

# 347

mayo 2012

www.mryt.es

## Mercado CLIMATIZACIÓN



**Auto Recambios Peñalver,**  
**Jornada con éxito**  
El socio de AD Parts en Murcia



**SPG, acento**  
**en la creatividad**  
VI Congreso de la  
red de Grupo Serca.

### SUPLEMENTOS

**& P PISTOLAS**

**GAMA  
SEAT 2012**



mundo recambio y taller

# mryt

DESDE 1980 LA REVISTA DE LA POSVENTA DEL AUTOMÓVIL

## Un arranque seguro en cualquier situación



Los conductores quieren un arranque fiable, un ahorro de combustible y a la vez proteger el medioambiente. No permita que el calor coja desprevenidos a sus clientes. Infórmelos y revise a tiempo las bujías y los calentadores de sus vehículos. En caso necesario, sustitúyalos por unos nuevos de Bosch. Sus clientes se lo agradecerán. Bujías y Calentadores Bosch mantienen la movilidad.

Equipos, piezas y servicios: sólo es posible con Bosch.

 **BOSCH**

Innovación para tu vida

www.bosch-automotive.es

**ADEMÁS**

**Ecological Drive: en verde**

**YoFindo: una red sin abanderamiento**

**Talleres ilegales y vehículos abandonados**

**20 años de Gipa España**



**La bujía nº**

**en el mundo**

**NGK es Equipo Original en:** Alfa Romeo . Aston Martin . Audi  
Bentley . BMW . Bugatti . Chrysler . Citroën . Daewoo . Daihatsu  
Ferrari . Fiat . Ford . General 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



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.  
C.E.I.

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

**El Taller, siempre el taller...**

En estos tiempos, en los que el cambio es lo único constante, lo que hay que hacer es adaptarse. Vale. Ya lo sabían. ¡Pues claro!, es lo que se ha venido haciendo desde hace 2.500 años (y más), que es la edad de esa afirmación filosófica.

Ahora los cambios se producen a una velocidad de vértigo.

También se habrán dado cuenta.

La cuestión es que adaptarse a los cambios es ahora una tarea de verdaderos transformistas en un espectáculo con focos: hay que cambiar permaneciendo en esencia, a la vista de todos, como muestra de habilidad y seguro de éxito.

Y eso lo debemos hacer (y lo estamos haciendo, si me permiten) casi todos los que conformamos la posventa en nuestro país.

Lo que sucede es que, en nuestro sector y al final, las tensiones de ese cambio se acentúan en el tramo final de la cadena. Y no porque sea el tramo final, que también (es física pura), sino porque ha sido tradicionalmente el usuario de los productos de la posventa y ahora especialmente de los programas, servicios, proyectos, dinamizaciones...

Todo lo habido y por haber de bueno que se haya creado aguas arriba de la cadena de distribución para que, por fin, llegue al usuario de una forma clara, seductora, fiable, profesional, económica y solvente.

En este ejemplar tienen multitud de iniciativas que hablan de ello. Algunas de ellas involucran a más de una compañía, para hacerle llegar todo lo necesario para que el taller multi-marca independiente los revierta en el conductor, que al final es quien se saca los euros del bolsillo y nos paga a todos.

También es el taller (y debido a que el contexto contrae la economía familiar como pocas veces -excepto en casos de posguerra- se ha visto en este país) el que sufre los efectos de la falta de liquidez de los propietarios de los vehículos (abandonos, moratorias), los que son presionados por las fuerzas legales (con impuestos, obligaciones etc.) e ilegales (los talleres al margen de todo control).

De ello también les hablamos aquí. Hay unas cifras de CONEPA (que coinciden con las del INE) que hablan de la pérdida de 14.000 puestos de trabajo desde 2008 y de ellos la mitad en los últimos 13 meses. Que se dice pronto

Ambos efectos, el positivo y el negativo, nos afectan a todos. Porque somos simbióticos:

Hoy, más que nunca, hay que estar de su parte; "¿más?" nos dirán, y les contestaríamos. quizá no se trata de cantidad, sino de calidad. Ver qué le hace falta pero implicarle más en su consecución.



mayo 2012



## Actualidad

- 05 NOTICIAS**  
Un mes más, un recopilatorio de noticias del sector. Más en [www.mryt.es](http://www.mryt.es)
- 08 FABRICANTES**  
**Dometic Waeco: con lugar propio en la automoción**  
Una compañía que ofrece sus fabricados al mercado ibérico.
- 10 FABRICANTES**  
**Campaña de difusión del B-Touch**  
Ronda de presentaciones del equipo.
- 11 FABRICANTES**  
**Los neumáticos estrenarán etiquetado**  
Michelín explica las consecuencias del nuevo etiquetado en posventa.
- 12 DISTRIBUIDORES**  
**Diana a la primera**  
Éxito en la primera Jornada Técnica de Posventa de Automoción de Auto Recambios Peñalver, socio de Ad Parts.
- 15 FABRICANTES**  
**Checkstar se da a conocer**  
Magnetit Marelli en gira de presentaciones de la red a los talleres.
- 16 TALLERES**  
**Abandonos de vehículos y talleres ilegales**  
Dos cuestiones que afectan al taller y que las asociaciones tratan de resolver, apoyando a los reparadores.
- 18 TALLERES**  
**Ecological Drive: la red verde**  
Open Day en Grupo Soledad para dar a conocer la enseña y sus posibilidades.

- 20 TALLERES**  
**Más empresarios todavía**  
Resumen del VI Congreso de SPG Talleres, la red de Grupo Serca, en Granada
- 23 ENTREVISTA**  
**Yofindo, donde los talleres "encuentran"**  
Charlamos con David Martín y Riccardo Galli, gerente y responsable de marketing de YoFindo.
- 34 EVENTOS**  
**De Zaragoza a Madrid atendiendo al taller**  
Las dinamizaciones de los expositores para presentar en directo su oferta a los talleres, uno de los atractivos de Motortec A.I.
- 36 TALLERES**  
**Colaboración anónima contra la competencia desleal**  
XX Jornadas Técnicas para Talleres de Reparación de Automóviles de GRETAMUR y FREMM, en Murcia.
- 46 EMPRESAS**  
**Gipa celebra su presencia en España**  
20 años y mucho arte.

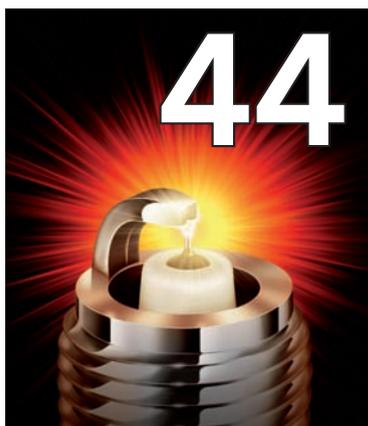


## Tema del mes

- 38 MERCADO**  
**Un poco resfriado**  
Mercado de componentes de climatización.
- 44 INFORME**  
**Se animan las de encendido**  
Informe sobre las bujías y precalentadores para posventa.



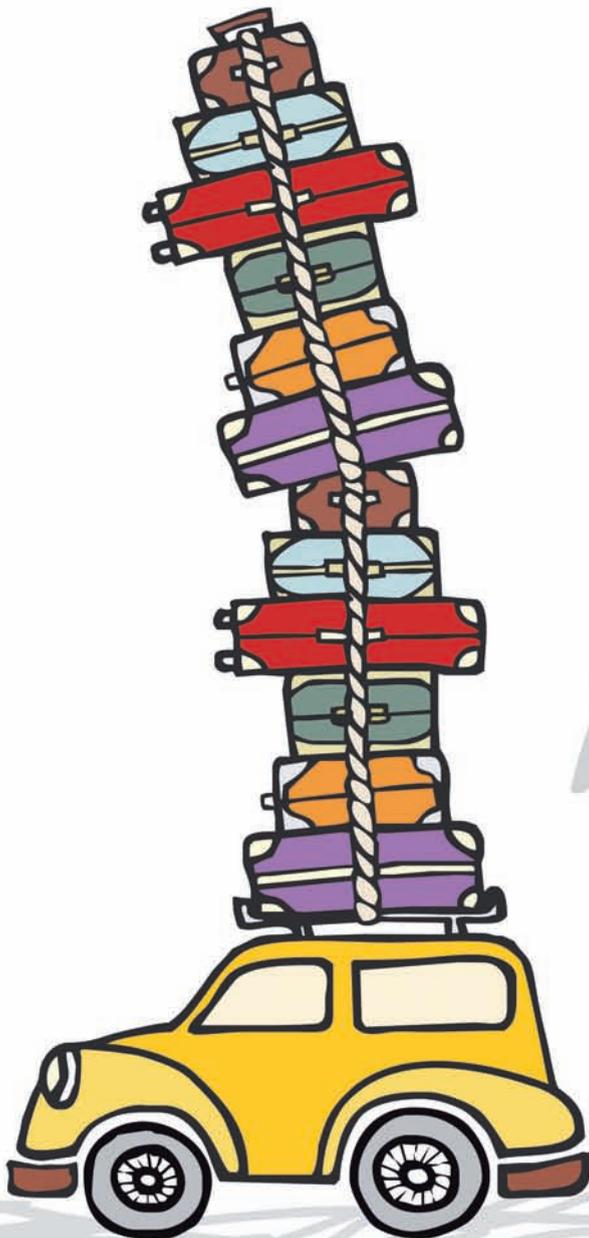
## Suplementos



# 25

# Congreso Nacional de ANCERA

25 años multiplicando esfuerzos



Y AÚN TENEMOS  
MUCHOS PROYECTOS  
PARA DESARROLLAR  
A TU LADO

Málaga 7 de Junio 2012

Y ha estrenado nueva web

## DAVASA abre puntos de venta en Murcia y Valencia

**DAVASA**, firma distribuidora miembro del grupo **CGA**, ha puesto en marcha **dos nuevos puntos de venta**, uno en la localidad murciana de **Molina de Segura** y otro en **Torrente** (Valencia). El centro murciano está ubicado en el número 15 de la Avenida de la Industria de Molina de Segura mientras que las instalaciones de Torrente están en Polígono Industrial Masía del Juez, concretamente en la calle del Teixidors, número 4. Ambos puntos de venta suministrarán a sus respectivas zonas de influencia una amplia gama de componentes de recambio para el automóvil así como productos de navegación y multimedia. Con estas aperturas son ya

treinta los puntos de venta que DAVASA tiene repartidos por todo el territorio peninsular. Siguiendo con la actualidad de la estructura comercial de esta firma, apuntar que las **instalaciones de DAVASA en Gipuzkoa** se han trasladado al Paseo Ibarburru, 100 Polígono Industrial 27, nave 18, pabellón B, parcela 22 de Astigarraga (San Sebastián). Esta delegación mantiene los números de teléfono, fax así como la dirección de e-mail ([guipuzcoa@davasa.es](mailto:guipuzcoa@davasa.es)). En otro orden de cosas, DAVASA ha renovado en profundidad su **página web**. Ahora más moderna e intuitiva, facilita la interacción entre clientes, colaboradores y la distribuidora. Estructurada según los sectores en los que opera Automoción, Suministro Industrial y Hogar, en la web se pueden consultar novedades de producto, noticias corporativas e información de contacto siempre actualizada. Para estar más cerca de sus clientes dispone de secciones como solicitud de información de producto, formularios de ayuda, un apartado de Sugerencias y Peticiones e incluso ofrece la posibilidad de suscribirse a una *newsletter*. El objetivo es que haya una mayor interactividad entre DAVASA y clientes. ●

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



En un futuro podrían estructurar un grupo más amplio

## Pedro Sanz y De Diego Peñalver integran sus actividades

Desde el pasado 1 de abril las actividades de las firmas distribuidoras madrileñas **Pedro Sanz y De Diego Peñalver** se integran en una sola. Esta unión podría enmarcarse en un proyecto empresarial más amplio cuyo objetivo final es estructurar un grupo de distribución que incorpore varias empresas de distintas especialidades en el sector del recambio del automóvil. Con cuartel general en Alcorcón (Madrid), De Diego Peñalver cuenta con una dilatada experiencia en el sector del automóvil. Con su incorporación a Pedro Sanz, ambas ganan en competitividad en su área de influencia, la zona centro de España. Apuntar que Pedro Sanz, además de integrar a De Diego Peñalver, ha puesto en marcha recientemente dos nuevos puntos de venta, uno de más de mil metros cuadrados en el Polígono Urtinsa de Alcorcón (Madrid) y otro, de 600 metros cuadrados, en el Polígono San Cristóbal de Valladolid. Éstos, se suman a los puntos de venta que Pedro Sanz tiene en Madrid y en Cuenca. ●

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



La amplia gama de equipamiento de diagnóstico y de taller propuesta por **Launch Ibérica** está recopilada en el nuevo **catálogo Launch 2012**. En él podemos encontrar soluciones de diagnóstico como el *X-431 Diagun*, *Master* y *QuiCheck* o los *CRecorder*, *Creader* o *Cresetter*, alineadores, equilibradoras de neumáticos, estaciones de carga y mantenimiento del aire acondicionado, líneas ITV, analizadores de gases y opacímetros, equipos de soldadura, minibancadas, zonas de preparación o cabinas de pintura. ●

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

El grupo de distribución **Groupauto International** eligió a **Gates Proveedor del Año 2011** en la categoría de Ventas. El galardón se entregó durante el Congreso Anual que Groupauto International celebró recientemente y, al recibirlo, **Peter Verdonck** (el de la izquierda de la imagen), vicepresidente europeo de ventas y marketing de la división de recambios de automoción de Gates, comentó: "nos sentimos orgullosos de las fuertes y proactivas relaciones comerciales que establecemos con todos nuestros socios y que nos permiten ofrecer la asistencia adecuada en todos los niveles". Los miembros de Groupauto han valorado especialmente la organización de ventas. ●

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



## FILTROS cartés

Especialista global en filtración

### Más de 80 marcas, siempre a tu servicio

[www.filtrosartes.com](http://www.filtrosartes.com) - tu mejor herramienta

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

Automoción - Transporte - Agricultura - Obra Pública

Industria - Minería - Marina

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





Hasta ahora era miembro de GECORUSA

## Establiments Olympia “ficha” por C.G.A.

**Grupo C.G.A.** cuenta desde hace algunos días con un **nuevo miembro**, la distribuidora gerundense **Establiments Olympia**, hasta ahora miembro de **GECORUSA**.

La salida ya se estaba negociando desde finales de 2011 y **José Miguel Ibáñez**, gerente de GECORUSA, preguntado por esta cuestión, ha manifestado a *MRYT*: “en realidad Olympia ha respetado todos los procedimientos puesto que nos avisó con tres meses de antelación para que su cifra no se contabilizara dentro de las negociaciones de este año”. Ibáñez es consciente de que las últimas bajas son sensibles: “las tres bajas habidas en los últimos tiempos han supuesto un 15% del total de la facturación del grupo”. Actualmente GECORUSA cuenta con 23 miembros e Ibáñez confirmó que próximamente se va a celebrar una reunión con ellos para valorar el futuro como agrupación. La intención inicial es continuar el proyecto y cerrar filas aunque Ibáñez matiza que “no hay mucha

*fuerza en este momento y entiendo que algunos miembros estén insatisfechos de ver como han estado tirando del carro, no solo en lo que a compras se refiere, sino en promover licencias del catálogo electrónico, crear talleres de la red, etc. y todo ello no lo hayan hecho todos como se acordó en su día”.*

Volviendo a Establiments Olympia, es una empresa recambista nacida en 1949 y que en la actualidad cuenta con nueve centros: Establiments Olympia, Olympia 2 Figueres, Olympia 2 Girona, Colors Figueres, Colors Roses, Olympia Establiments Maó, Olympia Establiments Ciutadella, Recanvis i Colors y Colors. En sus áreas de influencia, la provincia de Girona y la isla de Menorca, suministra tanto componentes y recambios al taller electromecánico como productos al taller de chapa y pintura. Establiments Olympia es, así mismo, distribuidor de **Glasurit**. ●

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

**Medinabí Rodamientos** ha asumido la **distribución** del **programa de amortiguadores Gabriel** en España. La firma madrileña ha sido escogida por su capacidad logística y geográfica (cuenta con centros de distribución en Barcelona, Valencia, Murcia, Málaga y Sevilla) y por su larga trayectoria como especialista en la distribución de recambios de automoción. ●

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

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



- Necto y Moog, en ruta por Madrid y Barcelona
- GT Motive sale de ruta con su campaña “Derechos como consumidor cuando visita el taller”
- Arranca el “Tenneco On Tour”
- Los empleados acusan a Antoni Marsal de malversar fondos en la UPM, según Expansion.com
- Ya está perfilado el programa del XXV Congreso de ANCERA
- Recalvi, de fiesta
- CSS mejora los servicios de atención al cliente de Pedro Madroño
- La red de talleres Eurorepar Auto y Marcacar llegan a un acuerdo
- Federal Mogul regala iPods e iPads a sus distribuidores Ferodo de vehículo industrial
- Sogefi, presente en el equipamiento original de los coches más vendidos en Europa
- Grupo Ufi Filtes se expande en Asia
- Ya hay fechas para la segunda edición de Pneu Expo en Lyon
- Siguen creciendo los talleres adscritos a Serca
- Promoción SPG para la revisión del aluminado
- Todos los Omnia Motor ya son Driver
- Lizarte amplía su oferta en compresores
- Automechanika Argentina confirma su vocación internacional
- Los frenos, filtros y kits de distribución Bosch, de promoción
- CONEPA quiere evitar que los boxes discriminen a los talleres y fomenten las reparaciones ilegales



[www.contitech.de/aam-es](http://www.contitech.de/aam-es)

Descubra la diferencia –  
pensando en **calidad**  
y **servicio**.



Componentes de transmisión por correa y kits de ContiTech. Esta es la calidad que los fabricantes líderes de automóviles prefieren para sus primeros equipos.

**Power Transmission Group**  
**Our Drive – Your Success.**



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

**Continental**   
**CONTITECH**



UNA COMPAÑÍA FABRICANTE SOLVENTE EN EL MERCADO IBÉRICO DE POSVENTA

# DOMETIC WAECO con lugar propio en la automoción

Pertenece a un gran grupo que, con multitud de productos fabricados por ellos mismos, se basan en la unión y cercanía con sus distribuidores, aprovechando el know how que estar en contacto con los constructores les proporciona.



Desde su sede en Villanueva de la Cañada, Madrid, la compañía se posiciona como una alternativa fiable, flexible y de calidad para el distribuidor y el usuario del producto. Veamos un poco más detenidamente qué es lo que hacen y ofrecen...

### ¿Quién es Dometic Waeco?

**Dometic GROUP** es una empresa orientada al cliente, líder mundial en el suministro de productos innovadores para caravanas, autocarava-



José María Osorio, responsable de la división automoción de Dometic Iberia



nas, automóviles, camiones y la industria náutica. Provee a fabricantes y a distribuidores con una completa gama de aires acondicionados, frigoríficos, toldos, cocinas, sistemas sanitarios, iluminación, equipos móviles de abastecimiento energético, soluciones para mayor seguridad y confort, ventanas, puertas y demás equipamiento para hacerle la vida fuera del hogar más cómoda.

El Grupo Dometic suministra también **equipamiento para talleres** para el **servicio y mantenimiento de aire acondicionado integrado**. Ofrece, así mismo, frigoríficos específicamente diseñados para habitaciones de hotel y oficinas, para el transporte y conservación de productos médicos así como bodegas para vinos.

Los productos se venden en cerca de 100 países y se producen principalmente en las fábricas ubicadas alrededor del mundo.

En el año 2007 el grupo sueco *Dometic* adquiere la compañía alemana WAECO, líder (en activo desde 1974 y que en 1981 había formado una red de colaboradores llamada *AirCon*) en el sector automoción como referente en soluciones móviles en confort y seguridad, así como equipamiento de taller para el mantenimiento de equipos de climatización de vehículos.

### Estructura española

En España la organización cuenta con un sede en Madrid, con más de 40 trabajadores entre equipo comercial, técnico y de soporte. Además cuenta con una fábrica en Gerona dónde se producen las cajas de seguridad para todo el grupo. Y recientemente se ha abierto una nueva sede en Portugal, para dar soporte al mercado luso.

**José María Osorio**, responsable de la división de automoción de Dometic Iberia comenta: "Nuestra estrategia de presencia en el mercado pasa por la búsqueda de alianzas con los distribuidores locales, elaborando y desarrollando campañas a usuario final. Al mismo tiempo nuestra estrecha colaboración con los constructores de vehículos más importantes del mercado, nos permite tener un know-how del mismo único que, junto al apoyo y cobertura de nuestro servicio técnico, nos permite posicionarnos como líderes en cuanto a nuestra oferta de productos y servicios".

Dometic WAECO es fabricante de todos los productos ofertados. Esta condición nos favorece a la hora de tratar con los clientes y distribuidores, ya que en las negociaciones, acuerdos y posibles coberturas de soportes técnico no intervienen terceros. Esto nos garantiza un servicio de inmediatez y eficacia.

En un mercado de incertidumbre, la fuerza de ventas para estar más cerca del cliente, oír sus necesidades y atenderlas lo más rápido posible, será clave para consolidar y afianzar nuestra presencia en el mercado actual."

### Líneas de productos, sirviendo también a la automoción

**Dometic Group** cuenta con cinco divisiones en la posventa del mercado español. Estas divisiones son: **automoción, caravanning, náutica, lodging y retail**. Contando con una amplia gama de productos. Destacando su liderazgo en productos de confort para caravanning y minibares y cajas fuertes para lodging.

Respecto a **automoción**, **Dometic WAECO**, se posiciona como un líder en tres segmentos: **automoción, vehículo industrial y equipamiento de taller**.

En cuanto a **automoción** y **vehículo industrial** hay que destacar la oferta en cuanto a neveras portátiles, aires de techos para camión, convertidores, sistemas de retrovisión, generadores, accesorios de seguridad y confort.

Respecto al **equipamiento de taller** cuentan con máquinas de carga y diagnosis de aire acondicionado. Su gama de máquinas es amplia, capaz de satisfacer todas las necesidades de los distintos clientes.

Cabe destacar dos aspectos de las estaciones de carga: *tecnología inteligente* y *altamente ecológica*. Siempre orientadas a mejorar la rentabilidad del taller.

Completan este apartado con un surtido de **recambios y consumibles** para el mantenimiento y reparación de los circuitos de refrigeración de todo tipo de vehículos. ●

www.airconservice.eu  
www.waecoparts.com  
www.dometic.com/es/Europe/SpainInicio/?ref=startFlash



#### ➔ No. 1 EN EUROPA EN CLIMATIZACIÓN

Servicio de mantenimiento sin pérdida de refrigerante (99,8 % de tasa de recuperación)

Completamente automática

Convertible para el nuevo gas R-1234yf

Sistema patentado de aceite nuevo y aditivo UV

#### ➔ HOMOLOGACIÓN

Certificado por la mayoría de los fabricantes de vehículos

#### ➔ RENDIMIENTO 100% FIABLE

Función especial de lavado de equipos de aire acondicionado

Cumple con la normativa SAE J 2099 y SAE J 2788



Prácticamente al 100% de todos los sistemas de aire acondicionado de automóviles continúan usando el gas R-134a. Si es necesario, la ASC 2500 es convertible para su uso con aparatos de aire acondicionado que usen el nuevo gas R-1234yf

Más información: 902 111 042  
www.airconservice.eu

Dometic Spain - info@dometic.es

**WAECO**  
by Dometic GROUP



Javier Marín, director de ventas de Brain Bee Ibérica, explicó las características del equipo de diagnóstico B-Touch ST9000.

## BRAIN BEE IBÉRICA HA INICIADO UNA RONDA DE PRESENTACIONES DE ESTE EQUIPO

El equipo B-Touch ST9000 es el buque insignia de la gama de diagnóstico Brain Bee. La firma de origen italiano está convencida de que es una herramienta que puede aportar grandes beneficios al taller y, por tal motivo, ha puesto en marcha una ronda de presentaciones, la B-Touch Tour Profesional, con las que quiere difundir las cualidades de esta herramienta.

# Campaña de difusión del B-Touch

El pasado 26 de abril las instalaciones de Málaga de la firma distribuidora **Navarro Hermanos** acogió la primera de las presentaciones **B-Touch Tour Profesional** con las que **Brain Bee Ibérica** está presentando a los talleres de todo el territorio nacional las virtudes y prestaciones del **equipo de diagnóstico B-Touch ST9000**. La presentación malagueña tuvo una buena acogida ya que asistieron más de un centenar de profesionales de la reparación.

### Facilitando la labor del taller

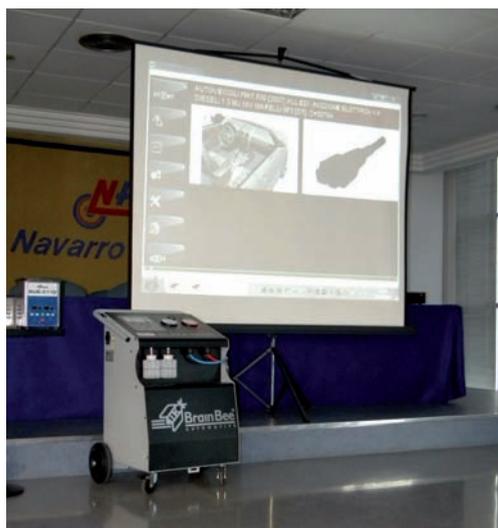
En la primera de las B-Touch Tour Profesional (así ha sido bautizada esta gira de presentaciones), **Javier Marín**, director de ventas Brain Bee Ibérica, explicó a los asistentes las novedades tecnológicas e **innovadoras funciones** que el equipo de diagnóstico B-Touch ST9000 proporciona a los electromecánicos. Entre ellas, destacó la **diagnosís guiada**, que permite solucionar problemas del vehículo

mediante pruebas guiadas; la **función "Inteligente"**, consistente en una nueva estructura más intuitiva para consultar la base de datos y que crea secuencias lógicas en las fases necesarias para identificar correctamente el origen de la incidencia; las **funciones especiales**; la *Ford Specialist* o la *B-Touch Pedia*, una innovadora prestación que proporciona una "enciclopedia" del automóvil que permite acceder a profusa información técnica sobre el vehículo sobre el que está trabajando el taller. Esta amplia información abarca desde esquemas eléctricos hasta averías típicas pasando por la descripción de componentes, diagramas de correas de distribución, etc. A esta función se accede desde el menú "*b-Touch Pedia*" para, a continuación, elegir el modelo en el que se está trabajando. La utilidad y la excelente acogida de esta función ha llevado a Brain Bee a perfeccionarla. En una siguiente fase de desarrollo, esta "enciclopedia" permitirá acceder a la información más concreta, directamente a la avería o sistema diagnosticado, y viceversa para interrelacionar la diagnosís con la documentación.

