



Cambio de Colores

José Miguel Ibáñez, en CGA



ContiTech intensifica la formación

El equipo español y su
partenariado con el sector.



el desengrasante

Rodado

El presidente de ANCERA
nos habla del XXV Congreso



Mercado Frenos



Equipos de aire acondicionado ACS 600 y ACS 650: Piense en su taller



Si desea modernizar su equipo de taller piense en los modelos ACS 600 y ACS 650 de Bosch. Esta última generación de equipos, para el servicio de aire acondicionado, proporciona máxima eficacia y rentabilidad. Conózcalos:

- ▶ ACS 600 Funcionamiento totalmente automático para turismos.
- ▶ ACS 650 Funcionamiento totalmente automático para turismos y vehículos industriales.
- ▶ Proceso de trabajo frontal, para mayor comodidad.
- ▶ Base de datos integrada en el equipo.
- ▶ Indicador luminoso de funcionamiento/avería/parada.

Son sólo algunas de las razones técnicas para que aborde las tareas de aire acondicionado con total tranquilidad.

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

 **BOSCH**
Innovación para tu vida

www.bosch-automotive.es

ADEMÁS

Tenneco suspensión, dirección y resortes Monroe
Meycar estrena Delegación en Catalunya
Mann Filter, la vivencia verde-amarilla del taller

SUPLEMENTOS

CON 65


LOS "BOLOS DE 3M"

 SEGURIDAD MERCEDES

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



Fundada en 1980 por
Jordi A. Viñals Viñals

ISSN 1139-8647

Depósito Legal B-22343-1980

CONTENIDOS

Directora

Yvonne Rubio

yvonne@ceiarsis.com

Coordinador de Edición

Ernest Vinyals

ernest@ceiarsis.com

Redacción

Manel Martínez

manel@ceiarsis.com

Colaboradores

Hermógenes Gil, Christian Machío,
Raquel Robalo, José Carlos Velasco

Sección constructores

Ernest Vinyals, Yvonne Rubio

PUBLICIDAD

Glòria Viñals

gloria@ceiarsis.com

SUSCRIPCIONES

Departamento propio

suscripciones@ceiarsis.com

PRODUCCIÓN

Impresión

Gramagraf, S. C. C. L.

PRECIO DE LA SUSCRIPCIÓN
95 € (1 año)

Los criterios expuestos y firmados por sus autores pueden no ser necesariamente compartidos por la Editorial. Queda prohibida la reproducción total o parcial de trabajos (textos y/o imágenes) publicados en esta revista sin la autorización expresa de sus editores.

Creación y Estudio de la Imagen
ARSIS S.L.

París 150, 4º 3ª · E-08036 Barcelona
Tel: (+34) 93 439 55 64 · Fax: (+34) 93 430 68 53
mryt@ceiarsis.com · www.ceiarsis.com

DIRECTORA GENERAL

Pilar Grau

GERENTE

Glòria Viñals

DIRECTOR ADJUNTO

Ernest Vinyals

junio 2012

Nervios

Si en el anterior número poníamos el acento en el taller, en esta ocasión, el foco lo ponemos en la distribución.

En nuestro país, a diferencia de otros mercados europeos, el 70% de la distribución está agrupada.

Ya hace mucho tiempo que el sector del comercio entendió que solo no se iba a ninguna parte, dando lugar a distintas estructuras de distribución (Grupos o Empresas) que aglutinaban los intereses de los empresarios creando bien tiendas asociadas, bien socios de grupos, bien delegaciones de venta para lograr así un mejor volumen y por tanto condiciones (en el paleolítico del sector, si bien las negociaciones siguen tratando este tema en unos momentos en los que el precio es un ítem a los que el mercado es muy reactivo), y también para lograr un apoyo en gestión y estrategia, además de funciones de visibilización, marketing, elementos de fidelización del cliente reparador, agilidad en la gestión del negocio...

Y poco a poco, estas estructuras iban creciendo proactivamente (o reaccionando miméticamente, que también ha pasado) presentando su "factor diferencial" e incluso aglutinándose en estructuras internacionales.

Y así durante largo tiempo, apoyados por una bonanza económica: los bancos daban dinero, los vehículos se cambiaban cada 4 o 5 años, las reparaciones y mantenimientos se iban realizando, con el plus que supuso el Reglamento 1400/2002 y su posterior revisión, el CE 461/2010...

Hasta que todo se hizo pedazos.

Ya desde finales de 2007 y principios de 2008, los más perspicaces empezaron a apreciar signos de enrarecimiento económico que, al paso de la década, se ha ido acelerando en una espiral perversa: el empujón del ladrillo, los bancos envenenados con sus activos tóxicos, el "Party is Over" americano, el FMI y sus dudas sobre el sistema financiero europeo, los rescates a la banca, caídas de empleo, inflación, paro, la prima de riesgo, la Unión Europea y sus exigencias... un contexto, en fin, que superaba una simple crisis de deuda (que de esas ya hemos vivido alguna) y que era vista por los "gurus" más apocalípticos de la macroeconomía como el final de un orden mundial tambaleante, que llevaba cuarenta años huyendo hacia adelante haciendo toda clase de experimentos económicos con tal de retrasar su caída.

Sea como fuere, contracción en el gasto familiar, parón de ventas de vehículos, problemas de liquidez a todos los niveles, escasez de la demanda de reparación, y todo ello, aguas arriba, llegando a la Distribución. De repente, asistimos a caídas de compañías solventes, fusiones de estructuras, alianzas internacionales, preocupación al límite por los stocks, por la logística, y acciones doquier por parte de algunos empresarios; unos, apretando filas con medidas ya puestas en marcha, afanándose en pulir rincones con telarañas en sus casas que, con el trájín de años anteriores, no se habían limpiado.

De pronto, muchos saltos de socios de un grupo a otro en busca de una mejor posición para afrontar ese nuevo y nada cómodo contexto.

¿Saltos positivos? Pues depende; para eso se hace, al menos. En función de lo meditado de los mismos, tras un profundo análisis de la casa, y de la capacidad de resistencia y trabajo de quien lo hace, lo serán. Tan malo es quedarse paralizado como correr sin saber adónde por puros nervios.

Y es el tiempo el que da y quita razones.

Suerte.



junio 2012



Actualidad

- 06 NOTICIAS
Un mes más de las noticias del sector.
- 10 FABRICANTES
Objetivo: proveedores de servicio
Nuevas líneas de suspensión y dirección y resortes neumáticos MaxiLift de Monroe.
- 12 FABRICANTES
"Más cerca de ti"
La delegación de Catalunya de Meycar, completamente operativa.
- 15 FABRICANTES
Nueva generación ESI[tronic]
Un software de gestión 2.0 más sencillo para el taller.
- 16 FABRICANTES
Fusión de conceptos
Texa Axxone 4, calidad y altas prestaciones en la diagnosis.
- 17 FABRICANTES
Pioneer se reivindica
Toda la gama para los productos del automóvil.
- 18 FABRICANTES
Mann Filter es Mann Filter
Tallers Porta, un reparador fiel a la marca.
- 20 DISTRIBUIDORES
Con la música a otra parte
José Miguel Ibáñez nos cuenta las razones de su marcha de GECORUSA y su próxima labor en CGA.
- 23 DISTRIBUIDORES
Gecorusa sigue adelante
Su presidente, matiza algunos aspectos de la marcha de su gerente.
- 24 EVENTOS
Motortec A.I.: Faro
Micro-eventos, una opción más a medida.
- 27 TALLERES
Europremium, los 10 mejores de la red EuroTaller
Las votaciones en marcha de camino al 29 de junio en Madrid.
- 28 FABRICANTES
Cuestión de Calidad
La formación y los resultados, de ContiTech: Manel Real, Catherine Chatellard y Pablo Llorente.
- 66 EVENTOS
Automechanika Shanghai 2012: calentando motores
El próximo diciembre, con una anterior edición de récord.



Tema del mes

- 52 MERCADO
Parando los golpes
Mercado de componentes de frenado.
- 61 MERCADO
¿Se despejan los nubarrones?
Mercado posventa de escapes y catalizadores.



Suplementos



el desengrasante

A toda rueda

Nos fuimos a rodar con Miguel Ángel Cuerno, para que nos hablara del XXV Congreso de ANCERA.

El futuro es presente



Investigación, Desarrollo e Innovación: tres palabras clave en el día a día de UFI FILTERS. El futuro es presente en los laboratorios de UFI FILTERS. Nuestros ingenieros simulan y proyectan sistemas de filtración de última generación con la tecnología más avanzada. La reducción de consumo de carburante y emisiones contaminantes, el aumento de prestaciones y seguridad, es la exigencia y tendencia del sector automovilístico a la que UFI FILTERS ha sabido avanzar y proponer al constructor soluciones tecnológicamente vanguardistas.

UFI FILTERS, la experiencia del primer equipo al servicio del aftermarket que elige para el automovilista, la calidad total del filtro original. Avanzate al futuro con UFI FILTERS y nuestra gama completa de filtración de aceite, carburante, aire, habitáculo, GPL y metano.



INNOVATOR

UFI FILTERS IBÉRICA sI

Av. Corts Catalanes 9-11/5D Edificio Trade Center 08173 Sant Cugat del Vallés (BCN) España
Tel +34 93 553 08 78 Fax +34 93 553 08 79 info@ufifilters.es www.ufifilters.com

Nuevo punto de venta, promoción en marcha, entra en Reparamiauto.com...

Dipart se mueve

El grupo de distribución **Dipart** está llevando durante estos días una frenética actividad, actividad que se traslada a sus socios. Así, uno de ellos, **Moreno Lara**, ha abierto un **nuevo punto de venta en Vélez (Málaga)**, concretamente en el Polígono Industrial La Pañoleta. El objetivo de estas nuevas instalaciones de más de 800 metros cuadrados es mejorar el servicio en esa zona y ampliar el ámbito de influencia de Moreno Lara.



Siguiendo con la actualidad de Dipart, su **red de talleres DP y Soluciones Reparamiauto**, creadora del portal **Reparamiauto.com** han suscrito un acuerdo mediante el cual los **talleres DP** se han **incorporado** a la página web que, recordemos, es un **buscador de talleres**. Fruto de esta alianza, los talleres DP gozarán de mayor visibilidad y presencia en Internet con las ventajas que ello conlleva a la hora de atraer clientes. Así mismo, se beneficiarán de las condiciones comerciales y de los servicios que ofrece Reparamiauto.com.

Coincidiendo con la incorporación a Reparamiauto.com, Talleres DP ha lanzado la **Campaña 3 en 1** con la que está obsequiando a los clientes que realicen un mantenimiento de su vehículo un bote del famoso multiusos 3 en 1. La campaña finaliza el próximo 15 de junio y tendrá mucha más difusión gracias a Reparamiauto.com ●

📍 www.dipart.es
www.reparamiauto.com



Las instalaciones están en Churriana de la Vega, cerca de la capital

Nueva sucursal de Grupo Peña en Granada

La firma distribuidora **Grupo Peña Automoción** ha puesto en marcha una nueva **sucursal** en la **provincia de Granada**. **Churriana de la Vega**, localidad situada a escasos cuatro kilómetros de Granada capital, acoge estas nuevas instalaciones de más de 1.500 metros cuadrados repartidos entre una zona de atención comercial y exposición, tres plantas de almacén con 13.800 referencias en stock, área de telefonía equipada con cuatro puestos y dos aulas de formación, una de teoría y otra de práctica. Operativa desde el pasado 21 de junio la nueva sucursal granadina de Grupo Peña Automoción da empleo a once profesionales con experiencia en los ramos de la mecánica, la electricidad y los recambios para maquinaria agrícola. La inauguración fue por todo lo alto ya que congregó a más de 370 personas entre representantes de talleres, fabricantes, empresas colaboradoras y personal de Grupo Peña. Acudieron representantes de firmas como **Amalie, Bosch, Delphi, Diavia, Gates, Hella, Jakoparts, KYB, Lechler, Mann+Hummel Ibérica, Michelin, Motul, SKF, Tab, Valeo** o **ZF Services**. También estuvo presente el director general de **Group Auto Union España, Juan Carlos Pérez Castellanos**. Recordemos que Grupo Peña es miembro de este grupo de distribución. ●

📍 www.gpautomocion.com

La bujía nº



del mundo

NGK es Equipo Original en:

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



Dirigida por Ismael Carmena, tiene la misión de potenciar este mercado

Hella abre delegación en Portugal

Hella quiere aumentar su volumen de negocio en Portugal y para ello ha puesto en marcha una nueva delegación que gestionará directamente todas las operaciones que se lleven a cabo en el país luso.

Esta acción se enmarca en la estrategia de expansión, crecimiento y aumento del volumen de actividad de la firma de origen alemán en la Península Ibérica. Así mismo, Hella prevé un aprovechamiento de las sinergias entre esta nueva sede portuguesa y Hella España.

