acontecimientos del último año. De la lista que había (o que podía imaginar que había, estando fuera de SERNAUTO) hubiera sido al que probablemente hubiera votado. Le deseo mucha suerte en su nueva responsabilidad, y espero que sabrá trabajar en nombre de todos los fabricantes y no solamente en los que están pagando cuota en la patronal."

Y uno de los profesionales con quien, a buen seguro Bencomo deberá de trabajar en asuntos de común interés, **Miguel Ángel Curno**, presidente de **ANCERA, ARPA, AECAR** y portavoz de **ECAR España**, comentaba, cuando le comunicamos el nombramiento: "Buena elección, es un hombre ponderado, que ahora deberá tomar el timón de la Comisión para poder trabajar buscando la unión y dejando atrás tensiones".



# LA DISTRIBUCIÓN, PARTE DE LA FERIA

# MOTORTEC A.I. 2013

# EL FORO DEL AÑO



La feria supone una plataforma donde no sólo conocer novedades en producto, sino donde tener la opción de conocer y desarrollar nuevas fórmulas de negocio basadas en los esfuerzos que se realizan desde los Grupos de Distribución y las redes de talleres.

No solo los fabricantes de componentes tienen razón de ser en la feria; la Distribución es un elemento fundamental; para muchas empresas, la pasada edición cumplió sus objetivos y la siguiente va a ver su propuesta desplegada ante el sector. Veamos cómo lo viven dos compañías de distribución que apuestan con decisión por ello.

**Ricardo Crespo**, director de marketing de **Impormovil** lo explica así: "Para un empresa de distribución, nada es necesario, excepto vender y dar buen servicio. Dicho esto, el matiz está en qué tipo de acciones haces para generar imagen de marca y fidelizar clientes o que acciones haces para captar clientes, presentar nuevos productos o para desarrollar tu empresa en el extranjero. Para algunas de estas acciones las ferias siguen siendo un buen lugar de concentración de oferta y demanda; la no asistencia de la distribución crearía un vacío muy importante entre fabricantes y clientes finales.

Creo que **Motortec A.I. 2011** significó un punto de inflexión para el sector y para las empresas que asistieron a la cita. Hubo gran movimiento objetivo de asistentes y muchas ganas de comerciar, negociar y estudiar alternativas de futuro. En nuestra opinión, cumplió con nuestras expectativas de visitas, presencia de clientes actuales y lanzamiento de las nuevas familias de producto como fue la pintura y los neumáticos. Nos planteamos la asistencia a la siguiente edición 2013 por dos tipos de motivos: en el lado intangible, porque no queremos caer en el desánimo catastrofista y cómodo de no hacer nada para no invertir/arriesgar nada y creemos que este tipo de acciones reactivan el tejido comercial de la empresa. Por otro lado, hay una serie de objetivos más tangibles como Fidelizar clientes, Reforzar imagen de marca, Lanzar nuevos productos, Mostrarnos a colaboraciones para nuevos mercados.

Las ferias hay que empezar a trabajarlas con tiempo y tranquilidad si no te quieres llevar sobre saltos de última

hora, desaprovechar oportunidades o mal comunicar tu asistencia. Si haces bien esto durante la feria trabajas sin parar y posteriormente necesitas dos días de vacaciones para descansar, aunque la cruda realidad es que en la oficina nadie ha hecho tu trabajo y tienes por delante otra semana de trabajo duro para ponerte a día.

Las ferias son exitosas, en buena parte por las acciones y los planteamientos individuales de los expositores. Animo al sector a que piensen que pueden hacer por la feria y seguro que esta le hará alcanzar sus objetivos."

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

**Roberto Aldea**, director general de **Filtros Cartés** nos explica: "El último euro lo invertiría en marketing. Este es un momento necesario para estar en donde el cliente pueda informarse sobre nuestras empresas, hace falta comunicar en época de crisis para dar a conocer las ventajas que cada uno de nosotros ofrecemos. En un año complicado como el 2011 Motortec aportó una fórmula para nosotros eficaz de llegar al sector. Tuvimos trabajo, visitas y oportunidades; uno de sus valores más importantes en la nueva orientación fue el trabajo realizado a la hora de proporcionar a la feria asistencia de visitantes extranjeros, el apoyo a que estos visitantes fueran recomendados por los expositores. También la comunicación previa y los actos relacionados con el certamen.

Creo que la distribución debe estar en la feria porque ahora es protagonista, en muchos casos incluso más fuerte que los propios fabricante a los que representa.

En la próxima edición aprovecharemos para seguir presentando novedades en cuanto a los avances de los nuevos productos, referencias y sistemas de filtración tanto de nuestros proveedores más importantes como de los desarrollos propios de nuestras marcas." ●

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



Roberto Aldea, convencido de su participación.



Ricardo Crespo, acudirá de nuevo.



**Raúl Calleja**  
Director de Motortec  
Automechanika  
Iberica 2013

## ¿Existe el ROI en Motortec Automechanika Ibérica para los grupos de distribución de recambios y redes de talleres?

Soy taller independiente, necesito de una red que me de cobertura, servicio, logística, precio...y que me haga partícipe y protagonista para poder crecer juntos, dentro un grupo. Quiero confianza y garantía. Redes de talleres, a crecer.

Existen en casi todos los sectores económicos, ciertas nomenclaturas utilizadas de forma genérica que no expresan la globalidad de su función. Un Grupo de Distribución implica mucho más que comprar barato y vender caro. Es toda una *Red de Servicios de Soluciones* a sus socios, distribuidores, almacenistas y talleres de reparación, ya sean propios o ajenos. Añadiendo la tan compleja función de generar tráfico a sus talleres. Bien podrían llamarse Empresas de Servicios de Distribución.

En este sentido los **Grupos de Distribución** y sus **Redes de Talleres**, tienen la posibilidad única de, participando en el nuevo concepto de **Motortec Automechanika Ibérica**, mostrar a todos los talleres, almacenistas y distribuidores de España y Portugal ( que no tienen la posibilidad de ir a encuentros internacionales, porque estamos hablando de servicios más locales a nivel ibérico), cuales son las diferentes propuestas de redes de talleres que existen, mostrar in situ su servicio, su valor añadido que va mucho más allá de un rótulo, de qué manera les hacen llegar formación e información técnica y apoyo formativo en diagnosis, búsqueda y servicio de referencias, ayuda a distancia en reparaciones complejas, qué tecnología les ofrecen de gestión de pedidos, informes...cómo me ayudan no sólo a optimizar mi profesión, sino también a mejorar mi negocio, qué tipo de establecimiento y servicio corporativo se identifica más con mi clientela habitual...quiero soluciones para mi taller que me permitan mantener mi negocio, profesionalizar mi gestión, capacidad de optimizar márgenes por volumen de compra al pertenecer al grupo...beneficiándome de la capacidad del grupo para trasladar este servicio a mis clientes, que confían en mí para reparar y mantener sus vehículos. Quiero entrar en grupo que me ofrezca soluciones. Y sé que en Motortec lo podría encontrar como el espacio por excelencia de todo el conjunto de la posventa en España.

Redes de talleres, **Motortec Automechanika Ibérica** es el espacio comercial dónde, además de mostrar las fortalezas, poder generar más negocio, organizar encuentros y formación para talleres, invitándoles, cuidándoles, y haciéndoles partícipes de las posibilidades.

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

📍 [www.messefrankfurt.com](http://www.messefrankfurt.com)



# motortec automechanika IBÉRICA


Feria Internacional de Componentes, Equipos y Servicios para la Automoción  
13 - 16 Marzo, 2013. Madrid



Arranca tu motor de negocios

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

Con Licencia de:

 messe frankfurt

  
IFEMA  
Feria de Madrid





www.concdecoche.com

**45 Noticias:** Chevrolet, Grupo Fiat, BMW, Porsche

**47 Contacto:** Volkswagen Caddy, Ford Fiesta, Audi A6 Avant, Harley-Davidson V-Rod



## RELACIONADOS CON LA REDUCCIÓN DEL CONSUMO Y DE LAS EMISIONES

### Grupo Fiat revisa gratuitamente hasta 24 puntos

➔ Desde el 26 de marzo hasta el 31 de mayo, **Grupo Fiat** tiene puesta en marcha una **campana** a través de la cual **revisa de forma totalmente gratuita hasta 24 puntos del vehículo** que inciden en el consumo de combustible y en la generación de emisiones contaminantes. El objetivo de esta campaña de primavera es circular con el vehículo perfectamente revisado para que consuma lo menos posible y, como consecuencia de ello, emita las mínimas emisiones contaminantes. Se pueden beneficiar de esta revisión gratuita los propietarios de cualquier modelo de las marcas **Fiat, Fiat Professional, Alfa Romeo, Lancia, Abarth, Chrysler, Jeep y Dodge**. Las revisiones se realizan en los concesionarios oficiales de las marcas citadas y como premio a la concienciación del conductor, este también recibe como obsequio un neceser apto para aviones con productos de limpieza y desinfección de manos sin necesidad de agua. Con esta revisión de 24 puntos Grupo Fiat supervisa el sistema de aire acondicionado, los neumáticos, el sistema de emisión de gases, los frenos y los elementos de seguridad, los sistemas de suspensión y dirección, la baterías, los filtros y el alumbrado. **C** [www.fiat.es](http://www.fiat.es)

REGALA EL CAMBIO DE ACEITE Y DE FILTRO HASTA EL 30 DE ABRIL

## Mantenimiento gratuito Chevrolet



➔ Los propietarios de un **Chevrolet** Matiz, Kalos, Aveo, Lacetti, Nubira, Tacuma, Captiva y Epica matriculado entre 2004 y 2008 se pueden beneficiar de un campaña a través de la cual la marca estadounidense ofrece el **cambio de aceite y de filtro por cero euros**. Esta operación gratuita estará en vigor hasta el próximo 30 de abril.

El director de posventa de Chevrolet España, **Joaquín Araujo**, ha confirmado la apuesta por la posventa de la marca: *"en Chevrolet queremos que nuestros clientes mantengan sus coches en perfectas condiciones y nada mejor que un reparador autorizado para cuidar su Chevrolet. Contamos con una excelente Red de Reparadores Autorizados, con 157 puntos de servicio oficiales en toda España donde todos los clientes pueden disfrutar de una atención personalizada por parte de los mejores profesionales"*. **C** [www.chevrolet.es](http://www.chevrolet.es)

CONCRETAMENTE, LOS MODELOS FABRICADOS ENTRE 2003 Y 2010

## Las Series 5 y 6 de BMW, llamadas a revisión

**BMW** ha llamado a **revisión** todos los modelos de las **Series 5 y 6** fabricados entre 2003 y 2010. El motivo de esta medida es que el fabricante bávaro ha detectado casos muy puntuales en los que la **cobertura del cable de las baterías bajo el capó estaba incorrectamente montada**. Esta anomalía puede derivar en un mal funcionamiento del sistema eléctrico, en un fallo del vehículo al arrancar y, en circunstancias muy particulares, en un riesgo de incendio. BMW ha subrayado que no tienen constancia de que esta incidencia haya provocado algún accidente o lesión en personas.

La **red oficial de servicio posventa BMW** es la encargada de realizar la revisión y reparación de la anomalía y los propietarios de los vehículos afectados ya han sido avisados por escrito. La reparación se realiza en unos 30 minutos y, obviamente, es totalmente gratuita para el cliente. **C** [www.bmw.es](http://www.bmw.es)



Los propietarios de los **Porsche Cayenne** matriculados en 2011 y en 2012 deben revisar el sistema de bloqueo de las ópticas principales. La marca alemana contactará directamente con los propietarios de los vehículos afectados y esta revisión es una simple medida preventiva de calidad. Estudios de calidad internos de la marca de Stuttgart han revelado que, en casos extremos, un inapropiado bloqueo de las ópticas principales puede provocar el desajuste de dicho módulo. El trabajo de reajuste en el taller dura unos 45 minutos y no tiene coste alguno para el propietario del Cayenne. **C** [www.porsche.com](http://www.porsche.com)

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



**Rolén Motor** ha sido elegido **Mejor Concesionario del Año BMW Motorrad 2011**. La firma bávara ha valorado de esta concesión madrileña su capacidad de trabajo, trato y profesionalidad. BMW Motorrad desde 1993, en sus 1.200 metros cuadrados de instalaciones 18 profesionales ofrecen los servicios de venta de motocicletas nuevas y de ocasión, servicio técnico, boutique y recambios originales **BMW**. La calidad es una de las prioridades de Rolén Motor, en 2006 implantó el programa de gestión de calidad QMA y en 2004 ya ganó el premio a la mejor concesión. **C** [www.rolenmotor.com](http://www.rolenmotor.com) [www.bmw-motorrad.es](http://www.bmw-motorrad.es)



# CONTACTO

EN LA VERSIÓN "TURISMIZADA" DEL VOLKSWAGEN CADDY

## Calidad por encima de la media

➔ No podía ser de otra manera tratándose de un producto **Volkswagen** aunque, por otra parte, el conductor pagará un buen importe por ello ya que este **Caddy** es notablemente más caro que sus competidores, léase, el Peugeot Partner Tepee, el Citroën Berlingo, el Renault Kangoo, el Ford Connect o el Fiat Doblò.

Ninguno de los modelos de la competencia alcanza el nivel de calidad del Caddy. Digamos que son mucho más industriales. Obviamente la propuesta de Volkswagen no alcanza el nivel de un turismo pero se queda cerca, el interior es austero pero correctamente acabado, lograr un cómodo puesto de conducción es sencillo, el tarado de suspensión es relativamente duro lo que se agradece ya que evita el excesivo balanceo de este tipo de vehículo. No es un vehículo confortable porque estamos ante un vehículo comercial pero como contrapartida, es muy amplio, más que cualquier monovolumen compacto, su equivalente por dimensiones. La altura, lógicamente, es de lo más generosa, las tres plazas traseras son reales, hay buen espacio para las piernas y el maletero alcanza los 750 litros. Para que se hagan un idea, permite colocar un carrito de bebé sin necesidad de doblarlo. Queda claro que su falta de versatilidad (no hay guías para deslizar los asientos traseros hacia delante o no se pueden eliminar asientos) lo compensa con el máximo aprovechamiento del espacio y con un cuadrado y amplio maletero.

La versión probada era de la de 102 CV **BlueMotion**, una cifra buena para circular sin carga pero justa si nos disponemos a llenar lo mucho que cabe en este Caddy. En cualquier caso, es la opción que más recomendamos, les descartamos las variantes gasolina, por ser más "gastonas" y las otras opciones diésel son de 75 CV (insuficiente) y de 140 (su precio de partida son casi 26.000 euros). En cualquier caso, estas son las cifras de potencia en las que se mueven este tipo de vehículos. Por último, destacar que la gama Caddy es muy amplia y versátil, incluso propone variantes con tracción integral y con cambio automático DSG. **C**

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



LA VERSIÓN SPORT MATCH DEL FORD FIESTA CON EL MOTOR 1.6 DE 133 CV

## La guinda del pastel

➔ El **Ford Fiesta** es uno de los mejores utilitarios del mercado pero se echaba de menos una versión deportiva equipada con un motor potente que permitiera sacar más partido a su logrado chasis. Desde el pasado mes de octubre la marca del óvalo ha cubierto esta necesidad incorporando a la gama un motor gasolina de 133 CV solo disponible en la carrocería de tres puertas y nivel de acabado Sport Match. Este nuevo propulsor le sienta como anillo al dedo al uti-

litario de Ford y solo es el aperitivo ya que en 2013 está previsto el lanzamiento del Fiesta ST, que alcanzará los 180 CV.