Javier Marín subrayó que, a pesar de ser un equipo de altas prestaciones, el precio del equipo de diagnóstico Brain Bee B-Touch ST9000 no es, ni mucho menos, elevado ya que se puede adquirir por **3.950 euros**, precio de venta recomendado que incluye doce meses de actualizaciones y servicio de asistencia telefónica gratuitos.

La presentación también sirvió para exponer a los asistentes las principales características de la gama de estaciones de carga y mantenimiento del sistema de aire acondicionado **Clima 6000**, **Clima 8500 Evo** y **Clima 9000** así como las de los equipos ya compatibles con el nuevo gas refrigerante 1234yf. ●

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



En la presentación también se describió la gama Brain Bee de maquinaria para el sistema de climatización y aire acondicionado.



Un centenar de talleres acudió a las instalaciones de Navarro Hermanos para conocer con más detalle el equipo de diagnóstico más destacado de Brain Bee.

A partir del 1 de noviembre, fecha en la que entra en vigor una normativa europea que establece que los neumáticos que se comercialicen deberán informar sobre su eficiencia energética, características de seguridad y nivel de ruido. Ello se hará a través de un nuevo etiquetado que deberán suministrar fabricantes, distribuidores y talleres al usuario final para que éste tenga un mayor conocimiento sobre las cubiertas que instala en su vehículo.

En primer plano, Olivier Lamotte. Le escucha Hugo Ureta.

## MICHELIN INFORMÓ RECIENTEMENTE SOBRE ESTA CUESTIÓN

# Los neumáticos estrenarán etiquetados

MICHELIN

Michelin organizó recientemente una convocatoria de prensa en la que explicó de forma amena y didáctica las consecuencias que va a traer el nuevo etiquetado de los neumáticos a la posventa. Olivier Lamotte y Hugo Ureta, responsables de Relaciones Institucionales y de Marketing de Michelin España respectivamente, dieron las explicaciones pertinentes.

En 2009 la Unión Europea legisló sobre el etiquetado de los neumáticos a través del Reglamento N° 1222/2009. Este marco legal, de obligado cumplimiento en toda la U.E., entra en vigor este año. A partir del 1 de julio los fabricantes de neumáticos ya deberán producir sus unidades con el nuevo etiquetado y el 1 de noviembre los neumáticos comercializados ya deberán incluir la nueva etiqueta identificativa.

Los objetivos del nuevo etiquetado de los neumáticos, establecido por el Reglamento N°1222/2009 son principalmente dos: uno, aumentar la seguridad y la eficiencia económica y medioambiental del transporte por carretera mediante el fomento del uso de neumáticos que sean eficientes en términos de consumo de carburante, seguros y que presenten bajos niveles de ruido (la etiqueta informa de todo ello), y dos, establecer un marco para el suministro de información homogénea sobre los parámetros de los neumáticos mediante un sistema de etiquetado que permita a los usuarios finales elegir los neumáticos sabiendo cuáles son sus características más importantes.

### Información obligatoria

Al nuevo etiquetado están sujetos los neumáticos para turismo, vehículo comercial, 4x4, camiones, autocares y autobuses y la nueva etiqueta debe informar sobre los siguientes

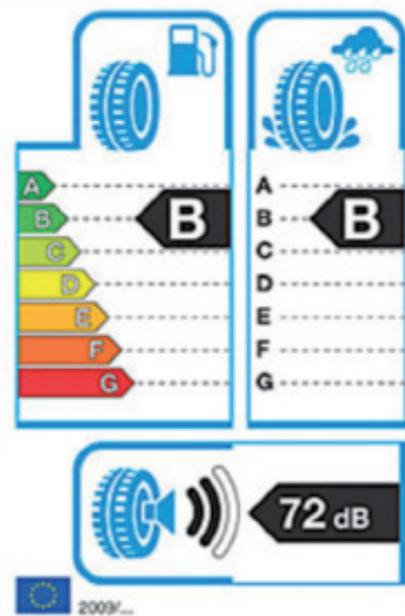
parámetros: **consumo de carburante:** se establece una clasificación del neumático de la A a la G según su nivel de resistencia a la rodadura y de qué forma contribuye el neumático a ahorrar combustible; **seguridad:** clasificación de la A a la G que evalúa las distancias de frenada en suelo mojado y **ruido ambiental:** determina el nivel de ruido exterior de los neumáticos.

Los fabricantes deberán proporcionar el etiquetado a través de documentación técnica y comercial, vía Internet en todos los vehículos afectados. Así mismo, en los turismos y vehículos comerciales ligeros la información correspondiente al nuevo etiquetado también podrá estar incluida en la banda de rodadura de las cubiertas.

Por lo que respecta a los vendedores de neumáticos, los neumáticos expuestos deberán tener a la vista la etiqueta "técnica". En caso de que los neumáticos no estén visibles, la información del etiquetado deberá estar disponible de otro modo. Así mismo, los distribuidores incorporar las informaciones sobre la clasificación en la factura o en un documento que la acompaña.

Los talleres de reparación juegan un papel similar a los distribuidores. Cuando instalen neumáticos a partir del 1 de noviembre, la correspondiente factura deberá incluir la etiqueta autoadhesiva informativa de las características de las nuevas cubiertas montadas. También tiene la opción de adjuntar un documento con la información del neumático que acompañe a la factura. En cualquier caso, puede adoptar cualquiera de las dos fórmulas pero tiene la obligación de proporcionar al cliente la etiqueta del neumático.

Fabricantes como Michelin, impulsor del nuevo etiquetado, insisten en que es labor del taller



Modelo de etiqueta. Informa sobre el consumo de carburante, las características de seguridad y el nivel de ruido del neumático.

informar a los conductores sobre las características técnicas del neumático, y no solo de las que el nuevo etiquetado debe informar obligatoriamente.

Conviene, por último, hacer una aclaración importante, los talleres que tengan stock con neumáticos fabricados antes del 1 de julio (fecha a partir de la cual es obligatorio fabricar con el nuevo etiquetado) podrán venderlos sin especificar sus características técnicas. ●

www.michelin.es



## ÉXITO EN LA JORNADA TÉCNICA DE LA POSVENTA DE AUTOMOCIÓN DE AUTO RECAMBIOS PEÑALVER

# DIANA A LA PRIMERA

Esta iniciativa que llevan a cabo por vez primera iba dirigida a todos los agentes de la automoción murciana: talleres libres, oficiales, concesionarios, centros de formación profesional, flotas de transporte, etc..

Los pasados 27 y 28 de Abril, **Auto Recambios Peñalver**, miembro de **AD Parts**, y dirigida por **José Peñalver**, la segunda generación familiar al frente del negocio, realizó su Jornada Técnica de la Posventa de Automoción; el marco de la Jornada fue el *Centro de Congresos Víctor Villegas* de Murcia, unas amplias instalaciones en las que se acogieron los productos de los 42 expositores que formarán el elenco de esta gran fiesta de la posventa del automóvil de la región, para que pudieran contemplarlas casi 1000 profesionales de todas las especialidades de la región de Murcia.

### Día de la Formación Profesional

El viernes, a partir de las 15.30, se convocó a los alumnos y profesores de los Centros de formación profesional de la Región de Murcia que cuentan con la especialidad de Automoción; a estos últimos se les dio a conocer el programa formativo de AD, a partir del trabajo de **Grup Eina** entregó unos paquetes formativos de las últimas tecnologías aplicadas al automóvil, además de repartir los diplomas del Programa Millenium.

En la presentación de **Francesc Poch** se daba a conocer la estructura de Grup Eina que consta de tres edificios en Figueres se sitúa el call centre (25 técnicos que realizan la asistencia a los talleres del programa), formación y ventas; en Tarragona, se emplaza el diseño gráfico y marketing, y Badalona, una nave con 22 técnicos para el I+D. El cometido del grupo es ayudar al taller, preparando paquetes de documentación técnica para aportar la diferencia entre la vida real y la formación profesional y ayudar a los futuros mecánicos y a los profesores; estos paquetes ya llegan hasta el número 8, y la última hornada fue entregada por **Salvador Martínez-Artero**, el director comercial de Auto Recambios Peñalver.

### Ponencias

A lo largo del día, en diversas salas, se fueron sucediendo las charlas y eventos:

**Valeo:** Nuevas tecnologías de la iluminación.

**Talleres Orán/Phira:** El proceso de fabricación de los elementos de carrocería.

**Bosch:** Tecnologías de baterías AGM (start/stop).

**Federal-Mogul:** El ruido de los frenos.

**3m:** Principales procedimientos de aplicación para reparación del automóvil

**Bosch:** Sistemas de intercambio de inyección diesel-Reparado vs. Reconstruido.

**Schaeffler/LuK:** Volante bimasas-evolución, situación actual y perspectivas de futuro.

**Autover/Saint Gobain:** Presentación de productos

**ACR:** Errores más comunes en la reparación de sistemas de aire acondicionado

**Wabco:** Sistemas de seguridad en el vehículo industrial.

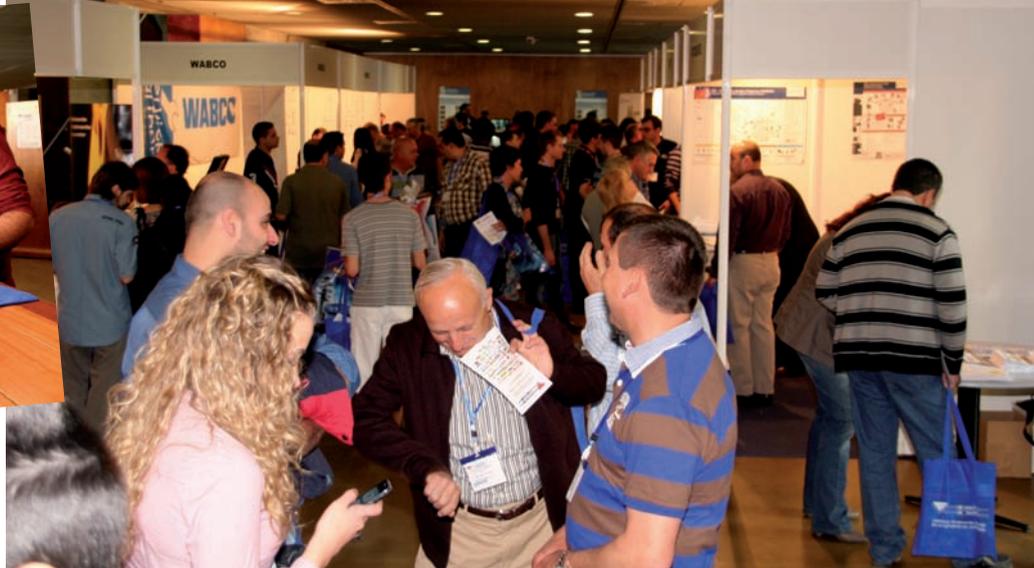
### Día de los Profesionales

El sábado fue la jornada exclusiva para profesionales; desde las 9:00 se sucedieron las charlas técnicas y, tras la pausa para la comida, en una zona reservada en la parte superior del emplazamiento de las jornadas, el evento transcurría con fluidez.

Auto Recambios Peñalver presentaba una plataforma de internet, su **webshop**, en la que ofrece una comunicación mucho más ágil y profesional a sus clientes. En ella el taller profesional tiene acceso a



Entrando en la feria, una bolsa para recoger información y el "pasaporte" para tener opción a entrar en el sorteo de premios.



toda la información necesaria para el correcto mantenimiento de los vehículos.

### Sorteos

Una de las partes lúdicas que tuvieron una acogida estupenda entre los profesionales que cumplimentaban un "pasaporte" con sellos de una ruta entre los stands y se depositaron en el buzón dispuesto para tal fin, fueron los dos sorteos.

**febi bilstein** sorteaba una palanca para elevar el vehículo, obsequio que fue entregado por uno de los responsables de la división de turismos, **Javier Minguell**.

Pero además los distribuidores sortearon diversos obsequios: 1 altavoz JBL para iPod, 1 cámara reflex digital Nikon 3000D, 1 consola Sony Playstation 3 de 160 GB y 1 TV Grundig de 42 pulgadas. También se preparaba una zona donde afinar la puntería en el arte futbolístico promovido por **Continental, Mobil y Federal-Mogul**.



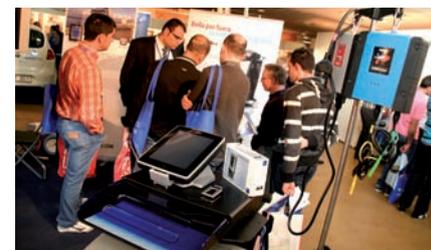
El stand de **GATES**, recibiendo a los visitantes.



**3M** y sus soluciones para profesionales, en la muestra.



**BOSCH** dispuso de una zona con sus equipos para el taller.



**TEXA**, en un stand casi siempre lleno.



La cartera de productos cada vez más amplia de **AIRTEX**, mostrándose al visitante.



**EureCar!**, el programa de formación que promueve **ADI-AD PARTS** despertó el interés de los profesionales.



El stand de **AUTO RECAMBIOS PEÑALVER**, con una muestra de la completa oferta de este potente distribuidor.



El día de la formación profesional, se entregaron los packs que **GRUP EINA** prepara (y ya van 8) a los centros de FP de la zona. Casi 1000 profesionales reparadores de la zona se acercaron durante los dos días.



# Eventos



**TENNECO** informaba a los visitantes sobre sus amortiguadores de turismo y vehículo industrial y sus sistemas de escape.



**FEDERAL-MOGUL** no se perdía la oportunidad de estrechar vínculos con el taller.



Como siempre, **MICHELIN** animando el cotarro con su **Bibendum**... como atracción de profesionales a sus productos.



**ZF SERVICES** acudían para dar a conocer con más detalle sus productos **Sachs** y **Lemförder**.



**SAGOLA** ante los profesionales, usuarios directos de sus productos.



**FRIGAIR** acudía con su gama de productos y los de la marca **JAPANPARTS**.



La intendencia y el ocio, contemplados en la feria...

## Una estructura solvente

Auto Recambios Peñalver, empresa líder en la distribución de componentes para la automoción, cuenta con su sede central en Murcia y se apoya en otros almacenes en Cartagena, Lorca, Alcantarilla, Caravaca, Molina de Segura, Yecla y San Pedro del Pinatar. Ofrece productos para el turismo, el vehículo industrial y la industria en las familias de mecánica, lubricantes, climatización, electricidad, neumáticos y otros productos más, ofreciendo un servicio global. ●

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



Nuestros medios **ELECTROCAR**, **MRyT** y [www.mryt.es](http://www.mryt.es), presentes en la feria, un momento para departir entre los talleres; **Pepe Peñalver**, nuestro anfitrión y amigo con **Gloria** y **Ernest Viñals**.

El Sorteo de productos, tanto el de **AUTO RECAMBIOS PEÑALVER** (entre los que depositaron el pasaporte sellado tras su visita a los stands) y el de **FEBI BILSTEIN** (**Javier Minguell** entregaba una palanca para elevar el vehículo al afortunado ganador), uno de los momentos intensos de las jornadas.



Joan Miró, responsable técnico de Checkstar, explicó a los casi setenta talleres que acudieron a la presentación de Sant Cugat las virtudes y servicios que ofrece esta red de talleres.

MAGNETI MARELLI ESTÁ REALIZANDO UNA GIRA DE PRESENTACIONES A TALLERES

## Checkstar se da a conocer

En su estrategia por extender la red de talleres Checkstar por todo el territorio español, Magneti Marelli España está realizando durante estos días una ronda de presentaciones a talleres de toda España. El objetivo es que el máximo número posible de reparadores conozca esta red y todo lo que le puede ofrecer, que no es poco.

En esta "Checkstar Spanish Tour" que está realizando **Magneti Marelli España** para explicar los puntos fundamentales de la red **Checkstar** a los talleres de toda España, **MRyT** estuvo presente en la que realizó el pasado 8 de mayo en Sant Cugat (Barcelona). Al día siguiente se desplazarán hasta Valls (Tarragona) y dos días después a Zaragoza.... A la presentación de Sant Cugat acudieron casi setenta representantes de talleres de la zona (Sabadell, Vilafranca del Penedès, Manresa, Sant Fruitós de Bages, etc.). Éstos fueron convocados por distribuidores Magneti Marelli también de la provincia de Barcelona como **Carser**, **EMMS**, **Establiments Coll** o **Euma Grup**.

### Amplia cartera de servicios

La reunión se inició con la intervención de **Joan Miró**, responsable de marketing de Magneti Marelli España, quien puso en contexto a los asistentes a los que explicó las dimensiones y los recursos con los que cuenta la firma impulsora de Checkstar. **Magneti Marelli** es una multinacional de origen italiano con presencia en los cinco continentes, integrada en el **Grupo Fiat** y que en 2011 facturó más de 6.000 millones de euros.

Tras Miró tomó la palabra **Joan Rubí**, responsable técnico de Checkstar, que ya entró en harina explicando a los talleres presentes cuáles son los objetivos de la red, qué ofrece al taller y cuáles son los requisitos para pertenecer a ella. Rubí subrayó que Magneti Marelli se ha propuesto **expandir la red por toda la geografía española** y muchos son los argumentos para adherirse a ella, especialmente,

disponer de una asistencia técnica de referencia, formación, apoyo comercial y de marketing, imagen corporativa, productos y equipos Magneti Marelli a precios especiales, etc... y todo a un precio muy competitivo.

De entre los servicios que Checkstar ofrece al taller destaca el **Call Center**, formado por técnicos de Magneti Marelli (no externalizado). Prueba de su utilidad es que este **Call Center**, que cuenta con cinco líneas de consulta, atendió el año pasado a 1.230 clientes que realizaron 21.600 consultas. Checkstar también soluciona el **acceso a la información** ya que el taller de esta red tiene acceso a **ReTis**, la **base de datos** técnica de Magneti Marelli. Por si ésta no fuera suficiente, los distribuidores de la firma de origen italiano suministran la **base de datos Autodata**. En cuanto a la **formación**, Checkstar desarrolla una gran actividad al respecto, el año pasado impartió más de 500 horas de formación en la que participaron más de 850 electromecánicos. La red cuenta con tres formadores itinerantes que se desplazan a los talleres y organiza cursos hasta en 16 puntos repartidos por toda España para que el desplazamiento no suponga un problema. Otras ventajas comentadas por Rubí, es el apoyo que Checkstar ofrece a aquellos talleres de la red que quieran realizar **campañas publicitarias** en su zona o **promociones** para sus clientes. Así mismo, la extensa gama de **componentes Magneti Marelli** se les presenta con precios especiales por pertenecer a la red, sin compromiso obligatorio de compra. Lo mismo ocurre con la **maquinaria de taller**, equipos de diagnóstico, estaciones de carga del sistema de aire acondi-

cionado, testers, etc., de los que Checkstar también ofrece el correspondiente servicio posventa. Los requisitos para pertenecer a la red son bastante concretos. Los talleres deben adquirir el **pack imagen** compuesto por el rótulo externo personalizado (de cuatro metros como mínimo), el tótem de especialidades, una banderola exterior, cuatro prendas de ropa de trabajo (dos monos y dos pechos) y un expositor de protecciones para el automóvil (fundas de asientos, de volante, etc). Esto correspondería a la imagen corporativa Checkstar. Otra condición es la **compra de un equipo de diagnóstico Magneti Marelli**. En este caso permite elegir entre el **Tester Vision**, el **Tester Smart** o el **Tester Logic** en función de las necesidades o la capacidad económica del taller. Estos tres equipos se venden en exclusiva para la red Checkstar con descuentos especiales. La compra de productos Magneti Marelli no es obligatoria pero los talleres Checkstar se benefician de un 5% de bonificación en puntos por compras superiores a 7.500 euros al año. Por último, el taller contrata el **pack de servicios de apoyo al taller** que incluye el **Call Center**, el acceso a la zona **Profesional Web** de la página web de Magneti Marelli la cual proporciona en exclusiva a los miembros de Checkstar información técnica, actualizaciones de software, etc., tres cursos de formación, la base de datos **Re Tis** y las actualizaciones de los equipos de diagnóstico gratuitas durante el primer año. Todo este elenco de servicios, que aportan competitividad al taller, los ofrece Checkstar con una condiciones económicas muy ventajosas insistió Rubí a los talleres asistentes a la reunión. ●

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

# Abandonos de vehículos y talleres

Los reparadores deben hacer frente, como consecuencia de la situación económica, y entre otras problemáticas, a estas dos cuestiones que han venido incrementándose recientemente, y que suponen un grave perjuicio para sus intereses.



Llevar el vehículo al taller y que no fuera una experiencia amarga para el usuario, sino satisfactoria, siempre ha sido un reto para el reparador y una temática que se ha planteado en numerosos foros; pero ahora hay que tratar que eso tampoco suponga una situación amarga para el taller.

La situación económica ha supuesto que proliferen prácticas indeseadas para el reparador, como son el abandono de vehículos en el taller por parte del usuario, al no poder hacer frente a los importes de la intervención, y la creación de bolsas de economía sumergida en el sector de reparación: los talleres ilegales que surgen del cierre de empresas vinculadas a la posventa, entre otros factores.

## Abandonados a su suerte

En el caso de los vehículos abandonados, el taller tiene a su disposición la reforma de la Ley de Tráfico (mayo de 2010), por la que los vehículos pueden ser dados de baja, tras un periodo de dos meses, pudiéndose retirar las piezas empleadas en la intervención; los datos de RODES (Red Operativa de Desguaces Españoles) cifran en un 25% el incremento de números de bajas gestionadas por los talleres, en un contexto en el que los usuarios alargan la vida útil de su vehículo (reduciéndose las bajas en su totalidad, hasta más de un 20% que en cifras anteriores al estallido de la crisis, en 2007), en un parque que no crece (solo un 1% de 2010 a 2011 y se prevé que en 2012 este porcentaje se reduzca a 0,6%), que envejece (8,3 años en 8,5 millones de vehículos, cuando la depreciación de su valor venal es de -79%, la media de kilómetros recorridos supera los 12.000 al año y suponen casi 200.000 reparaciones de siniestros) y en la que las reparaciones de siniestros tienen tendencia a reducirse (5.700.943, -4,9% respecto al año anterior, una tendencia que seguirá en 2012, siendo un 41% de las reparaciones las

que se realizan en vehículos de más de 5 años), al igual que los mantenimientos.

Según **CETRAA** "El abandono de vehículos en los talleres de reparación es 'otro' de los problemas a los que nuestro sector debe hacer frente y que con el estado actual de la situación económica de España se ha agudizado. En total han sido 1.186 vehículos los que han sido tramitados como residuos para su traslado a Centros Autorizados de Tratamiento (desguaces) en 2011. Vehículos abandonados en el taller por sus titulares. Y decimos que es otro problema porque no es ni el único ni el más grave. Ciertamente, sin que podamos ofrecer datos concretos a la fecha, de las consultas efectuadas desde la Confederación a nuestras asociaciones miembro se deduce un considerable aumento de las consultas a nuestros gabinetes jurídicos acerca de facturas impagadas y, consecuentemente, de vehículos que, tarde o temprano, terminan siendo abandonados."

En la misma línea se manifiestan desde las asociaciones integradas en **CONEPA**: "ante este problema que, según nuestros datos, ha afectado o afecta a uno de cada cuatro talleres, aconsejamos a nuestros asociados que sean siempre estrictos a la hora de cumplimentar el resguardo de depósito, un documento que "vincula" legalmente al taller con el vehículo y que le permite iniciar, una vez cumplidos los plazos, los trámites oportunos para poder deshacerse del coche una vez que el taller está seguro de que su propietario no va a pasar a recogerlo."

## Prevención y acción para paliar las situaciones de abandono

Ante esta situación, más que hablar de cifras, **Antonio García Arenas**, presidente de **CETRAA** nos explica a lo que el taller debe hacer para evitar o tratar de

paliar en la medida de lo posible el que se produzca esta situación de abandono: "En primer lugar, no podemos dejar de mencionar en éste punto la importancia que tiene disponer de todos los datos del cliente (nombre completo, dos apellidos, dirección fidedigna y DNI, como mínimo; es muy conveniente conocer otros datos en la medida en que se pueda, por ejemplo el lugar de trabajo); también la importancia de no dejar transcurrir demasiado tiempo, evitando que se alteren esos datos y las consiguientes dificultades de localización; y, una vez más, hemos de recordar la obligación de tener la orden de reparación con renuncia a presupuesto o el presupuesto mismo, firmado por el cliente, no ya, que también, por la sanción que puede sernos impuesta por la infracción, sino por las ventajas que supone para efectuar la reclamación caso de impago y, en el campo a que se refiere este artículo, por constituir la mejor justificación de la legítima tenencia del vehículo en nuestras instalaciones. Y, por último, el mejor consejo es conocer a nuestros clientes, hablar con ellos, ponernos en su lugar para indicarles con la suficiente antelación todo lo que puede suponer la reparación y su importe. Siempre es preferible dedicar un tiempo especial al trato personalizado con nuestros clientes que tener que ver cómo nuestros esfuerzos y una buena reparación quedan, en el mejor de los casos, en un impago cuando no en un espacio ocupado en el que no podemos trabajar durante tiempo."

Similar a lo que se propone desde **CONEPA**: "Como término medio, el proceso de tramitación de una baja desde el taller dura entre tres y cuatro meses. Sin el resguardo de depósito, las tareas burocráticas se complican en exceso. Tenemos el caso de una empresa que se ha visto obligada incluso a recurrir a actas notariales con testigos para poder demostrar que un coche llegó en su día a sus instalaciones e iniciar así el procedimiento de retirada del automóvil. Lleva más de

**75.000**  
vehículos con  
retrasos de recogida  
de más de un mes en  
los talleres en 2011.

**Casi 2000**  
**euros**  
son los importes de las  
reparaciones en un  
80% de los casos.

**+25%** de  
incremento de vehículos  
dados de baja por los  
talleres en 2011.

# MICA EN NUESTRO PAÍS

## res ilegales



un año en el proceso y, mientras tanto (y es un taller pequeño) sin poder trabajar en el área en el que está depositado el coche.