La nueva sucursal de Portugal depende del director general de Hella España, Ismael Carmena (en la imagen). Desde su emplazamiento en Lisboa, operará directamente con los distribuidores portugueses los cuales contarán con apoyo lo-

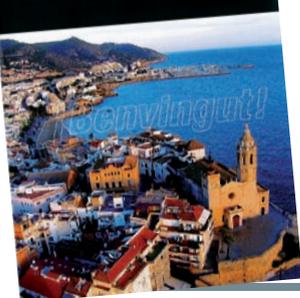
gístico y técnico, el servicio, la formación, la gestión de garantías y el **know how** de Hella España, delegación con casi cincuenta años de presencia en el mercado posventa español. El objetivo, además de que el distribuidor esté más próximo al taller en el país luso, es que la central portuguesa convierta a su región de influencia en una de las más potentes de Iberia y que sea un socio comprometido, fiable y cercano para los distribuidores. Actualmente, el aftermarket portugués se caracteriza por su alta concentración con solo 250 tiendas y un centenar de distribuidores. El número de talleres independientes en el país vecino supera los 6.000 y el número de concesionarios asciende al millar. Entre todos ellos prestan servicio a un parque de 4,1 millones de vehículos cuya antigüedad media supera los diez años.

Con la puesta en marcha de esta delegación, Hella cuenta con un total de seis en la Península Ibérica: Lisboa, Madrid, Barcelona, Sevilla, Valencia y Santiago de Compostela. Fuera de la península pero dependiente de Hella España se encuentra la delegación de Las Palmas, dependiente de Hella España. ●

📍 www.hella.es



**TEMOT International
Executive Suppliers' Event**
02 - 03 May 2012 - Sitges, Spain



Sitges acogió del 2 al 4 de mayo el **Congreso Anual de Temot International**, grupo europeo que aglutina a 25 mayoristas de recambios de automoción de 35 países. **Cecaauto**, que se incorporó a Temot hace un par de años, ejerció de anfitrión de un certamen que reunió a más de 200 invitados entre socios y proveedores y en el que se nombró a **Mann+Hummel** "Proveedor del Año". ●

📍 www.temot.com
www.cecauto.com



PRIMERA OPCIÓN MUNDIAL

FTE automotive – INTELLIGENCE IN MOTION

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

📍 www.fte.de

**Técnicamente
fuertes,
gama amplia**



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

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

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



Dándolas a conocer en las tiendas de recambio y talleres de Madrid y Barcelona

Federal Mogul promoción

Durante estos días **Federal Mogul** está desarrollando una **campaña de marketing** cuyo objetivo es dar a conocer en las tiendas de recambio y talleres de las provincias de Madrid y Barcelona la calidad y amplitud de gama de sus marcas **Necto** (componentes de frenado) y **Moog** (componentes de dirección y de suspensión). La acción consiste en un **Roadshow** compuesta por dos modelos, tres coordinadores y un pick up Volkswagen Amarok que recorrerán 250 establecimientos entre talleres y tiendas de Madrid y Barcelona.

Pere Banús, director de marketing de Federal Mogul, ha explicado los motivos de esta iniciativa: *"es importante poner el acento en una marca como Necto, fabricante de pastillas de freno de origen español y nacida en los años cincuenta y que pertenece a la multinacional que inventó el material"*

La caída de la demanda y el intrusismo, principales causas

Conepa cifra en 15.000 los puestos de trabajo perdidos en los talleres

La Federación Española de Empresarios Profesionales de Automoción, **CONEPA**, estima que el **sector de la reparación y el mantenimiento de vehículos ha perdido 14.000 puestos de trabajo desde** se que iniciara la crisis económica en **2008**. Así mismo, el hecho de esta coyuntura económica sea tan larga, ha provocado que en los últimos quince meses 7.000 profesionales de talleres de automoción hayan perdido su empleo. Estos datos coinciden con las estadísticas oficiales del Instituto Nacional de Estadística (INE). En términos porcentuales, CONEPA calcula que el sector emplea aproximadamente a un **9% menos de trabajadores** que a comienzos de 2008. En cifras absolutas, la federación estima que el sector ocupa a algo más de 155.000 profesionales de la reparación y mantenimiento, tanto en empresas especializadas solamente en la posventa como en aquellas que también se dedican a la venta de vehículos.

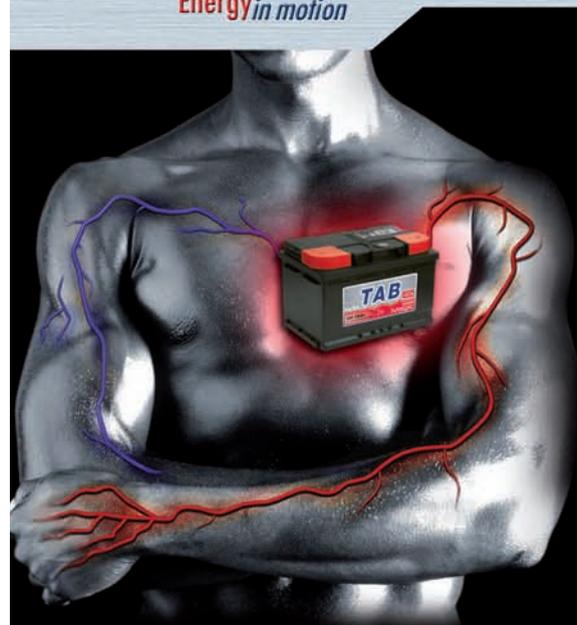
Uno de los motivos del aumento del desempleo en los talleres es la falta de trabajo. CONEPA cifra en un **4% la caída de la demanda** durante los cuatro primeros meses de este año en relación a las mismas fechas del año anterior, 2011, un ejercicio que acumuló una caída en la facturación de entre el 4 y el 7%, según comunidades autónomas. Los datos de CONEPA, en la que están integradas quince asociaciones de talleres de toda España que representan a más de 10.000 empre-

sas especializadas en la reparación y el mantenimiento de vehículos, indican que, desde 2008, la **facturación** del sector ha experimentado un **retroceso** algo superior al **16%**.

El **intrusismo** también está dañando al colectivo de talleres y esto preocupa a CONEPA que constata el aumento de talleres que no cumplen con sus obligaciones legales y el número de mecánicos en paro o necesitados de reforzar sus ingresos que realizan operaciones de reparación y mantenimiento de vehículos en locales particulares o incluso en la calle. La federación se hace eco de las quejas de sus asociados que denuncian la falta de medidas para acabar con la competencia desleal por parte de las administraciones competentes. Una tercera preocupación es el **deterioro** progresivo del **parque automovilístico** español. Uno de cada cuatro vehículos no acudió al taller a realizar operaciones de mantenimiento y un 40 por ciento de los consumidores manifiesta distanciar cada vez más su visita al taller. ●

www.conepa.org





Potencia a tu medida.

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

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

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

"Para baterías, BATERIAS TAB. Sin duda".



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

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



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

TAB Starter SPAIN S.L.

937 197 918
www.tabspain.com



na las marcas Necto y Moog

de fricción, Ferodo. Ello significa que la firma española se beneficia de los avances en I+D a precios muy competitivos". "Con Moog la estrategia es diferente" prosigue Banús: "se trata de una marca menos conocida en el ámbito de nuestro país a pesar de tener una larga trayectoria y buenísima reputación en Estados Unidos. Al otro lado del Atlántico es, por poner un ejemplo de relevancia, patrocinador de la Nascar desde sus inicios. Para presentar la marca en el mercado español, Moog cuenta con muchos puntos fuertes pero quizás uno de los más importantes es la amplísima oferta de referencias a un precio más que competitivo y la facilidad de uso, tanto de su catálogo como de sus propias instrucciones. Yo lo dice su eslogan: Hágalo fácil, hágalo con Moog". ●

www.federalmogul.com

El presidente de la **Unió Patronal Metal·lúrgica (UPM)** y de **Expomovil Comercial**, **Antonio Marsal**, y **Ángel Hermosilla**, el director de la entidad catalana, podrían haber cometido "actos ilícitos diversos de posible trascendencia penal". Los empleados de la asociación les acusan de haber malversado fondos. En una carta enviada a la junta de gobierno de la UPM, los empleados plasman sus sospechas de que "los fondos de reserva provisionados por el anterior equipo directivo para atender eventuales presupestarias excepcionales pudieran haber sido destinados al pago de gastos de dudosa legalidad". El vicepresidente primero de UPM, **Joaquim Boixareu**, presidente en funciones tras la "suspensión temporal del Cargo" de Marsal ha sido imputado en el "Caso Urdangarín". Momentos complejos para la entidad de la que **CIRA** forma parte. ●

www.upm.org



Lee al minuto estas noticias y muchas más en



- Los talleres de Madrid informan sobre seguridad vial
- Dunlop ya ha evaluado toda su gama para la nueva etiqueta europea
- Facom lanza herramientas para el montaje y desmontaje de las correas elásticas
- 22 nuevos kits de distribución NTN-SNR con bomba de agua
- Líquido de frenos Ate, una gama para todo tipo de vehículos
- Ecological Drive promueve la compra de neumáticos reciclados
- Ceroil estrena gama de productos y aditivos cerámicos
- Turbo 3 sortea tres vueltas en un Ferrari F430 F1
- CESVIMAP lanza un nuevo libro para la Formación Profesional
- Gran oferta de formación en Automechanika Frankfurt 2012
- GT Motive lanza la promoción Eurocopa 2012
- Competición autonómica World Skills Spain Madrid 2013
- El Govern de la Generalitat de Catalunya acepta la sentencia que liberaliza el sector de ITV
- Vexia Navlet2, GPS real con funcionalidad tablet



TENNECO
PRESENTA
NUEVAS LÍNEAS DE
PRODUCTO MONROE:
DIRECCIÓN Y
SUSPENSIÓN Y
RESORTES
NEUMÁTICOS
MAXILIFT

OBJETIVO:

La compañía amplía su cartera de productos con el fin de apoyar la posventa independiente, siempre desde su core business que son los productos relacionados con la suspensión.

PROVEEDORES DE SERVICIO

El equipo de **Tenneco Ibérica**, comandado por **Egoitz Goiricelaya**, **Katia Torralbo** y **Emilio Orta**, acompañados de la directora de marketing para Europa **Alessandra Cassetta**, y del equipo de *Fa Comunicación*, **Cynthia Fernandez** y **Alejandro Galindo**, presentaron en Madrid las nuevas líneas de producto de Monroe: **Dirección y suspensión** y **resortes neumáticos MaxiLift**.

La compañía sigue su estrategia de diversificación controlada de productos relacionados con la suspensión, hecho que se inició en 1990 (muelles, esferas, módulos pre ensamblados...), para afianzarse como proveedor global para sus clientes.

Una multinacional en crecimiento

Tal como explicaba Goiricelaya, el director de la compañía en España, en su intervención inicial para dar a conocer algunos datos de la multinacional, Tenneco crece en un contexto en contracción: un 20% más de facturación que en el año anterior (7.200 millones de dólares) 3.000 empleados más desde el año pasado (24.000), hecho que se ha reflejado también en España con el refuerzo del equipo humano en Ermua, el Centro de innovación y la sede de posventa (con la reincorporación de **Emilio Orta** a responsabilidades de nuestro mercado), y debido a la expansión con implantacio-

nes propias en los nuevos mercados en expansión (denominados BRIC- acrónimo de Brasil, Rusia, India, China).

Entre sus clientes OE, y gracias a los constantes avances tecnológicos en los productos que fabrican, se han añadido constructores como *Toyota*, *BMW* o *Nissan*; suministrando, además a distribuidores internacionales en posventa como *Temot*, *Napa* o *ADI*, disponiendo en España de centros de distribución propios en Madrid y Barcelona.

Goiricelaya hablaba de la capacidad innovativa y de producción de una compañía saneada, que supone que en sus centros se desarrollen prototipos en control de emisiones o en suspensión (citando como ejemplo los amortiguadores en plástico más resistentes y con menos peso, aún en forma de prototipos, o las suspensiones que reaccionan antes de que el vehículo pase por un obstáculo, además de introducirse en nuevos mercados como el marino o ferroviario, con productos específicos para reducir emisiones).

Objetivo: proveedor global

Tal como argumentaba Torralbo, previo a la introducción de la nueva gama, se realizó un estudio a nivel europeo para conocer las exigencias de los distribuidores, que pasan por un mejor servicio y una reducción de proveedores. El hecho de incluir las dos gamas en la oferta supone para el cliente el poder realizar pedidos

conjuntos (*Monroe*, *Walker*, *Fonos*) minimizando el coste. Al añadirse las referencias de dirección y suspensión, y resortes MaxLift de Monroe, los distribuidores pueden ofrecer a los talleres y éstos al usuario final un servicio completo en suspensión, sin necesidad de cargar stocks, que ya incluye el *Monroe Reflex*, el *Monroe Original*, el *Monroe Adventure*, el *Monroe Quick-Strut*, el *Monroe CCES*, los kits *Monroe Mounting*, *Protection* y *Magic Camber*

Dirección y Suspensión Monroe

Producidos en Europa, de alta calidad, concertada con la multinacional, esta gama, cuyo catálogo cuenta con más de 3.200 referencias e incluye desde rótulas, barras de dirección, horquillas y varillas hasta cajas de dirección (bastidores), fuelles y bombas hidráulicas para la dirección asistida. Ello supone una cobertura del 90% del parque circulante español, con una disponibilidad inmediata del 95% de piezas; en el servicio de entrega "*Monroe standard*" éstas se entregan en plazos de 24-48 horas y el mismo día en la zona de Madrid.

Resortes Neumáticos MaxiLift de Monroe

Se trata de una línea que ha crecido en el mercado con la aparición de vehículos como los SUV, MPV, ya que introducen más de un elemento por vehículo, y en toda Europa suponen

unas ventas globales de 4 millones de unidades solo en automoción; la nueva línea de producto incluye casi 900 piezas distintas (768 para portones, 126 para capós y 21 para traseras), que son testados al 100% de la producción, disfrutan de dos años de garantía cubriendo la mayoría de los vehículos desde 1980.