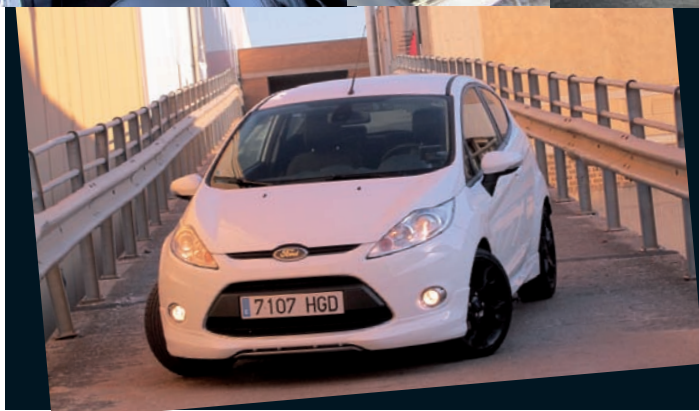
Pero vayamos paso a paso y centrémonos en la versión probada, la de 133 CV. Aunque su cubicaje (1,6 litros) se antoja algo elevado en los tiempos **downsizing** (baja cilindrada, alta potencia) que corren, este propulsor de gasolina de inyección indirecta proporciona un buen rendimiento. Gracias a su ligero peso

(1.045 kilos), el Fiesta se mueve con soltura y agilidad y, lo que es mejor, su comportamiento es una delicia ya que el tarado de la suspensión es duro pero sin llegar a ser incómodo y el chasis está tan logrado que permite absorber sin problemas esta potencia aportando unas reacciones nobles en cualquier circunstancias. Por tacto de suspensión y comportamiento, es uno de los referentes de su categoría.

La vida a bordo es un tanto agobiante, el salpicadero es demasiado prolongado, se proyecta excesivamente hacia los pasajeros delanteros lo que da sensación de agobio y de falta de espacio. Además, la

consola central nos parece recargada. Detrás, el espacio también es justo, sobre todo, por anchura situándose en un término medio en relación a la competencia. En cuanto al maletero, 295 litros es una buena cifra. Los materiales son de una calidad correcta, tanto real como percibida, y en esta generación el puesto de conducción está más logrado ya que ahora ya existe un reposapiés izquierdo "real" algo que no tenía la anterior generación. La visibilidad es óptima y el tacto de la dirección y del cambio son precisos. Eso sí, Ford podría haber incorporado ya un cambio de seis relaciones y no el de cinco. También es imperdonable que los airbags de cabeza delanteros y traseros y el control de velocidad sean elementos opcionales. Como contrapartida, el precio de este Ford Fiesta 1.6 Ti-VCT Sport Match de tres puertas es contenido, no llega a los 17.000 euros. **C**

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





AUDI A6 AVANT 3.0 TDI 245  
CV QUATTRO S TRONIC


## Lujo... y mucho más

➔ Tracción integral, cambio automático S tronic, equipamiento tecnológico de primer nivel, etc. Lo cierto es que esta versión del **A6 Avant** de Audi impresiona... también su precio, casi 59.000 euros.

Vayamos por partes, lo primero que llama la atención es el lujo y el refinamiento que transmite. Los materiales del interior son excelentes y están impecablemente rematados. No obstante, Audi ha recurrido en este modelo a inserciones de imitación de madera que quizás aporte distinción pero que le hace perder algo del espíritu deportivo de la marca. En cualquier caso, en el interior se respira una calidad muy elevada y el confort raya a la misma altura, el coche está perfectamente insonorizado, el sistema de climatización permite que cada pasajero disfrute de la temperatura deseada y la amplitud es más que suficiente para cuatro, no tanto para cinco. A pesar de las generosas dimensiones del A6 (4,92 metros de largo por 1,87 de ancho) el espacio no está aprovechado del todo aunque, obviamente, es más que suficiente. También lo es el malero, que alcanza los 565 litros. En cuanto al equipamiento, no se hecha en falta nada y puede ser espectacular a nivel tecnológico, eso sí, si te rascas el bolsillo ya que la mayoría solo está disponible

en la lista de opciones que incluye innovaciones como un sistema de aparcamiento de última generación dotado con cuatro cámaras de entorno, cristales insonorizantes, faros completos con tecnología LED, paquete de apertura por control gestual, asientos de confort con memoria y delanteros y traseros con calefacción, etc.

Una vez en carretera sí que extrae todo el espíritu deportivo Audi. Un chasis muy logrado con una batalla de casi tres metros (2,912 m), un sistema de suspensión con paralelogramo deformable y resorte helicoidal y amortiguadores de tarado firme, unos neumáticos de medidas 225/55/R17 y el eficiente y afamado sistema de tracción integral quattro confluyen para que el coche vaya sobre rales, sobre todo en vías rápidas. En carreteras viradas sufre más por las inercias generadas por sus dimensiones. El confort también es elevado, hace sentir los baches pero, en contrapartida, apenas ba-

lancea ni cabecea. El conjunto dinámico del A6 Avant quattro asume sin problemas la elevada "caballería" de la versión probada, los 245 CV de un motor 3.0 TDI pleno de energía pero cuyo consumo no se dispara, 5,9 l/100 km en ciclo combinado. Por último, el cambio S tronic también merece especial mención, bueno, solo halagos, sencillamente es una maravilla: es rápido de reacción, apenas genera saltos entre marchas, es delicado cuando estamos aparcando... ¿quién quiere un cambio manual? 

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



V-ROD 10TH ANNIVERSARY, LA HARLEY-DAVIDSON REALMENTE DIFERENTE... Y EXCLUSIVA

## Una década en el futuro

➔ Han pasado ya diez años desde que la siempre clásica marca de motos de Milwaukee, esa que es considerada en todo el mundo como más que una simple marca de motos, esa misma que todos identificamos como un estilo de vida, una forma de entender la relación entre ser humano y carretera... Esa, que nunca parecía atreverse a romper sus propias reglas, presentó una moto completamente distinta a todo lo que llevaba haciendo desde hacía casi 90 años (ahora ya más de 100). Aunque sin dejar de ser una auténtica Harley-Davidson (no en vano el diseño fue responsabilidad también del recientemente retirado William G. Davidson, nieto del cofundador de la marca), la V-Rod era tan futurista en su estampa y en sus conceptos básicos que tuvo en su día tantos defensores como detractores. Sin embargo, una década después, nadie puede negar que su diseño de Terminator 3 y su aporte tecnológico la mantienen tan actual y vigente hoy como en febrero de 1993 cuando se presentó.

Hoy en día, con Buell extinguida completamente, Harley-Davidson sigue teniendo en su catálogo un 90% de motos basadas en los preceptos tradicionales, más o menos puestos al día, pero arraigados en las motos de los años 1930... Sólo la gama VRSC (**V-twin Racing Street Custom**), de la cual la que hoy probamos –la V-Rod serie especial 10º aniversario– es su estándar, se sale de ese patrón. ¡Y vaya cómo se sale!

### Todo alrededor del motor

Las similitudes entre la V-Rod y el resto de la gama Harley-Davidson empiezan a terminar en la configuración bicilíndrica. A partir de aquí, todo son diferencias, empezando porque los cilindros del motor Revolution de la VRSC están inclinados a 60º y no a los 45º habituales, continuando porque está refrigerado por agua, en lugar de la impertérrita refrigeración por aire de toda la vida; y acabando porque es Porsche quien ostenta la autoría de esta maravilla tecnológica, un propulsor de 1.250 cm<sup>3</sup> que golpea fuerte con sus demoleedores 125 CV conectados por la sempiterna correa (vale, eso también se mantiene...) a un neumático trasero de enorme balón (240/40 R18), gracias al cual la capacidad de tracción en aceleraciones bruscas es gigantesca... casi tanto como el esfuerzo que requiere tumbarse en curva esos neumáticos de infinitos talones.

Sin dejar las gomas, vale la pena comentar que los Scorcher son un diseño exclusivo de Michelin para Harley-Davidson y como tal van huecografiados con el logotipo de la marca americana en los hombros. Además, algo que ensalza el orgullo patrio es saber que están fabricados en España, concretamente en la fábrica que el Señor Bibendum tiene en Lasarte (Guipúzcoa).

**No suena a Harley... pero así**

Cuando nos ponemos en marcha, siguen las diferencias con respecto a las **primas aireadas**. El motor, sea porque se gestó parcialmente en Alemania, sea porque al ir refrigerado por agua ésta ejerce de aislante sonoro y de vibraciones, suena prácticamente como el de una moto europea (si-gue estando lejos de las japonesas, tranquilos...), rueda sin temblores ni traqueteos remarcables y tractorea lo justo cuando lo queremos hacer despertar de un régimen de giro inferior a las 2.000 rpm, zona en la que los 111 Nm de par aún están lejos (se entregan a 7.250 rpm, 1.000 antes que la potencia máxima) pero ya **asoman la patita**... La V-Rod es una moto tremendamente ágil en lo que a prestaciones puras y frenada se refiere. No así cuando queremos llevarla por carreteras algo curvadas, en las que a pesar de la buena voluntad, la posición de conducción típicamente custom (con los pies por delante), la ingente distancia entre ejes (1.705 mm) y esa **pelota de playa** que lleva atrás por neumático impiden que podamos entrar en curva con aplomo, aunque, eso sí, los estribos nos permiten más ángulo de inclinación del habitual en las motos americanas...

El precio de la nueva Harley-Davidson V-Rod 10th Anniversary es exorbitado y una de las razones por las que sea un modelo tan difícil de ver en el mundillo **custom**, al margen de cuestiones dogmáticas acerca de su refrigeración líquida. Los 20.000 € de base del modelo son un atraco en toda regla. Vale que hablamos de una versión exclusivísima, pero tampoco se queda atrás su hermana Night Rod Special (la versión en negro para malos malotes) y ésta se conforma con una tarifa de "sólo" 17.850 €. Claro que, puestos a dejarnos el pico, la V-Rod Muscle, de ambientación más **dragster**, nos cuesta apenas 800 € más que nuestra protagonista pero nos da un plus **canalla** que personalmente **mola más**. 

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





**PRIMAVERA**  
**especial**  
**2012**

mundo recambio y taller

**myt**

www-mytyt.es

DESDE 1980 LA REVISTA DE LA POSVENTA DEL AUTOMÓVIL

**REDES DE TALLERES**

**CAMPAÑAS  
DEL RECAMBIO,  
LA POSVENTA Y  
SU IMPORTANCIA  
EN EL TALLER**

**datos  
entidades**

**fabricantes de  
componentes  
grupos de  
distribución**

**distribuidores  
neumáticos  
autocentros +  
varios**

## Fidelizando, que es gerundio

En un contexto económico en el que no se ha conseguido todavía que se abran los canales de circulación de dinero, porque las cifras de desempleo no se detienen sino que siguen aumentando a modo de "gota malaya", los usuarios siguen teniendo problemas con la liquidez. Se prioriza y, si bien el vehículo suele estar en un orden de importancia alto (el segundo bien más importante, según se decía), por mucho que la venta de VN haya descendido, incrementando la media de edad del parque circulante, e hipotéticamente de la necesidad de mantenimientos y reparaciones, lo cierto es que no se lleva el coche al taller a no ser que no ande; se apura al límite toda intervención y de ahí el descenso de operaciones tanto en el canal multimarca (pesar de su habitual posición de pole en la percepción del usuario, fundamentalmente por confianza) como del marquista.

Estar en una red asegura un montón de apoyos a emplear para fidelizar al cliente, para atraerle al taller, informando al cliente de los muchos beneficios de optar por ese canal, con una imagen que reconozca como "de prestigio", ya les hemos hablado de ello.

El panorama de redes de talleres en España, además, se está concentrando, fruto de la integración de las estructuras que las promueven; la unión hace la fuerza, ya saben...pero, incluso así, las informaciones del abandono de vehículos en el taller, o en las calles, se suceden y de ahí la intensidad de las acciones para estimular la demanda bajo criterios de seguridad, medio ambiente, etc.

La cuestión es que, en un contexto en contracción de demanda y multiplicidad de oferta, no hay tanto espacio para los resultados de todos los actores, y por ello se intensifican las acciones de prestigio de un producto y no otro para llevarse la venta.

Y pese a que la mano de obra del reparador es, como siempre defienden sus patronales, la base de su negocio, no deja de ser cierto que los apoyos que los márgenes que puedan dejar las piezas aportan su granito de arena, junto a los apoyos intangibles que, por emplear un producto y no otro, pueden suponer a un taller y su red.