Paralelamente, como en la práctica totalidad de los abandonos de vehículos, no se cobra la factura de servicios que se han realizado, desde CONEPA aconsejamos poner en marcha las oportunas reclamaciones legales e incluso, si su importe es menor de 2.000 euros, se lo gestionamos a través del proceso de monitorio, que no exige la intermediación de abogado y procurador y acelera y abarata así los trámites de cobro."

### Crece la actividad de talleres ilegales

Otra de las consecuencias de la crisis económica es la proliferación de talleres ilegales que, según los últimos datos, ha crecido un 25 % y supone un 15 % de la actividad de los talleres de reparación de automoción.

La actividad de los talleres ilegales es un problema tanto para la sociedad en general como para la actividad económica ya que, por un lado, supone una merma en la seguridad vial debido a que no hay garantías en las reparaciones o/y mantenimientos realizados sobre automóviles que circulan por calles y carreteras, aparte del riesgo ecológico que el no cumplimiento de las disposiciones implica para la naturaleza.

Por otro, los talleres legales que cumplen con lo establecido en la ley no pueden competir en igualdad de condiciones y muchos se han visto abocados a cesar su actividad o a ahorrar costes a base de recortar en materia de seguridad, fiscalidad e impuestos, prevención de riesgos laborales, medio ambiente, etc.

### Asociaciones en acción

Tal como nos comentan en CONEPA, la federación no pierde ninguna ocasión en sus contactos con los organismos oficiales para llamar la aten-

## Qué hacer para dar de baja un vehículo

La actuación a seguir para obtener la autorización para llevar el vehículo a un CAT, es la siguiente:

1. Realizar un requerimiento al titular del vehículo para que retire el mismo de nuestras instalaciones. Aconsejamos hacerlo por medio de burofax con acuse de recibo. La propia **Dirección General de Tráfico** emitió una completa instrucción que puede ser consultada bien en la DGT, bien en cualquiera de sus Jefaturas o acudiendo a los servicios jurídicos de cualquiera de las asociaciones de reparación.
2. Dejar transcurrir dos meses.
3. Presentar solicitud en la Jefatura Provincial de Tráfico para que dé tratamiento residual al vehículo. Esta solicitud deberá de acompañarse lo siguiente:
  - a. Documentación que acredite la identidad y propiedad o posesión del recinto (DNI, CIF, escritura propiedad, contrato alquiler del local...)
  - b. Justificación documental que acredite que hemos solicitado al titular del vehículo su retirada de nuestras instalaciones con dos meses de antelación.
  - c. Documentos que acrediten la estancia del vehículo en nuestro recinto: orden de reparación, presupuesto aceptado, parte de recogida por accidente, etc.
4. A partir de dicha solicitud se abre un expediente administrativo en el que la Jefatura de Tráfico volverá a requerir al titular del vehículo, en éste caso por plazo de un mes. Y transcurrido éste sin que se haya producido la retirada, autorizará o no el tratamiento residual del vehículo.

ción de las autoridades por el aumento de la competencia desleal, con un incremento importante de talleres ilegales y el crecimiento del número de reparaciones hechas en la calle o en locales privados por personal en paro procedente de talleres y otras industrias. Asimismo, inciden en la escasa reacción de las autoridades competentes ante una situación tan negativa para los empresarios que cumplen con sus obligaciones técnicas, administrativas, fiscales y laborales.

"En caso de detectar ese tipo de negocios, a nuestros asociados les aconsejamos dirigirse a las asociaciones provinciales de talleres aportando si es posible cualquier prueba o testimonio disponible que avale las sospechas de ilegalidad de un determinado taller", comentan.

La proliferación de los talleres ilegales ha sido uno de los aspectos que centraron la reunión mantenida en Alicante entre **FEMPA-ATAYAPA** y **SEPRONA**, el Servicio de Protección de la Naturaleza de la **Guardia Civil**, donde se ha plasmado la necesidad de que los diferentes agentes que velan por la seguridad y la legalidad en las empresas y establecimientos comerciales unifiquen esfuerzos y persigan contundentemente este tipo de actividades ilegales.

"En primer lugar, cuando se detecte un taller clandestino, hay que clausurar el local puesto que la primera infracción, y las más grave, es esa, que es clandestino", destacaban desde FEMPA.

Para ello, es necesaria la implicación de los ayun-

tamientos y de las policías municipales. FEMPA está manteniendo reuniones con los alcaldes y ayuntamientos de la provincia de Alicante para establecer líneas de actuación que favorezcan la erradicación de los talleres clandestinos.

Asimismo, es competencia de la administración autonómica vigilar porque cada actividad ejerza bajo unas condiciones mínimas de seguridad marcadas según la legislación vigente. "No sólo es necesario intensificar las inspecciones sino imponer, además, las sanciones previstas en la ley", advierten desde FEMPA.

Por todo ello, SEPRONA prevé poner en marcha dispositivos de inspecciones para detectar los talleres ilegales que estén operando en la provincia. En este sentido, desde hace tiempo, los servicios jurídicos de la Federación ponen a disposición de sus empresas asociadas, el boletín de denuncia, para que cuando detecten cualquier irregularidad, informen a FEMPA y sea la federación la que de a conocer a las autoridades las presuntas irregularidades.

Por otro lado, SEPRONA ha pedido la colaboración de FEMPA-ATAYAPA para que recuerde e informe a sus asociados de la correcta gestión de los residuos, sobre todo, de las baterías usadas, para lo que se están preparando una serie de artículos técnicos que se difundirán entre los asociados. ●

📍 [www.cetraa.es](http://www.cetraa.es)  
[www.conepa.org](http://www.conepa.org)  
[www.fempa.es](http://www.fempa.es)

**1.186**  
vehículos tramitados como  
residuos para su traslado a  
Centros Autorizados de  
Tratamiento en 2011.

Sólo en un **20%** de los casos los  
talleres tienen que acudir a las vías  
legales convencionales para reclamar  
los pagos, tras su gestión de los  
procesos de monitorio, según CONEPA.

**8 años**  
o más es la edad de  
los vehículos abandonados  
en el taller.

OPEN DAY EN GRUPO SOLEDAD

# ECOLOGICAL LA RED

# DRIVE VERDE



El Grupo apoya el relanzamiento en España de la red de neumáticos que aúna economía, ecología y calidad, que ya ha abierto un nuevo punto, y organizó una visita a las fábricas de recauchutados Insa Turbo de turismo, neumáticos, los almacenes centrales de producto terminado y la fábrica Mezclas de Caucho-MCE.

Asociados, potenciales clientes y periodistas, se concitaron en las instalaciones de **Grupo Soledad** el pasado 23 de abril para celebrar el "Open Day" de la red Ecological Drive con el fin de dar a conocer la cadena de autocentros con sensibilidad ecológica, y explicar los detalles de la enseña, junto con las acciones a desarrollar para que el taller adscrito a la red tenga un factor diferencial respecto a otras redes de talleres y con ello garantice el futuro de su negocio. Hoy se inaugura un nuevo centro en Media Sala, Cartagena, para lo que se ha previsto una acción dinamizadora en la ciudad, dentro de la campaña de expansión que lleva a cabo la red.

## Una jornada de puertas abiertas

El equipo al completo, capitaneado por **Joaquín y Salvador Pérez**, a la presidencia, junto con el resto de responsables del Grupo y la cadena (**Joaquín Pérez Jr.**, responsable de Marketing, **Vanessa Pérez**, marketing de Ecological Drive, **Ángela Baus**, al frente de la página web, **Diego Linares**, responsable de ventas de Insa Turbo), explicaron a los asistentes cómo está conformado el Holding de Grupo Soledad, las características de la red y las acciones que se llevan a cabo.

Como complemento, se visitaron las factorías de recauchutado de **Insa Turbo** turismo y camiones para comprobar el proceso de alta tecnología de renovación de sus neumáticos y las recientes inversiones en herramientas de producción; también se visitaron las flamantes nuevas instalaciones de su almacén central (cinco naves de 8.000m<sup>2</sup> inauguradas hace escasamente dos meses) y la factoría de MCE donde se producen las bandas de caucho que se emplean en el proceso de renovación de los neumáticos de la marca.

## Un producto para los nuevos tiempos

Uno de los puntos empleados en el argumentario de la creación de la red se sitúa en el contexto económico, en el que el usuario demanda ahorro en cualquier elemento de consumo, paralelamente al creciente interés por el medio ambiente y el reciclaje, derivándose

a la compra de productos ecológicos. En el neumático este contexto implica la adaptación a una tipología de parque en el que el 40% de los vehículos son de gama media/baja y el 30% de gama baja, el alargamiento de los mantenimientos (un 32% de los consumidores lo practican).

## La red de talleres

Ecological Drive reinventa el concepto de taller mecánico, apostando por una filosofía verde por su especialización en un producto ecológico a precio muy económico, incidiendo en la calidad y la seguridad, siendo pioneros en Europa con su forma de hacer respetuosa con el medio ambiente.

Esta nueva red de talleres que empezó a funcionar hace ya 2 años, apuesta por una amplia oferta permanente de neumáticos renovados Insa Turbo, así como básicos ecológicos y neumáticos ecoeficientes de marcas premium para Turismo, 4x4 y camioneta Nexen, Pirelli, Hankook, Michelin, etc. que se presentan a precios realmente económicos.

Ecological Drive cuenta en la actualidad con 14 centros en toda España (cuatro de ellos propios), localizándose 5 en la Comunidad Valenciana (Castellón de la Plana, Algemesi, Elche, Crevillente, y San Vicente), 6 en Andalucía (Sevilla, Jerez de la Frontera, La Canada, Lepe, Las Lagunas, y Fuengirola), 1 en Cataluña (Riells), 1 en Galicia (Boiro) y el de Murcia (Media sala, Cartagena), inaugurado hoy.

Para pertenecer a la red se realiza un estudio elaborándose un plan a 3 años y se facilita una financiación para la identificación de la red, un *rappel de compra de producto a finales de año*, *acuerdos con los proveedores*, *plan de formación*, *planes de marketing* en los productos de marca propia (baterías y lubricantes) y una *nueva página web para B2B* en la que la compra se premia con puntos canjeables y donde existe un localizador de talleres, además de volcarse las campañas creadas por la central para la red.

También se editan folletos con la *garantía Green Live* de nuevo diseño, (en la que figuran los datos del consumidor, la cobertura -diferente a medida en que pasan los meses- la revisión activada), *recordatorios de revisiones*, *cartelería* con eco-consejos, *troqueles* de la mascota Steve con las promociones, *3 campañas*

anuales (Semana Santa, verano y Navidad), *uniformación*, *acciones informativas* (los "bichos" que deben ser "atrapados" y que suponen descuentos en los centros o autobuses informativos) o *merchandising* Insa Turbo.

## La red, en la red

La página *ecologicaldrive.com* supone dar a conocer a los usuarios los valores del Grupo (detallándose los 25 años de Insa Turbo además de las características de calidad e innovación del grupo -que invierte anualmente el 1% de su facturación en I+D-), los compromisos, las noticias bajo el lema "lo inteligente es ser ecológico".

Además de ser una apuesta por la sostenibilidad, el uso de neumáticos reciclados también resulta un ahorro para el bolsillo. En su fabricación, que implica un previo y exhaustivo control de calidad, se aprovechan las carcacas de los neumáticos usados y por ello estos productos llegan a ser hasta un 60% más ecológicos que los neumáticos convencionales.

En la página existe un contador de ahorro de CO<sub>2</sub> (1000 bosques salvados) que se duplicará este año y se incide en la importancia del uso de neumáticos reciclados como alternativa ecológica y responsable con el medio ambiente, ya en su proceso de producción se ahorra hasta un 75% de emisiones de CO<sub>2</sub> a la atmósfera, suponiendo una valiosa iniciativa para evitar contribuciones al calentamiento global y reduciendo el consumo de petróleo en su producción (solo 5 litros frente a los 35 de un neumático nuevo).

También se encuentra el acuerdo del grupo con la universidad local, en la Cátedra Miguel Hernández, para el desarrollo de nuevas iniciativas.

## Renovando desde hace 25 años

Tras la presentación de la red de talleres, el acto continuó con una visita guiada a las instalaciones de Insa Turbo, para mostrar in situ el proceso de elaboración de un neumático reciclado a partir de neumáticos fuera de uso. La masiva fabricación de neumáticos y las dificultades para hacerlos desaparecer, una vez usados, constituye uno de los más graves problemas medioambientales de los últimos años en todo el

## A la caza del "bicho", como campaña de lanzamiento del nuevo centro

Para la dinamización de la apertura del centro, **Ecological Drive** puso en marcha una campaña informativa a través de buzoneo y pósters troquelados a imagen y semejanza de los "bichos" para dar a conocer su **nuevo centro en Media Sala, Cartagena**.

A través del lema "¡Atrapa este bicho!" se invitaba a participar a los habitantes de Cartagena a la caza y captura de los "bichos-regalo" para que así pudieran conocer el nuevo centro, beneficiándose de sus prácticos regalos y ofertas de lanzamiento.

Aquellos que "capturan" los folletos y acuden con ellos al nuevo taller serán premiados con revisiones visuales de seguridad (sin reposición de líquidos y aceites), pero la "caza mayor", 4 juegos de 4 neumáticos renovados y 25 revisiones de seguridad incluyendo el cambio de aceite, se la llevarán los afortunados que se hagan con alguno de los troquelados en forma de "bichos" gigantes, escondidos en puntos estratégicos de la ciudad, llevándolos de vuelta al nuevo centro Ecological Drive.





Joaquín Pérez, director de Marketing del Grupo en su presentación.



El Ecological Drive de Elche, uno de los primeros centros de la enseña (propiedad del grupo), como muestra de las características y posibilidades de su argumentario, en sintonía con las demandas del usuario actual.



Talleres de la enseña, potenciales talleres y prensa, concitados en las flamantes nuevas instalaciones del Grupo



Vanessa Pérez, promotora de la red, dando a conocer los principales puntos fuertes.



Joaquín y Salvador Pérez, en la presidencia de Grupo Soledad, de núcleo familiar, posan con "Nico" la mascota de otra de las redes del Grupo, Confort Auto.



mundo, es por ello que Insa Turbo haya apostado desde 1988 por la sostenibilidad y por el ahorro energético, dedicándose al renovado de neumáticos a partir de la reutilización del caucho.

### Materia prima para el Grupo...entre otros...

A continuación se llevó a cabo un tour por Mezclas de Caucho-MCE, empresa también perteneciente a la división industrial de Grupo Soledad, pero especializado en la producción de fórmulas de caucho y en el reciclaje de los neumáticos que, tras haber sido sometidos a exhaustivos análisis, finalmente no son válidos para ser renovados; tal como nos mostraba **Gabriel Paricio**, la goma triturada interviene en gran variedad de usos y sectores: por supuesto las bandas para la renovación de los neumáticos (las del Grupo e incluso las de otros competidores) losetas de seguridad para parques infantiles, suelas de zapato, aislantes acústicos, capas asfálticas.



Vanessa Pérez explicaba in situ a los potenciales talleres los detalles de pertenecer a la red.



Durante a la visita a las instalaciones del Grupo, pudimos ver el Centro de Desarrollo e innovación.

### Salvando vidas

En MCE se se produce el material para el un nuevo proyecto del Grupo, los guardarraíles de goma que lleva tres años desarrollándose y que actualmente está en proceso de homologación con pruebas en IDIADA, para ser presentado a las Comunidades Autónomas y que estas lo sustituyan por los actuales, lo que supondría salvar vidas (especialmente las de los motoristas) minimizar la gravedad de las lesiones en los siniestros (evitando amputaciones), además de suponer el aprovechamiento de 2.300 neumáticos por cada Km de rail de goma.



### Para muestra, un botón

El Open Day culminó por la tarde en el Taller Ecological Drive de Elche, atendido por **José María Castelló**, donde se mostró este proyecto "verde" materializado en unas instalaciones, que ofrecen un servicio de mantenimiento al automóvil respetuoso con el medio ambiente, y una amplia gama de neumáticos reciclados a precios muy rentables. ●

<http://ecologicaldrive.com/>

La materia prima para el recauchutado (entre otros sectores, puesto que producen para la industria del calzado y otras), sea para sus propias marcas como para compañías de la competencia, se fabrican en MCE.



Las cubiertas del grupo (en la imagen, de turismo, pero visitamos además la de camión) producidas en caliente (convencidos de que es la mejor tecnología), reciben un mimo especial en su proceso de producción, para el que se utilizan las últimas tecnologías, dado que la inversión en este concepto es muy alta.





# Más empresarios todavía

Informaciones, apoyos, productos, proyectos, interacción y reflexiones en un congreso donde también se reconoció el apoyo de los patrocinadores y el trabajo de los ponentes.



Un aspecto de la sala durante el Congreso.



Tras la bienvenida a los congresistas (más de 200) por parte del socio de Serca en Granada, **Manuel Varo**, de



**Repuestos Arabial**, tomaba la palabra **Juan Carlos Rico**, quien se lamentaba de la no asistencia de algunos talleres (recordando el esfuerzo que supone un evento de estas características para el Grupo) y animaba a los reparadores a adaptarse y aprovechar los momentos de cambio que esta situación contextual compleja supone.

Una red que se distingue por la calidad "podríamos ser más, pero no están todos los que quieren" y que debería mejorar la comunicación hacia el usuario.

## Marketing en apoyo del taller

El nuevo responsable de marketing del Grupo Serca, **Eduardo Gutiérrez**, se estrenaba en

una intervención en la que analizó los factores que un taller debe tener en cuenta para su éxito, que en realidad se asegura con la satisfacción del cliente:

**Packaging:** todos los talleres SPG ya tienen el packaging perfecto para desarrollar su actividad, está perfectamente estudiado

**Servicio y uso:** Como taller y para satisfacer las necesidades de los clientes, ¿qué servicio presto?, debo potenciar más servicios de los que presto ahora?, ¿cuántos servicios puedo prestar, que debo hacer para incluir este servicio?. El consumidor quiere ir a un sitio y conseguirlo todo. En caso de que el taller considere que no debe ampliar sus servicios sólo queda hacer más formación para diferenciarse de la competencia.

**Precios:** Cada empresa tiene una política de precios establecidas y viene determinada con el margen de ganancia marcado. ¿Cómo se encuentran sus precios con respecto a su competencia? ¿Son caros, son baratos o están acorde con el mercado?. ¿Qué margen de beneficios tenemos?

**Plaza o distribución:** Canales de distribución usados para la venta del producto o servicio. En los talleres SPG la distribución dentro del taller ya

## INTERACCIÓN

Ambas intervenciones contaron con una buena participación de la sala, como viene siendo habitual en los congresos del Grupo y de la Red, que se expresaban para exponer sus ideas o dudas.



está muy bien organizada.

**Promoción:**

Comunicar las características del servicio o del producto. Los talleres SPG hacen promociones y van siempre enfocadas al consumidor final. ¿Qué posibles promociones podemos hacer como talleres o micro empresas?: 1- Regalos para crear una base de datos de los clientes, 2- Programas por puntos, 3- Ventas cruzadas (unir dos servicios por el precio de uno).



gestión del taller pero tenemos que empezar por el PVP de nuestro trabajo. Lamentablemente no hacemos nuestros presupuestos de cómo gestionar nuestro taller de cara al año que viene, nos centramos en controlar a la competencia y bajar los precios." También mencionaba al equipo humano de la nueva CETRAA.



### La Gestión del taller, el apoyo de la informática

**Pere Colomé**, responsable del departamento de Informática en Serca, hacía referencia a la nueva aplicación Serca Gestión, mostrando las mejoras en un vídeo; el nuevo aplicativo (a instalar en breve) no es un mero lavado de cara (tiene nueva imagen, con botones en lugar de ventanas), sino que permite gestionar las ventas, las compras, el stock con la gestión de referencias virtuales, creación de presupuestos, etc. Se ha mejorado la introducción de la matrícula y se incluyen las necesidades administrativas del centro, como llevar contabilidad; confiados en su solvencia, se permite que el taller pueda probarlo durante un mes sin coste.



### Hablando de futuro

**Carmelo Pinto**, director general de Grupo Serca, empezaba su exposición mencionando la situación contextual (menos ventas de VN, menos kilometraje –la mitad en cuatro años hasta los actuales 15.000/año): un entorno en cambio en el que la introducción del neumático como elemento de venta en el Grupo (el 20% del gasto de un vehículo y el 4º producto en importancia en el Grupo) debía ser contemplado como una oportunidad para todos los talleres. Mencionó como cifras que Serca ha crecido un 7% mientras el taller ha caído un 4% en facturación. La llamada a ser empresarios para controlar los parámetros de rentabilidad "No se debe centrar solo en la facturación sino en la gestión financiera y en la rentabilidad, vigilar los costes y estar al tanto de la venta. La formación es muy importante, casi no vamos a poder ni cambiar neumáticos si no estamos formados. Futuro hay pero hay que currárselo. No podemos lamentarnos por la situación"; mucha creatividad, "más ruido que nunca, estar en las redes sociales, darse a conocer al mercado. El futuro del automóvil pasa por la red" y a la necesidad de ir mano a mano con fidelidad al proveedor (el socio del Grupo) fueron los mensajes que Pinto lanzó a los talleres.



### La experiencia del taller, en la directiva de CETRAA

**Ángel Asensio**, vicepresidente de CETRAA, incidía en la necesidad de tender a la gestión del centro de intervención como un verdadero empresario: "aquí estamos hablando de la buena



## LOS DISTRIBUIDORES Y SUS TALLERES

Pese a no ser el congreso con más talleres asistentes, muchos de los distribuidores socios de SERCA asistieron con sus clientes, los talleres SPG.



## LA PARTE DULCE: GASTRONOMÍA Y RECONOCIMIENTOS

El almuerzo se celebraba en el Hotel Abades Nevada Palace y para la cena, los asistentes se trasladaron en autocares al Pabellón de las Artes de Granada, donde disfrutaron de la habitual cena con espectáculo, en la que se entregaron **reconocimientos** a los **patrocinadores** del evento y a los **ponentes**.



## Al motor de combustión le queda un largo trecho por delante



**Jesús Amenábar**, director comercial de Krafft ofreció a los talleres la ponencia que ya impartió en el Congreso del Grupo en Mérida: Las energías renovables no podrán sustituir de momento las energías del petróleo. Mencionaba

datos como que en los años 80-90 las reservas de petróleo estaban en Iraq, Irán, Arabia Saudí, Rusia y EEUU, pero ahora ha habido una gran evolución técnica que ha desarrollado sistemas para extraer petróleo de otras profundidades y en situaciones casi imposibles. Ello, en su opinión, conlleva que vamos a seguir dependiendo del petróleo, el coche eléctrico no acaba de ver la luz (se vendieron apenas 1000 vehículos en 2011). *“Somos adictos al petróleo, es una buena y una mala noticia. Nuestros negocios están asegurados en este sentido, tendremos que utilizar biocombustibles, no convertirlos en eléctricos hibridación. Sistemas de reducción de emisiones de efecto invernadero, mejoras en componentes instalación de catalizadores SCR en todos los vehículos, filtros de partículas diesel, ampliar la parte de biocombustible que añadimos a nuestros combustibles”*, argumentaba.

## Reflexión escenificada

**Raúl González**, socio director de MP3 Automoción, y **Moisés Bargués**, director general de SATI Formación ofrecieron una innovadora fórmula en el que, para explicar que *“ni antes éramos tan buenos, ni ahora tan malos”* (título oficial) un padre reparador y su hijo, que vuelve a casa después de una beca Erasmus. Durante la conversación, se sucedían temas como la innovación y el peligro de equivocarse, que hay que superar, asumir y seguir apostando por innovar, la función social del taller como supervisor de la seguridad vial, la disminución de la contaminación, los apoyos de los programas de gestión, y las nuevas tecnologías para averiguar y

personalizar las necesidades de los clientes y darles justo los servicios que necesitan, la remodelación de los servicios del taller, la reflexión para valorar las actuaciones que hay que emprender, la proacción para llegar al conductor visibilizando la labor del centro de reparación.



## Fidelización, formación, empresariado, calidad de producto...

**Agustín García** se encargó de la clausura, mencionando una serie de temas que deben estar en la mente del taller: fidelizar a los clientes y no solo pensar en los nuevos, pensar como empresarios, formarse como apuesta del futuro, visibilizarse en las redes sociales, introducir nuevos productos y de calidad, fidelidad al distribuidor. *“El taller debería ser consciente que todos nos necesitamos, el esfuerzo que está haciendo el distribuidor: el servicio, formación, obsequios, viajes pero tenemos que valorarlo y ser fiel al distribuidor. Se valora más el precio que el compromiso con el distribuidor. Vamos en el mismo barco. La situación es compleja, nos tendremos que adaptar a la nueva realidad del mercado.”* ●

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





Carlos Povedano y Riccardo Galli  
 NOS EXPLICAN PARA QUÉ SE CREA, QUÉ ES, Y CÓMO FUNCIONA YOFINDO

# YOFINDO



## donde los talleres “encuentran”

De hecho, se trata de una red que no tiene las características de las redes de talleres al uso: no es un abanderamiento, sino una fórmula que tienen los reparadores de estar integrados en un paraguas que le proporcione ventajas.

Parte del **Grupo Autoequip** (comparten algunos recursos con esas unidades de negocio), **Yofindo** una red de talleres independientes nacida en noviembre de 2010, que mantienen su identidad (sea como taller particular o esté el taller adscrito a otra red). Se trata de que el reparador tenga primero una visión, que sepa dónde quiere posicionarse y, tras decidirse (porque el directivo es el taller), buscar en yofindo lo que necesita.

Saben en qué contexto se mueven y tienen la certeza de que va a empeorar así que, precisamente por ello, es más necesario que nunca ser creativo, transformar el negocio, hacer cambios, para ser más eficientes y productivos. Y ahora, puesto que si se espera demasiado, ese taller no va a estar.