Catálogos, formación, imagen

Los nuevos catálogos está en formatos papel, PDF y online (con formato Tec-Doc), con un organizador de ventas a través del Punto de Información Tenneco (TIP).

Con el nombre "Tenneco Train The Trainer- 4T" (Tenneco Forma al Formador) la compañía ya lanzó un ambicioso programa de formación en Europa, África y Oriente Medio en 2006 y, desde entonces, de la mano de especialistas certificados, ha formado a unos 72.000 profesionales provenientes del sector del turismo y del vehículo industrial, siendo fundadores, además, de **eXponentia**, una compañía de formación técnica creada junto a Gates, Johnson Controls, MS Motor Service International (Kolbenschmidt Pierburg), SKF, TRW y Valeo.

Este 2012 lanzan un **programa de formación de 110 módulos**, de duración variable adaptadas al nivel de participantes, muy didácticas (con presentaciones en 3D, 2D, animaciones); a este programa se ha añadido dos módulos nuevos de dirección y suspensión.

La compañía ofrece también material de merchandising y para puntos de venta para apoyar a sus clientes (además de dinamizaciones como el ya comentado aquí **Tenneco On Tour**, que tiene en nuestro país unos de los 24 destinos previstos) que, además, ya disfruta de la nueva imagen corporativa en amarillo y negro, que es la originaria de EEUU, y que irá sustituyendo paulatinamente a la conocida en azul y amarillo.

Cuotas

A la pregunta de este medio sobre las cuotas que se han planteado, Goiricelaya comentaba: "somos conscientes de que hay multitud de oferta, por supuesto tengo mis objetivos, pero prefiero no dar cifras; en realidad (y con la percepción inicial de que ésta será mayor en resortes que en dirección y suspensión, donde tenemos competidores importantes, algunos nacionales), se trata de trabajar con los clientes y hacerlas crecer, pero incrementará la facturación de la compañía en la posventa de nuestro país al proporcionarle más soluciones de suspensión a los clientes". Seguidamente le preguntamos por el *feed back* recibido y contestaba: "ya ha sido presentado a los clientes y la respuesta es buena. Tenemos la ventaja de que, pese a la multitud de la oferta, nuestra marca abre muchas puertas y los clientes están a la escucha". ●

www.tenneco.com
www.monroecatalogue.eu
www.tenneco-ip.eu



Egoitz Goiricelaya hablaba de una compañía en crecimiento en un contexto en contracción.



Katia Torralbo presentaba las dos líneas: una oportunidad de abrir más el abanico de productos de Ride Control y Emissions en línea con las demandas de servicio y reducción de proveedores que demandan los distribuidores.

La nueva línea de Dirección y Suspensión cuenta con un catálogo propio y un 90% de cobertura del parque, con tasas de servicio apoyadas desde los almacenes logísticos de Madrid y Valencia.



Alessandra Casetta se mostraba muy entusiasmada con el proyecto, a la vez que nos hablaba del Tenneco On Tour, que va a estar en España.

El directivo de Tenneco nos comentaba que pese a creer que la gama de resortes puede tener más éxito a priori, no se marcan cifras para una cuota, sino que quieren que suponga un elemento más de facturación para el Grupo y los distribuidores.



La línea de resortes neumáticos MaxLift al igual que la de Suspensión y Dirección ya incorpora la imagen amarilla y negra, los colores corporativos de Monroe en EEUU y que sustituirán paulatinamente al azul y amarillo actuales.



De izquierda a derecha:
Juan Luís Soriano, Pedro Garrido, Arturo Gutierrez y Alberto Castro).

MEYCAR TIENE COMPLETAMENTE OPERATIVA SU DELEGACIÓN EN BARCELONA

“Más cerca de ti”

Este es el lema que se ha pensado para las nuevas instalaciones, ya plenamente operativas, y que apuntan a uno de los puntales clave de la empresa: el servicio.

Ya se anunciaba en *Expomovil Comercial* donde acudía **Meycar Automotive**, la filial de **Wulf Gaertner Autoparts AG**, fabricantes de las piezas de marca **Meyle** y **Meyle-HD**, hace escasos tres meses, para dar a conocer la apertura de esta nueva **Delegación de Catalunya** que se suma a las existentes en *Valencia* y, la más reciente, en *Murcia* (a través de un depósito en las instalaciones del representante **J. A. García Izquierdo**).

Para conocerlas, nos desplazamos a Barberá del Vallés, Barcelona, donde nos atendieron **Juan Soriano** y **Alberto Castro**, socios de Meycar Automotive, junto con **Pedro Garrido**, el responsable de la delegación y **Arturo Gutiérrez**, responsable del almacén.

Con camino por delante

Las instalaciones suponen más de 350 m², en una superficie preparada para ser duplicada en función de las ventas, donde se ha introducido un stock inicial que se irá ampliando en función de las ventas.

Su operativa es muy ágil: los pedidos entran

desde Madrid, o Catalunya, desde la web y son entregados en menos de 12 horas en Catalunya y en 24 horas en el resto de España.

El abastecimiento de las piezas es desde Alemania. Los palets vienen organizados de manera que los pedidos pueden empezar a ser colocados según la necesidad de que estén las piezas disponibles en stock.

Con códigos de barras y PDA, el operario coloca las piezas por familias, asignándoles una ubicación concreta (en un código de letras y números que asigna pasillos, alturas columnas y baldas muy sencillo –hicimos la prueba y fuimos capaces de encontrar la referencia sin problema-, con lo que apenas se necesita experiencia para localizar los pickings) o reponiendo la ubicación ya asignada previamente, apareciendo inmediatamente en disponibilidad, estando como disponible para su venta. Eso supone que las piezas son almacenadas por ubicación de pedido, por necesidad de reposición de stock y no por referencia, siendo más eficiente la localización, si bien en un futuro el sistema podrá organizar las preferencias A,B,C,

cambiando así las ubicaciones en función de las necesidades. Es decir, un sistema altamente flexible y más eficiente.

Una vez elaborado el pedido está listo para ser enviado o para ser recogido.

No se trata de un almacén local, ya que suministrará piezas a diferentes zonas de fuera de Catalunya en función de los importes de la logística (el sistema viene referenciados los pesos y medidas para el cálculo de cotes) y además, como el resto de almacenes, es independiente como para que la gestión de suministro desde Alemania detecte el número de piezas necesarias en cada uno de ellos en función de su rotación.

El servicio, fundamental

Nos comentaban los directivos de Meycar que esta situación económica, en la que el poder adquisitivo de las familias se reduce, supone que la edad del parque móvil haya crecido en casi tres puntos, ya que no se producen ventas de vehículos nuevos, doblándose el ratio de venta nuevos/usados en 1:2; por ello, el número

Lee este código con tu smartphone
y descubre más sobre la calidad Meyle:



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

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



MEYLE[®]
Products



La nueva delegación de Meycar en Catalunya, con espacio para crecer.



El equipo de Meycar se halla muy satisfecho con la apertura de estas instalaciones y las de Murcia, planteándose en un futuro posibles nuevas aperturas.



Arturo Gutiérrez es el responsable de almacén, y quien lleva a cabo la tarea de recepcionar las piezas, colocarlas y preparar pedidos armado de su PDA.



Juan Soriano nos detalla el sistema de almacenaje, más flexible y eficiente.

de los vehículos que entran en desguace se ha reducido, con lo que existe roturas en sus stocks de piezas recicladas.

Esto supone, a priori, un entorno favorable para la reparación de vehículos (específicamente en la época de bonanza climatológica, donde los vehículos se mueven más) y por ello para el canal multimarca independiente.

La compañía está muy satisfecha con los resultados que están obteniendo este año, puesto que en un contexto en contracción y con la introducción en el mercado de actores en segmentos dentro de las familias de productos que trabajan, están creciendo. Ello es, nos explican, porque son un fabricante multiproducto, han nivelado precios (bajando PVP y descuentos) para ser competitivos y que eso se traslade al usuario del producto (el taller y éste

al conductor), y también por haber intensificado el servicio con la creación de nuevos almacenes, un camino que podría seguir, ya que mencionaron la posibilidad de nuevas aperturas hasta llegar a 5 o 6 en función de las necesidades de la localidad (disponiendo de hasta 2 en Madrid o Barcelona).

Murcia, caso aparte

Su estrategia de apertura de almacenes suele ser preferentemente que éstos sean propios, pero en el caso de Murcia, se optó por llegar a un acuerdo (como es el caso de otros fabricantes en la misma localidad) con un representante (un acuerdo gestionado en una feria), para disponer de un programa inicial (bombas de agua, kits de rodamientos, amortiguadores, piezas de caucho-goma, kits de distribución,

dirección y suspensión), que está funcionando bien; **J.A. García** funciona como uno más de la red de ventas (5 delegados), acudiendo a las reuniones semanales de la fuerza de ventas de Meycar.

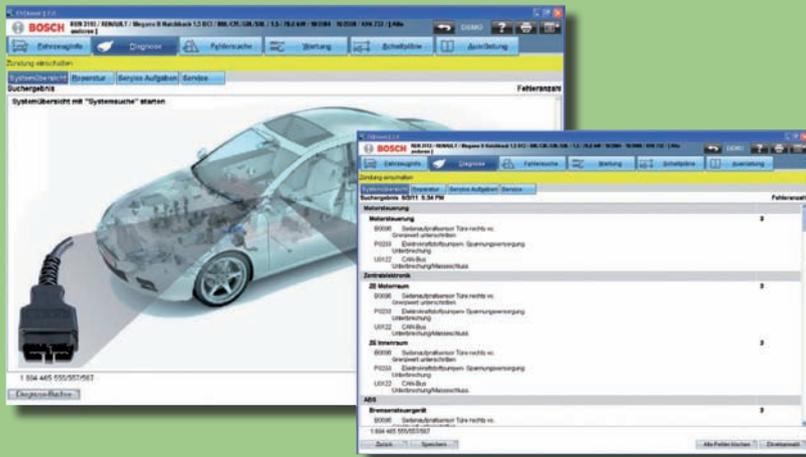
Apoyo de las nuevas tecnologías

Si las TICs ya se emplean a fondo en la empresa, en adelante, piensan ir más allá intensificando la informatización de la gestión (para evitar el papel) con las facturas electrónicas o introduciendo los códigos legibles por los smartphones para algo más que para conectar con vídeos corporativos (que es lo que enlaza en la actualidad), como podrían ser campañas. ●

www.meyle.com/ES/



Las TIC se hallan muy presentes en todos los procesos de la compañía: las facturas incorporan información gráfica y un lector para smartphones con el que se accede (hoy) a un vídeo corporativo, pero que puede ser soporte futuro para campañas.



El ESI[tronic] 2.0 mejora las prestaciones de su predecesor y continúa siendo un referente en documentación, información y datos técnicos.

Bosch ya pone a disposición de los talleres la nueva versión de su software ESI[tronic]. La nueva generación 2.0 de este software de gestión de talleres mejora claramente su uso respecto a su predecesor y permite que el manejo de los equipos de diagnóstico KTS sea ahora mucho más sencillo. El resultado, las reparaciones son más rápidas, fiables y rentables.

LA VERSIÓN 2.0 ES MÁS COMPLETA Y FÁCIL DE UTILIZAR

Nueva generación ESI[tronic]

Los talleres de reparación de automóviles ya se pueden beneficiar de las prestaciones de la última evolución del software para talleres ESI[tronic] de Robert Bosch. La nueva generación, el ESI[tronic] 2.0, ha dado prioridad a la facilidad de uso. Así, la gigante alemana ha simplificado y clarificado notablemente su estructura mientras que una nueva interfaz permite al usuario llegar a su objetivo con menos clicks en el ratón y de forma más rápida. Además, esta interfaz ya ha sido estandarizada para ser compatible con los turismos y con los vehículos industriales.

Más rápido

A la hora de trabajar con el ESI[tronic] 2.0, una vez que se ha identificado el vehículo (de forma rápida, precisa e inequívoca con este software), el usuario entra directamente en la diagnosis del vehículo a través del menú "Diagnóstico/Vista conjunto del sistema". La búsqueda sistemática muestra en la pantalla todos los módulos de control, ordenados de forma clara y con todos los fallos almacenados en memoria. Un cambio rápido entre los distintos tipos de información que ofrece el paquete de software para talleres de Bosch se puede realizar a través de los accesos directos, los llamados "shortcuts" o atajos del teclado. Por ejemplo, se puede saltar directamente de la diagnosis de los módulos de control a las instrucciones de búsqueda de fallos y viceversa. Así mismo, los paquetes de software ESI[tronic] tienen la misma interfaz, tanto para turismos como para vehículos industriales. A través de las actualizaciones en línea se pueden actualizar periódicamente los datos del ESI[tronic] con lo que el taller dispone siempre de los datos más actuales.

Más sencillo

Otras de las prioridades en el desarrollo de la versión 2.0 del software ESI[tronic] ha sido



Una de las prioridades del nuevo ESI[tronic] ha sido facilitar el uso de la familia de equipos de diagnóstico KTS de Bosch.