**INCLUYE  
ESPECIAL  
2012  
GUÍA  
REDES DE  
TALLERES**







# Datos del sector rep

## Total de talleres

(a febrero 2012):

**46.862** con

**49.901** puntos de servicio,

Por Número de empleados por punto de servicio:

**Menos de 2: 15.745**

**De 2 a 4 asalariados: 22.944**

**De 5 a 9: 7.942**

**De 10 a 19 asalariados: 2.186**

**De 20 a 49: 662**

**Más de 49: 421**

Fuente: INE

## Talleres por especialidad:

**Talleres electromecánicos: 29.500**

**Talleres de carrocería: 8.500**

**Talleres de neumáticos: 5.000**

**Talleres de motocicletas: 3000**

**Hipermercados: 225**

**Concesionarios: 3.150**

**Servicios autorizados: unos 7.000**

Varias fuentes: INE, GIPA y CONEPA

## Nº reparación de siniestros 2011/año antigüedad vehículo:

**1er año: 251.433**

**2º año: 273.416**

**3er año: 318.469**

**4º año: 413.149**

**5º año: 364.310**

**6º año: 301.069**

**7º año: 244.413**

**8º año: 192.971**

**9º año: 153.860**

**10º año: 149.523**

**Un 59% se realizan en vehículos de menos de 5 años**

**Un 41% se realizan en vehículos de más de 5 años**

**El 31% de facturación son importes de 1200-1300 Euros**

**(un 28% de las reparaciones)**

Fuente: Audatex

## CÁLCULO REPARACIONES 2011

TALLERES REPARADORES	Reparaciones 2011	%	Parque 2011	Rep. vs parque	Materiales	M. Obra	Total Facturación	Horas	Técnicos
Mantenimiento y reparación	30.000.000	84%	22.000.000	1,4	4.307.723.912	2.319.543.645	6.627.557	57.988.591	36.818
Carrocería	5.800.000	16%	22.000.000	0,26	3.498.846.851	2.210.802.036	5.709.648.887	60.710.995	38.547
<b>TOTAL</b>	<b>35.800.00</b>				<b>7.806.570.763</b>	<b>4.530.345.681</b>	<b>12.336.916.444</b>	<b>118.699.587</b>	<b>75.365</b>

Fuente: Audatex

## Datos

**50** Datos del sector reparador

## Entidades

**52** CETRAA, CONEPA

**54** Ganvam, Faconauto

## Fabricantes de Componentes

**55** CONTINENTAL AUTOMOTIVE SPAIN, S.A.- Centro de Frenos ATE/VDO/ BestDrive

**58** BOSCH- Bosch Car Service

**56** DELPHI- Red de Servicios Oficiales Delphi

**57** DIAVIA AIRE- Red de Talleres Autorizados/Red de Servicios Oficiales Diavia Pág. 57

**61** HELLA- Servicio Asociado Hella

**62** MAGNETI MARELLI- Checkstar

**64** VALEO SERVICE ESPAÑA- Valeo Clim Service

## Grupos de Distribución

**65** AD PARTS- AD/Elite/Premium/ Autotaller5

**67** AGERAUTO- TecnoTaller

**68** CECAUTO- Red de Talleres Cecauto

**70** C.G.A.-Tecno-Centro/MultiTaller/ Multi Marca/Sacorauto Service

**71** DIPART-Talleres DP

**72** GROUP AUTO UNIÓN ESPAÑA-EuroTaller/InterTaller/ TopTruck

**76** GRUPAUTO-Red de Centros Técnicos Grupauto

**74** GRUPO SERCA AUTOMOCIÓN-SPG Talleres

## Distribuidores

**77** ESTABLIMENTS COLL-CF Tallers

**77** MPORMOVIL- AutoFit

**78** LAUSAN- Taller XXI

## Neumáticos

**81** BRIDGESTONE FIRESTONE HISPANIA- First Stop



# arador <sup>especial</sup> 2012

## Nº reparación colisiones (carrocería)

2010: **6.124.851** (-2,9%)

2011: **5.700.943** (-4,9%)

Fuente: Audatex

## % reparaciones/venta de recambios:

Reparación de colisiones (carrocería):

**40%** (60% piezas de carrocería, 31% piezas mecánicas, 95 otros materiales)

Reparaciones y mantenimiento: **60%**

Fuente: Audatex

## REPARACIÓN TALLERES MULTIMARCA/MARQUISTAS

TALLERES REPARADORES	% Lealtad reparaciones	Reparaciones
Concesionarios	35%	12.565.800
Multimarca	65%	23.234.200
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>35.800.000</b>

Fuente: Audatex

- 82 BRIDGESTONE FIRESTONE HISPANIA - Truck Point
- 80 BRIDGESTONE FIRESTONE HISPANIA - Biker's Club
- 80 BRIDGESTONE FIRESTONE HISPANIA - Agri Point
- 81 EUROMASTER AUTOMOCIÓN Y SERVICIOS- Euromaster
- 80 GRUPO SOLEDAD- Confort Auto
- 81 GRUPO SOLEDAD- Ecological Drive
- 82 NEUMÁTICOS MICHELIN- Vialíder
- 82 GOODYEAR DUNLOP TIRES- Vulco
- 81 NEUMÁTICOS ARCO IRIS- Eurotyre
- 82 SERVEIS DE GESTIÓ RODI- Rodi

- 80 SERVICIOS DEL AUTOMÓVIL CLAXON

### Autocentros+ Otras Redes

- 83 AYUDA DEL AUTOMOVILISTA-ADA
- 83 AURGI-Aurgi
- 83 FEU VERT IBERICA- Feu Vert
- 83 MIDAS ESPAÑA- Midas
- 83 NORAUTO ESPAÑA- Norauto
- 83 YOFINDO- YoFindo

## CENTROS DE REPARACIÓN INTEGRAL DEL AUTOMÓVIL

# SEGURIDAD Y FIABILIDAD



## UNA SOLUCIÓN DE FUTURO PARA TU TALLER



La Red de Talleres DP está integrada por profesionales con experiencia en la reparación de automóviles. Sus conocimientos técnicos se actualizan a través de cursos permanentes de Formación, que incorporan las últimas tecnologías del automóvil.

**GARANTÍA DE REPARACIÓN:** Todas las intervenciones de Talleres DP están garantizadas durante 6 meses o 5.000 km. Esta garantía tiene aplicación a nivel nacional en cualquiera de los Talleres DP de la Red, previa presentación de la factura de reparación.

Además, Talleres DP proporciona a su Red un importante apoyo comercial a través de **Cursos de Formación Técnica y Soporte de Gestión**, para conseguir la máxima satisfacción de los clientes.



Vía Dos Castillas 15, 1º M - 28224 Pozuelo de Alarcón (Madrid)  
Tel: 34 - 91 351 83 86 - Fax: 34 - 91 351 81 04  
Contacto: talleredp@dipart.es - www.talleredp.es

En Talleres DP solo trabajamos con primeras marcas





## IMPORTANCIA DE LAS CAMPAÑAS DEL CANAL MULTIMARCA

En un entorno de incertidumbre y crisis como la actual la labor de la reparación y la posventa deviene en una actividad esencial en lo económico y en la garantía de la libertad de movimiento de las personas. El canal multimarca es un canal que integra y complementa los intereses de consumidores, distribuidores, recambistas y talleres de reparación y, por ello mismo, de una enorme importancia. Algunos hemos defendido siempre que la sana competencia entre canales y sectores es una de las garantías de una mayor rentabilidad, de una mejora en la eficiencia empresarial y de una mayor productividad. Algo que nuestro país necesita como el comer.

Para mí, la importancia no está tanto en las campañas en sí mismas, sino en los diversos canales de venta y en cómo satisfacemos la necesidad de la posventa para atender adecuadamente, con rapidez, garantía, flexibilidad y precisión en la respuesta a la hora de encontrar la pieza y el recambio necesarios para una correcta reparación.

Ciertamente, las campañas son una parte más del marketing de venta de cualquier empresa dedicada al suministro de piezas y accesorios y adquieren gran importancia en momentos concretos, campañas de invierno, de verano, vacacionales, para atender una mayor demanda de servicio al automóvil y a la motocicleta, esencialmente, sin olvidarnos de los vehículos industriales, pero lo que es verdaderamente importante es que la coexistencia de las redes de marca y de las redes multimarca son la garantía de una adecuada atención al usuario, en el marco de una reparación que ha de tener siempre como objetivo la seguridad y la calidad de cualquier intervención sobre el vehículo.

Quiero resaltar que así ha sido siempre y que, espero, así debe seguir. La posventa de automoción requiere de todos los canales y éstos, como complementarios que son, deben proveer y poner de su parte para que la reparación sea siempre un éxito.

Nos jugamos mucho en ello, tanto desde el punto de la seguridad vial, quizá el punto más importante, pero también desde el punto de vista del mantenimiento del empleo en nuestro sector, que afecta a los fabricantes de vehículos, a los de piezas y componentes, a la distribución de ambos y a la reparación de vehículos.



**Manuel García Arenas**, presidente



**CETRAA**  
Confederación Española de Reparación de Automóviles y Afines-CETRAA  
[www.cetraa.com](http://www.cetraa.com)

## LA DEFENSA DE LO NUESTRO CON EL RESPETO DEBIDO HACIA LOS DEMÁS

En este mundo del siglo XXI, la comunicación tiene un papel fundamental en cualquier actividad. El impresionante avance de internet y las múltiples herramientas surgidas a través de la red llenan de dinamismo todos los sectores y, particularmente, también el de la posventa de los vehículos. Desde CONEPA somos conscientes de que no sólo hay que hacer, sino también que contar lo que se hace y su porqué. Cualquier medio es bueno para ello, ya sea tradicional o ligado a las nuevas tecnologías de la información.

En ese contexto, en CONEPA entendemos perfectamente que los distintos colectivos que operan en el sector usen el arma de la comunicación para impactar en sus clientes. Por eso, bienvenida sea cualquier campaña que destaque lo que es bueno y se hace bien, sobre todo si se plasma de manera coherente con el interés general del sector y con el respeto debido a todo el colectivo. Y es que, muchas veces, las campañas agresivas, aunque puedan ayudar puntualmente a una empresa o entidad concreta, redundan negativamente en la imagen de todo un sector.



**Ramón Marcos**, presidente



**Federación Española de Empresarios Profesionales de Automoción- CONEPA**  
[www.conepa.org](http://www.conepa.org)



CALIDAD - SERVICIO - COMUNICACIÓN

# EXPERIENCIA

PARA NUESTROS CLIENTES desde 1951



Producimos 11 millones de filtros cada año de más de 2.000 referencias diferentes. Cada filtro es el producto del trabajo de todo un equipo que garantiza un producto de altísima calidad. Nuestro compromiso constante nos permite ofrecer un producto fiable y garantizado que satisface las exigencias del primer equipo, del recambio original y de los profesionales del recambio multimarca del automóvil.

*Engineered & Made in Italy*



Value for Your Business





## LAS CAMPAÑAS DEL RECAMBIO EN LA POSVENTA Y SU IMPORTANCIA PARA EL TALLER MULTIMARCA INDEPENDIENTE

Se reducen los pasos por el taller y el factor precio cobra mayor importancia entre las prioridades de los clientes. La competencia se intensifica, pero la guerra de precios tiene un límite, y a la larga perjudica la relación con nuestros clientes. Junto con el precio, hay que transmitir otros valores como fiabilidad, seguridad, tecnología, servicio, atención, transparencia, etc.

Los talleres oficiales cuentan con la ventaja competitiva de la marca que representan, imagen de marca, tecnología, etc., y pretenden ganar cuota en los vehículos de más antigüedad, que ya no cuentan con garantía. Mayores descuentos en recambios originales, segundas marcas de recambios, diferentes tarifas de precio/hora en función de la complejidad, puede que los haga más competitivos, ya que ofrecen a los clientes paquetes cerrados muy similares a los que ofrecen los talleres independientes. Los talleres independientes tienen en general mayor cercanía y empatía con el cliente y estructuras menos rígidas que les permiten quizá adaptarse mejor o más rápido al entorno, normalmente con un precio/hora sensiblemente inferior. Pueden prestar un servicio de calidad incluso durante el período de garantía y suministrar diferentes alternativas de recambio, original, de calidad equivalente, recambio homologado, etc. Como siempre, el cliente elige.



**Juan Antonio Sánchez Torres,**  
*presidente*



**Asociación Nacional de vendedores de Vehículos a Motor Reparación y Recambios- GANVAM**  
[www.ganvam.es](http://www.ganvam.es)

## CAMPAÑAS DE PRODUCTO, LOS CONCESIONARIOS SE ADAPTAN AL MERCADO

El taller y la posventa, pese a que su actividad también se ha visto ampliamente penalizada por la crisis, se ha convertido en un "refugio" para los concesionarios oficiales, que han tenido que intensificar su atención en esta unidad de su negocio para compensar las caídas en las ventas de vehículo nuevo, de todos conocidas.

Todas las redes se están moviendo en esta dirección de manera muy rápida y muy ágil. Dado que el know-how se puede decir que está asegurado, ya que los profesionales de los talleres oficiales disponen de la experiencia, del conocimiento, del contacto directo con la marca y de las herramientas para dar el mejor servicio, los concesionarios están centrando su labor de posventa en la fidelización de clientes. En esto, la formación está teniendo un papel fundamental.

Junto a esta prioridad por la fidelización, estamos sabiendo adaptarnos al mercado mediante constantes campañas de producto que los clientes se pueden encontrar en nuestros talleres, sobre todo de componentes de alta rotación o ligados a estacionalidad.



**Antonio Romero-Haupold,**  
*presidente*



**Federación de Asociaciones de Concesionarios de la Automoción- FACIONAUTO**  
[www.faconauto.com](http://www.faconauto.com)





## ATE/DTCO+/ PNEUS EXPERT/BEST DRIVE



### Datos sede central

(ATE, DTCO)  
C/ Sepúlveda, 11  
28108 Alcobendas (Madrid)  
Tel. 91 490 90 06  
Fax. 91 657 21 51  
www.dtcoplus.com  
www.frenos-ate.es

(Pneus Expert, Best Drive)  
Avda. Castilla 2, P. E. San Fernando,  
Edificio Múnich, Planta 1 B-C,  
28830 San Fernando de Henares (Madrid)  
Tel. 901 10 80 90  
Fax. 91 495 57 74  
info.fsc.es@conti.de  
www.pneusexpert.es  
www.bestdrive.es

### Nombre de la Red:

Centro de Frenos ATE; DTCO+, Expertos en tacógrafos (2009); Pneus Expert (1996), BestDrive, (2011).

### Empresa promotora:

Continental Automotive Spain; FSC Servicios de Franquicia.

### Director de expansión de la red en España:

Jesús Castillo, Jesús López, Pedro Teixeira

### Especialidades:

ATE

Especialistas en frenos, diagnóstico y reparación.

DTCO+

- La mejor red de servicios oficiales para el profesional del transporte
- Profesionalidad y servicio avalado por la marca líder VDO
- Especialistas en gestión de datos y soluciones de tacógrafo
- Más de 100 DTCO+ ofreciendo el mejor servicio en toda España
- Comprometida con el profesional del transporte para afrontar conjuntamente los cambios tecnológicos
- Una red preparada para satisfacer las necesidades del sector
- Red equipada con los medios técnicos más avanzados.

PNEUS EXPERT

Neumáticos.

BEST DRIVE

Neumáticos Multiproducto (turismo, camión, moto e industrial) y Mecánica rápida.

### Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:

ATE

5 en Valencia, 1 País Vasco, 5 en Canarias, 8 Cataluña  
8 en Levante, 1 en el País Vasco, 2 en Cataluña, 5 en Canarias, 1 Madrid, 2 Andalucía, 5 Galicia, 4 Castilla-León

DTCO+

Más de 100 talleres por toda España. Servicios Oficiales representados a nivel Nacional 384 talleres.

PNEUS EXPERT

Dos talleres en Valencia.

BEST DRIVE

30

### Presencia fuera de nuestras fronteras:

ATE

Más de 1.900 Centros de Frenos ATE en toda Europa. Alemania, país dónde se implantó inicialmente la red, cuenta con aproximadamente 1.300 Centros de Frenos. DTCO+

Es un proyecto asentado en España y del que posiblemente en un futuro se extienda al resto de países, pero de momento sólo España. VDO es una marca asentada a nivel europeo a través de 7.500 servicios oficiales.

BEST DRIVE

Pertenece a la Red Europea de Contitrade, más de 2.200 talleres propios y franquiciados distribuidos por toda Europa y más de 20 años de experiencia. www.contitrade.com

### Productos y servicios ofrecidos por la red al usuario final:

ATE

Merchandising. Imagen identificativa

DTCO+

Los servicios adicionales van encaminados a la gestión de los datos del tacógrafo digital.

Por un lado, ofrecen una solución interesante en cuanto al servicio de custodia y archivo de los datos del tacógrafo digital "SARCU"; a través del cual los conductores pueden acudir a cualquiera de estos centros técnicos para descargar los datos. Estos datos quedan archivados en los servidores de Continental, quien se responsabiliza de su custodia. El propietario podrá disponer de los datos siempre que lo desee: 24 horas, los 365 días del año. Otros de los servicios adicionales es lo que se conoce con el nombre de Punto de Descarga, basado en el servicio SARCU, es un novedoso servicio en el que los conductores, de forma autónoma y sencilla podrán descargar rápidamente y archivar de forma segura, los datos del tacógrafo digital y de la tarjeta de conductor, gracias al lector de tarjetas integrado, sin necesidad de acudir a la central.