### ¿Qué es Yofindo?

**Riccardo Galli:** La idea básica de yofindo es hacer crecer el negocio de los talleres; el *tag line* es “*compartimos negocio*” en el que no hay una comunicación unidireccional de yofindo a los talleres sino que los talleres que quieran entrar tienen que tener una clara voluntad de crecimiento, porque ese es nuestro trabajo: velar para que se produzca desarrollo de negocio en los talleres de la red encontrando las soluciones que necesita, así que la comunicación es bidireccional entre yofindo y los talleres y entre los propios talleres, porque una idea que tiene un centro en Sevilla, puede ser útil para un taller en Coruña. En Madrid,

durante la primera reunión del grupo yofindo, nos pasó que talleres con mucha experiencia como Neumáticos Agustín que lleva más de 40 años en el negocio tiene mucho que aportar, y también había gente más joven y con menos experiencia pero con ideas algo más atrevidas.

No somos una red tradicional que hace campañas de marketing, que tiene una central de compras etc..., sino que ayudamos los talleres poniendo a su alcance soluciones que necesite en su negocio para llevar a cabo su crecimiento. Nada se impone, tenemos una serie de soluciones que el taller elige en función de sus características, sus aspiraciones o necesidades. Es una red “customizable”, totalmente personalizada.

Desde yofindo intentamos fomentar este compartir ideas y estamos de apoyo para pensar soluciones para sus negocios o ayudarles a implementar lo que ya hayan decidido hacer pero les resulte complejo iniciar (web, buzono, etc...). Por ejemplo el otro día, un taller yofindo de Irún, Neumáticos Anaka, nos llamó para decir que tiene una página web pero que no sabe cómo darle mayor visibilidad y lo que hemos hecho es estudiar la página web, plantear en un informe una serie de mejoras para que él ponga en marcha las que le parezcan más apropiadas. Otros nos piden como iniciar o mejorar la venta cruzada, porque muchos son especialistas del neumático y se planificó una formación de una herramienta que trabajamos en los centros de Autoequip que es útil

para ello.

Así ya tenemos aproximadamente 80 talleres en España y la estimación es llegar a los 100/120 en este año.

### ¿Cómo surge la idea, cuando ya se tiene otra red en el grupo?

**Carlos Povedano:** Esta no es una red de “franciscados” es una segunda opción dentro de la red. La idea surge desde la experiencia que teníamos como distribuidores de neumáticos, que aportaba poco valor, y la voluntad de dárselo a los talleres a quienes lanzamos la propuesta, para ayudarles a mejorar su gestión y su punto de venta, siendo realmente independientes.

No pretendemos pintar fachadas ni competir con quién tiene mejor pintado el taller; se trata de trabajar desde dentro, con el equipo, coordinándonos con su forma de trabajar, apoyando sus iniciativas, sin tener que invertir en cambio corporativo alguno (a no ser que ellos lo deseen), que sea más productivo, más eficiente.

El contexto es cambiante, y la velocidad del cambio cada vez mayor, la perspectiva es que eso empeore, así que o empiezan ya los cambios o el propio mercado les va a eliminar del juego.

### ¿Cuál es la tarea que desempeñáis?

**R.G.:** Yofindo la componemos el director de unidad de negocio, el director general de la red, el key account, una persona que lleva el mantenimiento y captación, un informático, dos personas para atención al cliente, una persona de desarrollo de

# Talleres



Carlos Povedano, director general de Yofindo

red (**Lluís Vinardell**, que lleva también la dirección comercial de **Neumalia**) y yo.

La idea es que el equipo de yofindo pueda ser "aprovechado" por todos los talleres de la red para que puedan llevar a cabo las acciones que solos no pueden realizar. Priorizamos que las necesidades se cubran mediante acciones sin coste o con un coste reducido, para que puedan ser asequibles por parte de todos.

La jornada yofindo que hicimos en Madrid la denominamos "Jornada de crecimiento"; fue una sesión intensa, de 10 a 18h sin pausas, en la que se expuso la estrategia: un cambio de paradigma con respecto a las otras redes, los talleres pudieron consultar todas las dudas; fue muy positivo y entendieron que se trata de que nos demanden cosas para poder satisfacerles, que estamos aquí por ellos.

**¿Todos los talleres son iguales en la red?**

**R.G.:** Hay tres tipologías de taller en la red, aunque hay 700 en total vinculados a ella: **Talleres Concertados Yofindo** que son los talleres de apoyo para el montaje de los neumáticos vendidos a través de la e-commerce, que nos garantizan una buena cobertura geográfica, cuyo beneficio es el precio de la mano de obra del montaje. Luego están los **Talleres Premium Yofindo** que tienen acceso a las herramientas para que su negocio crezca, además de una central de compras, y por último están los **Talleres Asociados Yofindo** que son socios directos de la empresa, comprando una participación y por tanto cobrando los beneficios, con la particularidad de que en caso de que haya pérdidas éstas las absorbe la empresa. Estas dos últimas categorías (un 20% Asociados y un 80% Premium) son los 80 talleres dentro de los 700.

Evidentemente, ser Asociado implica mayor des-



Riccardo Galli, responsable de marketing

embolso inicial, ya que se debe comprar una cuota de la compañía, mientras que ser Premium implica sólo el pago una cuota mensual, sin cuotas de entrada.

**C.P.:** Y otra ventaja es la compatibilidad con otras enseñanzas. Un taller especialista en electrónica puede querer introducirse en el neumático y nosotros le podemos apoyar para la formación, enseñarle cómo se desarrolla en Autoequip, para que pueda sacar aquello que le sea útil en su negocio, apoyarle en la creación de un plan de negocio, se le da el producto, se le informa sobre márgenes, marketing, venta, y luego el taller coge lo que cree oportuno. Nosotros no le vamos a hacer una hoja de ruta porque es SU negocio. Podemos tutorizar una idea, pero no decidimos por él.

**¿Cualquier estructura de taller es viable de poder pertenecer al grupo?**

**C.P.:** No hay un perfil "tipo"; lo importante es su actitud emprendedora que tenga un servicio de mantenimiento del automóvil y quiera desarrollar su negocio con cosas nuevas.

Lo primero que les decimos es dónde quieren tener su taller de aquí a tres años y a partir de ahí, se puede saber qué se necesita.

Visión y valores por este orden, que puede que no sean las mismas para todos los talleres.

**¿Qué papel tiene la página web?**

**R.G.:** Para nosotros es una herramienta más para facilitar al taller captación y fidelización de los clientes, complementaria al resto de herramientas que hemos implementado. Se trata de una página donde el usuario encuentra el taller que le puede atender, donde puede ver sus ofertas, sus promociones y además puede adquirir los neumáticos de su coche.

**¿Está ya el taller preparado para explotar el mercado a partir del uso de las TIC?**

El equipo humano de la red cuenta con 3 profesionales dedicados en exclusiva, más cuatro profesionales que comparten su tiempo con otras divisiones del Grupo Autoequip.

**C.P.:** Es que si no lo está, ya no lo va a estar; el taller debe usarlas: las nuevas tecnologías aportan valor a coste cero (videoconferencias, análisis de mercado, posicionamientos de compañías), pero hay que saber utilizarlas y hay que aportarles conocimientos para que estén presentes en su vida cotidiana. Es imprescindible para poder trabajar con nosotros; si es necesario formamos en ese uso, aunque la gente debe tener una capacidad de autoformación que surge de su espíritu emprendedor, algo que deben explotar sea cuál sea su edad y nosotros estamos ayudándoles a ello.

**Al ser una línea de negocio de un grupo con una tradición en un sector, ¿les proponéis acuerdos con proveedores de producto, para que pueda abrir nuevas líneas de negocio?**

**R.G.:** Tenemos una central de compra que de momento es modesta y que hay que ampliar, en algunas cuestiones aprovechamos la estructura del grupo, en otras no; por ejemplo tenemos un acuerdo con **ZF** para los amortiguadores, sin embargo el Grupo trabaja con otra marca; en el caso de **Neumalia**, aprovechamos lógicamente la estructura del Grupo. Pero no se trata solo de los recambios, sino que los acuerdos que tenemos con empresas de servicios también se contemplan, (asesoría legal con Arag, por ejemplo, o información para seguros de responsabilidad civil, maquinarios con Aguado, ect..).

**¿No os habéis planteado hacerlo a partir de las centrales que ya están establecidas, los Grupos de Distribución?**

**R. G.:** De momento lo hacemos de forma directa. Supone algún problema añadido de logística, pero estamos en el inicio.

**C.P.:** Nuestro planteamiento es trabajar de forma directa con los proveedores, pero es cierto que hemos recibido propuestas para trabajar desde plataformas externas a nuestra red, pero iremos avanzando el modelo en función de lo que el proyecto nos permita. No estamos cerrados, siempre que para el taller suponga un beneficio, lo estudiaremos; no hay afán de gestionar, controlar etc.

**¿Hay un techo?**

**R.G.:** El techo que nos marcamos son 300 puntos como máximo, pero alcanzable en unos años. Somos muy jóvenes y los objetivos nos los marcamos a muy corto plazo.

**C.P.:** Esos trescientos talleres, que es la cifra a la que queremos llegar, serían a tres años. En realidad el techo lo marca el valor que seamos capaces de aportar al mercado, que los talleres tengan crecimiento recurrente y continuado.

**Llegados a los 300 talleres, ¿se plantean el cambiar el paradigma para ya adquirir una imagen corporativa externa?**

**C.P.:** No; primero hay que llegar ahí, y dar valor a los asociados. La verdad es que pensar en más de 2-3 años vista me es muy complicado dada la situación de mercado que tenemos, hasta puede que algunas cosas ya no sean válidas, así que hay que esperar a que transcurran y podamos llegar a la cifra.

Ahora lo importante es llegar a cerrar el año con estos 100-120 talleres y a partir de ahí seguir aportando valor y llegar al reto siguiente que es alcanzar los casi 200. Paso a paso. ●

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





25

Noticias

28

Noticias  
CESVIMAP

29

Informe:  
pistolas de pintura

32

Actualidad:  
Reauxi equipa al  
taller GSX

## NOTICIAS

TENDRÁ ACCESO COMPLETO A INTERNET A PARTIR DE FINALES DE 2012

## EL CHROMAVISION DE DUPONT, AL DÍA

El espectrofotómetro **ChromaVision** de **DuPont Refinish** se actualiza constantemente para ofrecer el mejor servicio a los profesionales del repintado y, prueba de ello, a finales de este 2012 ya contará con **acceso completo a Internet**. Conectado a la web, los pintores podrán consultar las actualizaciones de las fórmulas de color de forma instantánea en lugar de tener que esperar a la siguiente actualización del CD-Rom del programa *ColorNet Pro*. Recordemos que la marca de repintado lanzó recientemente una aplicación web para smartphones con sistemas operativos IOS y Android y otros dispositivos móviles.



Tras su lanzamiento hace poco más de una década, el ChromaVision ha sido todo un éxito comercial ya que se han vendido más de 4.000 unidades solo en la región de Europa, Oriente Medio y África. El secreto del éxito de esta herramienta para medir el color digitalmente es su combinación de hardware y software que permite localizar rápidamente la fórmula de color correcta. *"La marca DuPont Refinish es reconocida por su excepcional gama de herramientas de color, que permiten a nuestros pintores conseguir la máxima precisión en la igualación del color. El ChromaVision, en concreto, es una herramienta esencial para los talleres con un gran volumen de trabajo: ayuda a localizar el color de forma fácil y rápida y, por ende, favorece el aumento de la productividad"* corrobora **Laurence Van Den Bergh, colour automation support** de DuPont Refinish. [www.dupontrefinish.es](http://www.dupontrefinish.es)

LA PASTA DE PULIDO POLARSHINE M35 Y UN MALETÍN PARA LA LIJADORA CEROS

## NOVEDADES MIRKA

Desde Sant Andreu de la Barca (Barcelona) llega lo último de **Mirka**, la nueva **pasta de pulido basto Polarshine M35** y un práctico **maletín** para guardar la **lijadora rotorbital Ceros** de la marca de origen finlandés.

La pasta de pulido basto **Polarshine M35** está pensada para aplicaciones industriales y náuticas se presenta en envases de 1 y 2,5 litros y destaca por sus propiedades emulsionantes especiales reduciéndose así el riesgo de secado y el sobrecalentamiento de la superficie. Indicada para su aplicación sobre capas de gel, lacas y composites de alto brillo proporciona un alto brillo en la superficie, no salpica y reduce las fases de lijado. La firma fabricante también subraya su facilidad y rapidez de uso. Por lo que respecta al maletín, los usuarios de la lijadora rotorbital eléctrica **Ceros** se beneficiarán de él para transportarla con mayor facilidad y para protegerla contra posibles golpes. El maletín es de plástico y destaca por su ergonomía. Apuntar que esta lijadora de Mirka destaca por su versatilidad. Gracias a su diseño único y compacto reduce notablemente el nivel de vibraciones y ruido. ◀

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



LA CALIDAD DE ACABADO, FACILIDAD DE APLICACIÓN Y TIEMPOS DE SECADO, SUS VIRTUDES

## ROBERLO LANZA EL BARNIZ KRONOX 3100

Lo último del fabricante de productos químicos de Riudellots de la Selva (Girona) es el nuevo **barniz Low VOC Kronox 3100** del que **Roberlo** destaca su calidad de acabado, facilidad de aplicación y rápidos tiempos de secado. El Kronox 3100 se utiliza con un ratio de 3:1 más un 5-10% de aditivo VOC Plus con lo que el profesional del taller puede adaptar la mezcla a su gusto y modo de trabajar por lo que se adaptará fácilmente a este barniz. Así mismo, se combina con los catalizadores K34 (lento), K35 (estándar), K36 (rápido) y K38 (ultrarrápido). Mención especial merece este último catalizador que aporta al Kronox 3100 un secado rápido manteniendo una elevada dureza y calidad de acabado.

Mención especial merece el envase de este barniz, de tres litros. Según Roberlo, este formato es más fácil de usar y genera una mayor renovación del producto por lo que se reducen los efectos negativos de los envases abiertos durante mucho tiempo. Del Kronox 3100, Roberlo también destaca su resistencia a la humedad y su buen comportamiento ante cualquier temperatura. ◀

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





**STANDOX DA CONSEJOS PARA APLICAR CORRECTAMENTE UN BARNIZ MATE**

## OBJETIVO: EVITAR BRILLOS

**Standex** quiere que sus clientes obtengan los mejores resultados cuando realizan acabados mate, muy en boga últimamente, y da una serie de **pautas para evitar brillos al aplicar un barniz mate sobre superficies lisas y satinadas**. Estos consejos son importantes porque la técnica habitual que se utiliza para reparar un barniz brillante está totalmente desaconsejada cuando se trata de un acabado mate, ya que nunca se debe lijar ni pulir.

Lo primero de todo, y antes de comenzar con la reparación, conviene recordar que si los grosores de capa son diferentes ello puede incidir negativamente en el aspecto de la película de pintura seca, y quizás sea necesario adaptar las técnicas de aplicación habituales. En determinadas circunstancias, el aspecto obtenido tras dos pasadas "normales" será distinto al que se obtiene con dos pasadas "cargadas", una vez secas. Para evitar la aparición de brillos también es esencial respetar los tiempos de evaporación intermedia y final especificados en la ficha técnica. Incluso el tipo de secado es determinante a la hora de reparar un barniz mate. Así, por ejemplo, estos barnices no se pueden secar mediante infrarrojos y hay que tener en cuenta que el secado por aire o el secado acelerado mediante calor también producen diferencias en el grado de mate resultante. Si el acabado se seca al horno, queda más brillante que si se seca al aire.

Otro factor a tener en cuenta es que los pequeños impactos de gravilla no se pueden lijar y los pequeños arañazos producidos en los paneles o las rayas producidas en los huecos de los tiradores de las puertas tampoco se pueden pulir. De lo contrario, estas pequeñas zonas quedarían más brillantes y el acabado mate no sería totalmente uniforme. De ahí que el sistema de pequeñas reparaciones (*MicroRepair*) y los difuminados no son factibles, pues repercutirían negativamente en el aspecto final del vehículo. Generalmente se ha de repintar todo el panel y, dependiendo de donde se encuentre el daño, a veces incluso conviene reparar todo el lateral del vehículo.

La reparación de superficies mate requiere más tiempo y más materiales que en el caso de los acabados brillantes, y esto es importante que quede reflejado en el presupuesto. La precisión en este tipo de reparaciones también es fundamental. La más mínima desviación en las proporciones de mezcla del endurecedor, el barniz y el disolvente afecta al grado de mate del acabado. Por eso, no es recomendable utilizar una regla de mezcla, y es preferible que el pintor pese previamente en la balanza las cantidades necesarias para un repintado total o parcial, según el caso. La función para la mezcla de productos auxiliares del programa *Standowin* de Standex permite pesar los materiales con total exactitud. ◀

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

UNIDADES MÓVILES PEQUEÑAS Y SILENCIOSAS DE LA MARCA RUPES

## DOS NUEVOS ASPIRADORES, LO ÚLTIMO DE BOSSAUTO



La cartera de productos **Bossauto** se ha ampliado con la introducción de **dos nuevos equipos de aspiración de polvo de lijado**, concretamente los modelos **S130L** y **S130PL** de **Rupes**, marca italiana que la distribuidora de La Roca del Vallès (Barcelona) comercializa en exclusiva en nuestro país.

Los dos aspiradores son unidades móviles algo más pequeñas que los convencionales por lo que son más manejables y destacan por su silencio de uso. Así mismo, incorporan el sistema M.I.C. (Control Inteligente Multifunción) que permite la puesta en marcha manual o automática con control de velocidad. Dos paneles filtrantes de grandes dimensiones se encargan de proporcionar una elevada capacidad de filtración y un dispositivo específico dispersa las cargas electrostáticas. Ambos disponen de un contenedor de 30 litros para el polvo/líquido y un conector frontal adaptable para mangueras de entre 25 y 50 milímetros de diámetro. Los dos equipos pesan poco más de 10 kilos, incorporan una manguera de 4 metros y alcanzan una potencia de hasta 2.400 vatios y una capacidad de aspiración de hasta 200 metros cúbicos por hora. El modelo S130L está indicado para la conexión de lijadoras eléctricas y tiene un PVP recomendado de 427 euros. Por su parte, el S130PL está pensado para la conexión de herramientas eléctricas o neumáticas, admite un flujo volumétrico de hasta 1.450 litros por minuto y presiones de hasta 6 bares y cuesta 520 euros. ◀

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

## EMPRESA QUE POSEE VARIOS CONCESIONARIOS OFICIALES GLASURIT FORMA A GRUPO ADARSA

La marca de **Basf Coatings** organizó recientemente en Oviedo un **curso de formación** al que asistieron varios profesionales de **Grupo Adarsa**, desde asesores hasta jefes de posventa. Grupo Adarsa es una empresa que posee concesionarios oficiales **Mercedes-Benz** en Asturias, León, Zamora y Huelva; concesiones **Chrysler-Jeep-Dodge** en Asturias y Zamora; un concesionario **Lexus** en Asturias y otro **Mitsubishi** y **Galopper** en Asturias y León.

En cuanto a los contenidos del curso, éste se dividió en dos grandes temas. El primer día el formador **Sergio de Pedro**, **Glasuret National Head Trainer**, trató fundamentalmente la parte técnica, sobre el sistema de repintado del automóvil con la emisión de videos, training didácticos etc., dejando para el segundo día a **Víctor Hernández**, del Servicio de Consultoría **Glasuret**, para que hicieran un análisis de cómo mejorar los resultados en las ordenes de reparación, peritaciones y el sistema de

gestión del stock. El objetivo del curso no fue solo proporcionar habilidades técnicas, también se planteó como una oportunidad para intercambiar opiniones y optimizar resultados, ir un paso más allá y que Grupo Adarsa conociera las posibilidades que el equipo **Glasuret** le puede aportar.

Mención especial merece la colaboración en este curso de **Pinturas Principado**, **Colorauto Bierzo**, **Pinturas Santa Ana León**, **Sali Suministros** y **BCSE Sevilla**. ◀

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



GERENTES DE LA RED ASISTIERON A UN CURSO SOBRE "MÁRKETING AVANZADO"

## FORMACIÓN PARA LOS CERTIFIEDFIRST

La red de talleres de chapa y pintura impulsada por **PPG**, **CertifiedFirst**, prosigue con su actividad formativa y recientemente convocó en la Escuela de Negocios **ESADE** de Barcelona a varios gerentes de la red para que recibieran un **curso sobre "Márketing Avanzado"**. Dicho curso fue impartido por profesores de **ESADE** y constó de tres módulos que abordaron varias cuestiones: cómo detectar mercados de referencia, posicionar la empresa adecuadamente en el mapa de percepciones de sus clientes, explorar las oportunidades que brinda el **márketing digital** para atraer nuevos mercados o conocer y disponer de las herramientas necesarias para crear un Plan de

**Márketing propio**. Toda esta formación estuvo enfocada para ayudar a las empresas de reparación a convertirse en organizaciones orientadas al **márketing** y en las que el cliente es el centro de su actividad.

Esta acción formativa se enmarca en el **programa de formación en administración de empresas** que **CertifiedFirst** desarrolla en colaboración con **ESADE** y está dirigido en exclusiva a los gerentes de los talleres miembros de esta red. El objetivo de este programa, diseñado a medida para los gerentes de centros **CertifiedFirst**, es proporcionarles ventajas a la hora de afrontar los cambios y retos de su sector de actividad a nivel legal, de entorno competitivo, estratégico, operativo, financiero, de competencias directivas y de gestión de personas. ◀

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



## Nuevo sistema de cobro rápido para talleres



**Descubre cómo ahorrar tiempo y dinero en tu taller**

**CZ<sup>plus</sup>** es el sistema de gestión de cobros, creado por CENTRO ZARAGOZA en colaboración con TIREA – Tecnología de la Información para Entidades Aseguradoras-, con el objetivo de servir de canal de comunicación “taller-entidad aseguradora” que agilice el cobro de las facturas a los talleres, con el consiguiente ahorro de tiempo y dinero.



### Ventajas de utilizar CZ<sup>plus</sup>

- Cobro rápido.
- Procedimiento sencillo, intuitivo y fácil de usar.
- Se **ahorará todos los gastos de tiempo** (confección de la factura, archivo, a quién dirigirla, donde, etc.) y **dinero** (gastos en papel, impresión, envío, etc.) que conlleva el papeleo a la hora de elaborar la factura.
- El **coste por factura es muy reducido, inferior a 2€**, a cambio usted dispondrá de su dinero en un breve espacio de tiempo y sabrá anticipadamente el día de cobro.
- Conocerá el **estado real de su factura** en todo momento (pendiente, aceptada, cobrada, etc.).
- Empleará el mismo sistema de trabajo con **diferentes compañías aseguradoras**.
- **Integración automática** en la factura de los datos de los diferentes **sistemas de valoración**.

### Además...

Al darse de alta en nuestro servicio **CZ<sup>plus</sup>**, podrá conseguir **gratuitamente las siguientes ventajas:**

- Creación de una **página web para su taller**.
- Alojamiento de su página web en el **buscador de talleres de la web CZ**. Servicio con un sistema de “buscador” de talleres por medio de distintos parámetros (nombre, provincia, localidad, etc.) que le ayudará a darse a conocer y promocionarse a través de internet.
- Acceso gratuito a **uno de los cursos CZ online** especialmente diseñado para talleres de chapa y pintura.
- **Alta gratuita** en nuestro sistema.
- **Programa de puntos** con el que conseguirá más servicios gratuitamente (Certificación de calidad de talleres CZ, cursos de formación para talleres, publicaciones técnicas en DVD, etc.).

### Cómo contactar:

Darse de alta es muy fácil. Puede hacerlo a través de nuestra página web, rellenando los datos que se le indican:

[sat@czplus.es](mailto:sat@czplus.es)

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

También puede contactar con nosotros telefónicamente, donde le atenderemos desde nuestro servicio de atención al cliente.

978 877 809

# Libros de texto CESVIMAP para el aprendizaje teórico-práctico de Automoción

CESVIMAP lanza su catálogo de libros de texto para el próximo curso escolar, actualizados a 2012-2013. Estos libros de texto están enfocados al Grado Medio y Grado Superior de Automoción, de la familia profesional Transporte y Mantenimiento de vehículos. CESVIMAP, con su amplia experiencia editorial, y las exclusivas reparaciones reales, efectuadas por operarios especializados en su taller, con herramientas y equipos específicos, los alumnos además de una titulación obtendrán competencias para ejercer como recepcionista de vehículos, jefe de taller, encargado de ITV, encargado de servicio, de recambios, chapista, pintor, etc. Para profesores, ofrece la web: [www.teayudamosfp.com](http://www.teayudamosfp.com), donde encontrarán recursos exclusivos, resolución a cuestiones técnicas –efectuadas por los profesionales de CESVIMAP–, presentaciones, imágenes, esquemas, etc.