En los cinco continentes

Actualmente, unos **75.000 talleres de más de cien países** están suscritos al paquete modular de software ESI[tronic], disponible en **24 idiomas**. Solo en Alemania, aproximadamente dos de cada tres mecánicos trabajan con el ESI[tronic] de Bosch. Su funcionalidad está fuera de toda duda: proporciona datos de diagnosis e instrucciones de búsqueda de fallos, instrucciones para reparaciones, valores de prueba y de trabajo, esquemas eléctricos, planes de mantenimiento o una gran profusión de datos técnicos. Permanentemente puesto al día, cada año se complementan los datos del ESI[tronic] con los datos de unos 1.400 sistemas nuevos y con los cambios que se aplican a los sistemas existentes.

facilitar el uso de los equipos de diagnóstico KTS, especialmente en las operaciones de mantenimiento, que ahora se pueden realizar de un modo más rápido, fiable y rentable. Los especialistas en diagnosis encuentran más fácilmente todas las funciones del ESI[tronic] para poder realizar una profunda búsqueda de fallos y para la reparación de sistemas electrónicos del vehículo.

Ahora, el usuario puede saltar directamente de la diagnosis con memorias de fallos seleccionadas hacia la búsqueda de fallos y de ahí al chequeo de componentes. El profesional de la reparación recibe las **informaciones específicas** para el fallo o el sistema del vehículo en el que está trabajando en ese momento. Con un clic del ratón puede saltar entre las distintas informaciones. Cuando cambia el catálogo de piezas para buscar algún repuesto, se pasa la identificación del vehículo ya que el catálogo mismo trabaja bajo el mismo interfaz que se conocía hasta ahora. ●

www.bosch-automotive.es



Fabricantes

El nuevo equipo de diagnóstico Axone 4 de Texa fusiona un diseño de tablet PC, conexión permanente a Internet sin cables, potencia equivalente a la de un PC, robustez, ergonomía y el software IDC4 cuya base de datos es de las más completas del mercado. El resultado es un equipo de calidad y altas prestaciones.

EL NUEVO AXONE 4 DE TEXA

Fusión de conceptos



Lo último de Texa es el Axone 4, un equipo de diagnóstico en formato tablet PC.

Texa, con su nuevo **Axone 4** marca la pauta de la nueva autodiagnos, marcada por la interrelación entre equipos, dispositivos móviles y conectividad entre ellos y la red.

Este nuevo equipo de diagnóstico se presenta con un **procesador Intel Atom de 2 Gigas de memoria RAM** para asegurar la velocidad y la potencia al máximo nivel. Un **disco duro de 32 Gigas** en estado sólido, sin ninguna parte en movimiento, garantiza una gran robustez y un menor consumo y calentamiento. Al hilo de la robustez, la mecánica interna está desarrollada para resistir golpes y el Axone 4 se presenta perfectamente sellado. Gracias a un microchip de última generación y a un disipador de temperatura en el interior, el último equipo de Texa prescinde de sistemas de ventilación mientras que unas **baterías de litio** muy potentes, impermeabilizadas y divididas en paquetes de tres cilindros se encargan de dotarle de una gran autonomía.

Nuevo software IDC4

El **software IDC4** es el "corazón" del nuevo equipo de diagnóstico de Texa. Desarrollado íntegramente por la firma italiana está basado en el sistema operativo Windows, proporciona una amplia cobertura de marcas y modelos del mercado y su uso es sencillo e intuitivo. Además de los recursos de diagnóstico para cada vehículo seleccionado, el IDC4 habilita rápidamente la información adicional específica del vehículo diagnosticado directamente en el monitor del dispositivo que se utiliza durante la prueba (en el caso que nos ocupa, el Axone 4) una vez seleccionada la marca, el modelo y la motorización. El IDC4 también proporciona boletines técnicos sobre las averías más frecuentes, esquemas eléctricos, fichas de componentes, imágenes y vídeos explicativos que facilitan notablemente la labor diaria del profesional de la reparación. La guinda a todas estas prestaciones es la innovadora aplicación que permite efectuar las intervenciones más frecuentes y aquellas relativas a los mantenimientos de forma inmediata seleccionando la operación de una lista específica. El Axone 4 ofrece altas prestaciones de diagnóstico que se plasman en nuevas y evolucionadas funciones. Merecen especial mención: **Función "averías resueltas"** *Powered by Google*: conectado a Internet mediante la ante-



El Axone 4 ofrece al profesional de la reparación innovadoras funciones de diagnóstico como la *Power by Google* que proporciona "averías resueltas" o la *TGS2* que permite identificar todas las centralitas diagnosticables.

na wi-fi integrada y un *acces point*, el Axone 4 puede consultar la base de datos Texa para buscar los procedimientos de reparación ya resueltos y experimentados. Una vez seleccionado el vehículo sobre el que se está trabajando, el mecánico podrá enviar una solicitud seleccionando una tecla sobre la pantalla del instrumento obteniendo en pocos segundos una respuesta precisa sobre el procedimiento a seguir en la reparación. **Función TGS2**: permite efectuar la identificación automática de todas las centralitas electrónicas diagnosticables. Permite elegir la búsqueda de todos los sistemas o seleccionar solo algunos y el sistema procede a verificar de forma automática el correcto reconocimiento de la centralita y la posible presencia de averías. En este caso, seleccionando sobre el icono en cuestión, se entra directamente en la autodiagnos sin la necesidad de iniciar de nuevo la aplicación específica. Solo se tiene acceso a esta función conectando el Axone 4 a un *Navigator nano*, *Navigator TXT* o *Navigator TXC*. **Actualización continua**: todos los clientes conectados a Internet se pueden beneficiar de la nueva modalidad de actualización del software de Texa. Ésta permite descargar los paquetes relacionados con la auto-

diagnos para nuevos vehículos y nuevos modelos cada vez que estén disponibles. Ahora no hace falta esperar la actualización completa de toda la versión a partir de una fecha concreta.

El Axone 4 está diseñado como si fuera un moderno **Tablet PC con pantalla táctil**. Su **pantalla TFT** tiene unas medidas generosas de **9,7 pulgadas** y una **resolución de 1.024x768 píxels** que garantiza una óptima visibilidad en todas las condiciones de uso. El profesional del taller trabaja con el Axone 4 tocando la pantalla para realizar todas las funciones de diagnóstico necesarias. En la carcasa solo hay dos botones, el de encendido y el de multifunción. Otro elemento interesante que incorpora de serie el Axone 4 es una **cámara VGA con sensor CMOS** que aporta una mayor nitidez a la imagen. El nivel de nitidez y claridad es tan alto que permite, por ejemplo, realizar el pedido de un recambio adjuntando la foto del componente a sustituir o documentar el procedimiento de desmontaje de un sistema pudiendo guardarlo y archivarlo para verlo en otra ocasión.

El nuevo equipo de diagnóstico Axone 4 llega a España a través de la filial de Texa en nuestro país,

Texa Ibérica Diagnos. ●

www.texaiberica.com

PRESENTÓ LA GAMA DE PRODUCTOS PARA EL AUTOMÓVIL DE ESTA TEMPORADA

Pioneer se reivindica

En el año del 75º aniversario de su fundación, Pioneer presentó recientemente en Barcelona la gama de Car Audio con la que afrontará esta temporada y subrayó que es la compañía que ofrece más soluciones de audio en el mercado. Los protagonistas de este 2012 serán la aplicación AppRadio, ya compatible con Android, los renovados navegadores AVIC o los nuevos receptores capaces de integrarse con smartphones.



Navegadores AVIC como el F40BT expuesto se benefician ahora de la aplicación Aha Radio.



Pioneer ha mejorado la versatilidad del AppRadio al ser ahora compatible con los dispositivos móviles con sistema operativo Android.

Otras novedades Pioneer, de izquierda a derecha, el radio-CD DEH-80PRS, el amplificador PRS-D800 y el subwoofer tipo tubo de alto rendimiento TS-WX304T.



En la imagen, el sintonizador Pioneer DEH-80PRS.

La gama de **productos para el automóvil Pioneer 2012** es más amplia que nunca y se caracteriza por ofrecer cada vez más soluciones que se integran con los dispositivos móviles y redes sociales y de comunicación. Las principales novedades están ligadas a las aplicaciones y suponen una adaptación a los continuos avances tecnológicos.

AppRadio y gama AVIC

Si el año pasado la revolucionaria aplicación **AppRadio** fue la estrella de la gama de Car Audio Pioneer, este año ha seguido siendo protagonista porque ahora es **compatible** con los dispositivos **Android**. El AppRadio fue el primer producto capaz de mostrar en la pantalla del equipo de sonido Pioneer los contenidos que aparecen en la pantalla del iPhone. Desde ahora, también es capaz de mostrar los contenidos de las pantallas de los dispositivos Android más recientes. Durante la presentación barcelonesa, responsables de **Pioneer Electronics Ibérica** avanzaron que en breve aparecerá una versión mejorada del AppRadio y que el lanzamiento de apps compatibles es constante para ofrecer al conductor y pasajeros nuevas fórmulas de entretenimiento y más

variadas prestaciones.

Este 2012 la gama de **sistemas de navegación AVIC** se presenta mejorada y actualizada con nuevas funciones. Además de ser compatibles con iPod, iPhone y Android, los nuevos AVIC se benefician por primera vez en España de la aplicación **Aha Radio**, una aplicación que lleva años implantada en Estados Unidos y que permite acceder en directo a contenidos personalizados como podcasts, radio por Internet, música a la carta o informes personalizados sobre el tráfico.

Nuevos receptores y sintonizadores

La gama de Car Audio Pioneer se ha reforzado con el lanzamiento de nuevos receptores multimedia, el sintonizador DEH-80PRS o el amplificador PRS-D800.

La principal característica de los nuevos **receptores multimedia** es que, gracias a la tecnología **Advanced AppMode**, son capaces de integrarse en los smartphones.

Por lo que respecta al **sintonizador DEH-80PRS**, es un radio-CD ejemplar en términos de conectividad y calidad de sonido. De lo primero se encargan los puertos USB dua-

les para iPhone, iPod y otros dispositivos USB o el Bluetooth con manos libres. De los segundos, la ecualización digital izquierda y derecha independientes de 16 bandas que proporciona hasta 12 dB de aumento o reducción, la red de crossover digital que ofrece un filtrado de frecuencia de subwoofer de paso alto, rango medio de paso de banda y paso bajo, el alineado digital de tiempo que permite a la salida de cada altavoz estar sincronizada con la del altavoz más lejano del sistema o los tres convertidores de digital a analógico de 24 bits.

Por su parte, el **amplificador PRS-D800** es totalmente digital (Clase D), de dos canales y puenteable que, a pesar de su tamaño compacto (220x105+60 mm) entrega una alta potencia de 2x125 W (4 ohm) o 2x150 W (2 ohm) o 1x300 W (puente de 4 ohm).

Pioneer recalca que ya es la firma que ofrece más soluciones de audio para el automóvil. Su gama abarca navegadores y aplicaciones como las comentadas, estaciones multimedia con DVD, receptores CD, altavoces, subwoofers, sintonizadores, amplificadores, cajas acústicas personalizadas, rejillas, etc. ●

www.pioneer.eu/es



Fabricantes

No es lo mismo que un taller tenga plena confianza en una marca, para que pueda derivarlo como valor añadido a sus clientes los usuarios, a que instale algo de lo que no se está seguro al 100%.



LA MARCA DE FILTROS Y SUS TRADICIONALES COLORES VERDE Y AMARILLO, UN VALOR SEGURO DESDE LA PERSPECTIVA DEL TALLER MULTIMARCA INDEPENDIENTE

"Mann Filter es Mann

Y eso nos lo confirma **Ramón Porta**, el gerente de **Tallers Porta**, la segunda generación de la familia al frente del negocio que lleva ya cincuenta años operativo en la ciudad condal, al que nos trasladamos acompañados de **Andrés Llovera**, delegado para Catalunya de **Mann+Hummel Ibérica**.

Fidelidad

Porta cuenta a sus espaldas con 30 años de profesión, y nos explica su vivencia como usuario y prescriptor del producto ante el consumidor final:

"Este es un negocio de reparación multimarca que ha vivido un relevo generacional. Lo empe-

zó mi padre, hace ya 50 años y llevo en el taller desde los 20 años. Nuestro proveedor es Oliva Hermanos (socio de Grupo Serca) y hemos sido fieles a sus propuestas de producto, aunque también es cierto que, fruto de tantos años de trabajo en común, hemos dado nuestra opinión al respecto de los mismos: antes trabajábamos con otra marca de filtros, de la que no me gustaba ni el color, porque nos había dado problemas con sus productos. Y se lo dije a nuestro proveedor varias veces. Hace casi años ya, Oliva cambió a Mann+Hummel Ibérica y sus filtros de marca Mann Filter. Desde el minuto cero ya les compramos los productos (aire, habitáculo,

combustible), y desde entonces estoy encantado: no he tenido ni un solo problema más, y por ello no he querido conocer ninguna otra marca."