## RED DELPHI SERVICE CENTRE/ SERVICIOS OFICIALES DELPHI DIESEL



**SERVICE CENTRE**

**Datos sede central:**

Ed. Atenas, 2ª Pta.  
Parque Empresarial San  
Fernando Av. Castilla  
28830 San Fernando De  
Henares Madrid  
Tel. 913 794 720  
Fax. 91 379 47 40  
web: am-es.delphi.com

**Empresa promotora y su gerente:** Delphi Product & Service Solutions / Mark Attwood.

**Director de expansión de la red en España:** François Balland, Manuel A. Rosa

**Especialidades:**

*DSC (DELPHI SERVICE CENTRE)*

Diesel common rail .

*SOD (SERVICIO OFICIAL DELPHI DIESEL)*

Equipos de inyección.

**Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:**

*DSC (DELPHI SERVICE CENTRE)*

103 en todo el territorio nacional

*SOD (SERVICIO OFICIAL DELPHI DIESEL)*

143 en todo el territorio nacional (actualización 2012 +/- 4)

**Presencia fuera de nuestras fronteras:** Sí, en todos los países del mundo .

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:**

*DSC (DELPHI SERVICE CENTRE)*

Herramientas de diagnóstico Delphi, serie de software y formación.

*SOD (SERVICIO OFICIAL DELPHI DIESEL)*

Cumplir con los estándares establecidos por DELPHI Diesel Systems en términos de equipamiento y formación.

**Campañas que pone en marcha su red para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:**

*DSC (DELPHI SERVICE CENTRE)*

Pertenecer a la red DSC permite a los talleres afiliados estar siempre al día en la última tecnología de inyección diesel y así maximizar las oportunidades de reparaciones de sistemas diesel, estando en contacto con nuestra red de Servicios Oficiales Delphi Diesel (reparación de inyectores y bombas).

*SOD (SERVICIO OFICIAL DELPHI DIESEL)*

Lanzamientos regulares de nuevos conceptos de reparación de sistemas de inyección Diesel Delphi (por ejemplo el EUI E3 a finales del 2012).

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos por la red al usuario final:**

*DSC (DELPHI SERVICE CENTRE)*

Diagnóstico y reparación de vehículos equipados con sistemas de inyección diesel.

*SOD (SERVICIO OFICIAL DELPHI DIESEL)*

Reparación y mantenimiento de equipos de inyección Delphi diesel autorizada según estándares de OE.





## RED DE TALLERES AUTORIZADOS DIAVIA



**Diavia**

**Datos sede central:**

Mar Tirreno 33  
28830 - San Fernando de Henares - Madrid  
Telf: 916 784 750  
Fax: 916 763 228  
diavia@diavia.es  
www.diavia.es

**Nombre de la red:** Red de Talleres Autorizados DIAVIA (1990)

**Empresa promotora y su gerente:** DIAVIA AIRE, S.A., José Costales Ortiz

**Director de expansión de la Red en España:** José Miguel Ramírez Ruiz

**Especialidades:** Climatización de vehículos.

**Nº de puntos de servicio en activo en España:** 196 con presencia en todas las provincias excepto en Ceuta.

**Presencia fuera de nuestras fronteras:** Con diferentes denominaciones y anagramas, existen redes similares por toda Europa, coordinadas en cada país por el importador Diavia, con aproximadamente 2.000 puntos de Servicio.

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:** Existen dos niveles de pertenencia a la red: Taller Autorizado y Servicio Oficial.

- **Taller Autorizado:** Realizar la formación en los 2 primeros cursos del programa completo impartido por Diavia Aire en climatización. Disponer de maquinaria y utillaje específicos para el mantenimiento y reparación de sistemas de climatización. Imagen e instalaciones adecuadas. Atender las garantías de productos Diavia conforme a los procedimientos y temparios establecidos.

- **Servicio Oficial:** Los mismos que le taller autorizado y además: Haber estado nombrado durante al menos un año como Taller Autorizado y tener experiencia contrastada por Diavia Aire en la actividad. Realizar al menos un empleado el programa completo de formación. Disponer de maquinaria y utillaje específicos avanzado. Disponer de un stock mínimo de recambios de climatización

**Campañas que pone en marcha su red para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:** Las campañas de las últimas temporadas las hemos centrado en la recomendación a los conductores de la conveniencia de la revisión del equipo de AA, y de la limpieza periódica del circuito para evitar malos olores mediante posters y folletos informativos en los talleres.

Durante este ejercicio Diavia va a centrar su campaña en ayudar a la Red a certificarse como Manipuladores de Gases Fluorados, requisito obligatorio para los técnicos reparen aire acondicionado. De entre todas las empresas acreditadas ante las CCAA para impartir esta formación, hasta ahora Diavia es la única que ha logrado el reconocimiento de la formación impartida en años anteriores como válida, lo que permitirá a la mayoría de los miembros de la Red Diavia obtener su título con un curso de 8 h en lugar de las 40h requeridas pro el Ministerio de Medio Ambiente.

El aire acondicionado en conjunto no es un sistema incluido en los planes de mantenimiento de los fabricantes, por lo que no hemos participado en ninguna campaña específica de imagen del recambio multimarca. Sin embargo es indudable que todas las iniciativas contribuyen de alguna manera a potenciar esa imagen.

En la posventa independiente es difícil llegar al conductor de una forma masiva y rápida, pues el coste resultaría muy excesivo respecto al beneficio obtenido. Sin embargo creo que las continuas campañas desarrolladas año tras año desde diversas empresas del sector, redes de talleres, asociaciones, etc... han creado una lluvia fina que ha ido calando, y ha llegado a un punto en el que hay una apreciación generalizada entre los conductores de que el sector independiente utiliza unos recambios de calidad a unos precios muy razonables.

A esta apreciación también ha contribuido, en este caso por desgracia, la crisis económica, que ha agrandado las diferencias entre el sector marquista y el independiente, pues en este momento es más difícil justificar precios de mano de obra como los de algunos concesionarios de marca.

**Productos y servicios ofrecidos por la red al usuario final:** Todo lo relacionado con el mantenimiento y reparación de los equipos de aire acondicionado y climatización de los vehículos, abarcando desde la eliminación de malos olores en evaporador, hasta la reparación más compleja.







# guía redes de talleres fabricantes de componentes

especial  
2012

## BOSCH CAR SERVICE/BOSCH DIESEL CENTER/ BOSCH DIESEL SERVICE



### Datos sede central:

C/Hermanos García Noblejas, 19, 28037 Madrid  
91.205.15.06 : Teléfono  
91.327.96.42: Fax  
boschcarervice@es.bosch.com  
www.boschcarservice.es  
Nombre de la Red/Label/Franquicia, año de inicio en España:  
Red de Talleres Bosch Car Service - año 2002

**Empresa promotora y su gerente:** Robert Bosch España S.L.U.

**Director de expansión de la red en España:** Miguel Ángel Gavilanes Hernández; Eva Moreno (Trade Marketing Bosch Car Service); José Menéndez Calvache (Bosch Diesel Center / Bosch Diesel Service)

### Especialidades:

BCS

Servicio integral: electricidad, electrónica, frenos, inyección Gasolina, inyección Diesel, mecánica, aire Acondicionado, diagnóstico, mantenimiento, reparaciones, etc.

BDC/BDS

Red cualificada por Bosch para ofrecer los servicios de reparación, comprobación y diagnóstico de los sistemas de inyección diesel.

### Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:

BCS

Más 650 talleres a nivel nacional

BDC/BDS

Más de 120 talleres a nivel nacional

### Presencia fuera de nuestras fronteras:

BCS

Red mundial con más de 11.500 talleres.

BDC/BDS

Red mundial con más de 3.300 talleres.

### Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:

BCS

Perfil internacional Bosch Car Service (Bosch Service Excellence) que contempla criterios técnicos y comerciales: instalaciones, equipamiento, formación técnica y empresarial, auditorías de calidad, compromiso producto Bosch, imagen, etc.

BDC/BDS

En Bosch Car Service este invierno vamos a llegar a -20.

**Gana en seguridad 20%**

- Frenos y pastillas de freno
- Filtros
- Baterías
- Escobillas
- Kit de distribución
- Cables de freno
- Lámparas
- Bujías

Para garantizar una buena visibilidad en los desplazamientos de este invierno, Bosch Car Service te ofrece el servicio de mantenimiento de los faros.

Bosch Car Service hace más segura tus desplazamientos este invierno. Por eso en Bosch Car Service de las cosas bien hechas. Desde 1921... 90 años haciendo las cosas bien.

Bosch Car Service... Calidad, Precio y todos los Servicios

Más de 650 talleres en España [www.boschcarservice.es](http://www.boschcarservice.es) + 902 400 400

En tu Taller Bosch Car Service un amigo es un 10.

**Trae a un amigo y llévate un 10% de descuento.**

Bosch Car Service hace más segura tus desplazamientos este invierno. Por eso en Bosch Car Service de las cosas bien hechas. Desde 1921... 90 años haciendo las cosas bien.

Bosch Car Service... Calidad, Precio y todos los Servicios

Más de 650 talleres en España [www.boschcarservice.es](http://www.boschcarservice.es)



Bosch Car Service. El Taller de las Cosas Bien Hechas.

Desde 1921... 90 años evolucionando con el automóvil.

- Confiando en más de 650 talleres Bosch Car Service en España y 13.000 a nivel mundial
- Más de 100 años de experiencia en el mundo de la automoción
- Disponemos de la última tecnología y servicios de la automoción
- Mantenemos la garantía de origen de los productos Bosch
- Somos el taller que más cosas bien hechas hace en la reparación de motores y piezas para el automóvil
- ¡Ven a la Semana "Bosch las cosas bien hechas" en Bosch Car Service!

Bosch Car Service... Calidad, Precio y todos los Servicios

¡Invítale al Bosch Car Service más seguro de España en [www.boschcarservice.es](http://www.boschcarservice.es)



# Bosch Diesel Center. Un servicio altamente profesional



**Fiable, asequible y eficiente.** Con estas premisas los Bosch Diesel Center realizan las reparaciones de todos los sistemas y componentes Diesel. De cualquier tipo, incluso de los más modernos. Porque disponen de una formación profesional especializada, un equipamiento de taller avanzado y una experiencia que les hace únicos. Conózcalos a fondo y deje el Diesel en sus manos. **Le ofrecerán un servicio altamente profesional.**



**BOSCH**

Innovación para tu vida



**BOSCH**

**Diesel Center**

Localice nuestra red en: [www.boschdieselservice.net](http://www.boschdieselservice.net)





## **BOSCH CAR SERVICE/BOSCH DIESEL CENTER/ BOSCH DIESEL SERVICE**

Formación para garantizar una alta capacitación técnica, Equipamiento adecuado para la diagnosis y reparación de los sistemas en inyección diesel (nuevos y tradicionales), Instalaciones adecuadas, Acuerdos comerciales.

### **Campañas que pone en marcha su red para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:**

*BCS*

Al estar abanderada por Bosch promueve la utilización de recambio original Bosch y promueve el mismo a su cartera de clientes (particulares y empresas); tanto por la calidad del mismo así como por su competitivo posicionamiento respecto al resto de la oferta del mercado. Para ello realiza diferentes actividades y acciones: Campañas y promociones de producto dirigidas al consumidor final: presencia en medios de cobertura nacional (prensa, radios, internet ...). Folletos de comunicación con recomendaciones sobre el mantenimiento de productos comerciales y técnicos. Publicación de estudios para recomendar mantenimientos preventivos. Cartelería en talleres con recomendaciones técnicas y comerciales de producto.. Acuerdos comerciales con partners vinculados a la utilización de producto Bosch. Información sobre el Reglamento que regula el mantenimiento de la garantía del fabricante con la utilización de recambio original.

*BDC/BDS*

Al estar abanderada por Bosch promueve la utilización de recambio original Bosch. La reparación de los componentes diesel requieren gran precisión y elevada especialización técnica, basada en trabajar con avanzados equipos de comprobación y con repuestos con calidad original para garantizar una reparación profesional.

### **Productos y servicios diferenciales ofrecidos por la red al usuario final:**

*BCS*

Garantía Nacional. Servicio integral para el automóvil. Revisión y Certificación Técnica para Vehículos Usados. Oferta de producto y servicios orientados a flotas. Servicios promocionales para colectivos. Página Web con buscador y localizador de talleres. Sistemas de Fidelización para clientes: Campaña Vigente - Amigo 10. Campañas periódicas de mantenimiento y prevención

*BDC/BDS*

Mayoritariamente, esta red se dirige a ofrecer sus servicios al resto de talleres y profesionales del sector, y no al usuario final: Comprobación, reparación y ajuste de las bombas, en línea, rotativa, en serie y de inyección distribuidora. Reparación de todo tipo de inyectores. Diagnóstico y solución de fallos en todos los sistemas de inyección Diesel. Comprobación y optimización del rendimiento y el consumo. Investigación de los gases de escape según las especificaciones legales. Reparación de componentes de sistemas diesel modernos. Reparaciones generales de vehículos diesel. Asistencia Técnica y Garantía sobre los productos BOSCH, en el área de sistemas y/o productos de inyección Diesel. Mantenimiento de los vehículos diesel según las especificaciones del fabricante





## SERVICIO ASOCIADO HELLA



**Datos sede central:**

Avda. de los Artesanos, 24  
28760 Tres Cantos (Madrid)  
Tel. 91 806 19 45  
Fax. 91 806 40 45  
e-mail: m.diaz@hella.es  
web: www.hella.es

**Nombre de la red:** Servicio Asociado Hella (2001)

**Empresa promotora y su gerente:** Hella, S.A., Ismael Carmena

**Director de expansión de la red:** Manuel Díaz Benito

**Especialidad:** Electrónica - Electricidad - Iluminación y Aire Acondicionado.

**Nº de puntos de servicio en activo en España:** 294; Previsiones de ampliación 2012: 16; Zona geográfica prioritaria de ampliación en los próximos 2 años: Galicia, Cantabria, Vizcaya y Aragón;

**Presencia fuera de nuestras fronteras:** 5.200 puntos en toda Europa

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:** Canon de adhesión: Cuota trimestral de 90 €. Aportación anual: Inversión estimada: 0. Canon de publicidad: 0. Duración del contrato: 12 meses. Superficie mínima del local: 150 mts. Número mínimo de empleados: 3. Requerimientos mínimos de maquinaria: El equipo necesario para la reparación especializada en la que haya dado de alta.

**Campañas que pone en marcha su red para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:**

Campañas de Marketing y Publicidad con consejos de mantenimiento del vehículo con productos originales Hella. Información al conductor a través de Internet sobre productos, consejos de mantenimiento del vehículo y buscador de Servicios Asociados. Información a la Red de Servicios Asociados Hella a través de Internet sobre productos, reparaciones y cursos. Certificados de asistencia a los cursos de formación de Hella con el fin de mejorar su imagen profesional ante los conductores. Puesta a disposición de los talleres de la base de datos técnicos online multimarca HGS - DATA con el fin de mejorar su acceso a la información técnica de cualquier vehículo

Además, y como punto clave y diferenciador, hay que destacar que el servicio asociado de Hella ofrece apoyo comercial, de marketing y técnico a toda su red de talleres asociados, así como un amplio abanico de cursos de formación online y presencial. Los cursos, centrados en las áreas de iluminación, electrónica y termocontrol, tienen un marcado carácter práctico y permiten conocer de primera mano las últimas novedades del sector y aplicarlas en el Taller de Formación Técnica de la compañía.