<b>Elementos Amovibles</b> ISBN: 978-84-6701-310-4 363 páginas color   27 x 19 cm <ul style="list-style-type: none"> <li>Desmontaje, montaje y sustitución de lunas.</li> <li>Alumbrado, nuevas y rearmatón.</li> <li>Refrigeración, alimentación y escape, suspensión, frenos, dirección...</li> </ul> PVP. 36,92 €	<b>Elementos Metálicos y Sintéticos</b> ISBN: 978-84-6701-307-4 255 páginas color   27 x 19 cm <ul style="list-style-type: none"> <li>Reparación de piezas de acero y aluminio.</li> <li>Reparación de elementos plásticos.</li> </ul> PVP. 29,37 €	<b>Elementos Fijos</b> ISBN: 978-84-6701-306-4 316 páginas color   27 x 19 cm <ul style="list-style-type: none"> <li>Métodos de unión. Corte y desgrape. Soldadura.</li> <li>Adhesivos estructurales.</li> <li>Tratamientos anticorrosivos y anticorrosivos.</li> <li>Aluminio en fabricación y reparación.</li> </ul> PVP. 29,84 €
<b>Elementos Estructurales del Vehículo</b> ISBN: 978-84-6701-311-4 320 páginas color   29,7 x 21 cm <ul style="list-style-type: none"> <li>Tipos de carrocerías y características.</li> <li>Metología aplicada a las carrocerías.</li> <li>Dermotas. Fundamento y tipos. Proceso de estiraje.</li> </ul> PVP. 29,84 €	<b>Preparación de Superficies</b> ISBN: 978-84-6701-302-4 271 páginas color   27 x 19 cm <ul style="list-style-type: none"> <li>Características de los productos de preparación.</li> <li>Corrosión. Protecciones anticorrosivas.</li> <li>Preparación de superficies: instalaciones, equipos y procesos.</li> </ul> PVP. 29,37 €	<b>Embelllecimiento de Superficies</b> ISBN: 978-84-6701-309-7 287 páginas color   27 x 19 cm <ul style="list-style-type: none"> <li>Introducción al proceso de embellecimiento de vehículos.</li> <li>Pinturas utilizadas en el estado de vehículos.</li> <li>Técnicas de mezclas de colores para la preparación de pinturas.</li> <li>Equipamiento del área de pinturas.</li> </ul> PVP. 29,84 €
<b>Sistemas de Seguridad y Confortabilidad</b> ISBN: 978-84-6701-315-7 271 páginas color   27 x 19 cm <ul style="list-style-type: none"> <li>Verificación y calibración. Aire acondicionado y climatización.</li> <li>Seguridad: cinturones, airbag, inmovilizadores, alarmas.</li> <li>Montaje y sustitución de lunas y accesorios.</li> </ul> PVP. 28,86 €	<b>Del taller CESVIMAP a tu aula</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prácticos y visuales.</li> <li>Adaptados a los módulos del Grado Medio de Carrocería.</li> <li>Incluyen procesos de trabajo reales, efectuados en el taller experimental de CESVIMAP.</li> </ul>	<b>Técnicas básicas de preparación de superficies</b> ISBN: 978-84-6701-307-4 102 páginas color   27 x 19 cm <ul style="list-style-type: none"> <li>Operaciones para la preparación de superficies.</li> <li>Productos a aplicar en la preparación de superficies.</li> <li>Equipos y materiales necesarios para la preparación de superficies.</li> </ul> PVP. 14,86 €

## Nuevo título

En 2012, CESVIMAP edita un nuevo libro: **Técnicas de comunicación y de relaciones, ciclo formativo de Grado Superior**. Con contenidos como la comunicación, proceso y agentes, la atención al cliente, su captación y obtención de información, la imagen de empresa, con un amplio contenido en marketing, gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias y el control de calidad de los servicios. Todos los implicados en Automoción deberían conocer estos contenidos para atender mejor su negocio.



- Embellecimiento de superficies
- Preparación de superficies
- Gestión y Logística del Mantenimiento en Automoción
- Técnicas de Comunicación y de relaciones
- Elementos metálicos y sintéticos
- Elementos fijos
- Elementos amovibles
- Sistemas de seguridad y confortabilidad
- Elementos estructurales del vehículo
- Técnicas básicas de preparación de superficies (PCPI)
- Reparación de carrocerías de automóviles
- Pintado de automóviles

<b>Pintado de automóviles</b> ISBN: 978-84-6701-308-3 427 páginas   color   30,5 x 21 cm PVP. 47,32 € <ul style="list-style-type: none"> <li>Herramientas y equipos de pintado.</li> <li>Métodos de preparación de superficies.</li> <li>Procesos y técnicas de pintado en reparación: diluado, aerografía, corrección de defectos...</li> <li>Pintado de plásticos.</li> </ul>	<b>MÓDULO:</b> - Tratamiento y recubrimiento de superficies.
<b>Reparación de carrocerías de automóviles</b> ISBN: 978-84-6701-306-0 716 páginas   color   30,5 x 21 cm PVP. 60,32 € <ul style="list-style-type: none"> <li>Reparo de chapa.</li> <li>Soldadura y sustitución de piezas.</li> <li>Conformación de una carrocería deformada.</li> <li>Reparación de plásticos.</li> <li>Reparación y sustitución de lunas.</li> </ul>	<b>MÓDULOS:</b> - Elementos amovibles y fijos no estructurales. - Estructuras de vehículos.
<b>Gestión y Logística del Mantenimiento de Vehículos</b> ISBN: 978-84-6701-303-1 297 páginas   color   27 x 19 cm PVP. 29,84 € <ul style="list-style-type: none"> <li>Organización del taller y de los recursos humanos.</li> <li>Distribución del trabajo.</li> <li>Mantenimiento de grandes flotas.</li> <li>Control del almacén.</li> <li>Calidad y gestión ambiental.</li> </ul>	<b>MÓDULO:</b> - Gestión y logística del mantenimiento de vehículos.



**Para más información:**  
 920.206.309/300.  
 Para adquirir estos libros:  
[www.cesvitienda.com](http://www.cesvitienda.com)



**CESVIMAP**

C/ Jorge de Santayana, 18, 05004 Ávila.  
 Tel: 920 206 300. Fax: 920 206 316  
[cesvimap@cesvimap.com](mailto:cesvimap@cesvimap.com) [www.cesvimap.com](http://www.cesvimap.com)

## PISTOLAS DE PINTURA PARA EL TALLER DE CARROCERÍA Y PINTURA

# Menos blancos a los que disparar

*El descenso del volumen de trabajo de los talleres de carrocería y pintura ha comportado que éstos adquieran menos "material" y, por lo tanto, han comprado menos pistolas de pintura. A pesar de ello, el pasado ejercicio 2011 mantuvieron el tipo y la mayoría de proveedores consultados han calificado su nivel de ventas como estable.*

**E**l actual panorama del taller de chapa y pintura no ayuda a la venta de **pistolas de pintura** ni al resto de productos y equipos que utilizan. La reducción de la siniestralidad y el menor poder adquisitivo de los conductores tiene como consecuencia que en los tres últimos años se ha reducido notablemente el volumen de trabajo en los centros de reparación de carrocería y pintura y, obviamente, los proveedores de pistolas de pintura tienen que lidiar con este contexto.

### Estable pese a todo

Los proveedores consultados, pese a la situación actual de los talleres de chapa y pintura, no se han mostrado catastrofistas. Es más, la mayoría de ellos ha valorado el **mercado de pistolas de pintura** como **estable en cuanto a ventas**. Reafirma esta posición un destacado distribuidor: *"las ventas siguen estables respecto a 2010 ya que en los talleres se ven obligados a cumplir con las normativas medioambientales establecidas y esto significa una renovación en la dotación de pistolas de pintura base agua"*. Conviene apuntar que 2010, tal como explicamos en un reportaje publicado en el número 388 de *Mundo Recambio y Taller* correspondiente a junio de 2011, las ventas de pistolas de pintura habían descendido y el estado de ánimo de los actores de este mercado era más bajo.

No obstante, mantener la estabilidad de ventas ha comportado un **mayor esfuerzo comercial** porque es evidente que el **mercado no es favorable**. Una fuente consultada describe de forma muy gráfica esta cuestión: *"el año 2011 ha sido un año en el que hemos tenido que forzar nuestra parte más creativa de la venta, es decir, además de ofrecer una marca donde los profesionales conocen el rigor de nuestra calidad, hemos trabajado mucho el contacto con los distribuidores, que nos han indicado las necesidades de los profesionales a quien ellos venden nuestras pistolas"*. Sobre las **necesidades de los pintores** prosigue este fabricante de referencia: *"el profesional del taller sabe que hoy la elección de su pistola es fundamental para tener buenos acabados y máxima rentabilidad"*. Ésta es una de las ventajas de este mercado, compartida por otras fuentes consultadas. Así mismo, coinciden en que la **coyuntura económica actual** es el **principal inconveniente**. Refleja este pensamiento un fabricante consultado: *"debido a la situación actual, ha bajado el volumen de trabajo por lo que las inversiones en los talleres se ajustan, también en lo que se refiere a pequeña herramienta"*.

### Ventas y vendedores

El mercado de pistolas de pintura es tradicional. Los profesionales del repintado siguen apostando por las **marcas tradicionales** aunque se debe tener en cuenta que no es un mercado excesivamente concurrido. Por lo tanto, siguen marcando la pauta en ventas las marcas **SATA**, **Devilbiss** y **Sagola**, no por este orden necesariamente. Otras marcas como **Iwata** o **Walcom** también juegan un papel destacado. Veamos, a continuación, qué proponen algunos proveedores destacados a este mercado:

### AIXIA

Abadiano (Bizkaia). Delegaciones en Sant Vicenç dels Horts (Barcelona) y Madrid. Firma dedicada a la importación y distribución, bajo marca **Aixia** propone dos modelos en pistolas de pintura, incluidos en su catálogo general 2012. Concretamente son los modelos **SJ-111SA-1.4** y **SJ-111SA-1.8**. El primero de ellos es una pistola de atomización convencional con boquilla de 1,4 milímetros especialmente indicada para trabajos de acabado. La segunda pistola es también de atomización convencional pero la boquilla empleada es de 1,8 milímetros por lo que está indicada para trabajos de imprimación y fondos.

**Pistola de atomización convencional especialmente indicada para trabajos de acabado SJ-111SA-1.4 de Aixia.**



La adaptación de los talleres a las normativas medioambientales comporta que renueven sus pistolas de pintura. Ello contrarresta, en parte, la caída de la actividad de los talleres de chapa y pintura.

### ANEST IWATA IBÉRICA

Badalona (Barcelona). Fabricante de las marcas **Iwata** y **Air Gunsu**, su catálogo reúne unos quince modelos de pistolas de pintura entre los que destacan su última novedad, la **AZ3 HTE Impact** y la que es el buque insignia de la gama, la **Supernova WS400 Evo**. La primera, de la marca Air Gunsu, se presenta con un nuevo casquillo de alta atomización que proporciona en el trabajo un abanico amplio y homogéneo, incluso con las nuevas pinturas WB y HS. La firma fabricante también destaca su alta eficacia de transferencia y el accionamiento mejorado de su gatillo. Así mismo, el cuerpo cromado es de calidad y recurre al acero inoxidable para las partes que están en contacto con la pintura. En cuanto a la pistola **Supernova WS400 Evo**, sobresale por sus altas prestaciones. Cuenta con un nuevo y mejorado sistema de desalojo del depósito de pintura cuyo enrosque y desenrosque es ahora más preciso. La construcción también es robusta y el diseño (obra de Pininfarina) ha sido una de las prioridades, la empuñadura de esta pistola ofrece un agarre seguro, incluso con guantes de látex. Construida con componentes muy resistentes a la corrosión, éstos aseguran una larga vida útil de la pistola.



**Pistola de pintura Supernova WS400 Evo de Iwata, marca que llega a España de manos de Anest Iwata Ibérica.**

### BOSS AUTO IMPORT

La Roca del Vallès (Barcelona). Fabricante de referencia en burlate e importador y distribuidor de varias soluciones para el taller de chapa y pintura, está presente en el mercado de pistolas de pintura con la marca **Walcom**, que distribuye en exclusiva en España y en Portugal. Cuatro son los modelos que comercializa. La **Genesi HTE** es una pistola ideal para realizar aplicaciones gracias a su elevado nivel de atomización de producto y a una eficiencia de transferencia superior al 70%. Para pequeños retoques el modelo ideal es el **Genesi EGO HVLV**, consume muy poca pintura y es rápida y ágil. La pistola **Slim\_HTE EcoSystem** es muy ergonómica y ligera por lo que está especialmente indicada para cualquier tipo de fondo. Alcanza una eficiencia de transferencia que supera el 60%. El cuarto modelo y el más novedoso es la pistola de pintura **Genesi GEO**, especial para acabados de carrocería con sistema HVLV cuyo diseño es único y exclusivo y el sistema de boquilla está patentado por Walcom. La boquilla de esta pistola proporciona un nivel de acabado superior gracia a la doble atomización a la vez que mantiene las propiedades de una



**Boss Auto Import distribuye en exclusiva en España y Portugal las pistolas de pintura Walcom. En la imagen, algunos modelos.**

pistola HVLV cuya precisión máxima en boquilla es de 0,7 bares y su eficiencia de transferencia es superior al 65%. Fácil de usar y de mantener, la *Genesis GEO* cuenta con unos cierres mecánicos muy precisos, proporciona unos resultados homogéneos gracias a una evaporación más rápida y destaca por su resistencia a la corrosión provocada por los disolventes y decapantes. Este cuarteto de pistolas de pintura cubre cualquier tipo de necesidad de los talleres de chapa y pintura, al ponerles a disposición pistolas compatibles con sistemas de alta transferencia y de alto rendimiento HVLV así como todos los pasos adecuados para cada sistema, de 0,8 ø hasta 2.0 ø.

## DEVILBISS

Esta marca de referencia en el mercado de pistolas de pintura la importan y distribuyen en España y Portugal las firmas **Car Repair System** (Atarfe, Granada) y **Grupo Zaphiro Distribución General** (Multilva Baja, Navarra). La gama **DeVilbiss** es amplia cubriendo el 100% de las necesidades de cualquier taller. Las pistolas de pintura de gama alta son los modelos *GTI Pro*, con regulador digital integrado y la *GTI Pro LITE*, recientemente lanzada al mercado. Ambas pueden montar diversos cabezales de aire diseñados para trabajar perfectamente con cualquier marca de pintura, tanto en bases de color como en barnices transparentes. Para alcanzar el máximo rendimiento con estas pinturas, DeVilbiss proporciona una guía de recomendación de cabezal y pico de fluido. La *GTI Pro LITE* incorpora una nueva tecnología de válvula de aire que reduce el peso a la mínima expresión con los beneficios que ello conlleva para el profesional del repintado a la hora de trabajar. En pistolas para aparejos, propone la *PRI Pro* o la *FLG-5* que emplean exclusivamente la tecnología *High Efficiency* superando ampliamente los resultados de la HVLV en la aplicación de productos como aparejos o imprimaciones reduciendo al mínimo el consumo de producto y mejorando la calidad del acabado lo que, a su vez, reduce el consumo de lija y el tiempo de lijado. La *SRI Pro* es una pistola de pintura para retoques o pequeñas reparaciones y sobresale por reducir el consumo de pintura sin sacrificar el tiempo de aplicación. La oferta DeVilbiss para el repintado de vehículos industriales es de las más completas del mercado y este año se ha ampliado con la llegada de la pistola *GTI Pro LITE de presión*, diseñada para su uso con depósitos de presión de hasta 2,3 litros.

La pistola de pintura *GTI Pro LITE* de DeVilbiss destaca por su ligereza gracias a una nueva tecnología de válvula de aire. Los importadores de DeVilbiss son **Car Repair System** y **Grupo Zaphiro**.

## EXEL INDUSTRIAL

L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona). Fabricante de la marca de pistolas de pintura **Kremlin Rexson**, propone al mercado dos modelos, la *M22* y la *S3* en diferentes variantes: de gravedad, presión, aspiración, etc. y dos tipos de pulverización: tecnología HPA (*High Power of Atomization*) o convencional, con una tasa de transferencia de hasta un 65% y tecnología HTi (*High Transfer Efficiency*) o HVLV, cuya tasa de transferencia alcanza el 73%. Por versatilidad y prestaciones, la pistola *M22 G HPA* marca la pauta dentro de la gama **Kremlin Rexson**. Sus principales características son su nuevo diseño con menos componentes que simplifica el mantenimiento, una óptima ergonomía y la suavidad de su gatillo, el empleo de acero inoxidable en los puntos por donde pasa la pintura, un cabezal de pulverización de nuevo diseño que aporta un abanico equilibrado y cuya regulación *Easy-Adjust* facilita la aplicación así como una elevada estanqueidad, derivada de un control del cierre de la aguja de producto.

La pistola de pintura *M22 G HPA* de la imagen es la más destacada de la gama **Kremlin Rexson**, marca fabricada por **Exel Industrial**.



Hella opera en este mercado con las pistolas de pintura **Sonne Sable**.

## HELLA

Tres Cantos (Madrid). La firma de origen alemán opera en este mercado con la marca **Sonne Sable** cuya oferta contempla cuatro modelos. La *Sable Clear* destaca por su relación calidad-consumo. La *Sable Retoques* está especialmente indicada para realizar retoques y difuminados gracias al alto volumen de aire y baja presión que proporciona mientras que la *Sable Imprimación* es una versátil opción HVLV. La gama se completa con la *Sable Aqua* cuya aplicación uniforme de la pintura ofrece un resultado efectivo en el repintado de vehículos metalizados.

## KRIPXE

Alboraya (Valencia). Más de 45 años de experiencia avalan a este fabricante de pistolas de pintura valenciano que propone todo tipo de variantes, todas ellas comercializadas bajo marca **Kripixe**: de succión, presión, gravedad, petroleadoras, sopladoras, airless, etc. Para el profesional del taller de chapa y pintura propone modelos para el repintado, retoques, EPA, HVLV, etc. Entre los modelos propuestos destaca la pistola de pintura *3200 HVLV*, especialmente indicada para pintar con pinturas al agua y colores de alto riesgo. Recubierta de xylan, este material proporciona una gran adherencia a la mano a la vez que es fácil de limpiar. Así mismo, la boquilla y la aguja de color son de acero inoxidable y se dota de un regulador del caudal de aire.

## REAUXI

Lliçà de Vall (Barcelona). El amplio portfolio de producto de esta empresa importadora y distribuidora especializada en el taller de carrocería y pintura incluye una de las marcas de referencia de este mercado, la alemana **SATA**. Cuatro modelos principales protagonizan la gama: la pistola *SATAJet 4000 B HVLV* con y sin dígito, la *SATAJet 4000 B RP* con y sin dígito, la *SATA MiniJet 3000 B* para retoques y la *SATAJet 100 B HVLV, RP y P* para trabajos de aparejo o imprimación. El modelo "estrella" es la pistola *SATAJet 4000 B HVLV y RP*. Equipada con tecnología más moderna, los ingenieros alemanes han trabajado especialmente en el diseño dando como resultado una pistola de pintura fácil y cómoda de manejar, que proporciona un abanico suave y único así como una pulverización excelente que aporta unos óptimos resultados. Los modelos digitales han tenido una gran aceptación entre el colectivo de profesionales del repintado y, no solo por ser digitales, sino porque también proporcionan un alto índice de transferencia y son sencillas de usar. En su particular campo de uso, los retoques, la pistola *SATA MiniJet 3000 B* también tiene una gran aceptación. Sus virtudes: permite conseguir unos acabados de gran calidad a la vez que obtiene una bajo consumo de pintura gracias al ajuste preciso de los difuminados que proporciona hasta conseguir la mejor igualación del color. Por último, las pistolas *SATAJet 100 B* en sus variantes aparejo e imprimación, tanto en HVLV como RP, tienen una gran aceptación gracias a que los profesionales valoran de estas pistolas la poca niebla que producen. **SATA** lanza anualmente pistolas especiales de edición limitada para coleccionistas. Este año el lanzamiento ha sido la pistola de alto rendimiento *SATAJet 4000 B "Heart Et Soul"* cuyo diseño exclusivo *Fantasy-Tattoo* es obra del artista **Leht Gall**, quien goza de gran prestigio en Estados Unidos.

Pistolas **SATAJet 4000B** en versiones HVLV y RP. Su pulverización excelente proporciona óptimos resultados. **Reauxi** es el importador exclusivo de la gama **SATA**.



## SAGOLA ESPAÑA

Vitoria (Álava). Fabricante de otra de las marcas imprescindibles de este mercado, **Sagola**, su novedoso catálogo editado el pasado mes de febrero presenta como modelos más destacados, las pistolas 4500 Xtreme, 3300 Pro, Mini Xtrem, Premium 475, 4100 GTO, 4100 Gravedad, Succión y Presión, Classic Pro Gravedad, Classic Lux Gravedad y Premium 474. Su amplia gama cubre las demandas de todo tipo de taller chapista y pintor pero la pistola de pintura Sagola más sobresaliente es la 4500 Xtrem. Varias son las virtudes y características que la erigen como uno de los modelos más interesantes del mercado. Por lo que respecta a su diseño, recupera el brillo y el color originales de Sagola por lo que su estampa es singular. Combina ligereza y robustez siendo todas sus piezas de acero inoxidable y de aluminio destacando la firma vitoriana su facilidad y suavidad de manejo. Puede montar la nueva boquilla LXT Clear en combinación con el innovador pico 1.30 XL siendo el resultado final una aplicación fácil y rápida de los nuevos barnices HS. Así mismo, montando las también nuevas boquillas LXT Aqua y LXT HVLP, la 4500 Xtrem mejora la aplicación de las nuevas bases al agua, desde la más viscosa hasta la más fluida, con una elevada calidad de distribución del metal en sus abanicos. Sagola también subraya de esta pistola su mecanización perfecta, su precisión en la regulación, que se presenta con un display digital integrado en el cuerpo, su estanqueidad total o el innovador diseño del regulador de entrada de aire.



La pistola de pintura 4500 Xtreme es la alma mater de la amplia gama Sagola. Ahora ha recuperado el brillo y los colores originales del fabricante vitoriano

## SPANESI INTERNACIONAL

Albacete. El catálogo de esta firma fabricante incluye cinco modelos de pistola de pintura Spanesi sin contar las variantes para fondos, retoques o masillas. Esto significa que la empresa albaceteña pone a disposición de los talleres de carrocería y pintura pistolas HVLP e híbridas, para acabados, fondos, masillas y retoques. Entre esta versátil gama, el modelo más relevante y más novedoso es la pistola de pintura HP2000GR, un modelo híbrido para aplicaciones, tanto para pinturas base disolvente como base agua.



Pistola de pintura Spanesi. La empresa albaceteña ofrece al profesional del repintado modelos HVLP, híbridos, para acabados, fondos, masillas y retoques.



### PÁGINAS WEB DE INTERÉS

- |  |  |
|--|--|
| <a href="http://www.aixia.es">www.aixia.es</a>                             | <a href="http://www.kripxe.com">www.kripxe.com</a>             |
| <a href="http://www.anest-iwata.es">www.anest-iwata.es</a>                 | <a href="http://www.mercurydos.com">www.mercurydos.com</a>     |
| <a href="http://www.bossauto.com">www.bossauto.com</a>                     | <a href="http://www.reauxi.com">www.reauxi.com</a>             |
| <a href="http://www.carrepairsystem.eu">www.carrepairsystem.eu</a>         | <a href="http://www.sagola.com">www.sagola.com</a>             |
| <a href="http://www.exfasa.es">www.exfasa.es</a>                           | <a href="http://www.seicar.net">www.seicar.net</a>             |
| <a href="http://www.fondomovil.com">www.fondomovil.com</a>                 | <a href="http://www.shop.berner.eu">www.shop.berner.eu</a>     |
| <a href="http://www.gruposimes.com">www.gruposimes.com</a>                 | <a href="http://www.spanesi.es">www.spanesi.es</a>             |
| <a href="http://www.hella.com">www.hella.com</a>                           | <a href="http://www.vegaelite.es">www.vegaelite.es</a>         |
| <a href="http://www.kremlinrexson-sames.es">www.kremlinrexson-sames.es</a> | <a href="http://www.zaphirogroup.com">www.zaphirogroup.com</a> |

## A LA CABEZA.

### LOS FABRICANTES LÍDERES DAN SU APROBACIÓN A GLASURIT

Una empresa que marca tendencias: con sus productos y sistemas de pintura, Glasurit es un proveedor líder en aprobaciones de fabricantes de vehículos: una ventaja competitiva crucial para los talleres. La aprobación OEM no sólo asegura un mejor nivel de los trabajos de pintado, sino que los fabricantes de los vehículos aceptarán responsabilidad por garantía. También usted puede aprovechar las ventajas de la máxima calidad de los productos y sistemas de Glasurit: deje una brillante impresión en sus clientes.

ProFit with Glasurit.



### SATA, Rosauto y CAV

Estas tres marcas distribuidas por Reauxi están muy presentes en GSX. El taller ilerdense ha destinado un espacio para colocar las pistolas de pintura **SATA** de última generación **SATA jet 4000 B** (en variantes HVLP y RP) para pinturas y barnices; **SATA jet 100 B** para aparejo y **SATA minijet 3000 B** para retoques. Así mismo, la sección de pintura está equipada con mascarillas **SATA air star F** con caja higiénica destinadas a la protección respiratoria de los operarios que trabajan en esta zona y el departamento de acceso al box de pintura cuenta con filtros independientes para cada cabina y armarios en acero inoxidable para su protección.

En el área de pintura también se ha delimitado una zona aislada y ventilada para alojar las lavadoras de pistolas **Rosauto**, tanto para base agua caliente como para disolvente. Dicho recinto cuenta, así mismo, con un lavaojos para ser utilizado en caso de emergencia. Prueba del elevado equipamiento de GSX es el laboratorio de pinturas que se presenta con todos los elementos necesarios para que coloristas y preparadores realicen sus tareas con la máxima eficacia. En él podemos encontrar dos máquinas de mezclas, una de **Grupo PPG** y otra de **R-M** (marca de **BASF Coatings**), que permiten componer cualquier fórmula de color. Una "isla" central permite al operario realizar las funciones de composición u otras similares con los mejores estándares de comodidad y garantía.

En la sección de chapa de GSX, Reauxi también juega un papel fundamental al proporcionar **bancos de tiro rápido** y **bancadas electrónicas** de última generación y **sistemas de aspiración** centralizada **CAV** equipados con tres brazos de aspiración de 7 metros, con una turbina **inverter** modelo **Bora** que actúa en función de la cantidad de profesionales que estén trabajando y consume la energía necesaria en cada momento. Reauxi no solo suministra a GSX los productos, sus expertos profesionales también han montado las cabinas y realizan el servicio de mantenimiento y posventa de los equipos montados en el taller ileridano. Recordemos que **Reauxi** es el **importador en exclusiva** de marcas como **Sata, Cav, Rosauto, Trisk, CMC** (solo para Catalunya) o **Set**. Los productos y equipos para el taller de carrocería y pintura de todas estas marcas son ofrecidos a través de una extensa red de distribuidores repartida por toda España. ◀

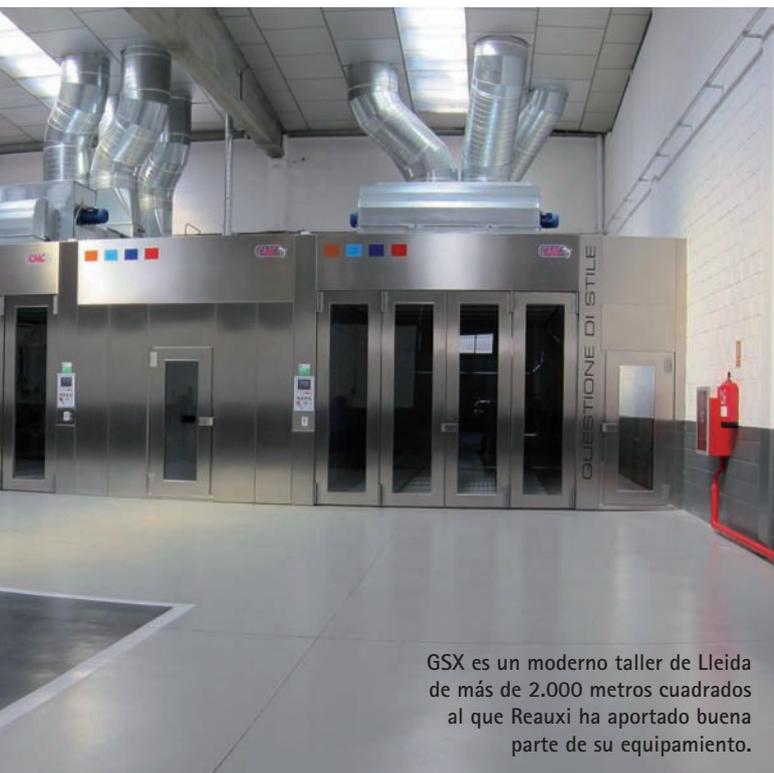
 [www.reauxi.es](http://www.reauxi.es)



En la imagen, el laboratorio de color del taller GSX.