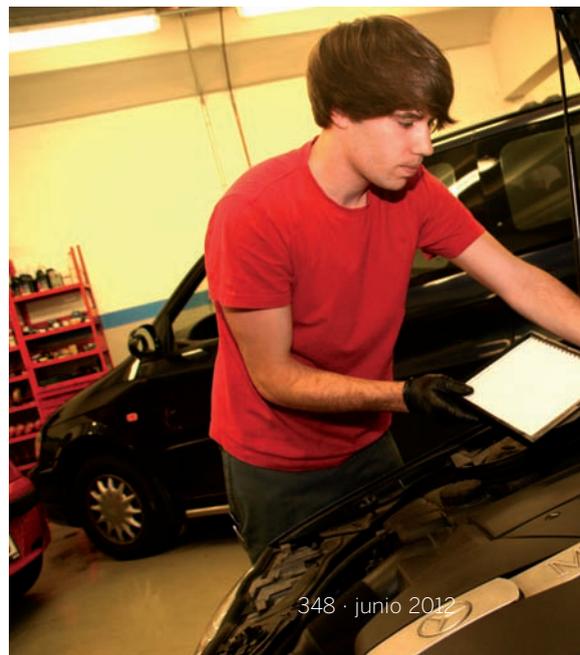
Valores añadidos

Cuando le preguntamos cuáles son los valores añadidos que percibe con mayor claridad en la marca no lo duda:

"La calidad, el primero. Si se hace una comparativa con otras marcas, lo primero que se ve es la calidad del fabricado, que además, es una marca que tiene un prestigio reconocido por todos; hace años que estoy en la automoción y sé que Mann Filter es Mann Filter, y eso es indiscutible.

Luego la fiabilidad: no he tenido ningún proble-

Aún a pesar de que no son los más baratos del mercado, Ramón es consciente de que monta calidad de primer equipo.





Filter

ma en ningún producto para cualquiera de los modelos que reparo, que son muchos y de marcas distintas; de hecho, los coches de mi familia (y son unos cuantos) solo llevan Mann Filter: lo que quiero para mi, lo quiero para mis clientes.

También diría el servicio; para nosotros, es muy importante que ese factor sea el más rápido posible para sacar los vehículos del taller, es fundamental: cuando pido algo a Oliva, siempre está disponible, y eso es porque su stock está bien provisto por parte de la marca, nunca me han hecho esperar, ni he tenido que acudir a una segunda opción. Y vinculado a eso, la

gama: nosotros reparamos vehículos de todo tipo y marca, y nunca ha habido un solo filtro que no estuviera en catálogo. Lo tienen todo."

Vale lo que cuesta

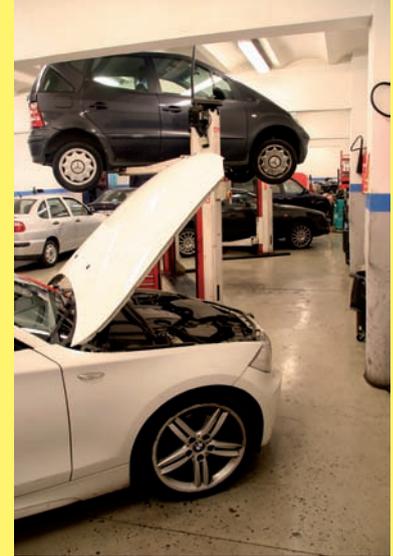
Según Portas, trabajar con Mann Filter no es una cuestión de descuentos, ni de regalos: "no son filtros precisamente baratos, los hay mucho más baratos, pero la calidad supone que se tenga ese importe; a mí me han dado muy buen resultado: nunca he tenido problemas con las presiones del aceite, ni un cliente se ha quedado parado porque el filtro de combustible ha dejado de funcionar y, en la medida de que eso siga siendo así, seguiré trabajando con ellos. Porque, además, los clientes nunca me han discutido esos importes, aunque sean algo más altos."

El precio es un tema sensible, y ahí le hace un guiño a **Albert Llovera** a quien le comenta que se podría hacer un esfuerzo, pero éste sonriendo explica: "nuestra compañía lanza continuamente ampliaciones de catálogo en calidad de primer equipo: cada mes se lanzan unas 10 o 12 referencias nuevas con lo que nuestra cobertura es la mejor del mercado; lo que está claro es que si alguien no está satisfecho con un producto ni se compra ni se monta; sobre los precios: buscamos el precio justo, y la política de la compañía desde hace años es estar igualada con origen, en más de un 90% de la gama."

Trasladando mensajes

Le preguntamos a Portas qué es lo que transmite al cliente, el usuario, a la hora de defender ese producto y nos responde: "que le estoy poniendo un producto presente en primer equipo. De calidad. Y tengo trabajo. Si los usuarios se inclinan por otro tipo de productos, más económicos, van a otros centros, pero claro, entonces no instalan Mann Filter; yo no les pongo otra marca." ●

📞 www.mann-hummel.com/mhes/



Tallers Portas lleva más de 50 años en el barrio de Gracia de la ciudad condal, y en ese tiempo ha experimentado ampliaciones, la última hace siete años. Desde hace 15 trabaja con Mann Filter.

Los productos de la compañía, con sede española (y factoría) en Zaragoza, no han dado un solo problema, sean filtros de aire, aceite o combustible.



Foto de familia del equipo de Tallers Porta, acompañados por Albert Llovera (a la izquierda de la imagen), delegado en Catalunya de Mann+Hummel Ibérica.



CHARLAMOS CON JOSÉ MIGUEL IBÁÑEZ, QUE

Con la música



Tras hacerse público su preacuerdo con C.G.A. para incorporarse a la directiva del grupo, apoyando la labor del actual director gerente, Alejandro Vicario, Ibáñez se reunió con nosotros y nos explicó los motivos de esta decisión.

No es culpa de nadie la ruptura del equilibrio; creo que mi labor es valorada por un alto porcentaje del grupo, pero si hay quien no confía en mi gestión, ni yo confío en que ésta sea aceptada, no es posible trabajar. Durante tres años y medio he podido hacer lo que he considerado oportuno, y con total confianza y creo que todos hemos contribuido a que GECORUSA haya seguido presente en el mercado. Es verdad que alguien tiene que tener "la idea" pero si no te apoyan, ésta no sale: si no hubiera sido así, no hubiera habido cambio de imagen, GecDoc, página Web, red de talleres, el proyecto de **A.I.R.** (aunque es cierto que ha sido más lento de lo que **Xavier Esteban** y yo hubiéramos querido)...

Ha habido mucho trabajo interno en este último año para dejar resueltas las cosas especialmente en lo que al cierre de Bilbao concierne (cambios burocráticos, despidos, búsqueda de oficinas en Madrid, traslado de la documentación, gestión de los alquileres), y el equipo ha pasado de 8 personas a 4; cuando la situación coyuntural se agrava, la exigencia es mucho mayor. Al faltar la confianza en que las cosas se están haciendo para dar respuesta, todo se enturbia, hasta el punto de filtrar que me despedían. Pero hasta marzo, quería demostrar al grupo que mi



NOS CUENTA LAS RAZONES DE SU PARTIDA DE GECORUSA

a otra parte

trabajo, pese a la dificultad era factible y en "pro de"; sentimentalmente me hubiera quedado, son más de 24 años (como socio, como secretario del consejo de administración, como presidente y como gerente), pero profesional y laboralmente, la decisión que se imponía era otra.

¿Cuáles son las propuestas que llegan?

Algunas eran viables; otras, no. Hubo propuestas de incorporarme en otros Grupos, siempre y cuándo me llevara a socios. Y eso no entra en mi manera de ser y hacer, no voy a ser yo quien propine un hachazo a GECORUSA (y eso que ha habido quien se ha saltado todos los procedimientos); igual algunos me hubieran seguido y otros no, pero decliné.

Alejandro, me comentó que había predisposición a incorporar gente en el equipo, porque el volumen generado era de una envergadura que sobrepasaba la posibilidad de atender bien a todo, y que necesitaba ayuda, lo que me pareció muy interesante (y eso que en alguna ocasión he podido extrañarme de la expansión de CGA y su consolidación). Los retos son muy estimulantes.

¿Cuáles van a ser las funciones en CGA?

Bueno, a falta de perfilarlo más, lo que me comunicó Alejandro es que van a ser unas funciones de gerencia al mismo nivel responsabilidad, autonomía e independencia, pero, obviamente, yo entiendo que es bajo los criterios y directrices que defina Alejandro siguiendo la voluntad del grupo.

Considero que se ha basado en alguien que pueda negociar los proveedores como él, que entienda la labor de empresa como él; tenemos un preacuerdo que ahora va-

“Estoy muy ilusionado y con muchas ganas de trabajar y poder ayudar, respondiendo a lo que buscaban en mí: una persona de máxima confianza y agilización de la coordinación de una estructura que ha crecido, para responder antes a las necesidades de los socios y que éste esté más satisfecho, y para que los proveedores nos apoyen más.”

mos a desarrollar para descargarle de parte de su labor para que el socio está más atendido, para negociar con los proveedores. Yo entiendo que su labor es más corporativa, de conexión del Grupo con ATR, de su papel en el Comité de ANCERA, etc. y en la medida que le deba dedicar tiempo a ese papel, yo pueda sustituirle.

Habrà que buscar nuevas herramientas para mejorar como formación interna a los vendedores, etc.

¿Es el proyecto internacional un punto clave en el actual mercado español de la posventa?

Vamos a ver: si los distribuidores no hacen los deberes en casa, ningún proyecto internacional les va a salvar la vida. Si desempeña bien su labor en su zona de influencia y además forma parte de un proyecto internacional y cumple las reglas, será en su beneficio.

Cuanto más sintonía haya entre los asociados del grupo y los proveedores internacionales, más beneficios en toda la pirámide, no solo económicos. Pero es importante confiar en los representantes nacionales de los proveedores homologados, solucionando a nivel nacional los problemas nacionales; no se puede esperar que desde Alemania se solucionen los problemas de cualquier ciudad española; al final es un criterio de disciplina y eso es lo que envidio de otras estructuras, porque creo que con la disciplina interna se tiene la mitad del camino logrado.

¿Qué va a ser lo más fácil y lo más difícil para ti en la nueva estructura?

Lo más fácil será la negociación, porque es lo que habitualmente estaba haciendo, aunque sea con un proveedor nuevo. Lo más complejo, según lo que comenta Alejandro en el proyecto de aglutinar socios a CGA, será aunar criterios de los nuevos integrantes y hacerle ver que es en su beneficio, porque llegan cada uno con una manera de hacer distinta en función de su procedencia. Un poco en la línea de la homogeneidad y la disciplina que comentaba. Cambiar las filosofías de funcionamiento suele ser lo más complejo: está bien pertenecer a una estructura internacional, pero hay que tener seriedad en cumplir porque si no, de la misma manera que se tienen *bonus*, se puede penalizar.

También tengo que hacer una inmersión en la realidad del grupo, conocer a todos los socios, saber cuáles son los objetivos desde Alemania, cuales son las prioridades de cumplimiento, etc.

Pero estoy muy ilusionado y con muchas ganas de trabajar y poder ayudar, respondiendo a lo que buscaban en mí: una persona de máxima confianza y agilización de la coordinación de una estructura que ha crecido, para responder antes a las necesidades de los socios y que éste esté más satisfecho, y para que los proveedores nos apoyen más.

Cuando se trabaja mucho, y existe confianza mutua, implicación y seriedad, el resultado se ve, sobre todo internamente.

¿Tristeza en la partida?

Sí. Hace dos años me dicen que se va a producir esta situación no hubiera dado crédito. No es que pretendiera agarrarme a la poltrona hasta la jubilación, pero estaba en el grupo de toda mi vida, me gustaba mi trabajo, íbamos mejorando, estábamos creciendo, tras el proyecto de AIR podíamos haber buscado algún acuerdo fuera de nuestras fronteras, pero no ha sido así; entiendo que pueda ser cuestionado, pero yo he trabajado siempre por y para la





“No es culpa de nadie la ruptura del equilibrio; creo que mi labor es valorada por un alto porcentaje del grupo, pero si hay quien no confía en mi gestión, ni yo confío en que ésta sea aceptada, no es posible trabajar.”

institución (son muchos años desde que en un local de 25 m² intentábamos crear algo interesante, mucha lucha desde mis 30 años; hay mucha gente en el grupo que no sabe de qué hablo cuando digo esto, ha llovido mucho), GECORUSA es algo que está encima de nombres y apellidos para mí, siempre le he tenido mucho respeto estuviera quien estuviera en el Consejo de Administración; no entiendo las situaciones que se han producido en este último año; sí me voy triste.

¿Se pueden dar más incorporaciones a CGA como lo la de Gaudí, abandonando el barco de GECORUSA?

No lo sé; en el mercado existen más opciones que la de CGA y en un momento dado, un empresario puede decidir. Me puedo equivocar, pero hoy no veo la cohesión como para que el proyecto de GECORUSA siga a medio plazo (un año o dos). Puede que si me sustituyen y tracen un proyecto en firme, se consiga, pero eso el tiempo lo dirá.

En cualquier caso, en CGA ahora hay mucho por hacer; si quieren integrarse más profesionales supongo que se valorará en función de las necesidades del grupo.

¿Se queda con ganas de comentar, una vez definidas las posturas, el porqué se llega a esto?

Para qué. No beneficia a nadie, igual es contraproducente y solivianta ánimos. Cada parte esgrimiría su visión de las cosas y sus razones. En un equipo de fútbol el más criticado es el entrenador; aunque haya gente que no haya querido correr por la banda o no tenga ganas de jugar; siempre es más fácil cargarse al entrenador o que este decida que así no sigue y se vaya: es 1 frente a 21.

No hay venganza ni visceralidad: de las propuestas que recibí, la de CGA pedía mi aportación profesional, no lo que pudiera arrastrar conmigo.

¿Qué le está pasando a la Distribución?