# guía redes de talleres fabricantes de componentes

especial  
2012

## MAGNETI MARELLI CHECKSTAR



### Datos sede central:

Ronda Collsabadell 1-3  
08450 Llinars del Valles (Barcelona)  
Tel. 938413530  
Fax. 938427257  
Mail asistencia.tecnica@magnetimarelli.com  
Web: www.magnetimarelli-checkstar.es

**Nombre de la red:** Magneti Marelli Checkstar

**Empresa promotora y su gerente:** Magneti Marelli España. División Aftermarket, Andrea Anfossi.

**Director de expansión de la red:** Joan Rubí

**Especialidades:** Talleres Multimarca

**Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:**

1200 talleres en toda la geografía española y Portugal

**Presencia fuera de nuestras fronteras:**

Italia, Francia, Alemania, Grecia, Turquía, Polonia, Brasil, Argentina

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:** 2 trabajadores. Imagen de rotulación y vestuario. Uso de los servicios de apoyo al taller (formación, call-center, info técnica). Equipo de diagnóstico MM. Consumo de producto.

**Campañas que pone en marcha su red para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:**

Programa de puntos por compra (catalogo de regalos/abono de servicios). Promociones especiales de compra. Eventos y convenciones

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos por la red al usuario final:**

Servicio profesional altamente cualificado. Servicios a compañías privadas de renting/alquiler. Servicio de exclusividad de reparación de sistemas telemáticos MM.

Desde ya hace muchos años, el abanderamiento de los talleres independientes multimarca es una solución para la optimización de los recursos del pequeño y mediano empresario del sector.

Desde Magneti marelli, entendemos al taller perteneciente a la red Checkstar no solo como un consumidor de nuestro producto, sino como un representante de nuestra marca y imagen en el sector. Por este motivo, buscamos formulas de apoyo, sobre todo con un gran equipo de Asistencia Técnica, que ofrece a nuestros talleres la ayuda necesaria para optimizar su trabajo y resultados; con cursos formativos, con asistencia telefónica (CallCenter), con publicaciones técnicas, para juntos seguir creciendo y dar una imagen de profesionalidad adecuada a las exigencias actuales del mercado.

Además, nuestros talleres tienen a su disposición la amplia gama de productos Magneti Marelli, fabricante de primeros equipos para muchas marcas. Con productos de consumo y mantenimiento, equipos electrónicos y eléctricos o componentes térmicos como algunos ejemplos, el taller tiene a su disposición unos productos con una filosofía de calidad con muchos años de historia que el taller sabe valorar.







Únete a través  
de tu móvil



## ¿ERES UN TALLER INDEPENDIENTE?

Únete a la red de talleres Checkstar de Magneti Marelli

¡TODO SON VENTAJAS!

- Formación integral e innovadora
- Campañas publicitarias
- Instrumento de diagnosis multimarca
- Base de datos técnicos multimarca
- Asistencia directa y Call Center técnico
- Productos originales o de calidad equivalente
- Acuerdos y convenios especiales
- Imagen corporativa
- Software de gestión
- Marca de prestigio y tradición

**MAGNETI  
MARELLI**

**checkstar**  
SERVICE NETWORK

Para más información llama al 93 841 35 36 o escribe a [info@redcheckstar.es](mailto:info@redcheckstar.es)  
[www.redcheckstar.es](http://www.redcheckstar.es)





## VALEO CLIM SERVICE



**Datos sede central:**  
Calle Río Almanzora, 5.  
28906 Getafe (Madrid)  
Tel. 91.495.85.00  
Fax. 91.495.86.94  
Mail: javier.sanchez-ruiz@valeo.com  
www.valeoservice.com

**Nombre de la Red, año de inicio en España:** Valeo Clim Service / VCS/ Valeo Clim Service/ 2000

**Empresa promotora y su gerente:** Valeo Service / Sergio Noriega Aguiar

**Responsable de expansión de la red en España:** Ramón Caballero Soto

**Especialidades:** Climatización

**Nº puntos de servicio en activo en España:** 117

**Presencia fuera de nuestras fronteras:** Francia, Italia, Inglaterra, Alemania.

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:** taller especialista en climatización

**Campañas que pone en marcha su red para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:** Para inicio de temporada de climatización, se lanza un kit de comunicación con regalo destinado al usuario final. Respecto al kit promocional que enviamos a cada taller, están incluidos: Una chapa identificativa como taller VCS con el fin de que cada taller lo exponga en un lugar visible de la fachada de su negocio. Un tablonario de comprobaciones rutinarias en las reparaciones de climatización: se trata de una herramienta práctica y útil para el taller de cara a la realización de un chequeo del estado del sistema de climatización del automóvil del usuario final. Los regalos destinados al usuario final: para fidelizar los clientes del taller y agradecer la confianza del usuario depositada en el taller multimarca independiente.

Respecto a la campaña *Recambio Letal*, consideran que es relevante para promover el uso de recambios Valeo del canal multimarca independiente y tiene como objetivo FIDELIZAR al usuario final.

Las herramientas que propone Valeo en este kit para el taller son con el fin de transmitir una imagen de calidad, profesionalidad y confianza hacia estos talleres del canal multimarca independiente así como captar nuevos clientes (usuarios finales).

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos por la red al usuario final:**

En cuanto a productos, se comercializa toda la gama de productos Valeo y específicamente los productos de climatización.

En cuanto a los servicios facilitados a los talleres miembros de la red VCS, se destacan cursos de formaciones anuales, un servicio de asistencia técnica en climatización exclusivo para la red, boletines técnicos mensuales de climatización: infotécnicas. Todos estos servicios repercuten en el usuario final dado que los talleres están más y mejor formados y atendidos.

Desde el Departamento de Formación y Posventa de Valeo Service España, se desarrolla y centraliza el apoyo técnico a la Red de Talleres VCS. Este apoyo, se centra en dos áreas: la Formación y la Asistencia Técnica.

**Formación Técnica:** tomando como centro de referencia la Climatización en el automóvil, se han desarrollado un gran número de módulos que abarcan desde la Electricidad básica hasta los modernos Sistemas Multizonales Multiplexados, pasando por interpretación de señales y mediciones o seguimiento de esquemas de corriente. Todas las formaciones se dividen en una parte teórica y una práctica para conseguir el máximo aprovechamiento por parte de los asistentes, y todas las prácticas, realizadas sobre vehículos reales o simuladores, se adaptan al día a día del taller. Con ello se pretende que los miembros de la Red VCS conozcan a la perfección las nuevas tecnologías en Sistemas de Climatización, y estén perfectamente preparados para su reparación.

**Asistencia Técnica:** los talleres de la Red VCS, tienen en el Departamento de Postventa de VSE un apoyo y un soporte a su disposición cuando lo necesitan. Dudas en una reparación, petición de esquemas de corriente, datos de carga de un vehículo, ubicación de componentes, desmontajes,... Todo lo necesario para una reparación de calidad en el mínimo tiempo.



especial  
**2012**

# guía redes de talleres grupos de distribución



## AD/ELITE/PREMIUM/AUTO-TALLER



### Datos sede central:

Av. Mas Vilà, 139-147  
17457 - Riudellots de la Selva  
(Girona)  
Tel. 972 397 000  
Fax 972 397 001  
e-mail: mail@adparts.com

**Nombre de la Red:** AD, Elite, Premium, Auto-Taller

**Empresa promotora y su gerente:** AD Parts, S.L. Josep Bosch, presidente; Lluís Tarragó, director general, Juan Carlos Martín, adjunto a dirección.

**Director de expansión de la red en España:** Lluís Tarragó

**Especialidades:** Multiproducto (Consumo mantenimiento, electricidad y electrónica, Mecánica, iluminación, Sonido/Telefonía, Diesel, Maquinas y herramientas, climatización y sistema térmico, varios, Carrocería y pintura)

**Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:** 463

**Presencia fuera de nuestras fronteras:** 6.500 talleres AD en Europa







## AD/ELITE/PREMIUM/AUTO-TALLER



**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:** Entrar en el Programa Millennium.

**Campañas que pone en marcha su red para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:**

Ya en el año 1993 hicieron una campaña publicitando que sus productos tenían una calidad máxima (original). Desde entonces no han parado de hacerlo. En el reconocimiento de AD Parts algo tiene que ver su actuación en pro del recambio de calidad.

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos por la red al usuario final:**

Los productos de la marca AD a precio correcto. La profesionalidad conseguida y avalada por la formación y la ayuda a la reparación que reciben desde nuestro centro técnico, además de los múltiples servicios que incluye nuestro Programa Millennium.





## TECNOTALLER AGERAUTO



**Datos sede central:**

C/ del Molí s/n Nave 10  
Pol. Ind. Roca  
08107 Martorelles Barcelona  
Tl. 93 5709390  
Fax. 93 5708443  
www.agerauto.es  
(web www.tecnotaller.es en construcción)

**Nombre de la Red:** Tecnotaller

**Empresa promotora y su gerente:** Agerauto, S.L., Xavier Esteban

**Director de expansión de la red en España:** Ramón Pérez

**Especialidades:** Electromecánica

**Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:** Red en inicio de expansión.

**Presencia fuera de nuestras fronteras:** No

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red:** Taller libre multimarca electromecánico que puede tener además otras especialidades.

**Campañas que pone en marcha su red para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:** Dos campañas fijas anuales y de carácter estacional. Además campañas personalizadas para nuestra red promovidas por nuestros asociados y principales proveedores.

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos por la red al usuario final:** Campañas, garantía nacional, vehículo sustitutivo.







## RED DE TALLERES CECAUTO



### Cecauto

**Datos sede central:**

Avda. Segle XXI, 75  
P.I. Can Calderón  
08930 Sant Boi de Llobregat Barcelona  
Tel. 93 510 05 71  
Fax. 93 510 05 81  
www.cecauto.com

**Nombre de la Red:** Cecauto Red de talleres

**Empresa promotora:** Cecauto

**Director de expansión de la red en España:** Antonio Mendo

**Especialidades:** Servicios Multimarca y Carrocería

**Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:** 600

**Presencia fuera de nuestras fronteras:** no

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:** se abandera a través del asociado se presenta el proyecto y se ambas partes están de acuerdo y se cumplen los mínimos standares se integra en la red

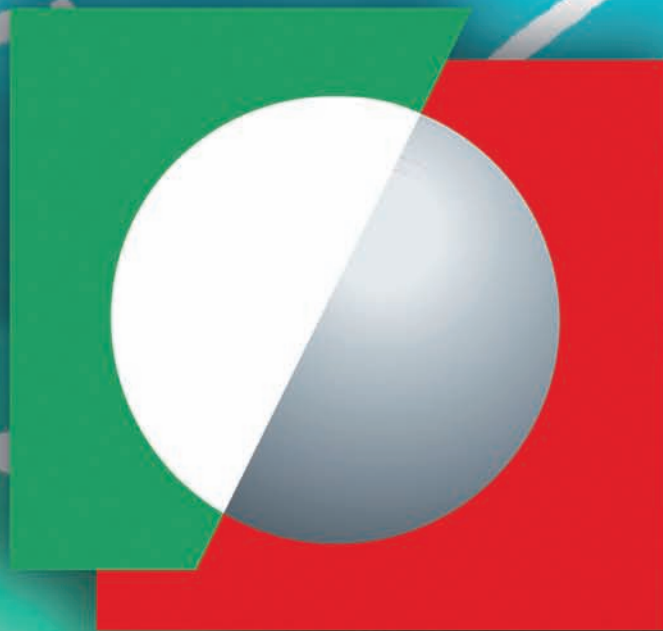
**Campañas que pone en marcha su red para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:** Dos campañas de ámbito nacional exclusivas de la red, las de Cecauto y las propia de los fabricantes.

En relación a las campañas que hace el sector de cara al usuario, bajo el punto de vista del Grupo, son escasas y, en la mayoría de los casos, son más para el distribuidor directo o indirecto; no llegan ni al Taller ni al Usuario. No obstante, consideran que la última campaña, más agresiva, ha sido *Recambio Letal*, muy buena por la implicación de los fabricantes de primer equipo; a pesar de ello creen que el mensaje, el eslogan y el propio vídeo no han sido lo más acertado, considerando que esbastante mejorable en todos los sentidos.

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos por la red al usuario final:**

todo el apoyo de los asociados nuestra logística líder en el sector multimarca y más en este momento, el producto CECAUTO y todos los servicios globalmente que es nuestra fuerza.





*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***





## TECNO-CENTRO/MULTI MARCA/MULTITALLER/ SACORAUTO SERVICE



### Sede central:

(Tecno-Centro, Multitaller, Multi Marca)

Calle Arturo Soria, 337

28033 Madrid

T. 913834100

www.multitaller.com

(Sacorauto Service)

C/ Franklin, 3 Pol. Ind. San Marcos

28906 Getafe (MADRID)

Tel. 91 682 06 10 / 91 682 06 13

Fax. 91 682 05 65/91

Email: gestion@sacorauto.es

www.sacorauto.es

**Nombre de la Red:** Red de Talleres Multitaller, Sacorauto Service

**Empresa promotora y su gerente:** Concentración y Gestión Asociados, A. Vicario (Tecno-Centro, Multitaller, Multi Marca); Sacorauto, Marcelino Gallardo, Miguel García (Sacorauto Service)

**Director de expansión de la red en España:** Dulce Rodríguez Olaza

**Especialidades:** Talleres Mecánicos Multimarca (Tecno-Centro, Multitaller, Multi Marca); Mecánica Electricidad y Carrocería (Sacorauto Service).

**Nº puntos de servicio en activo en España:** Tecno-Centro: 128; Multitaller: 283; Sacorauto Service: 20; Multi Marca: 4.

**Presencia fuera de nuestras fronteras:** No

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:** (Multitaller) Equipamiento específico. (Sacorauto Service) Imagen corporativa: Señalización y Rotulación exterior fachada y Vestuario, Formación Técnica, Asistencia Técnica Telefónica, Asesoramiento personalizado, Programa de Gestión personalizado, Marketing: Papelería, Formatos Comerciales. (Tecno-Centro) Equipamiento específico, nº de trabajadores, m2, objetivo de compra.

**Campañas que pone en marcha la red para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:** Información de producto en el punto de venta; Productos y servicios diferenciales ofrecidos por la red al usuario final; imagen multimarca, marketing personalizado, etc.





## TALLERES DP



**Sede central:** Vía Dos Castillas, nº 15 1-m  
28224 Pozuelo de Alarcón MADRID  
TEL. 91 351 83 86  
www.dipart.es

**Nombre de la Red, año de inicio en España:** Talleres DP 2009

**Empresa promotora y su gerente:** Dipart. Fernando Riesco

**Director de expansión de la red en España:** Carlos Miranda Robla

**Especialidades:** Electromecánica

**Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:** 118 centros (Almería, Asturias, Badajoz, Baleares, Burgos, Castellón, Córdoba, Huelva, Jaén, León, Lleida, Madrid, Málaga, Murcia, Palencia, Salamanca, Segovia, Tenerife, Valladolid, Zamora.)