GSX ha apostado por dos cabinas de pintura CMC, marca que Reauxi importa en exclusiva en Catalunya.



GSX es un moderno taller de Lleida de más de 2.000 metros cuadrados al que Reauxi ha aportado buena parte de su equipamiento.



Filtros independientes para cada cabina SATA. También lo suministra Reauxi.

**UN MODERNO TALLER DE CARROCERÍA Y PINTURA DE LLEIDA**

# GSX, con Reauxi

*Recientemente ha abierto sus puertas en el Polígono Industrial Mecanova de Lleida GSX, un moderno taller de carrocería y pintura cuyo nombre resume en forma de acrónimo sus principios: Gestión, Servicio y eXcelencia. Reauxi colabora para que así sea suministrándole buena parte de su equipamiento.*

**A**unar los conceptos de **Gestión, Servicio y eXcelencia**, es lo que se ha propuesto **Ramon Santesmases**, gerente de **GSX**, nuevo y moderno taller de carrocería y pintura ubicado en el Polígono Industrial Mecanova de Lleida.

Sin lugar a dudas, estamos ante una empresa que representa un nuevo concepto de taller por su modernidad e innovación, no solo a nivel de equipamiento sino también a nivel empresarial, de gestión o atención al cliente. Ello se traduce en una elevada capacidad de "producción": los más de **2.000 metros cuadrados de instalaciones** equipadas a la última permiten atender más de **2.500 operaciones anuales** de reparación de chapa y pintura. Todas estas operaciones se empiezan a llevar a cabo una vez que los operarios han verificado previamente que se dispone de todos los elementos necesarios para que puedan ser realizadas de principio a fin, es decir, se aplican técnicas *Pull*). Una vez concretada y "aprobada" la operación, en el taller GSX se aplican sistemas de gestión *Lean* para que el vehículo a reparar esté inmovilizado el mejor tiempo posible. GSX realiza sus **servicios de reparación de chapa y pintura** de lunes a viernes durante doce horas (próximamente se ampliará a trece). Como **servicios de valor añadido**, ofrece al cliente el **peritaje inmediato** (tele peritación en algunos casos), **tres años de garantía** en las reparaciones que se efectúen, **gratuidad de las revisiones de seguridad** de los vehículos a reparar, la **recogida y entrega de los coches averiados** al domicilio del cliente y **vehículos de sustitución**. GSX cuenta con una flota de quince vehículos de sustitución nuevos y recién matriculados que son ofrecidos de forma gratuita para cubrir las necesidades de desplazamiento de los clientes mientras dura el proceso de reparación de sus vehículos.

## Reauxi, proveedor clave

Para alcanzar este elevado número de reparaciones (2.500 al año), GSX ha apostado por proveedores de la máxima solvencia. **Reauxi** es uno de ellos.

La distribuidora especialista en productos y equipos para el taller de carrocería y pintura suministra a GSX equipamiento clave como, por ejemplo, dos **cabinas de pintura CMC** (Reauxi solo importa en exclusiva esta marca en Catalunya) de 7 y 8 metros respectivamente que pertenecen a la serie *Inox* de última generación con vena de aire y sistema *setting* que permiten efectuar al vehículo procesos de pintado y secado optimizando los tiempos. Equipadas con *inverters* de impulsión y extracción, cuentan también con grupos en el techo totalmente aislados e insonorizados, cuadros táctiles que permiten elegir cualquier tipo de secado y la programación de cualquier marca de pintura vía Internet para poder controlar eficazmente el servicio posventa. Los **sistemas de filtración SATA** (marca de la cartera de productos Reauxi) de aire comprimido de ambas cabinas garantizan la máxima calidad del aire. Estos filtros están instalados fuera de la cabina (zona Hall) para evitar los efectos de pulverización y el consiguiente deterioro que ésta ocasiona en los procesos de pintado. En GSX se han delimitado tres áreas de preparación específicas equipadas con vena de aire y funcionamiento con elevación neumática individual por zona que cuentan con **equipos de secado Drytronic** modelo *Fly Dry* de última generación instalado por **PPG** que permiten optimizar al máximo los procesos de trabajo y actuar sobre zonas parciales del vehículo. Así mismo, las zonas de preparación disponen de **sistemas de aspiración** centralizados de la marca **CAV**. Concretamente, se han instalado ocho puntos de aspiración con **cabezales SR Mini Plus** que permiten trabajar a los profesionales de este taller de forma cómoda.



### SATA, Rosauto y CAV

Estas tres marcas distribuidas por Reauxi están muy presentes en GSX. El taller llerdense ha destinado un espacio para colocar las pistolas de pintura **SATA** de última generación **SATA jet 4000 B** (en variantes HVLP y RP) para pinturas y barnices; **SATA jet 100 B** para aparejo y **SATA minijet 3000 B** para retoques. Así mismo, la sección de pintura está equipada con mascarillas **SATA air star F** con caja higiénica destinadas a la protección respiratoria de los operarios que trabajan en esta zona y el departamento de acceso al box de pintura cuenta con filtros independientes para cada cabina y armarios en acero inoxidable para su protección.

En el área de pintura también se ha delimitado una zona aislada y ventilada para alojar las **lavadoras de pistolas Rosauto**, tanto para base agua caliente como para disolvente. Dicho recinto cuenta, así mismo, con un lavajos para ser utilizado en caso de emergencia. Prueba del elevado equipamiento de GSX es el laboratorio de pinturas que se presenta con todos los elementos necesarios para que coloristas y preparadores realicen sus tareas con la máxima eficacia. En él podemos encontrar dos **máquinas de mezclas**, una de **Grupo PPG** y otra de **R-M** (marca de **BASF Coatings**), que permiten componer cualquier fórmula de color. Una "isla" central permite al operario realizar las funciones de composición u otras similares con los mejores estándares de comodidad y garantía.

En la sección de chapa de GSX, Reauxi también juega un papel fundamental al proporcionar **bancos de tiro rápido** y **bancadas electrónicas** de última generación y **sistemas de aspiración** centralizada **CAV** equipados con tres brazos de aspiración de 7 metros, con una turbina **inverter** modelo **Bora** que actúa en función de la cantidad de profesionales que estén trabajando y consume la energía necesaria en cada momento. Reauxi no solo suministra a GSX los productos, sus expertos profesionales también han montado las cabinas y realizan el servicio de mantenimiento y posventa de lo equipos montados en el taller lleridano. Recordemos que **Reauxi** es el **importador en exclusiva** de marcas como **Sata, Cav, Rosauto, Trisk, CMC** (solo para Catalunya) o **Set**. Los productos y equipos para el taller de carrocería y pintura de todas estas marcas son ofrecidos a través de una extensa red de distribuidores repartida por toda España. ◀

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



En la imagen, el laboratorio de color del taller GSX.



GSX ha apostado por dos cabinas de pintura CMC, marca que Reauxi importa en exclusiva en Catalunya.



GSX es un moderno taller de Lleida de más de 2.000 metros cuadrados al que Reauxi ha aportado buena parte de su equipamiento.



Filtros independientes para cada cabina SATA. También lo suministra Reauxi.

MANN+HUMMEL Y FEBI BILSTEIN REPITEN PARTICIPACIÓN

# MOTORTEC A.I. 2013 DE ZARAGOZA A MADRID ATENDIENDO AL TALLER



Fabricantes de referencia en el mercado posventa de componentes de automoción, confían en la dimensión del certamen madrileño y en las oportunidades de negocio que allí se pueden generar en contacto con sus clientes, pero también con el taller. Y es que han valorado como positiva la experiencia de 2011.

**Mann+Hummel Ibérica** y **febi bilstein** han confirmado su participación en **Motortec Automechanika Ibérica 2013**. Estas dos importantes filiales españolas de las multinacionales de origen alemán, radicadas en Zaragoza, son un ejemplo a seguir y una prueba de que el certamen madrileño es una excelente plataforma para impulsar las empresas dedicadas a la posventa. ¿por qué? muy sencillo, ambas participaron en la edición 2011 y tal ha sido su grado de satisfacción, tanto en los contactos mantenidos con los distribuidores como en su trabajo con los talleres, que no han tenido dudas a la hora de repetir participación el año que viene.

Para **Mann+Hummel Ibérica** el balance de la edición 2011 de Motortec Automechanika Ibérica también fue positivo, por ello repiten. Su director de marketing, **Javier Bellmunt**, responsable de marketing, recuerda: "una vez más, nuestro stand fue punto de referencia para todos los visitantes. Nuestras acciones, diseñadas para el propio evento, ayudaron a que la presencia y calidad de los visitantes aumentara con respecto a la pasada edición por lo que nuestra opinión final fue positiva". Aunque echó en falta una mayor presencia de talleres de la periferia peninsular (y eso que la presencia de talleres portugueses fue destacada), considera que es importante que el taller acuda al certamen madrileño: "acudir a la feria implica una mejora del sector, tanto a nivel cualitativo como cuantitativo, y más si cabe en esta época en la que el producto de baja ca-

lidad está más presente que nunca". Bellmunt no quiso desaprovechar la oportunidad para adelantar el planteamiento con el que Mann Filter Ibérica acudirá en 2013 a MAI: "como siempre, nuestra misión es el taller. Nuestro objetivo es darles los que nos demandan, atendemos sus peticiones, oímos sus consejos, tomamos nota de ellos y nos adaptamos para darles una respuesta y solucionar sus peticiones".

**Gerardo Martínez**, responsable de Marketing de **febi bilstein**, ha valorado la impresión que se llevó su empresa de la edición 2011 como excelente, subrayando que más de 600 talleres pasaron por el stand de la firma alemana. Remarca que febi tuvo un papel muy activo: presentó un buen número de novedades, realizó demostraciones de su febi Tester y charlas informativas, fotografías personalizadas como dinamización con los visitantes, exhibió una muestra de piezas cautivas de febi, etc. En definitiva, participar en Motortec Automechanika Ibérica fue una acción muy positiva porque sirvió para potenciar y reforzar la marca febi y para recibir la visita de un elevado número de distribuidores y sus clientes (talleres). Martínez avanza que en la edición 2013 febi bilstein dará protagonismo a su servicio de consultoría de talleres y presentará nuevas herramientas y productos. Por último, recomendaría a la organización que en el certamen se celebren más reuniones sectoriales y se proporcione más información personalizada al profesional de la reparación. ●

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



El stand de febi bilstein estuvo muy concurrido en 2011. Este es uno de los motivos por los que esta firma repite en 2013.



Las dinimizaciones para los talleres y estudiantes de FP un clásico en los salones para Mann+Hummel Ibérica, de la que se extrae muchísima información.



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

## El profesional de la reparación, máximo protagonista en Motortec Automechanika Ibérica

En esta nueva edición de **Motortec Automechanika Ibérica (MAI)** damos un nuevo giro de tuerca para que los **auténticos protagonistas** del evento sean los **talleres españoles y portugueses**. No hay oferta sin demanda y por ello hemos preparado una batería de acciones y herramientas para facilitar y garantizar la presencia del destinatario final de la feria: el taller. Rutas de autobuses y AVEs desde toda España para facilitar al taller su asistencia, hoteles... una de las cosas que hemos aprendido de la pasada edición de MAI es que debemos de ser capaces de segmentar mucho más y completar mucho más la **oferta para cada perfil de taller**. Es por ello que habrá **eventos y contenido específico para cada perfil de reparador**, lunas, carrocería, pintura... el primer concurso nacional de reparación de lunas. La **formación** también es fundamental, seguimos apostando porque MAI sea el lugar en el que, en muy poco tiempo, pueda, como taller, llevarme un *know how* único, no solo a nivel de producto (con los mejores técnicos de cada empresa expositora), sino también como gestor de un negocio en el que, gracias a las herramientas de gestión, de comunicación, de ideas para generar más tráfico de usuarios al taller, conocer redes de talleres a las que puede interesar incorporar mi taller, equipamiento que me permita rentabilizar más cada reparación, etc.. En definitiva, ideas para poder seguir trabajando más y mejor. El futuro es lo que cada uno queramos que sea, y solo cada dos años tenemos la oportunidad de disfrutar de la **FIESTA DEL TALLER** por excelencia.

Sois los auténticos protagonistas, estamos abiertos a que sigáis indicándonos y aconsejándonos qué esperáis como profesionales de vuestra fiesta, porque es vuestra, para vosotros y por vosotros. Gracias por aprovecharos y participar activamente de vuestro gran evento. Desde **Ifema** devolvemos este voto de confianza organizando la **Semana de la Posventa**, toda una campaña de promoción y sensibilización al automovilista para promover tráfico al taller hablando del mantenimiento preventivo del vehículo. Os esperamos en marzo de 2013.

📍 [www.ifema.es/ferias/motortec/default.html](http://www.ifema.es/ferias/motortec/default.html)

# motortec automechanika IBÉRICA

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



Diesel	1449
Electric	1539
Super Diesel	1539
Super Plus	1669
	2012

Arranca tu motor de negocios

Con Licencia de:

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

messe frankfurt





SE PIDE EL APOYO A LOS REPARADORES PARA ERRADICAR LA ECONOMÍA SUMERGIDA

Los tiempos difíciles provocan situaciones complejas en el negocio de reparación; a la siempre importante necesidad de estar al día se le unen las prácticas ilegales que perjudican los intereses de los reparadores que sí cumplen la ley.

# Colaboración anónima contra la competencia desleal

Las XX Jornadas Técnicas para Talleres de Reparación de Automóviles, están organizadas por el Gremio Regional de Talleres de Reparación de Automóviles-GRETAMUR y FREMM, con el lema "Los Talleres del Siglo XXI", fueron inauguradas por director general de Industria, Energía y Minas, de la Región, Pedro Jiménez; cuentan con el patrocinio de BOSH-DAVASA, SANIZHER-DUPONT REFINISH, COTES- Corredores Técnicos de Seguros S.A. y Cajamar. También colaboran las empresas, Bases Recursos Directivos, Velyen Lic. Istobal, Launch Ibérica, Audatex, y Cojali.

GRETAMUR, integrante de FREMM, pidió a los reparadores su colaboración anónima para acabar con la economía sumergida. La solicitud fue formulada por el presidente de la asociación, Francisco Hernández, en el evento, organizado para que los empresarios se pongan al día en las novedades en el sector sobre innovación tecnológica, seguridad, modelos y gestión empresarial. En la jornada se presentaron 5 ponencias, referidas a "Liderar equipos de trabajo en tiempos de crisis", por Silvia Bertomeu; "En seguridad no vale cruzar los dedos", por David Bría; diagnóstico múltiple y de vehículos híbridos: sistema X-431; "Información Técnica: Obligación, Necesidad o Derecho", por Arsenio González; "Presente y futuro de la posventa", por José Luís Gata, y "Contactos y oportunidades de negocio".

## Erradicar la competencia desleal

El llamamiento a la colaboración llega tras varios años de trabajo desde GRETAMUR y FREMM para acabar con la competencia desleal que padece el sector, camino que han intensificado en los últimos meses ante las Administraciones públicas, medios de comunicación y cuerpos de seguridad. "Los primeros perjudicados por esta situación somos quienes ayer mismo tuvimos que pagar el IVA y luchamos por abrir nuestros negocios cada día e intentar mantener los puestos de trabajo", según dijo Francisco Hernández, presidente, ante el director general de Industria, Energía y Minas, y el secretario general de FREMM, Arsenio Sánchez Navarro.

## Defensa ante las relaciones de los talleres con las aseguradoras

Las acciones del gremio de talleres también se incrementaron en el último año en el particular periplo que sostienen los reparadores con las empresas aseguradoras en defensa de los derechos de los conductores. Hace unos meses, en colaboración con FREMM, la Asociación emprendió una campaña para facilitar un paquete con diferentes modelos de cartas para recoger las quejas de los consumidores sobre la atención de las compañías de seguros. Ante más de 200 empresarios, el presidente de los reparadores de Murcia invitó a reflexionar sobre las consecuencias negativas que tendrían para los negocios seguir aplicándose en el sector tarifas al cliente por debajo de los costes reales. Además, animó a no bajar la guardia en el precio de mano de obra en el taller, a proteger la libre elección del taller por el usuario y a garantizar que el cliente preste un consentimiento informado a los productos de seguro que contrate.

**FREMM, HOY**  
FREMM tiene censados 1.500 talleres en la Región, además de 94 concesionarios y 200 agentes de marca. En el mantenimiento de vehículos se emplea a 4.200 personas asalariadas, además de existir 2.400 autónomos, más de 6.600 personas ocupadas.

## Exposición de los proveedores

Por primera vez, los asistentes a la jornada intercambiaron tarjetas de presentación dentro del encuentro sobre oportunidades de negocio organizado en el Salón de Exposiciones del Centro de Negocios del Metal junto a una decena de fabricantes de componentes, software, pinturas y lubricantes, entre otros, que presentaron sus novedades tecnológicas.

## Posventa y VO

El sector de automoción está saliendo adelante de la mano de la posventa, así como de la venta de vehículos de ocasión. En 2011, se vendieron más de 53.000 unidades de V.O. en la Región con un alza del 0,3% respecto a 2010, según FACONAUTO. Por cada coche nuevo que salió a la calle, se vendieron cuatro de ocasión. Mientras, el envejecimiento del parque automovilístico, situado en los 8 años de antigüedad, incrementó el volumen de trabajo de los talleres. ●

www.fremm.es





noticias  
eventos

¿Quieres actualizarte  
cuanto antes?

visítanos en  
**www.mryt.es**

... y serás el  
primero en  
enterarte de lo  
que sucede  
en el sector

entrevistas  
informes  
empresas  
diagnosis  
salones  
...etc

hazte fan en **facebook**  
síguenos en **twitter**

suscríbete a nuestros boletines  
y a nuestro canal 

# Componentes para el sistema de climatización y aire acondicionado

## Un poco resfriado

A algunas personas el aire acondicionado les provoca catarros por la diferencia de temperatura o la sequedad del aire que genera. El actual contexto económica ha acatarrado un poco a este mercado posventa que ha dejado atrás años de gran pujanza y ahora tiene una tendencia a la baja.



A pesar de que la crisis económica actual, que ha estancado las ventas, el mercado posventa de componentes para el sistema de climatización y aire acondicionado sigue teniendo un gran potencial.



Los talleres deben informar a los conductores sobre la necesidad de revisar y efectuar un correcto mantenimiento del sistema de aire acondicionado.

Hace un par de años la crisis económica en nuestro país ya se había quedado a vivir pero aún no había extendido sus tentáculos en el **mercado de reposición de componentes para el sistema de climatización y aire acondicionado**. La prueba es que en el especial sobre ellos que publicamos en el número 325 correspondiente a marzo de 2010 el titular fue muy claro "Buena salud". Actualmente este titular sería imposible, no porque el mercado esté enfermo pero sí que ha dado síntomas, sobre todo en los últimos meses, de cierto **estancamiento** de unas **ventas** que tienden a la baja. Los **proveedores** de este tipo de piezas **no han podido esquivar el contexto de recesión económica**. Es por ello que esta vez consideramos que está un poco resfriado. Veremos lo que dura y si se presentan complicaciones.

### Estancamiento y motivos

Entre los proveedores consultados existe unanimidad en considerar que las **ventas** de componentes de recambio para el sistema de climatización y aire acondicionado (compresores, condensadores, evaporadores, válvulas de expansión, racorería, termostatos, etc.) van **a la baja**.

Un destacado fabricante e importador liga esta caída de ventas a la actual coyuntura económica: "el comportamiento del mercado en 2011 ha sido de estancamiento y con tendencia a la baja. El factor más importante y claro es el actual entorno económico y de crisis que atraviesa nuestro país. Esto afecta a todos los sectores y eslabones de la cadena de distribución, de varias maneras. Entre otras causas, creemos que algunas podrían ser que la sustitución de piezas o reparación de averías se retrasa o espacia en el tiempo, o, incluso, si es prescindible, no se repara. La tendencia del usuario a gastar lo mínimo actualmente hace que recurra más a piezas usadas, de desguace, etc., que, aunque sabe que no tiene el mismo rendimiento, eficiencia, garantía y tranquilidad de un recambio nuevo o refabricado, a veces sólo ve el corto plazo o el ahorro instantáneo, más que la inversión que es el hacer una buena reparación con material que aporte un 100% de garantías.

Además, se está reduciendo el uso del automóvil, la gente busca medios o modos de transporte más económicos (público, compartir coche, no usarlo si no es necesario) o, simplemente, no se utiliza porque no tiene trabajo".

Otra fuente consultada añade dos problemáticas más de este mercado, que **la revisión y reparación del sistema de climatización no es imprescindible** y que la **mayor calidad de los componentes alarga su vida útil**. Así lo explica: "debemos reconocer que durante el primer semestre de 2011 el comportamiento, dentro de la situación económica actual, fue estable, pero en la segunda parte del año se ha notado un cambio de tendencia a la baja. Los motivos de este comportamiento, entre otros, pueden ser: las averías en el sistema de climatización no provocan que el vehículo quede inmovilizado, por tanto, su reparación en momentos económicos adversos es prescindible. Por otra parte, la tecnología de fabricación y mantenimiento de estos equipos ha mejorado mucho en los últimos 10 años, conclusión: se hacen menos necesarias las intervenciones por avería grave (descenso en facturación), incrementándose la sustitución de consumibles de menor valor (incremento en facturación que no compensa la no venta de las piezas principales, que antes, por desconocimiento en el mantenimiento y su complejidad, se terminaban rompiendo, obligando a su sustitución)". Este distribuidor no solo busca culpables fuera sino que también hace **autocrítica**: "todavía tenemos mucho que mejorar en cuanto a la información que se le traslada al usuario final, en este y en otros apartados, con respecto a la necesidad de mantener los sistemas de climatización en buenas condiciones de uso, y que hoy en día, forman parte de los elementos pasivos de seguridad, contribuyendo activamente en la reducción de accidentes".

A pesar de la bajada de ventas, los proveedores insisten en el **potencial de este mercado**. "es un mercado aún en crecimiento y seguirá creciendo en los próximos años, al menos potencialmente. Además, los talleres o distribuidores pueden aprovechar y especializarse en este mercado, lo que hará que se diferencien de la competencia. Esto es muy importante, especialmente en estos tiempos, en el que optar por este producto puede darles un valor añadido que se traducirá en una

mayor competitividad y una nueva fuente de ingresos" apostilla un proveedor. Otras dos ventajas son la cada vez **menor estacionalidad de las ventas** y el **clima español**, en el que el aire acondicionado se utiliza mucho por cuestiones obvias (piensen en Sevilla en pleno mes de agosto). "Cada vez la gama de productos de climatización es menos estacional y se realizan más ventas repartidas a lo largo del año" corrobora un fabricante mientras que, particularizando en el mercado posventa patrio, otro fabricante recuerda "una de las ventajas del mercado español de termocontrol es, sin duda, la climatología propia de nuestro país ya que, por ejemplo, las piezas de refrigeración del vehículo deben soportar temperaturas superiores a 25 grados -sobre todo en verano-, haciendo más habituales las averías en los sistemas de refrigeración y climatización en España y favoreciendo así la rotación de producto".

## Perspectivas 2012

Al hilo de la última cuestión, los actores del mercado están deseando un verano largo y caluroso para salvar un 2012 cuyas **perspectivas no son muy halagüeñas**. "Las dificultades de 2012 seguirán marcadas por la capacidad de financiación. En la medida en que se consiga una buena gestión de stock y una buena red logística, se podrán compensar esos obstáculos" concreta uno de ellos. En términos similares se expresa otra fuente consultada: "precio y disponibilidad marcarán la pauta nuevamente en 2012, aunque la calidad del producto que se comercializa va tomando una relevancia cada vez más importante. Esto último es fundamental y todos tenemos la obligación de establecer modelos en los que la calidad del producto y servicio estén por encima de los márgenes que queremos obtener. El usuario y el sector lo apreciarán. De hecho, ya lo aprecian".

La **distribución** también va a jugar un papel clave como apunta otro proveedor: "este año continuaremos con la crisis en el sector. Como factor clave los grupos de compra serán quienes marquen los precios y márgenes del mercado". Como conclusión, la mayoría de proveedores que conforman el mercado posventa de componentes de climatización **firmarían repetir las cifras de negocio del año pasado**.

## La caída de ventas de vehículo nuevo

El acusado **descenso de ventas de vehículos nuevos** (actualmente en cifras de 1992) a priori podría haber dinamizado las ventas de recambios de climatización porque los conductores que mantienen sus vehículos viejos deberían acudir al taller a realizar sus correspondientes mantenimientos. Sin embargo, la crisis económica es más poderosa y ha alejado a los **conductores** de los talleres por la **falta de poder adquisitivo**. Confirman esto los actores de este mercado: "contrariamente a lo que cabría esperar, este envejecimiento del parque no se ha traducido en un aumento de ventas. El conductor utiliza menos su vehículo y, por tanto, tiene menos necesidad de reparaciones". "La realidad es que la gente esta dilatando los mantenimientos o, directa-

mente, los pospone". Un fabricante de referencia va más allá: "el descenso en las ventas de coches nunca favorece a nadie pues, aunque inicialmente suponga un mayor potencial para el taller independiente, a largo plazo habrá menos coches rodando y menos mercado para todos. Si encima la caída de matriculaciones es tan acusada como la actual, ningún producto se libra de una menor facturación".