Creo que hay excesivo nerviosismo y mimetismo. Que hay gente que cree que si no se mueve, no sale en la foto, y considero que no es así; no se debe pensar sólo en lo que una vinculación internacional aporta *ipso facto* en lo económico (un punto o dos más): eso es así si se trabaja y se hace labor, no cae del cielo; si no se llega se penaliza. Quizá hay otras opciones que se descartan porque no hay una vinculación internacional que quizá son las que una determinada empresa necesita.

Hay quien cree que con un cambio rápido se van a solucionar los problemas; esto no viene de ayer, es fruto en un 70% de no haber hecho bien los deberes (reestructurar las líneas de negocio, introducir nuevos elementos, dejar otros, aumentar servicio, etc., analizarse bien por dentro y tomar medidas) y un 30% de la dificultad contextual (más agresividad, más morosidad). Falta un plan, es una huida hacia adelante. ●

📞 www.grupocga.com

COMUNICADOS

Lo pactado era tener discreción, pero este es un sector muy permeable, y muy dado a la rumorología. Ante las informaciones que surgen en el sector, el gerente de C.G.A. envía este comunicado:

“Estimados medios de comunicación, ante los comunicados sin confirmación que están saliendo de fuentes ‘no conocidas’ y con la convicción de que nuestro silencio no haría más que agravar la situación de terceras personas, me veo en la obligación, como portavoz responsable del Grupo C.G.A., de responder a dichas informaciones.

En tal sentido, y ratificando como el Grupo CGA en la seriedad que le ha caracterizado desde su nacimiento, no puede dejar que ciertos comentarios puedan herir y causar daño tanto a empresas tan queridas y formales como es el grupo Gecorusa y su gerente actual D. José Miguel Ibáñez, declara que se ha llegado a un preacuerdo con dicha persona, siendo siempre claro el ánimo de ambas partes no perjudicar ninguna relación contractual y dejando claro que las conversaciones mantenidas han sido siempre posteriores a cualquier declaración por esta efectuada.

Es básico para mí, como persona firmante de esta declaración, y para la empresa que represento, volver a reiterar el respeto que nos merece la empresa Gecorusa y como nuestro silencio ha sido fundamental para el desarrollo de las conversaciones, así como dar las gracias a nuestro consejo de Administración por el apoyo y discreción que pese a la presión ha sabido mantener.

No tengo más que agradecer a los medios que aun oyendo sirenas han sabido mantenerse sin especular, y han publicado lo estrictamente ratificado, sin caer en la tentación de las exclusivas.

Alejandro Vicario, Director gerente, Grupo C.G.A.”

Por su parte, GECORUSA remitía el pasado 24 de mayo un comunicado interno a sus socios en el que se comunicaba la decisión voluntaria de Ibáñez de abandonar la formación, la voluntad y esfuerzo del Consejo de seguir adelante con el Grupo, y el proyecto de seleccionar un gerente que pueda seguir con la coordinación de la estructura.

EL PRESIDENTE DEL GRUPO DE DISTRIBUCIÓN APORTA ALGUNOS MATICES SOBRE LA MARCHA DE JOSÉ MIGUEL IBAÑEZ DEL GRUPO



Ramón Otero, presidente de GECORUSA: matices sobre el modus operando de la salida del anterior coordinador del grupo.

No gusta de protagonismos, porque es más partidario de trabajar back office, pero quisimos pulsar también su opinión sobre la situación de su grupo, tras las bajas de algunos socios y la marcha de su gerente.



GECORUSA sigue adelante

Ante la situación particular de **GECORUSA**, con los abandonos de la formación por parte de distintos socios, quisimos pulsar la opinión de su gerente y de su presidente; propusimos una reunión con ambos, que no se pudo producir, debido a incompatibilidad de agendas del presidente (de viaje en Estados Unidos) y una auditoría del Grupo a la que Ibañez debía atender; en esas fechas, se producía la dimisión irrevocable de **José Miguel Ibañez** (relatado verbalmente, como nos matiza **Ramón Otero** presidente de GECORUSA, a **José Luís García** de Hergar el 14 de mayo, y por buro fax, que oficializa dicha voluntad por escrito, enviado el 15 de mayo).

“Los miembros del Consejo teníamos constancia del desánimo de José Miguel al no verse capaz de liderar un proyecto de trabajo, tras casi un año y medio de gestiones de traslado y de mejora en los procesos de trabajo de la central; pero, en reuniones que tuvimos con él, y hasta las fechas que te traslado, no teníamos una constancia oficial de su dimisión, y lógicamente mientras esto es así, para nosotros era nuestro interlocutor válido, y así me refiero yo a ello cuando nos solicitas la realización de una entrevista en la cual me pedías que acudiese a Madrid, y lo cual me era imposible por encontrarme fuera de España.

No debo ni deseo hacer declaraciones de una marcha que aún no se ha producido de manera efectiva, estando nuestro desempeño como miembros del Consejo, en realizar una transición de la gerencia lo más ordenada posible en defensa de los intereses de todos los que formamos parte de GECORUSA.

Gecorusa, sigue

Otero lamenta la rumorología de disgregación del grupo, y entiende que las empresas son soberanas para decidir lo que hacen en el futuro, aunque considera que quizá ha habido

cierta precipitación en algunos casos. Otero afirma que en el Consejo de GECORUSA siempre han intentado buscar lo mejor para sus socios y, hasta que su Consejo no diga lo contrario, es un futuro que sigue adelante, pese a la marcha de algunos de sus integrantes que, como nos matizaba, deberán resolver las cuestiones pendientes que quedan tras abandonar la estructura, en lo que a su vinculación societaria respecta.

A partir de ahí, si bien se ha escuchado siempre cualquier propuesta para determinar si era viable o no para GECORUSA, no hay una voluntad de desmembramiento:

“El criterio de defensa de los intereses de todos los que formamos parte de esta estructura, es el que marcará el futuro de GECORUSA como grupo de compras del sector del recambio multimarca. El plan estratégico que se pautará a futuro, defenderá los intereses de todos sus componentes, en base a los criterios que permitan mejorar en funcionamiento y en profesionalidad operativa de la central hacia sus socios.

El traslado de la central de Bilbao a Madrid ha buscado esa mejora operativa, y no ha sido algo fácil, y ha marcado la situación actual del grupo, pero seguimos trabajando en ello a pesar de los inconvenientes y situaciones que la central está viviendo en este periodo.

Ese objetivo es bajo el que se mueven los miembros del Consejo de Administración y en ello seguiremos trabajando, teniendo que salvar los obstáculos que vayan surgiendo, la gestión de empresas es así y en esas premisas son en las que nos movemos. Las decisiones futuras de GECORUSA, serán adoptadas pensando en el beneficio de sus socios y en el trabajo con los proveedores que en todo momento nos demuestran sus apoyo en sus negociaciones.” ●

www.gecorusa.com

LA CREACIÓN DE MICRO-EVENTOS,
ES UNA OPCIÓN MÁS, "A MEDIDA"

MOTORTEC A.I. 2013 FARO



Un evento como herramienta generadora y multiplicadora de oportunidades comerciales; un evento creado con la ilusión de mostrar al mundo la fortaleza y capacidad de un sector: el sector posventa.

Y este mensaje, que ilusionó en 2011, es el que ha calado entre muchos de los que repiten en 2013. Les preguntamos a algunas compañías que han confirmado su presencia sobre la opinión que les mereció la gestión de la dirección en la pasada edición.

¿2011?, bien, gracias

Ricardo Crespo, responsable de marketing de **Impormovil** nos comentaba: "La edición del 2011 fue marcada por la incertidumbre del sector hacia las ferias en general y además se le añadió el ingrediente de Zaragoza como alternativa.

Lo que mejor hizo la directiva del evento fue mostrarse disponibles, cercanos y dedicar tiempo a explicar de manera individual y en determinados foros del sector que la feria era una oportunidad de trabajo.

Generaron una llama de esperanza para que las empresas participantes se preguntaran "Que

puedo hacer yo en la feria' más que 'Que hace la feria por mí' Acudieron las principales marcas y distribuidores del país, los medios profesionales del sector y se organizaron eventos anexos al certamen. Sin entrar en matices o puntos a mejorar, que siempre los hay, mi valoración como la de otros participantes con los que hablé fue bastante positiva. Se dio el primer paso de lo que esperamos todos sea un largo recorrido."

Para **Carlos López**, director de ventas de **Launch Ibérica**, "la valoración es de mejora significativa, la directiva ha demostrado una mayor implicación y sensibilidad, dando como resultado una feria más interesante para el visitante y expositor, en comparación con años anteriores."

Qué efectos tiene participar en la feria es visto por **Crespo** de la siguiente forma: "creo que una feria no cambia tu posición en el mercado, no se mejoran las ventajas competitivas de tu negocio y tampoco creo que la

asistencia a una feria se deba medir con el resultado de la venta de los siguientes días o por el número de pedidos que has realizado en el stand. Pero lo que sí cambia de manera intangible es la percepción de los que ven tu stand entre las empresas punteras del sector. Importadores, proveedores, clientes y competidores. Se realizaron pedidos, se dieron a conocer productos a nuestros clientes, se establecieron contactos con talleres que terminaron uniéndose a la red Autofit y en definitiva se hizo más por el negocio que si hubiéramos estado en casa o en el campo pasando el fin de semana."

Los resultados 2011 fueron valorados por **López** de la siguiente forma: "En general fueron buenos, aunque a nivel de negocio es difícil de tangibilizar, las visitas de talleres y distribuidores fueron las previstas. Eso sí, por nuestra parte hubo un trabajo previo de seguimiento y comunicación muy importante, el cual se sumó al realizado por la feria."

Sobre la eficacia de los faros

Hace poco tiempo tuve la oportunidad de escuchar a **Ferran Ramón Cortés**, excelente conferenciante, que explicaba las 5 Claves de la Comunicación, basándose en la particularidad y eficacia de los faros:

1.- Mantener siempre un único mensaje sólido, permanente, único, valioso y relevante.

Motortec Automechanika Ibérica es la fiesta comercial por excelencia del sector de la posventa.

2.- Su luz es inequívoca, brilla con fuerza y magia.

Motortec Automechanika Ibérica es la historia de empresas que tienen la fuerza y dinamismo de un sector que apuesta por crecer e innovar de forma constante. Un sector de personas y empresas muy estructurado, y con la ilusión de mostrar al mundo su fortaleza y capacidad.

3.- Utilizan un lenguaje sencillo y eficiente para que los navegantes lo entiendan.

Motortec Automechanika Ibérica es una herramienta comercial generadora y multiplicadora de oportunidades comerciales. Sin más.

4.- Cada faro tiene su propio código de luz, con sus sentimientos. Solo si comunicamos lo que sentimos, somos capaces de llegar.

Motortec Automechanika Ibérica es y será el fruto de la ilusión, ganas de trabajar, de la cultura del esfuerzo, de aportar al sector y a cada empresa, de voluntad real de ser socios y servir, de reinvertir para generar tráfico al taller, de una institución y de las personas que trabajan dentro.

5.- El faro solo informa, no tiene que convencer, no empuja,...solo invita a seguir un camino al navegante.

Motortec Automechanika Ibérica no tiene porque ser la solución o herramienta que necesitan todas las empresas. Solo dibujamos el marco de oportunidades comerciales sectoriales para quien las quiera utilizar. Esta próxima edición de la feria funcionará comercialmente para quien esté; esté quien esté.

 www.ifema.es/ferias/motortec/default.html



Raúl Calleja
Director de Motortec
Automechanika
Ibérica 2013

motortec automechanika IBÉRICA

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



Arranca tu motor de negocios

motortec-automechanika-iberica.com

Con Licencia de:

 messe frankfurt


IFEMA
Feria de Madrid

Camino a 2013

Esa percepción y resultados han supuesto que ambas empresas se planteen su participación en 2013. Para **Impormóvil**, "Nos planteamos la asistencia por dos tipos de motivos, en el lado intangible porque no queremos caer en el desánimo catastrofista y cómodo de no hacer nada para no invertir/arriesgar nada y creemos que este tipo de acciones reactivan el tejido comercial de la empresa. enfocaremos en fidelizar clientes y reforzar la Imagen de marca. Y por otro lado, lanzamiento de nuevos productos y mostrarnos a colaboraciones para nuevos mercados. Queremos seguir construyendo una marca fuerte que viene participando en la feria de Madrid desde sus comienzos, y esperamos contar con la visita de nuestros clientes y colaboradores de la misma manera que esperamos visitar a proveedores y futuros colaboradores. En estos momentos, solamente trabajamos la parte de tormenta de ideas y primeros posibles escenarios, ya tendremos tiempo una vez adjudicados los stands de acelerar la máquina, para concretar algo que siga en la línea del último año, novedades, fidelización e imagen de marca." Y **Carlos López** nos dice: "en nuestra compañía creemos que debemos de estar en todos los eventos importantes del sector, para aportar nuestro granito de arena en la dinamización del mercado y no cabe duda que Motortec A.I. es uno de ellos. actualmente estamos reflexionando en el enfoque y la forma de plantear el evento: realizaremos un número importante de acciones y presentaremos unas cuantas novedades; nuestro objetivo es Incrementar las visitas de talleres y distribuidores, junto al volumen de negocio."