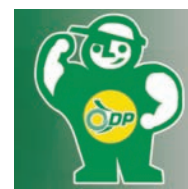
**Presencia fuera de nuestras fronteras:** no

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:** el primer requisito y fundamental es tener una fluida relación comercial con un socio de Dipart. Otros aspectos fundamentales son la capacitación profesional y una adecuada mentalidad de trabajo en equipo.

**Campañas que pone en marcha su red para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:** La principal campaña del año 2011 enfocada y relacionada con este tema fue la creación de un cartel corporativo con el nuevo reglamento 461/2010, el cual fue entregado en mas de 7000 centros de toda España informando del derecho al usuario sobre la libre elección del centro de reparación así como la fiabilidad y calidad del recambio del canal multimarca garantizando la reparación y la no pérdida de la garantía oficial de la marca por utilizar este tipo de recambio y centros multimarca.

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos por la red al usuario final:**

Todos los servicios ofertados por la red de manera indirecta, como la formación y el servicio de asistencia técnica, o directa, como campañas comerciales de producto o regalo directo por reparar en un centro DP, están enfocados siempre al usuario final.







### EUROTALLER/INTERTALLER/TOP TRUCK

**Sede central:**

Joaquín Turina 2, Pozuelo (Madrid)

Tfno: 91 541 77 54

Fax: 91 541 79 14

e-mail: eurotaller@eurotaller.com

web: www.eurotaller.com

**Nombre de la Red, año de inicio en España:** EuroTaller, 1998; Top Truck, 2005**Empresa promotora y su gerente:** Group Auto Union España, Juan Carlos Perez Castellanos**Director de expansión de la red en España:** Carlos Calleja (*EuroTaller, InterTaller*); José Fº. Moreno Cortés Director Vehículo Industrial (*Top Truck*)**Especialidades:** Mecánica, Electricidad, Chapa, Pintura, Neumáticos, ...(*EuroTaller, InterTaller*); Reparación y mantenimiento de Vehículos Industriales (*Top Truck*).**Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:** 790 Talleres en España en las provincias de A Coruña, Álava, Albacete, Alicante, Almería, Asturias, Ávila, Badajoz, Baleares, Barcelona, Burgos, Ciudad Real, Cáceres, Cádiz, Cantabria, Castellón, Córdoba, Cuenca, Girona, Granada, Guadalajara, Guipúzcoa, Huelva, Huesca, Jaén, La Rioja, León, Lleida, Lugo, Madrid, Málaga, Murcia, Navarra, Palencia, Pontevedra, Segovia, Sevilla, Tarragona, Teruel, Toledo, Valencia, Valladolid, Vizcaya, Zamora, Zaragoza y en Andorra (*EuroTaller*). 79 talleres repartidos por toda la península Ibérica (*Top Truck*). 81 Córdoba, Granada, Málaga, Cádiz, Sevilla, Jaén, Albacete, Valencia, Alicante y Castellón (*InterTaller*).**Presencia fuera de nuestras fronteras:** (*El concepto EuroTaller, con diferentes denominaciones*) 4.500 Alemania, Austria, Brasil, Bulgaria, Dinamarca, Francia, Holanda, Inglaterra, Italia, Países Bálticos, Polonia, Rusia, Turquía y Ucrania. Mas de 550 talleres en toda Europa (*Top Truck*).**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:** Hay requisitos mínimos de m<sup>2</sup>, empleados y equipamiento, y luego de estándares de la Red a cumplir nivel de formación, información, marketing e imagen (*EuroTaller*). Un mínimo de 300 metros cuadrados, 3 operarios, herramienta de diagnosis y asistir a 3 cursos de formación anualmente (*Top Truck*).**Campañas que pone en marcha su red para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:**Campaña de difusión del reglamento 461/2010 (*EuroTaller*). Desde 2011 y a primeros del 2.012 realizaron 2 campañas para potenciar las ventas de recambio original tanto en la red de talleres como en los clientes de V.I. A esa 1ª campaña se apuntaron 158 empresas de las que 48 alcanzaron su objetivo y les acompañaron a un viaje a Salvador de Bahía en el mes de Mayo (con la colaboración de los proveedores). Para animar la campaña e incrementar las compras a los proveedores participantes de la campaña, se realizaron sorteos trimestrales en función de las compras realizadas; en la primera fase de la campaña sortearon, entre todas las empresas participantes, 50 circuitos de Spa para 2 personas en cualquiera de los 140 circuitos de Spa España. En la segunda fase sortearon 10 consolas X-BOX y en la tercera fase 5 Ipad 2.

Están trabajando para ofrecer a sus clientes otro viaje el próximo 2.013.

A principios del 2.012 realizaron una 2ª campaña dirigida a 12.000 flotas de España (llegando a unos 55.000 vehículos). En ella se defendía el derecho a reparar en cualquier taller sin perder la garantía y el uso del recambio original que hacen los talleres de la red. Ofrecían un chequeo preventivo y un regalo a todos los vehículos que fueran a realizarlo a los talleres de la red. Si también realizaban alguna reparación entregaban un chaleco de plumón (*Top Truck*).



PHILIPS

BOSCH

MANN  
FILTER

DELPHI

SKF

KYB

Valeo

TRW

Gates

LUK FAG  
SCHAEFFLER GROUP  
AUTOMOTIVE AFTE MA KEET

SACHS  
LEMFOERDER

FEDERAL  
MOGUL

TENNECO



# Un Equipo Ganador

En **EuroTaller** seguimos manteniendo con orgullo el liderazgo entre las Redes de Talleres Multimarca. Somos un equipo ganador que por su **formación, calidad y experiencia** garantiza el mejor servicio y la máxima competitividad.

Formar parte de la Red **EuroTaller** es estar en lo más alto, asegurando siempre el futuro de tu negocio.

**¡Enhorabuena, Campeones!**



Captura este código QR con tu Smartphone y accede directamente a nuestra web.



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

CON LA GARANTÍA DE LOS PRINCIPALES FABRICANTES:







## CENTROS TÉCNICOS GRUPAUTO (C.T.G)

**CENTRO  
TÉCNICO**



**Sede central:**

C/ Profesor Angel Lacalle,23.  
Tel. 902357041  
Fax. 963587265  
Mail. grupautovalencia@grupauto.es  
www.grupauto.es

**Nombre de la Red, año de inicio en España:** Centros Técnicos Grupauto (C.T.G), desde 1998

**Empresa promotora y su gerente:** GRUPAUTO S.A., Enrique Almendros Catalá.

**Especialidades:** Mecánica en general y electricidad.

**Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:** Unos 30 Comunidad Valenciana y Castilla La Mancha.

**Presencia fuera de nuestras fronteras:** No

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:**

Equipamiento Técnico Básico (elevador, banco de trabajo equipado, equipo de diagnosis...), Local con una amplitud adecuada. No inferior a 70-80m<sup>2</sup>, Formación y Titulación Apropriad, Composición RRHH de al menos 2 integrantes en el Taller, Tener Documentación a la que está sujeta la Actividad al día, Compromiso en Protección y Calidad medio-ambiental (tratamiento de residuos...).

**Campañas que pone en marcha su red para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:** La campaña es diaria; intentan generar una identidad entre producto original, líderes de mercado y el trabajo-servicio día a día tanto con los C.T.G como con los Asociados. Con ello se persigue la diferenciación con otras marcas dentro del mismo sector. Su "Campaña", es ofrecer una percepción de garantía y predisposición por la calidad del trabajo ofrecido y del producto servido. Trabajan con Marcas de Confianza ( ATE, VARTA, LUK, CONTITECH, NGK...).



# SÚBASE AL TREN...

## DE LA MEJOR RED

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



**SPG**<sup>®</sup>  
TALLERES

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

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

PATROCINADORES 

**brembo**  
VILLAR<sup>®</sup>

**DAYCO**  
MARKIV  
Automotive

**Krafft**  
PROFESSIONAL

LEMFÖRDER  
SACHS

LUK INA A FAG  
SCHAEFFLER GROUP

**MAHLE**  
ORIGINAL

FILTRES  
purflux

**QH**

**RH**  
roadhouse

**TUDOR**

**Valeo**

**VARTA**  
BY JOHNSON CONTROLS





### SPG TALLERES

**Sede central:**

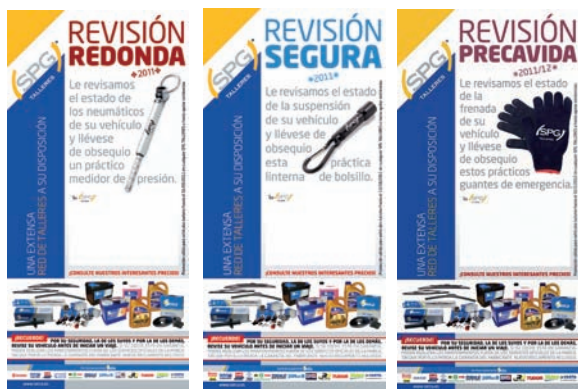
C/ Maestro Juan Corrales, 14-16 Entlo.2ª

Tel. 93 475 71 00

Fax 93 475 71 01

spgtalleres@serca.es

www.serca.es

**Nombre de la Red, año de inicio en España:** SPG Talleres, 2000**Empresa promotora y su gerente:** Grupo Serca / Carmelo J. Pinto**Director de expansión de la red en España:** Juan Carlos Rico**Especialidades:** Mantenimiento General del Automovil**Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:** 173 Talleres / 38 provincias (Albacete 2, Alicante 11, Avila 2, Badajoz 1, Barcelona 12, Burgos 2, Caceres 2, Cadiz 1, Castellon 12, Ciudad Real 1, Cordoba 3, Cuenca 2, Gijon 1, Guadalajara 4, Granada 2, Huelva 5, Huesca 1, Jaen 3, Las Palmas G.C. 2, LÓgroño 1, Madrid 25, Malaga 12, Mallorca 2, Murcia 1, NÁvarra 1, Pontevedra 9, San Sebastian 1, Santander 1, Segovia 3, Sevilla 5, Soria 1, Tarragona 12, Tenerife 4, Teruel 6, Toledo 3, Valencia 10, Vizcaya 1, Zaragoza 6).**Presencia fuera de nuestras fronteras:** Actualmente no disponen.**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:** Visión comercial, experiencia en el sector, equipamiento actualizado, y predisposición a adaptar sus instalaciones a imagen corporativa.**Productos y servicios ofertados a la red por la empresa promotora:** Imagen corporativa, Cursos de formación, Información técnica, Consultoría técnica línea 902, Plataforma técnica on-line, Congreso nacional, Promociones, Publicidad, Catalogo productos marca propia (SERCA), Catalogo artículos promocionales, Programa informático de gestión, Congreso Nacional, Garantía reparación y asistencia nacional, Acuerdos con flotas.**Productos y servicios ofrecidos por la red al usuario final:** Campañas promocionales, Ofertas, Artículos de agradecimiento a la visita, garantía Reparación y asistencia nacional.



## CF TALLERS



**Sede central:**

Avda. Empordà, 33-37  
17469 VILAMALLA (Girona)  
Telf. 972527080 - Fax 972525644  
Email: ecoll@ecollsa.com  
www.ecollsa.com  
www.cftallers.com

**Nombre de la Red, año de inicio en España:** CF Tallers, 2008

**Empresa promotora y su gerente:** Establiments Coll S.A.; Director general: Javier Morral Hospital; Director comercial: Josep Gironés

**Director de expansión de la red en España:** Marc Blanco, Responsable de redes.

**Especialidades:** Mecánica, Electricidad, Climatización, Neumáticos, Diagnóstico, Servicio Rápido, Frenos

**Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:** 60 Talleres ubicados en Cataluña.

**Presencia fuera de nuestras fronteras:** No hay presencia fuera de España

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:** Cualquier taller puede acceder a la red

**Campañas que pone en marcha su red para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:**

WEBSHOP, publicidad del mantenimiento en periodo de garantía

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos por la red al usuario final:** Cursos de formación, asistencia técnica, imagen corporativa moderna.



## AUTOFIT



**Sede central:**

Avda. de la Industria nº 25, Tres Cantos-Madrid 28760  
www.autofit.es  
Tel: 918044912  
Fax: 918044494  
r.crespo@autofit-spain.es



**Nombre de la Red, año de inicio en España:** Autofit, 2007.

**Empresa promotora y su gerente:** Comercial Impormovil S.A, Julio Arroyo, Director General.

**Director de expansión de la red en España:** Juan Carlos García.

**Especialidades:** Talleres Multimarca que presten servicio integral.

**Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:** 92.

**Presencia fuera de nuestras fronteras:** Más de 2000 socios en países como Alemania, Francia, Suiza, Finlandia, Holanda, Bélgica, Hungría, Grecia, Ucrania, Rumania, Republica Checa o Eslovaquia.

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:** Que el gerente del negocio tenga una visión de vocación y futuro por su negocio, que esté dispuesto al cambio, que se deje aconsejar y que tenga ganas de mejorar.

Los aspectos técnicos de la ubicación, tamaño del taller o número de empleados, pasa a segundo plano, siempre que sobrepase unos mínimos de calidad.

**Campañas que pone en marcha la red para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:** Las campañas que ponen en marcha suelen estar enfocadas al cliente final del taller: el conductor.

Ya este que reparte premios semanales y un gran premio al final de la temporada de fórmula 1 entre los conductores y talleres. Igualmente hacen campañas de producto ofreciendo condiciones a los talleres asociados, principalmente en mecánica.

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos por la red al usuario final:**

Los talleres Autofit pueden sacarse la licencia oficial de instaladores de GLP ( Gas Licuado del Petróleo), tecnología no muy implantada en España pero con gran presencia en el resto de Europa.





# guía redes de talleres distribuidores

especial  
2012

## TALLER XXI



**Sede central:**  
Moncada 9 Bilbao,  
48002 VIZCAYA,  
Tfno. 94 470 58 08  
Fax. 94 443 98 93  
iarti@lausan.es  
www.tallerxxi.es  
www.lausan.es



**Nombre de la Red, año de inicio en España:**

Taller XXI, 2000.

**Empresa promotora y su gerente:**

Especialidades Eléctricas Lausan, S.A., Ander Beldarrain.

**Director de expansión de la red en España:** Iker Artiagoitia

**Especialidades:** Multi producto (Consumo, mantenimiento, electricidad y electrónica, mecánica, iluminación, sonido/telefonía, diesel, máquinas y herramientas, climatización y sistema térmico, carrocería y pintura, varios)

**Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:** 63 (Valencia, Toledo, Andalucía y Extremadura)

**Presencia fuera de nuestras fronteras:** No

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:** Equipamiento e imagen corporativa

**Campañas que pone en marcha su red para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:** Formación e información técnica. Recursos/aplicaciones informáticas (Gestión Taller Lausan)

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos por la red al usuario final:** Comunicaciones y mailing: material informativo enviado como documentación a la red.