Ante la caída de ingresos motivada por el hecho de no vender automóviles, los **concesionarios** han derivado sus recursos hacia la **actividad posventa** que la están **potenciando** con agresivas campañas promocionales, descuentos, etc. Sobre esta cuestión, la mayoría de proveedores consideran que no es una amenaza para los **talleres multimarca independientes**. De hecho, opinan que **pueden convivir ambos canales**. En cambio dan más importancia al **papel** que puede jugar el **taller para dinamizar las ventas**. Fabricantes y distribuidores les animan para que conciencien a los conductores de la importancia de mantener el sistema de climatización y aire acondicionado en perfecto estado. Muchos reconocen los esfuerzos del taller al respecto: "la amplitud de la oferta de talleres dedicados a la climatización ha ayudado al conocimiento por parte del conductor de la necesidad de revisar el sistema de climatización. Como otros fabricantes de componentes y accesorios desde las asociaciones de fabricantes y distribuidores de climatización se debe impulsar el conocimiento del sistema de clima del vehículo, su revisión periódica para evitar reparaciones costosas". En términos similares se expresa otro proveedor: "el taller se está esforzando en transmitir lo que los fabricantes, distribuidores y demás actores del mercado les hemos ido enseñando en los últimos años a través de los cursos de formación; en ellos, siempre hacemos hincapié en la manera correcta de transmitir la información de la avería al cliente para que entienda, en todo momento, el porqué de la intervención en el vehículo, el mantenimiento posterior que necesita y su correcto funcionamiento". Un destacado fabricante incluso propone ideas para que el conductor revise y mantenga el sistema de climatización: "la revisión del sistema de climatización es muy recomendable, pero al no entrar en los planes de mantenimiento requeridos por los fabricantes, resulta muy difícil concienciar a los conductores. La mejor forma es asociarla al cambio del filtro habitáculo, que



Lo último de ACR es la nueva línea de tuberías originales refabricadas.

ABS  
ESP  
AIRBAG  
CLIMATIZACIÓN

¡Piense en su seguridad!  
¡Realice ahora la revisión de su climatización!

Consiga más información en:  
[www.behrHELLASERVICE.com/es-check](http://www.behrHELLASERVICE.com/es-check)

BEHR HELLA SERVICE

Behr Hella Service ha ampliado su gama de componentes con 60 nuevas referencias. Este lanzamiento se enmarca en su Temporada Clima 2012.



Compresor Diavia. Esta marca de referencia propone hasta doce familias de producto que cubren cualquier necesidad del taller.

## Webasto adquiere Diavia

Aunque la operación está pendiente del visto bueno de las autoridades de competencia, la alemana **Webasto** ha firmado con **Delphi** un **acuerdo de compra de acciones** de su división de aire acondicionado **Diavia**. El acuerdo alcanza, tanto a la casa matriz de Italia (**Delphi Italia Automotive Systems**) como a **Diavia Aire**, la filial para España y Portugal. Los planes iniciales en nuestro país son establecer una **oficina conjunta** a medio plazo una vez cerrada la operación porque tanto Webasto como Diavia Aire tiene sede en España. Hasta que la operación no tenga el visto bueno definitivo no se concretará la futura organización aunque, en principio, no solo se van a mantener sino que se van a **potenciar las líneas de negocios actuales** operativas en territorio peninsular.



**José Costales**  
Director general  
de Diavia Aire

## Ventas, talleres, cambio de gas...

El mercado de la climatización creció de forma importante desde mediados de los 90, año tras año, a medida que crecía el parque de vehículos equipados con aire acondicionado hasta, aproximadamente, 2005. Ese año el mercado alcanzó su madurez y, desde entonces, el ritmo de crecimiento ha bajado muy significativamente a pesar de que desde entonces el parque de vehículos equipados con aire acondicionado y, por tanto, el mercado potencial se ha incrementado en casi un 50%. Esto se debe en gran medida a la **mejora de la calidad de los fabricantes**, que han reducido considerablemente el número de averías, pero también, sin duda, a la **mejora de la calidad en la reparación de los talleres**.

El mercado de la climatización está muy condicionado en estos momentos por la entrada en vigor de un Real Decreto que obliga a los **técnicos de taller** que deseen dedicarse a esta actividad a **acreditarse por un organismo oficial**, lo que les supone pasar un **curso de 40 horas y aprobar un examen**. Con esta norma se ha dado cumplimiento a una Directiva Europea y se ha pretendido mejorar la calidad del trabajo en el taller. Durante los últimos 15 años, **Diavia** ha impartido **cursos** en colaboración con sus distribuidores a **más de 8.000 técnicos** y, desde luego, no ha sido la única empresa que ha realizado esta labor. Mi opinión es que la nueva certificación oficial requerida no va a mejorar de forma significativa la situación en cuanto a la calidad de la reparación, pues los propios talleres ya se han preocupado de formarse por iniciativa propia, y sí en cambio va a incrementar sus costes.

Al margen de este condicionamiento legal, el mercado de la climatización también está sufriendo la **situación económica**, especialmente en los últimos meses. Si bien inicialmente las ventas aguantaron en un buen nivel al inicio de la crisis, desde el pasado verano se está notando un empeoramiento de la situación. En todo caso, mayor influencia que la crisis la tiene la climatología por lo que si el tiempo acompaña, esperamos, al menos, mantener el volumen del pasado año.

A pesar de sus dificultades, o precisamente por ellas, este mercado es muy atractivo por el protagonismo que pueden lograr en su zona de influencia tanto el distribuidor como el taller, ya que se trata de un **producto muy técnico**, que les permite una diferenciación del resto. A medio plazo lo va a ser todavía más, pues, nuevamente por motivos medioambientales, está comenzando a utilizarse un refrigerante diferente en las cadenas de montaje. Este **nuevo gas** va a introducirse poco a poco, lo que supondrá por una parte que todos los talleres que deseen dedicarse o mantener esta actividad deberán formarse nuevamente y equiparse con el utillaje adecuado, y por otra que durante muchos años van a convivir dos tipos de refrigerantes, con todas las dificultades y oportunidades que eso supone. En cierta forma es como comenzar de nuevo, pues ya vivimos en los años 90 un cambio de refrigerante, pero ahora tenemos más experiencia, lo que nos permitirá hacer mejor las cosas.

# Informe



Portada del catálogo Waeco de consumibles y accesorios para el sistema de climatización y aire acondicionado. Dometic Spain es su distribuidor.



El nuevo catálogo de filtros de habitáculo Imprefil está disponible desde hace pocos meses y garantiza una alta cobertura del parque circulante.

*sí es necesaria, y es parte del sistema de acondicionamiento de aire".*

## Marcas y proveedores

El número de proveedores de componentes del sistema de climatización y aire acondicionado es bastante elevado siendo las marcas más vendidas **Diavia, Behr Hella, Denso, Valeo** o **ACR**. En su momento, muchas empresas se pusieron en marcha para suministrar a un mercado con gran potencial. Actualmente, aunque los tiempos no son tan propicios, muchas de ellas han hecho bien las cosas y, junto con los fabricantes tradicionales, forman un mercado bastante amplio. Veamos algunos ejemplos significativos:

**ACR** es un ejemplo de una firma especialista en este campo. 100% española y familiar, toda su actividad está enfocada a la fabricación de componentes y maquinaria para el sistema de climatización y aire acondicionado. La línea de componentes **ACR** es una referencia del mercado: dispone de una amplia gama de compresores, tanto nuevos como reconstruidos (desarrollados en su fábrica) así como de todo tipo de repuestos: filtros, válvulas de expansión, presostatos, ventiladores, etc. La oferta se completa con herramientas, consumibles y maquinaria. Este 2012 ha editado un nuevo catálogo en el que ha incorporado 400 nuevas referencias ampliando todas las familias de producto. Mención especial merece la implantación de una nueva línea de refabricación de tuberías originales de climatización a través de la cual refabrica todo tipo de tuberías y tramos. Otro primer espada del mercado es **Behr Hella Service**. El programa de componentes **Behr Hella** supera las 6.000 referencias para turismos y vehículos industriales con las que alcanza una cobertura del parque muy elevada, más del 90% en radiadores y más del 85% en condensadores y compresores, por ejemplo. Como cada año por estas fechas, ha puesto en marcha su Temporada Clima dirigida a distribuido-

res y a talleres y que este 2012 ha reforzado todas sus iniciativas de apoyo (material corporativo, apoyo de marketing, técnico, etc.) con el lanzamiento de 60 nuevas referencias con las que amplía las líneas de condensadores, filtros, válvulas presostatos, electroventiladores o viscos, tanto para turismo como para vehículo industrial.

Seguimos con los pesos pesados porque **Diavia Aire** es uno de ellos. Madrid acoge el cuartel general de esta firma fabricante y distribuidora que opera con las marcas **Diavia** (componentes de recambio) y **Robinair** (equipamiento para taller). En el caso que nos ocupa, Diavia propone hasta doce familias de producto con las que cubre prácticamente cualquier necesidad, son: compresores, condensadores, evaporadores, filtros deshidratadores, filtros de habitáculo, válvulas de expansión, presostatos, tuberías, calefactores, juntas, racores y productos químicos como aceites y aditivos. Como ya hemos apuntado, con todas estas familias pone a disposición cualquier pieza que pudiera necesitar el taller de reparación. Además, la actualización de la oferta es constante prestando especial atención al lanzamiento de referencias de mayor rotación como los compresores para disponer en el aftermarket de las referencias a instalar en los modelos de automóviles más nuevos del mercado.

Aunque es un proveedor de estaciones de carga y mantenimiento del sistema de climatización y aire acondicionado, **Dometic Spain**, el distribuidor en España de la gama de maquinaria **Waeco**, merece especial atención porque este año del catálogo de equipamiento de taller ha hecho dos, uno recopila las máquinas de recarga del aire acondicionado y otro, los accesorios y consumibles que incluye componentes de climatización.

Desde Alcalá de Henares (Madrid) **Frig Air Ibérica** pone a disposición del taller una gama completa en compresores, condensadores, filtros, evaporadores, tuberías, etc. La actualiza-

# Soluciones en climatización posventa para talleres y todo tipo de vehículos



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

**Diavia**



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



Lizarte ha incorporado recientemente 50 nuevas referencias a su gama de compresores.



La extensa gama suministrada por Talleres Electro Auto abarca todo tipo de componentes de climatización con un stock muy vivo y siempre al día.



Condensador Valeo. La marca francesa ha ampliado esta línea de producto con el lanzamiento de 123 referencias para vehículo asiático.

ción de la gama **Frig Air** es constante y destaca dentro de ella el amplio número de referencias destinado a los vehículos de origen asiático y a los industriales.

**Imprefil Distribuciones** propone una oferta muy extensa e interesante en condensadores y filtros de habitáculo. Ambas líneas las comercializa bajo marca propia **Imprefil**. La de condensadores es una de las más amplias del mercado y de las que alcanza una cobertura del parque más elevada. La actualización y aumento constante de la gama han hecho de esta línea una de las referentes del mercado. En cuanto a los filtros de habitáculo Imprefil, desde hace pocos meses se recopila en un nuevo catálogo que satisface las demandas de prácticamente todo el parque automovilístico patrio. Esta firma distribuidora tiene su cuartel general en Tres Cantos (Madrid) y una delegación, **Ibarfil**, en Barcelona.

La cartera de productos de **J. Deus España** es notable al incluir componentes fabricados ella misma (condensadores, calefactores y evaporadores) y los de la marca que distribuye en exclusiva al mercado español, **Ava Cooling** (compresores, filtros deshidratadores, válvulas de expansión, etc.). La suma de estas dos líneas da como resultado una amplia gama de componentes de climatización. Para que así sea, la firma de Pinto (Madrid) incorpora referencias trimestralmente y edita catálogo cada año. A modo de ejemplo, recientemente ha lanzado diversos componentes de climatización para las nuevas versiones de modelos híbridos como el Toyota Prius. En su labor como fabricante, una de las prioridades de J. Deus es que sus componentes sean 100% ecológicos, tanto en su fabricación como en el posterior reciclaje al final de su vida útil. Este 100% ya están a punto de lograrlo tras las últimas inversiones realizadas en todos los procesos de producción.

Especialista en recambio refabricado, la pamploña **Lizarte** pone a disposición del mercado

de reposición una amplia gama de compresores que ha sido recientemente ampliada con la incorporación de cincuenta nuevas referencias de las cuales, 43 son refabricadas y siete, nuevas. Su actual gama supera las 1.500 referencias de marcas como **Bosch, Calsonic, Delphi, Harrison, Nippondenso, Sanden** o **Zexell**. Los dos años de garantía que disfrutaban los componentes Lizarte avalan la calidad de los mismos.

**Talleres Electro Auto** es otra de las firmas que posee un amplio catálogo de productos. Siempre al día, en él recopila compresores y su repuesto, condensadores, evaporadores, filtros deshidratadores, válvulas de expansión, electroventiladores, mangueras, racorería, utillaje, lubricantes y productos químicos, maquinaria y estaciones de carga. Como últimas novedades, ha lanzado nuevos compresores, filtros deshidratadores y válvulas de expansión para vehículo industrial y agrícola. La firma madrileña de Coslada subraya que maneja un stock muy vivo y constantemente actualizado.

Desde Getafe (Madrid) **Valeo Service España**, no solo ofrece una extensa oferta **Valeo** en componentes de climatización sino que en los últimos meses la ha potenciado notablemente con el lanzamiento de un buen número de novedades. Así, el año pasado lanzó la línea de compresores renovados **Reman**, 200 referencias que cumplen con estándares de calidad de Valeo. Así mismo, amplió la gamas de compresores y condensadores sobresaliendo de esta amplia las 123 nuevas referencias destinadas al parque automovilístico asiático. En 2011 también editó el nuevo catálogo de filtros de habitáculo así como el de equipamiento de taller que incluye herramientas de diagnóstico exclusivas para el sistema de climatización como el **Airtest**, el **Climtest 2** o el **Clim On Line**. La firma de origen francés también nos avanzó que es inminente el lanzamiento de las ediciones 2012 de los catálogos de climatización y de filtros de habitáculo.

## Páginas web de interés

[www.acr-sl.cm](http://www.acr-sl.cm)  
[www.adparts.com](http://www.adparts.com)  
[www.adr98.com](http://www.adr98.com)  
[www.agerauto.es](http://www.agerauto.es)  
[www.aragasmadrid.com](http://www.aragasmadrid.com)  
[www.ava-cooling.com](http://www.ava-cooling.com)  
[www.behrhellaservice.com](http://www.behrhellaservice.com)  
[www.cecauto.com](http://www.cecauto.com)  
[www.climauto.com](http://www.climauto.com)  
[www.climcar.com/es](http://www.climcar.com/es)  
[www.densoaftermarket.com](http://www.densoaftermarket.com)  
[www.diavia.es](http://www.diavia.es)  
[www.dipart.es](http://www.dipart.es)  
[www.dirna.com](http://www.dirna.com)  
[www.dometic.com/es](http://www.dometic.com/es)  
[www.electroauto.net](http://www.electroauto.net)  
[www.europart.es](http://www.europart.es)  
[www.friauto.com](http://www.friauto.com)  
[www.friauto.net](http://www.friauto.net)  
[www.frigair.com/es](http://www.frigair.com/es)  
[www.gecorusa.com](http://www.gecorusa.com)  
[www.groupautounion.com](http://www.groupautounion.com)  
[www.grupauto.es](http://www.grupauto.es)  
[www.grupocga.com](http://www.grupocga.com)  
[www.hella.es](http://www.hella.es)  
[www.holyauto.com](http://www.holyauto.com)  
[www.impormovil.es](http://www.impormovil.es)  
[www.imprefil.com](http://www.imprefil.com)  
[www.jdeus.com](http://www.jdeus.com)  
[www.lizarte.com](http://www.lizarte.com)  
[www.momplet.com](http://www.momplet.com)  
[www.nissens.com](http://www.nissens.com)  
[www.nrf.eu/es](http://www.nrf.eu/es)  
[www.radsa.es](http://www.radsa.es)  
[www.rsturia.com](http://www.rsturia.com)  
[www.serca.es](http://www.serca.es)  
[www.valeoservice.com](http://www.valeoservice.com)  
[www.waeco.com/es](http://www.waeco.com/es)  
[www.webasto.es](http://www.webasto.es)  
[www.wigam.it](http://www.wigam.it)

# 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



La reducción de la actividad en los talleres ha comportado un descenso del número de bujías instaladas.

# Se animan las de encendido

En un situación de estancamiento por el contexto económico actual, las bujías de encendido, tras años de descenso de ventas, se han recuperado en comparación con los calentadores diésel. Las perspectivas para el ejercicio 2012 tampoco son muy optimistas porque los conductores cada vez acuden menos al taller y han reducido su presupuesto en el mantenimiento del automóvil.

**L**os talleres de reparación de automóviles están sufriendo una **caída de la facturación** porque los conductores acuden con menos frecuencia a realizar operaciones de mantenimiento, ajustan los presupuestos de estas operaciones y sus vehículos son más viejos lo que comporta que los importes de las revisiones y reparaciones sean más bajos. Este contexto genera **víctimas colaterales** y una de ellas son las **bujías de encendido y los calentadores diésel**.

### Estancamiento

Los conductores que acuden al taller a realizar el mantenimiento de su vehículo y han sufrido una bajada de su poder adquisitivo no van al mecánico y le comenta que le cambie las bujías. Busca que la revisión sea lo más económica posible aún sacrificando la verificación y sustitución de elementos que no considera imprescindibles para que su coche, simplemente, circule. El resultado es que las bujías se cambian cuando ya no funcionan (no en los plazos que prescribe el fabricante) alargándose excesivamente su vida útil. Si a ello le unimos que los fabricantes proporcionan bujías de encendido y de incandescencia técnicamente mejores y de una duración mayor el resultado final es el **estancamiento de las ventas**.

Como siempre, conviene distinguir entre el comportamiento de las ventas de las bujías de encendido para motores gasolina y los calentadores diésel. Tras años de auge de los calentadores como consecuencia de la mayor venta de vehículos de gasóleo, en el último ejercicio se ha invertido en parte esta tendencia y **se han equilibrado las ventas de bujías de encendido y de incandescencia**. Por tanto, las ventas de bujías de encendido se han mantenido estables retrocediendo las de calentadores. La causa de este reequilibrio es que en los últimos años se han igualado las ventas de vehículos de gasolina y diésel. Los vehículos de gasolina han ganado terreno a los de gasóleo por varios factores: el desarrollo de motores **downsizing** de alto rendimiento y bajos consumos, la generalización de la inyección directa en los motores gasolina que ayuda a reducir consumos y emisiones, la cada vez menor diferencia entre el precio de la gasolina y el diésel, el menor coste de adquisición de un vehículo de gasolina, etc.

Fuentes consultadas explican factores que influyen en el mercado. Una de ellas nos apunta algunos motivos por lo que han bajado la venta de calentadores diésel: *"lo que ha penalizado más al mercado de calentadores ha sido el factor frío -el tiempo excesivamente cálido influye en el nivel de reposición- y la bajada de reparaciones y revisiones que se ha producido en los talleres desde agosto de 2011"*. Esta misma fuente no se muestra muy optimista sobre el hecho de que pueda mejorar el mercado este 2012 insistiendo en que la **bajada del número de revisiones** comporta que **descienda el número de piezas sustituidas**.

### Multimarca vs marquista

Todos los que pertenecemos a la posventa del automóvil sabemos que, para compensar la caída de ventas de vehículos nuevos, al **canal marquista (concesionarios y agentes oficiales) ha derivado sus recursos** hacia la actividad de **posventa** potenciándola con campañas promocionales e iniciativas diversas para que los compradores de sus vehículos realicen en sus concesionarios operaciones de mantenimiento.



Bujía de encendido de doble platino Beru para los motores TFSI 1.8 y 2.0 litros de Audi. Grovisa distribuye en exclusiva en España la gama de posventa de bujías de encendido y calentadores diésel de esta marca de referencia del mercado.

## El “savoir faire” de NGK

Uno de los proveedores más destacados, **NGK Spark Plug Europe**, explica cuáles son sus **prioridades y estrategias en el mercado de reposición** de bujías de encendido y calentadores diésel.

El fabricante de origen japonés tiene claro cuáles son sus prioridades: “**nuestro principal objetivo es cubrir fielmente las necesidades de nuestros clientes**”. Y añade: “**en NGK siempre hemos apostado por la calidad integral y ello incluye, tanto el producto como la logística, los distribuidores y reparadores**”.

La **innovación** es otra de sus apuestas: “**NGK, como fabricante de productos de la máxima calidad, se centra en la innovación y en la búsqueda de nuevas soluciones para apoyar los objetivos de los fabricantes de automóviles –menor consumo, mayor durabilidad, respeto medioambiental, etc.–. Los fabricantes de automóviles cada vez más exigen componentes de mayor calidad y de mayor duración por lo que la vida útil de las bujías y los calentadores se alarga cada vez más en el tiempo. Es por ello que, hoy en día, NGK es un referente en el sector de componentes para motores debido a sus altos estándares de calidad y a la aplicación de la última tecnología en todos sus productos. El mercado de recambios independiente es consciente de ello y trabajamos en él codo con codo con los profesionales de la reparación**”.

Hasta ahora los **talleres multimarca independientes** eran los **principales demandantes e instaladores de bujías de encendido y de incandescencia**. Sin embargo, la actual apuesta de los constructores por la posventa, ¿puede acabar con la hegemonía de los primeros? los fabricantes y distribuidores consultados, en su mayoría, creen que no. De momento las bujías no suelen ser el objeto de sus promociones (sí lo son, por ejemplo, los neumáticos, el aceite, los filtros o la batería, productos de mayor rotación en definitiva) aunque no descartan que los concesionarios ganen cuota de mercado.

“**No creo que haya cambio de hegemonía, da la impresión de que las bujías son una sección de producto que tienen algo olvidada**” opina un importante distribuidor. Otro, añade: “**no romperá la hegemonía pero sí afectará al taller multimarca esta apuesta del concesionario por la posventa. Actualmente, las marcas presionan mucho a sus concesiones, realizan grandes compras conjuntas lo cual abarata el precio del producto, no requieren una amplia gama de referencias lo que les permite centrarse mucho en la compra de este producto, están orientados siempre a modelos de su marca por lo que pueden realizar campañas agresivas, etc**”.

## Marcas y proveedores de referencia

A pesar de la crisis, los **talleres** siguen **apostando** mayoritariamente por las **primeras marcas** en bujías y calentadores diésel. Por tal motivo, las **marcas más vendidas** siguen siendo las tradicionales, las fabricadas por compañías que cuentan un largo bagaje y prestigio. Así en **bujías de encendido**, las marcas más vendidas, no necesariamente por este orden son **NGK, Champion, Bosch, Denso** y **Beru**. Por lo que respecta a las ventas de **calentadores diésel**, marcan la pauta prácticamente las mismas marcas: **Bosch, Denso, Beru, NGK, Champion, febi** o **Magneti Marelli**.

Los proveedores de estas marcas son firmas como **Auto Imagen** (Denso), **Beycounion** (NGK y Denso), **Federal Mogul** (Champion), **Grovisa** (Beru), **Magneti Marelli Aftermarket** (Magneti Marelli), **NGK Spark Plug Europe** (NGK), **Robert Bosch** (Bosch) o **Valeo Service España** (Valeo).

Bujía de encendido Bosch, marca que ofrece uno de los programas de bujías de encendido y de incandescencia más completos del mercado posventa.



## Páginas web de interés

[www.adparts.com](http://www.adparts.com)  
[www.adr98.com](http://www.adr98.com)  
[www.agerauto.es](http://www.agerauto.es)  
[www.autoimagen.es](http://www.autoimagen.es)  
[www.bermi.com](http://www.bermi.com)  
[www.bosch-automotive.es](http://www.bosch-automotive.es)  
[www.cecauto.com](http://www.cecauto.com)  
[www.davasa.es](http://www.davasa.es)  
[www.dipart.es](http://www.dipart.es)  
[www.exclusivasbcn.com](http://www.exclusivasbcn.com)  
[www.fae.es](http://www.fae.es)  
[www.federalmogul.com](http://www.federalmogul.com)  
[www.gecorusa.com](http://www.gecorusa.com)  
[www.ghibaudiespanasa.es](http://www.ghibaudiespanasa.es)  
[www.groupautounion.com](http://www.groupautounion.com)  
[www.grovisa.com](http://www.grovisa.com)  
[www.grupauto.es](http://www.grupauto.es)  
[www.grupobelloc.com](http://www.grupobelloc.com)  
[www.grupocoga.com](http://www.grupocoga.com)  
[www.holyauto.com](http://www.holyauto.com)  
[www.impormovil.info](http://www.impormovil.info)  
[www.magnetimarelli-checkstar.es](http://www.magnetimarelli-checkstar.es)  
[www.ngk.de/es](http://www.ngk.de/es)  
[www.radsa.es](http://www.radsa.es)  
[www.replautotrading.com](http://www.replautotrading.com)  
[www.sunray.es](http://www.sunray.es)  
[www.valeoservice.com](http://www.valeoservice.com)



Calentadores diésel NGK. La impresionante oferta de la marca de origen japonés supera las 8.300 aplicaciones, 6.150 para motores gasolina y 2.150, para motores de gasóleo.

20 años en España. La empresa de estudios de la posventa hizo de una manera elegante y original: visitando el Museo del Prado de forma exclusiva ya que el grupo de invitados que fueron convocados pudieron pasearse entre arte con guía a su disposición.



EL PUNTO CENTRAL DEL EVENTO FUE LA VISITA NOCTURNA GUIADA AL MUSEO DEL PRADO

# GiPA celebra su presencia en España

Un evento fuera de lo común para una compañía que celebra ya su segundo decenio en nuestro país: una visita exclusiva al Museo del Prado; tras la visita y antes de que empezara un coctel con los invitados **François Passaga**, presidente de **Grupo GiPA**, y **Fernando López**, director de **GiPA España**, dirigieron unas palabras a los asistentes.