"Micro ferias"

Entre las novedades de la feria, destacan la creación de "micro ferias" dentro del gran paraguas que supone Motortec A.I.; quisimos que las dos compañías lo valorasen. **Ricardo Crespo** nos comentaba: "En mi opinión, las micro ferias, como yo las entiendo, benefician al visitante, ya que va directamente al pabellón que busca para ver o comprar algo determinado por lo que muestra interés. Sin embargo, hace que este visitante no perciba el resto de mensajes y propuestas del servicio o producto del resto de expositores en diferentes pabellones. A los distribuidores generalistas como nosotros, nos cuesta atraer a ese visitante que se tira todo el día en el pabellón de equipamiento viendo y probando máquinas. Aunque si es un cliente amigo, al final terminará tomando una cerveza en nuestro stand." **Carlos López** fue algo más crítico: "no estamos informados de dicha iniciativa, esto demuestra que sigue habiendo una falta de comunicación en algunos aspectos."



Launch Ibérica, volverán a Madrid.



Impormóvil, distribuidores que repiten presencia en Motortec A.I.

Ferias en la posventa... ¿Sí o no?

Ricardo Crespo lo ve así: "Posventa' es una palabra muy amplia, para algunos actores no será tan necesario o importante asistir, para otros que quieran venir, implantarse aquí o seguir ejerciendo la posición de liderazgo que tienen en este mercado es un buen lugar para hacerlo, ahora bien entiendo que incluso siendo interesante haya quién decide invertir en otros asuntos. En mi opinión personal, sí son un elemento importante porque permiten aglutinar a los principales actores del sector en los mismos días en el mismo lugar, sin tenernos que ir al extranjero.

Internet, envío masivo de publicidad, viajes de incentivos, promociones, etc, también existen para los expositores, no se trata de elegir una cosa o la otra, se trata de ponderar costes y enfocarse en lo que puedas y si es en todo lo relacionado con el sector, pues mejor. En una feria los que solo se rigen por ratios cortoplacis-

tas nunca ven sus objetivos cumplidos."

Para **Carlos López**: "Sin ninguna duda, las ferias dinamizan el sector y aportan un valor añadido al mercado, generando puntos de encuentro entre el fabricante, distribuidor y taller, siendo un foro de debate entre los distintos implicados. Este debe de ser el fin, la prioridad y la esencia de los organizadores de una feria, mientras esto se mantenga por encima del mero hecho de vender metros cuadrados, las ferias funcionarán.

La última edición de Motortec cumplió con las expectativas, pero todavía está lejos del nivel al que todos creemos que puede llegar, esta edición es una buena oportunidad para que los organizadores de la feria demuestren que están capacitados para capitanear este barco, las condiciones no son las mejores, pero esto también puede ser una oportunidad para cambiar ciertas tendencias negativas." ●

📍 www.impormovil.es
www.launchiberica.com



Una vez más, EuroTaller lleva adelante los EuroPremium 2012, una actividad que se enmarca dentro de las que llevan a cabo en la Acción de Imagen Global y Compromiso de Marca. La prensa realizó las votaciones

LOS PREMIADOS SE DARÁN A CONOCER EN UNA GALA A CELEBRAR EL PRÓXIMO 29 DE JUNIO EN MADRID.

EuroPremium

los 10 mejores de la red EuroTaller

El objetivo de EuroPremium es reconocer a los 10 mejores EuroTaller de los 800 de la red, realizando una presentación de candidaturas (propuestas por los 32 coordinadores de zona de la red), pre-seleccionadas por Group Auto Union y los proveedores fabricantes de componentes que participan y apoyan esta acción, de las que resultaron candidatos 32 valorados por los miembros de la prensa especializada (a partir del estudio de la documentación) y por los fabricantes, mediante una visita directa por parte de sus comerciales.

Los cruces de votaciones entre fabricantes y prensa supondrán la elección de los 10 EuroPremium 2012, cuyo resultado se presentará en una cena de gala a celebrar el próximo 29 de junio.

Una red que crece

Durante la reunión previa a las votaciones, Carlos Calleja, su director de expansión nos daba a conocer la actualidad de esta enseña que ha ido creciendo hasta alcanzar los 800 puntos, fruto de la incorporación de diferentes profesionales reparadores de la red secundaria de los marquisistas (que buscan una estructura lo más parecida a la de los concesionarios), o algún concesionario que pretende abrir una nueva línea de negocio en el canal multimarca y lo hace a través de la enseña. Más documentación, soporte 2.0

La red cuenta con cada vez más documentación como un book de elementos de imagen o un book adicional de fichas de formación comercial (formación que se inició el pasado año) y que comple-

menta a la formación de la web, habiendo sido formadas ya 650 profesionales en una primera oleada (3 módulos) esperando que el siguiente (antes del verano) llegue a 700 profesionales. También se ha ampliado el Manual de red con más documentación explicativa sobre los acuerdos con ATISAE, Centro Zaragoza, Centros de Formación, Servicios, etc. contándose con un test de autoevaluación de imagen (elementos obligatorios, recomendados, accesorios). Para que los Coordinadores dispongan de ello se ha creado una carpeta portátil en formato atril, para realizar las presentaciones y todo ello se ha incorporado a una Tablet para cada uno de ellos con un software que unifica la documentación y unifica las bases de datos, pudiéndose realizar auditorías inmediatas (auditorías express), modificaciones de datos, e implementación de los datos de los proveedores de formación, e interconexión a la web, entre otras utilidades que se pondrán en marcha antes de final de año.

Calleja nos comentaba: *“esta herramienta nos supone un gran esfuerzo puertas adentro, pero consideramos que supondrá una notable agilización para cualquier tipo de acción y para poder interactuar mejor con el taller; estamos muy ilusionados con las oportunidades nuevas que genera el negocio, y con la buena recepción, por parte de los miembros de la red, de todas las herramientas que les ayudan a presentarse ante los usuarios finales y aseguradoras como la opción en el mercado de reparación.”*

Este formato será introducido en 2013 en TopTruck e InterTaller, las otras dos enseñas del Grupo.

Eurocopa, la promo de Eurotaller

Para incentivar el consumo, se ha creado una campaña en la que se pretende lograr notoriedad entre el conductor, a través del taller y del distribuidor, realizándose una “porra” de resultados cuyos aciertos se verán premiados con un catálogo de regalos a elegir; se creará una App, y se van a poder consultar las promociones. ●

www.eurotaller.com



El esfuerzo en la central por crear un software potente que pueda agilizar las informaciones y herramientas creadas para la red es muy alto.

La red tiene ya 800 miembros, y sigue en expansión.



El catálogo de imagen, presentado por Carlos Calleja, dentro de la documentación preparada para la red, en la que se incluye una carpeta portátil y una Tablet para los coordinadores.

La prensa especializada realizó sus votaciones en dos grupos; fruto del cruce de estas votaciones con las de los fabricantes, se elegirán los 10 mejores de la red este 2012.



De izquierda a derecha, Pablo Llorente, Chaterine Chatellard y Manel Real, responsable de formación en España, directora de márketing y director de ventas de ContiTech España respectivamente.

CONTITECH NOS EXPLICÓ SU PROGRAMA DE FORMACIÓN 2012

Cuestión de calidad

ContiTech convocó a MRyT para explicarnos el programa de formación de este año y conversar con el responsable de formación para España, Pablo Llorente, un alemán hijo de inmigrantes españoles con 27 años de experiencia en el grupo Continental y que imparte los cursos de forma muy amena haciendo participar activamente a los distribuidores o talleres asistentes.

ContiTech apuesta por la **formación** ya que es consciente que, tanto sus distribuidores como los talleres que instalan sus correas deben estar al día sobre la última tecnología aplicada en los modelos de automóviles de nueva generación que “entran” en la posventa. Nos explicaron ésta y otras cuestiones **Manel Real**, **Catherine Chatellard** y **Pablo Llorente**, director comercial, directora de márketing y responsable de formación para España de **ContiTech España** respectivamente.

La apuesta por la formación es consecuencia de que los talleres ya no pueden trabajar como antes, ¿no?

P.LI.- Es evidente que los talleres deben estar al día a nivel tecnológico. Pero también los distribuidores, deben conocer los avances tecnológicos y transmitir estos conocimientos a sus clientes, que son los talleres. Deben ejercer la función de concienciar a los talleres de la gran profusión de tecnología en los vehículos actuales. Y claro, deben animarles a realizar cursos y a que asistan a las reuniones formativas que realiza ContiTech.

M.R.- Los distribuidores no deben únicamente transmitir la información, deberían tener capacidad de atender el teléfono, resolver dudas telefónicamente, ejercer funciones de Call Center. Por eso desde ContiTech apostamos por formar al taller pero también al distribuidor, al que está en contacto con el taller.

Durante las sesiones formativas, ¿qué necesidades identifica en el taller?, ¿cuáles son sus principales dudas?, ¿Qué actitud tienen en las sesiones informativas que organizan?

P.LI.- A los talleres les cuesta preguntar, durante la sesión suelen estar callados y no intervienen. No dicen nada hasta que no llegan los ruegos y preguntas. Cuando haces preguntas a la audiencia nadie se atreve a contestar por lo que te quedas con la duda de si las sabían o no. En este sentido, las sesiones van bien para refrescar la memoria. Por norma general, hay un tercio de los asistentes que está bien informado, otro tercio que tenían necesidad de renovar la información y un último tercio que, por edad o actitud, no tenía esta información. En los talleres multimarca la información aún es más funda-

mental por la profusión de modelos de los que, obviamente, no se puede tener información de todos. Un servicio oficial no tiene esta desventaja, tiene la información técnica de su marca al alcance. A los talleres les inculcamos que disponer de la información técnica es fundamental. En la práctica, se encuentran que desmontan la correa vieja y cuando montan la nueva algo no encaja o se oye un ruido. Entonces es cuando requiere información pero ya es tarde, porque ya se desmontado, ya se ha perdido tiempo. Con las tiendas de recambio también hablamos sobre esta cuestión, les explicamos que el taller debe actualizarse técnicamente, que necesita informaciones actuales y no información de hace cinco o diez años. Son los talleres los que deben subirse al tren de la información técnica y no esperar que alguien se la suministre.

El programa de formación de ContiTech tiene dos vertientes, la formación a los distribuidores y a los talleres, ¿cómo las coordinan?, ¿primero se imparte formación al distribuidor y éste, una vez formado, elige a algunos talleres clientes para que reciban, así mismo, formación técnica?

C.Ch.- Suele ser así. Programamos con antelación las visitas de Pablo a España. Lo tenemos ocho semanas al año y en este tiempo se organizan las sesiones informativas abarcando el máximo de cobertura geográfica.

¿Qué objetivos se ha marcado ContiTech a nivel de formación para este 2012?

C.Ch.- Varía en función si la impartimos para tiendas o talleres pero cada vez más profesionales de la posventa se forman con ContiTech. Este año tenemos previsto impartir formación a unos 1.200 profesionales solo en España. No olvidemos que en Portugal también se está intensificando esta actividad que allí la desarrolla un formador que procede de Brasil, por cuestiones del idioma.

M.R.- Para nosotros no es una cuestión de cantidad sino de calidad. Nuestro objetivo es que los profesionales, tiendas o talleres, que tras acudir a nuestras sesiones informativas, extraigan conclusiones positivas, que valoren que ha merecido la pena, que la formación recibida sea provechosa. Obviamente, si a la ca-

lidad le sumamos cantidad, mucho mejor pero no nos marcamos como objetivo el formar al máximo número de personas sino impartir una buena formación con sentido práctico y que sea realmente útil, tanto a tiendas como a talleres.

¿En qué consiste el temario?

P.LI.- Varía en función del destinatario. La formación a las tiendas es menos técnica aportándole más argumentos de ventas. Con ellas, el objetivo es proporcionarles los medios para que convezan a los talleres para que acudan a las sesiones informativas, mentalizarles de que en estas sesiones informativas no se les va a “vender” nada, tienen un marcado carácter técnico. Por eso en ellas apenas hablamos de nuestra compañía (solo un 10%), el 90% restante es información técnica de utilidad para su labor diaria. Les enseñamos instrucciones, consejos y trucos para el montaje y desmontaje de las correas, conocerlas a fondo para impedir que cometan fallos a la hora de instalarla.

¿Qué valoración hacen de las sesiones informativas realizadas hasta ahora?

M.R.- Catherine y yo solo hacemos la introducción para posteriormente presentar a Pablo que es quien realiza la parte más importante y formativa de la sesión. Tras su intervención, se plantean las dudas y preguntas. Tenemos la suerte de que Pablo no se limita a pasar unas diapositivas y realizar una explicación teórica, él hace participar al taller, les hace preguntas directas, les plantea dudas que surgen en el día a día. Al principio se sorprenden los asistentes pero enseguida asumen esta dinámica, se relajan y también se vuelven más participativos atreviéndose a preguntar y a plantear dudas. Estos es muy positivos porque el hecho de exponer en público dudas y cuestiones hace que el resto de asistentes también las escuchen y puedan también extraer soluciones o constatar que estas dudas también las han tenido ellos. En cualquier caso, volviendo a la pregunta, hemos salido satisfechos en la mayoría de sesiones informativas celebradas.

Además de las sesiones informativas, ContiTech pone a disposición del taller otras herramientas y medios que le pueden servir de ayuda en su labor diaria como la página web, el catálogo, el centro de información..., ¿están interconectados?, ¿cómo los pueden usar vuestros clientes?