# La bujía nº



# del mundo

**NGK es Equipo Original en:**

Alfa Romeo . Aston Martin . Audi . Bentley . BMW  
Bugatti . Chrysler . Citroën . Daewoo . Daihatsu . Ferrari . Fiat . Ford  
G. Motors . Honda . Hyundai . Isuzu . Jaguar . Kia . Lancia . Land Rover . Lexus  
Mazda . Mercedes . Mitsubishi . Nissan . Opel . Peugeot . Porsche . Renault . Rolls  
Royce . Saab . Seat . Skoda . Smart . Subaru . Suzuki . Toyota . Volkswagen . Volvo





## AGRI POINT

### Datos de la sede central:

C/ Isla Graciosa, 3 1º  
28703 San Sebastián de los Reyes (Madrid)  
Tel.: 916 233 001  
Fax: 916 233 044  
Mail: luis.eugui@bridgestone.eu  
Web: www.firestone.eu/ag



**Empresa promotora:** Grupo Bridgestone

**Responsable de expansión de la red en España:**

Luis Eugui

**Número de puntos de servicio en España:** 161

**Requisitos para pertenecer a la red:** disponer de un taller multiproducto con instalaciones adecuadas y equipo móvil.

Orientación a la venta directa y disposición hacia la diversificación del negocio. Espíritu de equipo y no pertenencia a otros grupos o programas. Cumplir con los estándares de calidad y servicio de Agri Point, programa de Grupo Bridgestone formado por profesionales del neumático agrícola y otros artículos.

**Campañas para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:** promociones puntuales de Sell Out dirigidas al usuario final (fincas y cooperativas) en los periodos de mayor estacionalidad con el objeto de generar tráfico a su red.

## BIKERS CLUB

### Datos de la sede central:

C/ Isla Graciosa, 3 1º  
28703 San Sebastián de los Reyes (Madrid)  
Tel.: 916 233 001 / 902 331 112  
Fax: 916 233 044  
Mail: info@bikers-club.es  
Web: www.bikersclub.es



**Empresa promotora:** Grupo Bridgestone

**Responsable de expansión de la red en España:** Jorge Santaolalla

**Número de puntos de servicio en España:** 94

**Requisitos para pertenecer a la red:** ser cliente de Bridgestone, firmar un contrato de colaboración, cuota de consumo en neumáticos Bridgestone, identificación mínima consistente en una placa exterior y un expositor de neumáticos e involucración y participación activa en las promociones que desarrolla Bikers Club, el programa de Grupo Bridgestone especializado en motocicletas que ofrece a sus miembros productos de gran calidad y servicios como promociones, imagen corporativa o productos diversificados (lubricantes, kits de transmisión, pastillas de freno, filtros, etc.).

## CLAXON

### Datos de la sede central:

C/ Martillo, 22 Polígono Industrial Santa Ana  
28529 Rivas-Vaciamadrid (Madrid)  
Tel.: 916 665 059 / 902 909 554  
Mail: admin@claxon.org  
Web: www.tallerescloxon.com



**Empresa promotora:** Servicios del Automóvil Claxon

**Responsable de expansión de la red en España:** Rafael García Pérez

**Número de puntos de servicio en España:** 47

**Servicios que aporta la red a sus talleres miembros:**

imagen corporativa de red, condiciones comerciales altamente beneficiosas, programa de gestión informática centralizado, asesoramiento financiero, acuerdos con empresas de renting, formación continua, independencia y proyectos de futuro, marca propia, búsqueda y selección de personal, auditorías de eficiencia en servicios de telefonía y comunicación, cálculo del precio-hora y control de gastos generales, informes mensuales de ratios de funcionamiento y asesoramiento en temas legales, medioambientales e industriales.

**Campañas para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:**

campañas mensuales de captación de clientes elaboradas desde la central, campañas promocionales como, por ejemplo, la Revisión de Primavera que, por solo 150 euros, incluye el cambio del aceite, filtros y anticongelante, la diagnosis y el borrado de indicadores de servicio y revisiones pre-ITV, de quince puntos de seguridad y la revisión y el llenado (si procede) de niveles.

## CONFORT AUTO

### Datos de la sede central:

C/ Severo Ochoa, 14-16 Parque Industrial  
03203 Elche (Alicante)  
Tel.: 902 106 103  
Mail: info@comfortauto.com  
Web: www.comfortauto.com



**Empresa promotora:** Grupo Soledad

**Responsable de expansión de la red en España:** Joaquín Pérez

**Número de puntos de servicio en España:** 700 (España y Portugal)

**Requisitos para pertenecer a la red:** compartir la filosofía de Confort Auto basada en la excelencia y el trato al cliente como método para profesionalizar el sector. Los pilares son: apuesta por la calidad en todos los procesos diarios, asistencia a los cursos de formación, diversificación en sus servicios como base para su crecimiento y participación en las campañas conjuntas de marketing y responsabilidad social.

**Campañas para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:**

campañas basadas en seguridad al volante: "Si tu cuidas al coche, éste te cuidará a ti"; basadas en el ahorro: "Todos los neumáticos para todos los bolsillos"; basadas en ecología y eco-conducción para reducir las emisiones de CO<sub>2</sub>: "Conducción económica, conducción ecológica"; basadas en la excelencia en procesos y servicios (reportada por la ISO 9.001); de fidelización a través de la Tarjeta Pas; clínicas o campañas in situ de revisión de seguridad (chequeo de neumáticos, frenos, amortiguadores, etc.) y campañas promocionales a través de Facebook, bonos descuento, viajes, etc.





# guía redes de talleres neumáticos

especial  
2012

## ECOLOGICAL DRIVE

### Datos de la sede central:

C/ Severo Ochoa, 14-16 Elche Parque Empresarial  
03203 Elche (Alicante)  
Tel.: 965 495 676  
Mail: info@ecologicaldrive.com  
Web: www.ecologicaldrive.com



**Empresa promotora:** Grupo Soledad

**Responsable de la red en España:** Vanesa Pérez

**Número de puntos de servicio en España:** 14

**Requisitos para pertenecer a la red:** compartir la filosofía ecosostenible de Ecological Drive y de respeto por el medio ambiente, todo ello con los precios más competitivos y un gran stock de neumáticos renovados. La red apuesta por la calidad en todos sus procesos diversificando sus servicios y ofreciendo formación a sus asociados para la mejora de los mismos.

**Campañas para promover el uso de neumáticos ecológicos:** la red basa sus comunicaciones en la seguridad y la ecología a los precios más económicos promoviendo el uso de los neumáticos renovados contribuyendo así a una reducción de las emisiones de CO<sub>2</sub> y del consumo de petróleo.

## EUROMASTER

### Datos de la sede central:

C/ Albarracín, 34  
28037 Madrid  
Tel.: 913 791 273  
Fax: 913 791 243  
Mail: info@euromaster.com  
Web: www.euromaster.com



**Empresa promotora:** Euromaster Automoción y Servicios

**Responsable de expansión de la red en España:**

Alberto Laborde

**Número de puntos de servicio en España:** 120 talleres propios y 230 franquiciados.

**Requisitos para pertenecer a la red:** profesionalidad, orientación al mantenimiento integral del vehículo, afán de desarrollo y crecimiento y disposición para la formación.

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos al cliente final:** profesionalidad, calidad y orientación al cliente.

**Campañas para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:** campañas de neumáticos, aceite y servicios de neumáticos y mecánica rápida.

## EUROTYRE

### Datos de la sede central:

Avenida Barcelona, 211 Nave 6  
08750 Molins de Rei (Barcelona)  
Tel.: 902 101 718  
Fax: 902 153 068  
Mail: info@eurotyre.es  
Web: www.eurotyre.es



**Empresa promotora:** Neumáticos Arco Iris

**Responsable de expansión de la red en España:**

Salvi Serra

**Número de puntos de servicio en España:** 151

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red:** ser un taller actual o de nueva creación de, como mínimo, 250 metros cuadrados.

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos al cliente final:** el programa de mantenimiento Eurotyre, campañas y acciones sobre la rueda propia, sorteos y promociones en redes sociales, el programa de Fidelidad con Cliente basado en descuentos y servicios gratis.

**Campañas para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:** promociones cruzadas de venta de servicios o productos con neumáticos con el patrocinio de productos independientes (Gulf, Monroe, etc.).

## FIRST STOP

### Datos de la sede central:

C/ Isla Graciosa, 3 1º  
28703 San Sebastián de los Reyes (Madrid)  
Tel.: 916 233 001 / 902 331 112  
Fax: 916 233 044  
Mail: firststop-sp@bridgestone.eu  
Web: www.firststop.es



**Empresa promotora:** Grupo Bridgestone

**Responsable de expansión de la red en España:** pendiente de nombramiento

**Número de puntos de servicio en España:** 410

**Requisitos para pertenecer a la red:** First Stop busca centros que permitan ofrecer una adecuada calidad de servicio. La búsqueda ya no es para cubrir un ámbito geográfico sino para encontrar candidatos con potencial que permitan seguir construyendo la red. Los aspectos cualitativos son calidad y atención al cliente. A cambio, First Stop proporciona una amplia gama de productos tecnológicamente avanzados y un completo paquete de herramientas de marketing, comunicación, promoción y formación.

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos al usuario final:** esta red especializada en neumáticos y mantenimiento del automóvil presente en 25 países de Europa ha definido diez compromisos que son la base de sus principios para con el cliente: enfoque completo y profesional; experiencia y calidad de servicio; servicio con o sin cita previa; comprobación gratuita de 25 puntos de seguridad del automóvil; sustitución solo de los elementos que verdaderamente deben ser reemplazados; facturas totalmente transparentes; garantía de calidad de los productos y servicios ofrecidos; la mejor calidad-precio; respeto de los tiempos de servicio y respeto medioambiental en todas nuestras acciones y actividades.



## RODI

### Datos de la sede central:

Avenida Tortosa, 23  
25005 Lleida  
Tel.: 973 240 100  
Fax: 973 237 909  
Mail: info@rodi.es  
Web: www.rodi.es



**Empresa promotora:** Serveis de Gestió Rodi

**Responsable de expansión de la red en España:**

José Esteve Oro

**Número de puntos de servicio en España:** 127

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red:** voluntad de crecer en Rodi, red de neumáticos y mecánica integral de turismo, 4x4, camioneta, camión, motocicletas, vehículos industriales y agrícolas. Profesionalidad y responsabilidad del personal.

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos al usuario final:** vehículo de cortesía y financiación de las reparaciones.

## TRUCK POINT

### Datos de la sede central:

C/ Isla Graciosa, 3 1º  
28703 San Sebastián de los Reyes  
(Madrid)  
Tel.: 916 233 001 / 902 198 99  
Mail: luis.eugui@bridgestone.eu  
Web: www.truckpoint.es



**Empresa promotora:** Grupo Bridgestone

**Responsable de expansión de la red en España:**

Luis Eugui

**Número de puntos de servicio en España:** 193

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red:** no pertenecer a otros grupos, instalaciones adecuadas para el área industrial, disponibilidad de servicio móvil, aceptación de la lista de precios unificados de neumáticos y servicios, incorporación al Servicio Truck Point 24h, capacidad para la inspección y reporting a flotas (programa Fleet Chief de seguimiento y control) y cumplir con los estándares de calidad y servicio Truck Point, el programa de Grupo Bridgestone especializado en neumático de camión y autocar cuyo objetivo es ofrecer un servicio integral a las flotas en la gestión de los neumáticos.

## VIALÍDER

### Datos de la sede central:

Avenida de los Encuartes, 19  
28760 Tres Cantos (Madrid)  
Tel.: 902 352 222  
Mail: administración@vialider.es  
Web: www.vialider.es



**Empresa promotora:** Michelin España Portugal

**Responsable de expansión de la red en España:**

Miguel Pereda

**Número de puntos de servicio en España:** 240

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red:** ser un especialista que apueste por un modelo de negocio basado en el desarrollo de la profesionalidad y la calidad del servicio en un marco de oferta diversificada en neumáticos y mecánica rápida.

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos al cliente final:** el respaldo de Michelin, la primera marca de neumáticos en España que aplica un riguroso sistema de calidad en los talleres

Vialíder y que avala un alto nivel de profesionalidad y garantía de satisfacción al cliente. Esta dinámica se traduce en la obtención todos los años del Certificado de Calidad Europeo Michelin cuyo sello se exhibe en los puntos de venta Vialíder.

**Campañas para promover el uso de recambios del canal**

**multimarca independiente en los talleres afiliados:** el programa Vialíder incluye una partida destinada a animar las ventas de sus clientes a través de promociones dirigidas al consumidor final.

Utiliza tres promociones con las que se trabaja en generación de tráfico al punto de venta, captación de clientes nuevos y fidelización de clientes existentes. Estas promociones tienen como eje fundamental el neumático aunque el grupo está preparando un programa de promociones en el ámbito de la mecánica rápida gracias a acuerdos preferentes con proveedores del mercado. Con las promociones Vialíder comunica y está presente como red en un mercado cada día más competitivo y más dinámico. Son una herramienta más para demostrar día a día que Vialíder es una red dinámica para especialistas del neumático.

## VULCO

### Datos de la sede central:

C/ Campezo, 1 Edificio 6 4ª planta. Parque Empresarial  
Las Mercedes  
28022 Madrid  
Tel.: 917 461 840  
Fax: 913 290 168  
Mail: info@vulco.es  
Web: www.vulco.es



**Empresa promotora:** Goodyear Dunlop Tires

**Número de puntos de servicio en España:** 207

**Requisitos para pertenecer a la red:** cuota de entrada, ser un profesionalidad del neumático, equipamiento adecuado, gestión orientada al consumidor final, estar al día en las nuevas tecnologías, no pertenecer a otros grupos, facilidad para la diversificación y capacidad de adaptación a los estándares de calidad de la red Vulco.

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos al**

**cliente final:** servicios específicos ofrecidos a flotas y compañías de renting con las que tenemos acuerdos especiales, financiación a los clientes o el plan promocional que permite al usuario final disfrutar de la profesionalidad de los talleres de la red a precios muy ventajosos.

**Campañas para promover el uso de recambios del**

**canal multimarca independiente en los talleres afiliados:** promovemos la compra a nuestros proveedores homologados mediante condiciones comerciales preferentes y actividad promocional.





### ADA

#### Datos de la sede central:

Avenida América, 37 Planta 22  
28002 Madrid  
Tel.: 914 131 044  
Fax: 914 133 330  
Mail: ventas.red@ada.es  
Web: www.ada.es



**Empresa promotora:** ADA, Ayuda Del Automovilista

**Responsable de expansión de la red**

**en España:** Nieves Villalibre

**Número de puntos de servicio en España:** 230

**Campañas para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:** campañas concretas y con precio cerrado para realizar el mantenimiento del vehículo; descuentos especiales en mano de obra y recambios; servicios adicionales en reparaciones como la recogida y entrega del vehículo, vehículo de sustitución, lavado, garantía ampliada, etc.; pre ITV gratuita y precios especiales para llevar el vehículo a pasar la ITV.