## La historia de GiPA: haciendo equipo

Tal como iba desgranando López, la trayectoria de la compañía se iniciaba en Francia en 1986, creada por **Jean-Jacques Délage**, siendo las empresas fundadoras de GiPA, Bosch, BP, Continental, FeuVert, Midas, Norauto, Speedy, Total y Valeo; (Délage, tristemente desaparecido hace cuatro años, comentaba en el momento de su creación: "Reembolso el dinero si no soy capaz de tener como miembros GiPA a empresas de la distribución y fabricantes").

Durante 1989 y 1990, Délage estuvo realizando contactos en nuestro país para encontrar quien pudiera llevar adelante el proyecto; éste se iniciaba al año siguiente (un día antes de la Guerra del Golfo, recordaba López), de la mano de François Passaga. Ya en julio se presenta el *Primer Estudio-Consumidor*: era en un sala sin aire acondicionado y con 11 empresas (Bosch, BP, Castrol, Exide, Midas, Monroe, Norauto, Total, TRW, Tudor, Valeo y Walker), siendo una reunión en la que ¡había fumadores! (e incluso alguno fumando en puro, impensable en la actualidad, como significaba el director de GiPA en nuestro país).

La compañía ve creciendo en Europa, ya que en 1993 se crea en Italia y al año siguiente en Gran Bretaña, a la vez que en España va creciendo en equipo, con la incorporación de **Carmen Méndez** en 1995 y **Ángel San Juan** en 1996. Al año siguiente, se crea en Alemania, Portugal y da el salto transoceánico con la apertura de Argentina. El desarrollo europeo sigue, con la estructura de Polonia, y también el equipo español, con la incorporación de **Javier Nieto**.

Con la llegada del año 2000, se abre GiPA Brasil y se incorpora al equipo en España **Raúl Ibáñez**. 2004 es significativo en la historia de GiPA



España: ya que se hace autónoma, con poder de decisión y financiero en la sede de Madrid., incorporándose **Fernando López**. En el apartado internacional, se abre la oficina de México.

En 2006 se lanza GiPA Camión, GiPA Moto y se crea MAM Quality como empresa de campo del Grupo. 2008, supone la desaparición de su creador, pero su proyecto sigue vivo con la creación de Rusia y China creciendo en los años siguientes en Centro América (2009), Turquía y Perú (2010), Colombia, Ucrania y Sudáfrica (2011) e India, ya este año, en el que se incorpora **Carlos Noriega** al equipo español.

Con esta estructura, la compañía tiene datos de un 39% del mundo, lo que supone un 54% de la población mundial, pudiendo estudiar el 57% de las ventas de automóviles de todo el mundo y sus mercados y estando muy presente en todos los llamados 'Brics': Brasil, Rusia, India, China, Sudáfrica.

## Midiendo mejor

En su intervención, Passaga se centraba en la misión que tiene y ha tenido GiPA, su independencia de cualquier actor/institución del mercado y la estrategia para el futuro: ello pasa por medir y cuantificar de la mejor forma posible los mercados de la posventa, intentando aportar valor y un punto de reflexión al mercado, alejándose de la idea de diversificación y

centrándose más en intentar perfilar mejor estas mediciones. Además, la empresa intenta siempre

Un punto clave de la compañía, tal como señalaba Passaga es la independencia: "GiPA trabaja con todo el mercado, los fabricantes, distribuidores, marcas de coches, redes de talleres, porque todo el mundo actúa e interactúa en el mismo mercado, pero el accionariado está compuesto únicamente de personas que trabajan en la empresa."

Otro, es la cercanía con los clientes. De todos ellos, once están en el Consejo de Administración "para garantizar el espíritu de la empresa, estableciendo relaciones a muy largo plazo", según decía Passaga, refiriéndose al hecho de que, entre sus clientes, permanecen muchos de los fundadores.

Un hecho que reseñó es el equipo multicultural, cohesionado y que trabaja con entusiasmo (en el Grupo y en España) para que "cada informe sea mejor, mas completo, mas explicativo que el anterior", constituido por los mejores profesionales en cada uno de los mercados (mencionaba a **Fernando López** en nuestro país, **Florencia Delucchi** en Argentina, **Alexander Gruzdev** en Rusia o **Ted Chan** en China).

Así, la compañía afronta su propio XXI en nuestro país anticipándose a las necesidades del mercado. ●

📍 [www.gipa.eu](http://www.gipa.eu)



www.concdecoche.com

Y NEUMÁTICOS CON HASTA UN 70 POR CIENTO DE DESCUENTO

## REVISIONES GRATUITAS EN LA RED CITROËN

Los servicios oficiales **Citroën** está realizando durante estos días varias promociones. Una de ellas tiene como objetivo el cambio de neumáticos y consiste en ofrecer hasta un **70% de descuento en el segundo neumático** al sustituir dos o cuatro neumáticos viejos por dos o cuatro nuevos de las marcas **Michelin, Dunlop, Goodyear** o **Pirelli**. Esta campaña va acompañada de un regalo, una camiseta exclusiva diseñada por la firma "Cállate la Boca".

La red oficial de la marca del doble chevron también presta especial atención al **sistema de climatización**. Hasta el 31 de julio está ofreciendo una **revisión gratuita** de siete elementos fundamentales de este sistema a un precio muy interesante. Incluso la recarga del aire acondicionado se realiza a un precio especial. También hasta el 31 de julio se lleva a cabo la campaña de **revisión gratuita "Especial Seguridad"**. Los servicios oficiales de la marca francesa comprueban sin coste el estado de los neumáticos, del escape y sus fijaciones, las escobillas limpiaparabrisas, los fuelles de transmisión y dirección, los niveles de líquidos de la dirección, frenos, LHM, LDS, refrigeración y aceite del motor y la estanqueidad de amortiguadores, esferas, motor y caja de cambios. Esta promoción también contempla importantes descuentos en la adquisición de pastillas y discos de freno y amortiguadores.

www.citroen.es

**47 Noticias:** Citroën, Volkswagen, Honda, Mazda, BMW, Kia, Grupo Fiat, Peugeot, GANVAM, MINI, Porsche

**49 Contacto:** gama SEAT 2012, Ford Transit, Audi A4, Sym Maxsym 400i

## NOTICIAS



**Mazda Automóviles España** cuenta con nuevo **director de posventa**. Se trata de **José Luis Casado** (en la imagen) y sustituye a **Javier Oroz**, quien ostentaba el cargo desde el año 2000. Casado, hasta ahora responsable del área de marketing de posventa, trabaja en Mazda Automóviles España desde 2003 y antes había realizado labores comerciales en **Audatex España** y de consultoría en **MSX International**. [www.mazda.es](http://www.mazda.es)



El mexicano **Juan Pablo Madrigal** es desde el pasado 1 de febrero el nuevo **director de posventa** de **BMW Ibérica**. Este ingeniero en electrónica estaba desempeñando el cargo de responsable de operaciones de los centros de distribución de BMW en el mercado alemán y antes había liderado la puesta en marcha de toda la organización y desarrollo de la estrategia de posventa en China para la marca alemana por lo que su bagaje profesional en BMW es muy completo y variado desde su incorporación en 1995. [www.bmw.es](http://www.bmw.es)



Desde el pasado 1 de abril hasta el 30 de junio **Kia** tiene en marcha una **promoción en su perfil de Facebook en España** mediante la cual regala tres viajes de cinco a Corea del Sur para dos personas. Entran en el sorteo de este viaje los usuarios que compartan la experiencia de acudir a uno de los 150 puntos de servicio técnico oficial de la red de concesionarios de Kia en nuestro país. El premio corresponderá a las experiencias más creativas y originales en un servicio posventa Kia (debe ser demostrable la visita a unas instalaciones oficiales Kia) y el viaje incluye una visita al cuartel general de la firma automovilística en Corea del Sur para conocer su idiosincrasia y modo de trabajar. [www.kia.es](http://www.kia.es)



### EN VARIOS DE SUS SERVICIOS POSVENTA

## Ofertas de primavera en Volkswagen

**Volkswagen** ha lanzado una **campana de primavera** a través de la cual sus concesionarios ofrecen varios **servicios posventa** a precios de los más atractivos.

Realizar **operaciones de mantenimiento** en la red oficial Volkswagen resulta especialmente atractivo durante estos días ya que la marca alemana ofrece un chequeo de seguridad por 45 euros, una revisión del sistema de climatización por 55 euros para los modelos Polo, Golf, Passat y Touran o el cambio de escobillas por 44 euros en el Polo y 51 en los Golf, Touran y Passat. Así mismo, los vehículos de más de cinco años se benefician de los paquetes **Economy** a través de la cual ofrece revisiones que van desde los 32 hasta los 115 euros en los modelos Polo, Golf, Passat y Touran e incluye recambios Volkswagen **Economy**. Otras ofertas interesantes son la revisión y el cambio de batería desde 125 euros en los Polo, Golf, Passat y Touran o el cambio de pastillas de freno delanteras desde 115 euros en los modelos anteriormente citados.

El **servicio de pintura rápida** Volkswagen también ofrece a sus clientes reparaciones de pequeños arañazos y desperfectos de la carrocería y la pintura desde 70 euros mientras que la gama de **accesorios** ofrece varios productos a precios inigualables, un portabicicletas por 108 euros, una funda de la colección Beetle para Smartphone por 15 euros o alfombrillas premium por 95 euros para el Polo, por 119 para el Golf y por 114 para los Passat y Touran.

www.volkswagen.es



## OFERTAS EN EL CAMBIO DE BATERÍAS, FRENOS O NEUMÁTICOS

## PRIMAVERA DE DESCUENTOS EN LA RED HONDA

La campaña de primavera lanzada por el fabricante nipón quiere acercar a los clientes el valor añadido que aporta la **red oficial de talleres Honda**, gracias a sus expertos profesionales, a la alta tecnología de diagnóstico y a los recambios originales. Entre las ofertas de Honda y teniendo en cuenta la importancia de unos neumáticos en buenas condiciones para la seguridad, el confort, la tracción y la estabilidad del vehículo, los clientes podrán beneficiarse de un **cambio de neumáticos**, personalizado para cada modelo, desde 46,95 euros. También en los talleres oficiales se realizarán **chequeos de la batería** para asegurar su puesta a punto y los clientes podrán aprovechar las ofertas que incluyen un **cambio de batería** desde los 119 a los 139 euros.

La red de concesionarios Honda también ofrece servicios como un **cambio de aceite, filtro y chequeo** para el Honda Jazz, el Accord o el CR-V que van desde los 59 a los 99 euros. Además, otro de los servicios incluidos en la campaña de primavera es la **revisión y recambio de las pastillas y discos de frenos**, fundamentales para garantizar la seguridad.

Estas ofertas posventa se pusieron en marcha en abril y finalizan el próximo 30 de junio.

www.honda.es



EN LA RED DE CONCESIONARIOS DE LAS MARCAS DE GRUPO FIAT

## Más Descuentos y regalos

➔ Los concesionarios oficiales de las marcas de **Grupo Fiat (Fiat, Lancia, Abarth, Alfa Romeo, Fiat Professional, Jeep, Chrysler y Dodge)** van a sortear entre los clientes y propietarios de algún modelo de las marcas citadas un **viaje para dos personas al Gran Premio de Italia de Fórmula 1** que se disputará el próximo 9 de septiembre en el circuito de Monza.

Grupo Fiat regala este viaje y para poder ser el afortunado ganador es necesario el registro en la página web [www.ganalaformula1.com](http://www.ganalaformula1.com). Esta inscripción incluye un vale **descuento de 10 euros** para realizar cualquier tipo de **operación en el taller por cada año de antigüedad de su vehículo**, sin límite de edad. Este vale descuento de 10 euros es válido durante dos meses desde la fecha de emisión. Para aprovechar el descuento del importe correspondiente del vale promocional, el beneficiario deberá presentar este vale en el momento de solicitar el servicio en el concesionario oficial o taller autorizado, facilitando, además, la ficha técnica del vehículo para acreditar la antigüedad del mismo.  [www.fiat.es](http://www.fiat.es)



Y DESCUENTOS DEL 20% EN LA SOLUCIÓN DE LAS INCIDENCIAS

## REVISIÓN PRE-ITV GRATUITA EN LA RED PEUGEOT

➔ En aras de fomentar que sus clientes realicen la revisión ITV, la red de servicios posventa **Peugeot** ofrece **gratis** hasta el 31 de junio la **revisión pre-ITV**.

Además de realizarla por 0 euros, ofrece **descuentos del 20 por ciento en piezas y manos de obra** en el caso de que se tengan que resolver **incidencias**. Estos descuentos también se aplican a los vehículos que acudan a los talleres de la marca con algún incidente tras acudir a la Inspección Técnica de Vehículos. Estas intervenciones, como el resto que ofrece la red Peugeot, se benefician de la Garantía Peugeot (1 año en piezas y mano de obra sin límite de kilometraje, excepto en piezas de desgaste) y que mejora ampliamente la garantía legal (3 meses o 2.500 km).

La promoción incluye, así mismo, el servicio integral ITV a través del cual el punto de la red Peugeot le "pasa" la ITV si el cliente le deja su vehículo. Como colofón, todos los clientes que lleven a cabo la campaña pre-ITV recibirán un cheque-regalo para su próximo paso por el taller.  [www.peugeot.es](http://www.peugeot.es)



## HA CAÍDO RENTABILIDAD DEL ÁREA DE RECAMBIOS EN LOS CONCESIONARIOS

### La posventa, víctima de que no se vendan vehículos

➔ El bajo nivel de ventas de automóviles de los últimos meses también ha tenido repercusión en la actividad posventa de los concesionarios, y no positivamente precisamente. Según el **Informe de Rentabilidad de las Redes de Distribución** elaborado por **Snap On Business Solutions** para **GANVAM**, la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor, Reparación y Recambios, ha descendido la facturación en las operaciones de taller y en la venta de recambios.



Para GANVAM, la **reducción de las operaciones de taller** en los concesionarios está ligada al desplome de las matriculaciones. Dicho desplome es consecuencia de la delicada situación económica la cual también comporta un menor uso y, por ende, un menor desgaste del automóvil que deja de acudir con tanta asiduidad al concesionario a realizar operaciones de mantenimiento. Otro factor decisivo es el menor kilometraje que realizan los conductores a causa de varios motivos: menor nivel adquisitivo, el precio de los carburantes, etc. Ante esta situación, **Juan Antonio Sánchez Torres**, presidente de GANVAM, propone: *"dada la importancia que tiene la posventa para el concesionario en términos de rentabilidad –aportación media del 60% en los resultados de las concesiones españolas- siempre se ha dicho que actuaba como salvavidas y teniendo en cuenta que esta tendencia de caída de la actividad se mantendrá en el corto y medio plazo, es imprescindible diseñar políticas para fidelizar al cliente sin que ello suponga un incremento de la estructura de gastos fijos"*.

La **rentabilidad** del departamento de **recambios** pasó del 19 al **17%** en **2011** mientras que el área de **taller** logró mantenerse en el **18%**.  [www.ganvam.es](http://www.ganvam.es)



**Martín i Conesa** ha sido elegido **Mejor Concesionario MINI 2011**. El concesionario con instalaciones en las localidades gerundenses de Olot y Salt se impuso a 64 concesionarios MINI del territorio español y recibieron el galardón de manos de **Manuel Terroba**, director de **MINI España**. La marca alemana ha valorado de Martín i Conesa su profesionalidad y proactividad hacia la marca. Así mismo, transmite una imagen y un comportamiento 100% MINI, es muy activa lo que se demuestra en la participación en la MINI Challenge o en la inauguración de la primera tienda exclusiva de la marca.  [www.mini.es](http://www.mini.es)



La consultora **J.D. Power and Associates** ha elaborado una encuesta a 84.000 norteamericanos propietarios de coches adquiridos entre hace uno y tres años. Una de las conclusiones de este estudio es que **Porsche** es la **mejor marca alemana en servicio posventa**. Los clientes norteamericanos de Porsche, además de estar satisfechos con los servicios de reparación, han emitido una opinión favorable a la atención recibida por el personal destacando que los asesores de taller de Porsche se caracterizan, no solo por su capacidad de gestión técnica y empresarial (concertación de citas, etc.) sino también por su trato amable y colaborador.  [www.porsche.com/spain](http://www.porsche.com/spain)

SEAT TAMBIÉN COMERCIALIZA YA EL IBIZA RENOVADO

## Plus de versatilidad: cinco puertas para el Mii

➔ La Fàbrica Moritz de Barcelona acogió recientemente una presentación regional en la que SEAT dio a conocer la variante **cinco puertas** de su utilitario urbano **Mii** y el **restyling** del **Ibiza**. El objetivo de estas novedades es mantener a la marca española en el pódium de las marcas más vendidas con un modelo, el Mii, destinado a llenar las calles de las ciudades de nuestro país y otro, el Ibiza, que se actualiza para continuar siendo el líder en ventas dentro de su categoría. Para atraer aún más a los clientes, SEAT ha cambiado su lema, que ahora es **Enjoyneering** (disfrutando) que sustituye al exitoso Autoemoción. Está claro que la marca española se dirige al corazón de los conductores.

El nuevo Mii cinco puertas mide lo mismo que el de tres (3,56 metros) y conserva el mismo maletero de 251 litros, una buena cifra para tratarse de un vehículo urbano. Lógicamente el objetivo de las cinco puertas es dotar de mayor versatilidad a un modelo que la necesita dado el uso que se dará a él: llevar los niños al cole, ir a hacer la compra, etc. Un buen acabado, una óptima relación espacio-tamaño y una gama de eficientes motores gasolina y diésel de 60 y 75 CV serán los argumentos de ventas del Mii, que se erige como sucesor del Arosa y del que SEAT espera vender más unidades, mas teniendo en cuenta el contexto económico actual. Aunque existen modelos más asequibles, se puede adquirir un Mii 1.0 Reference de 60 CV gasolina por menos de 8.700 euros.

El Ibiza gozaba de una imagen actual pero SEAT no ha querido que pierda comba a nivel de ventas y lo ha sometido a un **restyling** del que destaca el nuevo frontal y capó y unos faros con posibilidad de equipar luces LED más fieles a la actual imagen de mar-



ca SEAT. En la presentación se subrayó que se simplifican los niveles de acabado, que pasan de cinco a tres (**FR**, **Style** y **Reference**) y que la nueva relación precio-equipamiento ha supuesto una rebaja media del precio de 500 euros. [www.seat.es](http://www.seat.es)

## PROBAMOS EL TRANSIT FT 350 L KOMBI DE 125 CV

### El minibús de Ford

➔ Si has ampliado la familia hasta el punto de que ya ni te caben en un monovolumen de siete plazas, **Ford** te propone este **Transit**, que ofrece nueve asientos y va más allá de un vehículo puramente industrial. La versión que probamos es la de batalla larga por lo que sus dimensiones son de minibús ofreciendo ocho o nueve plazas y un extenso maletero. Obviamente, está pensada para un uso más profesional aunque siempre, como ya hemos dicho, existen familias tipo "Con ocho basta". Este tipo de vehículos están cada vez más "turismizados" en aras de facilitar el uso profesional de transporte (en este caso de pasajeros) que se le puede

dar. Ahora, el conductor disfruta de un puesto de conducción en el que prima la ergonomía, todos los mandos están a mano, especialmente la palanca del cambio de marchas, ahora montada en el salpicadero. La calidad de los materiales es buena y, particularmente en este Transit, la dirección es muy precisa así como el cambio, aunque no está al nivel de la dirección. Por otra parte, aunque evidentemente este furgón no está pensado para correr, el TDCi de 125 CV que monta se muestra ágil sin carga pero sufre con ella. No le irían mal unos 25-30 CV más, el 2.2 TDCi de 140 CV por ejemplo. En materia de seguridad, también se han "turismizado" este tipo de vehículo y

el Transit no es una excepción. Prueba de ello es que se equipa con airbags de conductor y pasajero, ESP o el sistema de asistencia de arranque en pendiente HLA. En cuanto al equipamiento, la unidad probada, además de lo imprescindible: radio-CD, elevalunas eléctricos delanteros, calefacción con sistema de recirculación de aire o toma de corriente de 12 voltios en el lado del conductor, puede ampliarse con el control de crucero, el ordenador de a bordo, el aire acondicionado, los faros antiniebla, las molduras laterales o el Bluetooth controlado por voz. Una vez en carretera, nos gustó especialmente el tacto de la dirección, por su precisión, y el tacto de la suspensión, tirando a dura y bastante parecido al de un turismo, salvando las distancias lógicamente. [www.ford.es](http://www.ford.es)

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



AUDI A4 3.0 TDI V6 245 CV QUATTRO S TRONIC S LINE

## SENSACIONES ÚNICAS

➔ El comprador típico de una berlina busca en ella comodidad, confort, fiabilidad, equipamiento, unos mínimos de espacio y equipamiento. El **A4** de **Audi** ofrece esto y algo que está a la altura de pocas marcas, un dinamismo espectacular, un rango de potencia de los motores muy elevado y una alta calidad aplicada hasta al mínimo detalle. Si a todo esto le unimos, su tradicional (ya mítico) y eficaz tracción integral quattro y el delicioso cambio automático S tronic el resultado de todo este cóctel es inigualable. De verdad, lo probamos y les podemos asegurar que el A4 3.0 TDI de 245 CV quattro S tronic es sencillamente impresionante en todos los aspectos. Consciente de que es un gran vehículo, Audi hace pagar por ello, más de 49.000 euros sin ningún tipo de equipamiento opcional. Ahora bien, para quien se lo pueda permitir, esta berlina le dará muchas satisfacciones. La sensación de poderío de este motor, la rapidez y precisión del cambio automático y de la dirección, una suspensión dura que prioriza claramente el dinamismo y que, en combinación con la tracción quattro, proporciona un paso por curva al que ni te atreves a buscar sus límites. Todo esto no tiene precio. Para los que el motivo de la compra sea el espacio o la versatilidad, existen opciones mejores. Este A4 peca de poco espacio para las piernas, es algo estrecho y da sensación en las plazas traseras de claustrofobia al dominar la chapa sobre el cristal. Los 480 litros de maletero son una buena cifra pero la unidad probada era la de cuatro puertas por lo que la boca de carga es estrecha. Para los que vayan a meter objetos voluminosos en él, la mejor opción es la **Avant** (denominación de la variante familiar de Audi).

A principios de año la marca de los cuatro aros renovó ligeramente el A4. El interior o las cotas de habitabilidad no cambian. Los cambios se concentran en el frontal, con un nuevo sistema de iluminación, y en la zaga pero son discretos. Tampoco la hacía falta, estéticamente su marcado carácter deportivo sigue estando al día. 

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



## SYM MAXSYM 400i, UN RECIÉN LLEGADO CON GRANDES POSIBILIDADES DE TRIUNFAR



### Jugando entre los mayores



➔ El segmento de los maxiescúteres se ha convertido en el mayor rival del de las motos de gran cilindrada. Hasta hace poco, reinaban en el segmento dos modelos japoneses, uno más deportivo y otro más burgués. Pero la llegada primero del Kymco SuperDink y ahora de nuestro protagonista, el **Sym Maxsym 400i**, está cambiando la fisonomía del mercado. El primer maxiescúter del constructor taiwanés Sym es un ganador en potencia. Después del éxito en nuestro mercado de modelos como el **Symphony** o el **HD Evo**, la marca importada por **Motos Bordoy** está muy bien posicionada con este modelo para pegar fuerte, ofreciendo calidad sobresaliente por un precio extraordinariamente contenido. Lo primero que sorprende del Maxsym es su acertada estética, contundente pero sin estridencias. No destaca por ser rompedora, pero es agradable y perfectamente integrada en los gustos del segmento. La posición de conducción es tremendamente cómoda, aunque no es apta para personas de baja estatura, puesto que la anchura del asiento no facilita alcanzar el suelo en los semáforos. La instrumentación del Maxsym es completa, completísima, con cuentarrevoluciones, dos parciales kilométricos, reloj y temperatura exterior, indicador de apertura

del cofre del asiento y de la pata de cabra... Todo de clara lectura y bien iluminada. El motor es otro brillante punto a favor de la Maxsym. Aunque quizás sea levemente más ruidoso que el de sus competidoras niponas, es un portento de aceleración y recuperación en casi todas las circunstancias, permitiendo cruces realmente holgados que abren la puerta a pensar en largos recorridos sin manías. Con 34 CV para mover 210 kg, el consumo se mantiene siempre en límites muy razonables. Para nosotros, el punto en el que más destaca el Maxsym es sin duda la frenada. De tipo combinada si accionamos la maneta izquierda y con ABS en la rueda delantera, frenar este maxiescúter es siempre tarea fácil y precisa. Será difícil ponerla en aprietos en este aspecto, incluso aunque rodemos con paquete. Consecuentemente, la estabilidad del Maxsym en orden de marcha es excelente; de hecho, se nota que su chasis está preparado para soportar motores aún mayores, de hasta 600 cm<sup>3</sup> en otros mercados. Sólo hay dos cosas que nos gustaron menos: el espacio de carga bajo el asiento no admite fácilmente dos cascos, y menos aún si son integrales. Y el botón de apertura del asiento, integrado en la piña izquierda, desentona escandalosamente con el conjunto; de hecho, parece un pegote puesto a última hora en la fábrica... Tener un Maxsym es sorprendentemente fácil, puesto que está en marcha una promoción de lanzamiento que deja el montante de compra en 5.299 € a años luz de sus competidores directos. 

[www.motosbordoy.es](http://www.motosbordoy.es)  
[www.sym.com.es](http://www.sym.com.es)



**Por falta de tiempo.**



**Madura.**



## **MEYLE-HD. Sencillamente dura más.**

*Con frecuencia, ¿por qué son claramente mejores las soluciones MEYLE-HD que las piezas originales? Porque nuestros ingenieros expertos comprueban permanentemente los puntos débiles de las piezas de desgaste. En ese caso se desarrollan soluciones que son*

*más innovadoras, robustas y refinadas, en colaboración con famosos institutos de investigación y socios tecnológicos. El resultado es convincente – una vida útil claramente mayor.*

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

MEYCAR Automotive S.L. • C/ Cobalto nº 21 • Polígono Industrial Sur  
28770 Colmenar Viejo (Madrid) • [ventas@meycar.es](mailto:ventas@meycar.es) • Tel.: +34 918 467 256



**MEYLE**<sup>®</sup>  
Products