### AURGI

#### Datos de la sede central:

C/ Rey Pastor, 11  
28914 Madrid  
Tel.: 918 295 530  
Fax: 916 861 834  
Mail: ald@aurgi.com  
Web: www.aurgi.com



**Empresa promotora:** Aurgi

**Responsable de expansión de la red en España:** Javier Gutiérrez

**Número de puntos de servicio en España:** 38

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos al cliente final:** La Revisión Oficial en Tiendas Aurgi con la que sella el libro de mantenimiento a precios más bajos que en el concesionario. Buscador de precios en neumáticos, aceites o baterías para obtener el más competitivo.

### FEU VERT

#### Datos de la sede central:

C/ Condesa de Venadito, 1  
28027 Madrid  
Tel.: 912 724 600  
Web: www.feuvvert.es



**Empresa promotora:** Feu Vert

**Responsable de expansión de la red en España:** Ricardo López Francos

**Número de puntos de servicio en España:** 84

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos al cliente final:** servicio a precio fijo sin cita previa a precios muy competitivos. Jornadas de apertura al público de 12 horas diarias 6 días a la semana.

### MIDAS

#### Datos de la sede central:

C/ Almazara, 2  
28760 Tres Cantos (Madrid)  
Tel.: 902 101 351  
Mail: midas@midas.es  
Web: www.midas.es



**Empresa promotora:** Midas España

**Responsable de expansión de la red en España:** Carlos Díaz

**Número de puntos de servicio en España:** 144

**Campañas para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:** La Revisión Oficial: paquete de servicios idéntico al realizado por un concesionario. Midas sella el libro de mantenimiento del coche sin riesgo de pérdida de garantía y a un precio muy inferior al del concesionario. Revisión de los controles marcados por el constructor: servicio a través del cual Midas realiza una exhaustiva revisión del coche según los controles marcados por el fabricante. Un análisis en el que se revisan entre 50 y 80 puntos en función del kilometraje y del programa de mantenimiento establecido por cada modelo de vehículo. Midas Tenor: neumático de alto rendimiento y doble garantía con el que cubre más del 90% del parque circulante con las 53 referencias disponibles.

### NORAUTO

#### Datos de la sede central:

Centro Comercial Albán  
Crtra. Ademuz, km 2,9  
46100 Burjassot (Valencia)  
Tel.: 902 505 252  
Fax: 963 901 882  
Web: www.norauto.es



**Empresa promotora:** Norauto España

**Responsable de expansión de la red en España:** Benoit Nonnon

**Número de puntos de servicio en España:** 54

**Campañas para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:** ofertas constantes en componentes y accesorios y revisiones a precios especiales.

### YOFINDO

#### Datos de la sede central:

C/ Riera de Targa, 73  
08339 Vilassar de Dalt (Barcelona)  
Tel.: 937 532 287  
Mail: clientes@yofindo.com  
Web: www.yofindo.com



**Empresa promotora:** Yofindo Global Network

**Responsable de expansión de la red en España:** Lluís Vinardell

**Número de puntos de servicio en España:** 700 talleres concertados, 60 talleres premium y asociados.

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos al cliente final:** amplia oferta en neumáticos, atención telefónica gratuita, seguimiento posventa y oferta de servicios complementarios. Yofindo es especialista en crecimiento de talleres. Sus especialidades son el comercio on line, el marketing local y on line, opera como central de compras de productos y servicios y proporciona formación de venta y gestión del negocio.

# ESPECIAL 2012 GUÍA REDES DE TALLERES

CARROCERÍA Y PINTURA del automóvil



Suplemento especializado de **myst**



International Body Shop Network

#### Datos sede central:

Feixa Llarga, 14-20  
08040 Zona Franca - Barcelona  
Tel. 93 267 09 41 - 93 267 08 00  
Fax. 93 267 08 23  
www.Sikkens.es  
Juan.Sanchez@akzonobel.com



## ACOAT SELECTED

**Nombre de la Red:** acoat@selected, 1976 (inicio en España 1998)

**Empresa promotora:** AkzoNobel Car Refinishes, S.L.

**Director de expansión de la red en España:** Juan Sánchez Bleda

**Especialidades de la Red:** Chapa y Pintura

**Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:**

45 (previsión de ampliación en 5 más este año)

**Presencia fuera de nuestras fronteras:** 1.200 puntos en Europa (Portugal, Francia, Italia, Irlanda, Reino Unido, Bélgica, Holanda, Alemania, Austria, Suecia) y EEUU.

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:** Canon de entrada para Auditoría incorporación a la red; Ninguna aportación anual; Canon de publicidad para Imagen corporativa; Contrato indefinido, exclusividad productos Sikkens; Superficie mínima del local 600 m<sup>2</sup>; Número mínimo de 6 empleados productivos; Requerimientos mínimos de maquinaria adecuada para el desarrollo del negocio de chapa y pintura.



## Identica/CUI

#### Sede central:

Lean SixSigma. Por otro lado, los clientes de los talleres  
Avda. Orovilla 14, 28041 Madrid  
Tel. + 34 916155444  
Fax. + 34 916158687  
Spies Hecker GmbH, Horbeller Strasse 17 D-50858 Köln  
Tel. + 49 223460193940  
Fax. + 49 223460191490  
www.spieshecker.com  
www.identica-online.com  
www.cui-online.com

**Empresa promotora:** Spies Hecker, Dupont Performance Coatings Ibérica SL

**Director de expansión de la red en España:** Miguel Ángel Egido

**Especialidades:** Chapa y pintura.

**Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:** Identica: 19 en España; CUI: 43 en España

**Presencia fuera de nuestras fronteras:** Identica: inicio año 2000 Alemania; CUI: inicio año 2000 Alemania. 529 en todo el mundo (USA; Austria, Italia, GB, Portugal, Suiza, Suecia, Polonia, Hungría, Rusia, Dinamarca, República Checa).

**Productos y servicios ofertados por la empresa promotora a los talleres de la red:** Formación Técnica, Gestión y Marketing, Plan Publicidad y Marketing, Imagen Corporativo y Medidas B to C.

**Productos y servicios ofrecidos por la red al usuario final:** Coches de Cortesía, Pick-up and Delivery Services, Reparaciones Rápidas, Garantías de Calidad. Garantía de 30+5 años (5 años por la reparación y 30 por la pintura), Identica Garant; CUI: Garantía de 30 años por la pintura, ColorGarant.







**Sede central:**  
Avenida Diagonal, 561  
08029 Barcelona.  
Tel.+34 932 276 049  
Fax +34 932 276 204  
e-mail: Julio-jose.hernandez@esp.dupontrefinish.es  
www.dupontfivestar.es

## RED FIVE STAR

**Nombre de la Red, año de inicio en España:** Red Five Star de DuPont Refinish, 1996.

**Empresa promotora y su gerente:** DuPont Refinish, Daniel Camarasa.

**Director de expansión de la red en España:** Julio Hernández

**Especialidades:** La red Five Star propone a los talleres de Chapa y Pintura diferentes herramientas de gestión destinadas a mejorar la organización y contribuir al aumento del volumen de negocio.

**Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:** 151 centros en toda la geografía española. Concretamente en las siguientes áreas: Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, Canarias, Cantabria, Castilla- La Mancha, Castilla y León, Cataluña, Ceuta, Extremadura, Galicia, La Rioja, Madrid, Melilla, Murcia, Navarra, País Vasco y Valencia.

**Presencia fuera de nuestras fronteras:** Más de 1000 asociados en toda Europa.

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:** Los talleres que quieren formar parte de DuPont Five Star, en su mayoría, tienen un perfil empresarial que busca el poder incrementar su productividad y sacar la máxima rentabilidad de su negocio, optimizando así sus beneficios. Apuestan asimismo por la formación continua y su máxima es el de dar el mejor servicio calidad-precio.

**Campañas que pone en marcha su red para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:** No aplica

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos por la red al usuario final:** Los talleres Five Star ofrecen el mejor servicio a sus clientes. Para ello, disponen de un personal altamente cualificado y equipamientos de tecnología punta para reparar su vehículo de manera rápida y precisa. Además, utilizan los sistemas de pintura de DuPont Refinish.

Las ventajas para los propietarios de vehículos incluyen: Recogida gratuita del vehículo en el lugar del accidente. Presupuesto claro y preciso, unido a un servicio profesional y de calidad superior. Vehículo de cortesía. Asistencia para realizar los trámites con la aseguradora. Técnicos con gran experiencia. Las tecnologías de reparación más modernas y respetuosas con el medio ambiente. Garantía de por Vida en los acabados de pintura de DuPont Refinish. Garantía de 3 años en la calidad del trabajo realizado. Protección de los objetos de valor del vehículo. Garantía del fabricante en los recambios. Eliminación de abolladuras sin pintar. Pequeños retoques. Comprobación electrónica de la geometría de la dirección. Revisión de los elementos de seguridad del vehículo. Lavado y aspirado del vehículo reparado. Reparaciones rápidas y precisas





# DuPont Refinish

Mucho más que pintura ...

## En la industria del repintado, la velocidad lo es todo.

La Base bicapa Cromax® Pro de DuPont Refinish es un producto de avanzada tecnología, diseñado para mejorar la productividad global de los talleres. Tan solo requiere 1,5 pasadas y se aplica en húmedo sobre húmedo, sin evaporación intermedia. El resultado: procesos de trabajo más cortos para maximizar el rendimiento de su taller, y la garantía de una superior igualación del color gracias a sus excelentes propiedades de mezcla.

Más información en [www.dupontrefinish.es/cromaxpro](http://www.dupontrefinish.es/cromaxpro)



¿quieres saber más?



*The miracles of science™*





**Sede central:**  
 Polígono Industrial La Ferrería  
 Avda. La Ferrería 4-6  
 08110 Montcada i Reixac – Barcelona  
 Tel. 935 611 006  
 Fax 935 751 697  
 Email: CFIberica@ppg.com  
 http://www.certifiedfirst.com

## CERTIFIEDFIRST

**Nombre de la Red:** CertifiedFirst

**Empresa promotora y su gerente:** PPG Iberica Sales&Services, S.L.

**Director de expansión de la red en España:** Xavier Pegueroles

**Especialidades:** Talleres de carrocería – chapa y pintura

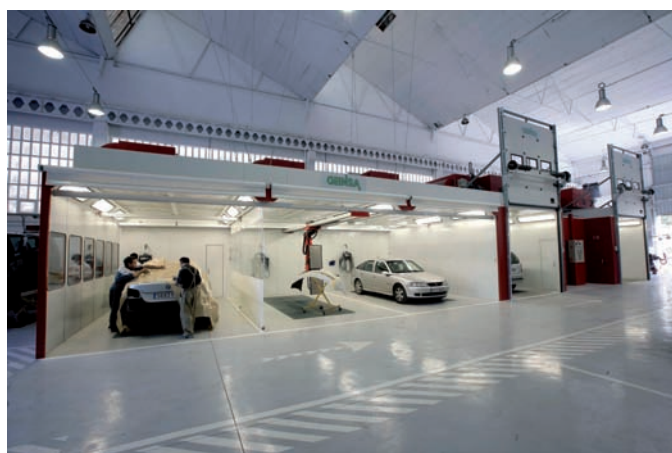
**Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:** 140 talleres repartidos por toda España

**Presencia fuera de nuestras fronteras:** América y Europa

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:** Los centros de reparación que deseen formar parte de CertifiedFirst deben demostrar que disponen de una serie de servicios para sus clientes y que utilizan procesos, productos y equipos óptimos para realizar reparaciones de calidad. Para ello, son auditados periódicamente por un técnico especialista.

**Campañas que pone en marcha su red para promover el uso de recambios del canal multimarca independiente en los talleres afiliados:** La red CertifiedFirst da plena libertad a sus miembros para escoger aquellos recambios que consideren adecuados en cada situación para ofrecer una mejor calidad y servicio a sus clientes.

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos por la red al usuario final:** Todos los talleres CertifiedFirst pueden garantizar de por vida las reparaciones de pintura. Además, los talleres reciben formación sobre cómo reducir el tiempo de estancia del vehículo en el taller gracias a la metodología Lean SixSigma. Por otro lado, los clientes de los talleres CertifiedFirst son encuestados periódicamente por una empresa externa con el fin de conocer su grado de satisfacción en el momento de reparar su vehículo en un taller de la red. De este modo, el taller puede valorar el grado de satisfacción de sus clientes y tomar las acciones oportunas.





Red Internacional de Talleres Especialistas

**Sede central:**  
 Avd. Diagonal, 561  
 08029 Barcelona  
 Telefono/s: 93 227 6165  
 Fax: 93 227 6220  
 e-mail: victoria.ortega@esp.standox.com  
 www.repanet.es

## REPANET

**Nombre de la Red:** Repanet: Red Internacional de talleres especialistas, 2005

**Empresa promotora y su gerente:** Standox, Lourdes García directora

**Director de expansión de la red:** Victoria Ortega

**Especialidades:** Talleres de Chapa y Pintura

**Nº puntos de servicio en activo en España y ubicación:** 31; Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, Cantabria, Castilla y León, Castilla La Mancha, Cataluña, Extremadura, Galicia, Murcia, Valencia. Previsiones de ampliación 2012: 40 puntos.

Presencia fuera de nuestras fronteras: 600 aprox. (Alemania, Bélgica, Holanda, Francia, Italia, Reino Unido, Noruega, Finlandia, Suecia, Dinamarca, Austria, España y República Checa)

Nació en 2002 en Alemania para expandirse año tras año por el resto de países.

**Requisitos recomendados para pertenecer a la red en España:** Superficie mínima del local: No se establecen criterios mínimos respecto a la superficie del local, si bien la mayoría de talleres que forman parte de Repanet cuentan con amplias instalaciones, donde cada vez más a menudo el cliente tiene un espacio propio.

Existen diferentes perfiles de negocio, pero la dirección de la mayoría de los talleres tiene muchas cosas en común. Los gerentes, o dueños son tremendamente receptivos, en constante evolución, apuestan por la mejora continua y no sólo velan por la seguridad de su negocio sino que tratan de anticiparse al devenir del mercado. Comprenden la importancia del intercambio de know-how no sólo técnico, también en los servicios, con los clientes, o con todos los agentes que intervienen en el día a día del taller.

Ven los beneficios del trato personalizado, honesto y abierto con el cliente, además del énfasis en la calidad en todos los servicios que prestan.

**Productos y servicios diferenciales ofrecidos por la empresa a la red:** Siguiendo la línea de apoyo para mejorar la rentabilidad de los talleres continuaremos con la apuesta que ya venimos realizando desde 2010 de dar formación en temas de peritación. Este año será una formación más avanzada que ayude a profundizar a los recepcionistas en aquellos temas en los que el día a día no les permite avanzar. También se incluye en la oferta algún curso específico para reparadores y para gerentes y mandos intermedios.

Standox sigue apostando igualmente por la formación en su Centro de Información de Benicarló, donde este año se llevarán igualmente acabo cursos *Standox Efficient* para mejorar la eficiencia de los pintores, cursos de reparación rápida para técnicos y receptores, cursos de gestión y de marketing para gerentes y los encuentros de profesionales de la posventa. La gestión del personal ante el flujo inconsistente de trabajo, y la motivación del personal, es otro de los temas a los que Standox ha dedicado parte de su formación.