M.R.- No hay una relación directa entre una consulta realizada por un taller en nuestra web y que dicha consulta le llegue a su distribuidor para que le dé una solución. En este sentido no estar interconectados aunque en ContiTech atendemos todas las consultas. Conviene subrayar que somos una de las pocas compañías que tenemos una página web abierta a todo el mundo mostrando toda la oferta Continental, la actualidad del grupo, etc. Además los usuarios pueden hacer sugerencias, tanto en la web general del grupo como en la específica de cada país. Todas las consultas que llegan a ContiTech se transmiten a los técnicos que, en más o menos tiempo, dan cumplida respuesta. Y de todas las sugerencias, dudas e incluso críticas sacamos partido porque consideramos que nos ayudan a mejorar.

Desde ContiTech ¿se percibe que en las zonas donde se imparten las sesiones informativas se reactivan las ventas de sus productos?

C.C.- Cuando impartimos formación la prioridad es la formación. Más que incrementar el volumen de ventas nos importa que valoren ContiTech y todo lo que ofrece a nivel técnico y de producto.

Siguiendo con las ventas, ¿cómo se están comportando este año?, ¿está cumpliendo ContiTech sus expectativas?

M.R.- Para nosotros está siendo un año positivo. Estamos cumpliendo los objetivos planificados, no sin dificultad, porque la situación del mercado es muy compleja, pero los objetivos se están cumpliendo. Además, y muy importante, estamos alcanzando nuevos acuerdos comerciales y sumando nuevos clientes manteniendo la base sólida de los clientes que ya habían apostado por ContiTech. Esto indica que vamos por el camino correcto, cumplimos objetivos de ventas y, además, sumamos nuevos clientes. Y esto en un momento difícil porque para los distribuidores añadir un nuevo proveedor, una nueva marca, duplicar stocks o invertir es muy complicado. Creemos que el equipo de ContiTech en España está trabajando bien. Detrás de cada acuerdo comercial, que suelen ser a largo plazo y queda todo muy claro y estipulado, hay un gran trabajo de los diferentes departamentos (marketing, valoración) y en calidad, servicio, formación, etc.

P.LI.- Al hilo de la formación, ésta es fundamental. Por tal motivo, no solo ContiTech sino todo el grupo Continental proporciona formación e información a través de cursos, documentación técnica, etc. y no solo de las correas, también de los frenos **ATE**, los neumáticos **Continental**, etc. En definitiva, no se trata solo de vender un producto sino vender también un servicio para los clientes.



Manel Real, director de ventas.



Pablo Llorente, responsable de formación.



Catherine Chatellard, directora de marketing.



Las sesiones informativas de ContiTech

ContiTech España realiza **sesiones informativas** de unas **dos horas y media** en las que convoca, bien a **distribuidores** o a **talleres**. En estas sesiones se abordan los siguientes puntos: en primer lugar, normalmente Chaterine Chatellard y Manel Real, describen brevemente la **actividad grupo Continental**. A continuación, el responsable de formación, Pablo Llorente profundiza en la parte técnica (90% de la sesión): explica detalles técnicos de los **productos ContiTech**, describe el **uso adecuado de la correa**, apunta a algunas **observaciones** sobre los **motores**, da una serie de **consejos de seguridad** a la hora de realizar el montaje de la correa y, finalmente, proporciona importantes **consejos para evitar fallos en el montaje**.

Estas sesiones son itinerantes por todo el territorio español y, dependiendo si se dirigen a distribuidores o a talleres, tienen un carácter más comercial o más técnico. Tres son los objetivos de estas sesiones informativas: informar de las nuevas tecnologías y de lo que nos espera en cuanto a progreso técnico; transmitir conocimiento y reducir fallos en la operación del cambio de las correas y sus componentes.

Pablo Llorente, en plena acción durante una sesión informativa celebrada el año pasado en las instalaciones de Recambios Gaudí en Parets del Vallès (Barcelona).

Han mencionado que los tiempos son complejos, ¿influyen en la actividad diaria de ContiTech?

C.Ch.- Se nota. Por ejemplo, las campañas promocionales son más periódicas y tienen un carácter más práctico. También, para asegurarnos el éxito, las hacemos más personalizadas, adaptadas a lo que quiere el taller porque si no no se va a sumar. El distribuidor ahora se adapta más a las necesidades de sus clientes los talleres.

M.R.- Creo que el departamento de marketing de ContiTech está haciendo lo correcto. Está realizando acciones muy específicas y orientadas a atraer el interés de los talleres. El departamento también está optimizando recursos, por ejemplo, compartiendo gastos los departamentos de marketing español y portugués. El lado bueno de la crisis es que ha servido para darnos cuenta de que no se puede dar absolutamente todo sin nada a cambio.

Volviendo a la formación, uno de vuestros proyectos es realizar acciones formativas a grupos más reducidos, más personalizadas...

C.Ch.- Ya se está haciendo en Alemania y aspiramos hacerlo en España. Consiste en una formación con la que nosotros nos desplazamos a casa de los clientes. La logística es la cuestión clave porque nos presentamos con cinco motores sobre los que se trabaja y se necesita un espacio.

P.LI.- Efectivamente, necesitamos espacio para colocar y exponer los motores sobre los que luego los clientes que reciben la formación intervendrán desmontándolos, instalando un kit, etc. Como ha comentado Chaterine, esta acción formativa la llevamos desarrollando hace años en Alemania y consiste

en que, si un taller quiere recibir formación de ContiTech, nosotros nos desplazamos a sus instalaciones con una furgoneta, con los motores y le impartimos un curso práctico de un día. Obviamente, con esta iniciativa nos adaptamos a las necesidades de los talleres.

Por último, no nos podemos olvidar del usuario final, que consecuencia de la coyuntura económica, lleva menos su coche al taller y, aún más importante, ha reducido su presupuesto para el mantenimiento del automóvil que lo ha alargado en el tiempo. ¿Cómo le afecta todo esto a ContiTech?

M.R.- La correa es de los productos que menos sufre esta situación. Los conductores, incluso los que tienen menos información o conocimientos técnicos, conocen la importancia de la correa de distribución y sus nefastas consecuencias en caso de rotura por lo que no se plantean no cambiar la correa cuando su taller de confianza se lo indica. Al hilo del taller, el profesional de la reparación ha hecho un gran trabajo de concienciación durante estos años transmitiendo que las correas, los tensores, los kits de distribución son importantes y se deben sustituir cuando corresponde.

En cambio, me preocupa más el hecho de que estamos vendiendo la misma cantidad de unidades, o incluso creciendo un 1 o un 2 por ciento y estamos facturando menos. Es decir, le estamos restando valor al producto, valor neto, lo que siempre es negativo y más ahora en tiempos de crisis en los que no va a aumentar el número de unidades vendidas. ●

📍 www.contitech.es
www.conti-online.com





31

Noticias

33

Noticias
CESVIMAP

34

Actualidad:
centro de entrena-
miento móvil
"3M on the Road"

35

Eventos:
simposio
IBIS 2012

36

Actualidad:
nuevos abrasivos
Reauxi

40

Informe:
consumibles y
anexos

NOTICIAS

RECOMIENDA CAMBIAR LOS FLUORESCENTES CADA 10.000 HORAS DE USO

CONSEJOS STANDOX SOBRE LA ILUMINACIÓN DEL TALLER

En aras de evitar la pérdida de potencia del sistema de iluminación del taller y que el profesional del repintado siempre trabaje en las mejores condiciones de luz, **Standex** recomienda **sustituir las lámparas fluorescentes tras 10.000 horas de funcionamiento**, aproximadamente cada **cinco o diez años en función de las horas de trabajo**. Las lámparas portátiles también deberían ser revisadas periódicamente y Standox recomienda que sean de calidad. Hasta el 90 por ciento de la información se percibe a través de la vista. Y como la luz sirve como portador de información, es importante que en el taller se combine el uso de luz natural y luz artificial. El color de la luz también tiene un impacto directo en los empleados y en su trabajo, ya que la percepción del color cambia

dependiendo del contenido blanco, rojo o azul de la luz disponible. La luz también es un factor importante a la hora de calcular el coste de una reparación, para valorar correctamente el daño y la cantidad de trabajo necesario. El vehículo debe estar iluminado de forma uniforme por todos los lados, evitando las sombras duras. Pero solo con esto no basta. Para igualar el color con exactitud, éste se ha de reproducir de forma fiel al original, y ello requiere una luz cuyas propiedades sean lo más parecidas posible a la luz de día natural. Debería tener una temperatura del color de entre 5.300 y 6.500 Kelvin y una composición espectral igual que la luz solar. Los talleres normalmente utilizan lámparas fluorescentes de color 965 (blanco luz diurna). En resumen: un buen sistema de iluminación no solo ayuda a evitar errores y tener que repetir un trabajo (con el consiguiente coste que esto implica), sino que además puede ayudar a prevenir accidentes y riesgos para la salud. ◀

www.standex.es



UN SISTEMA DE ELIMINADO DE PULVERIZADOS

BOSSAUTO LANZA EL NANOSKIN AUTOSCRUB

Desde La Roca del Vallès (Barcelona) llega lo último de **Bossauto**, el **Nanoskin Autoscrub**, un sistema de eliminado de pulverizados que, gracias a su tecnología de polímeros de caucho, trabaja rápido y permite obtener resultados profesionales. **Nanoskin** es una marca distribuida en exclusiva en España por Bossauto. El Nanoskin Autoscrub se compone de dos elementos, unos **discos especiales** que se incorporan a la lijadora orbital tradicional y varios **productos químicos** que se aplican para eliminar fácilmente los pulverizados, resina, polvo, agentes químicos y otros elementos que se adhieran a la carrocería. Los discos aportan ventajas: no solo permiten ganar tiempo y calidad de acabados sino que, además, si se cae al suelo se puede limpiar cómodamente con agua sin riesgo de que quede polvo o arena en el mismo y pueda rayar la carrocería. Así mismo, el disco se desliza sin esfuerzo (la aplicación deber realizarse sin presionar el disco), lo que permite un manejo fácil y controlado lo que contrasta con la utilización de barras de arcilla, con las que constantemente se tiene que reparar. Como complemento a los discos, Nanoskin y Bossauto comercializan el lubricante y desengrasante **Glide** y el lubricante protector **Nano Shock**. El Glide elimina impurezas y agentes contaminantes de la carrocería mientras se desliza el disco. El Nano Shock es una cera protectora cuya tecnología avanzada de polímeros hidrófilos, además de lubricar y proteger, alisa la superficie del coche, repele el agua, aumenta el brillo, disipa la electricidad estática y aporta una protección adicional. El sistema Nanoskin Autoscrub se completa con los productos **Rain** y **Smooth**. El primero de ellos es un sellador de vidrio que, aplicado en el parabrisas y en las ventanillas, proporciona un recubrimiento duradero e invisible que repele la lluvia, el aguanieve y la nieve. Por su parte, el Smooth es un lubricante para la aplicación de las barras de arcilla que mejora el brillo y se puede utilizar en vidrios y plásticos. ◀

www.bossauto.com



LLA IMPRIMACIÓN-APAREJO 285-270 Y EL ENDURECEDOR 929-58

NOVEDADES GLASURIT

Lo último de **Glasurit** para los profesionales del repintado son dos nuevos productos, la **imprimación-aparejo Pro Glasurit 285-270** y el **endurecedor Pro Glasurit 929-58**. Combinados, protegen contra la corrosión gracias a la tecnología epoxi y proporcionan las excelentes propiedades de las imprimaciones aparejo HS de dos componentes. El resultado final es una mayor rentabilidad para el taller porque la imprimación aparejo se aplica directamente al metal ahorrando, por tanto, material y todo un paso de trabajo. Además, se consigue una base lijable para el repintado de alta calidad.

En cuanto a modo de empleo de estas dos novedades de la marca de **BASF Coatings**, la imprimación-aparejo se aplica directamente sobre el metal, lo que ahorra todo un paso de trabajo y material, además de no tener que limpiar la pistola después de aplicar la imprimación. Así mismo, se puede usar tanto en el lijado en húmedo como en seco. ◀

www.glasurit.com



CON LOS NUEVOS PANELES ENDOTÉRMICOS O PLACAS RADIANTES SURYA

BLACKNORD AYUDA A AHORRAR AL TALLER

Lo último de **Blacknord** ayuda a reducir costes al taller. Se trata de los **paneles endotérmicos** o **placas radiantes Surya**, representados en exclusiva por la firma viguesa, que instalados en las cabinas de pintura, permite eliminar la caldera de gasóleo con el correspondiente ahorro (35 euros se gasta de media de gasóleo frente a los 4 euros en corriente eléctrica). Así mismo, permite reducir tiempos sin necesidad de modificar el sistema de trabajo, mejora la calidad del acabado, no generan emisiones de CO2 y ayuda a eliminar ruidos, suciedades y olores.

Los paneles endotérmicos o placas radiantes se pueden instalar en cualquier tipo de cabina, nueva o antigua, se alimentan con la electricidad, no requieren de mantenimiento, son sencillas de manejar, permite trabajar con pintura base agua o disolvente, no necesitan quemador, local para la caldera ni certificado de prevención de incendios y se amortizan con el ahorro de energía que proporcionan amén de mejorar la calidad del trabajo. Los paneles se presentan con un chasis de aluminio y un marco de perfil también de aluminio de alta resistencia. Se fijan con tornillos y el interior cuenta con un aislamiento térmico de alta densidad de lana de roca. ◀

 www.blacknord.com



EL FABRICANTE DE PINTURAS ESTRENA IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA

BERNARDO ECENARRO AHORA ES BESA

BESA es el nuevo nombre de la marca de pinturas del fabricante español **Bernardo Ecenarro** que ha emprendido una nueva etapa marcada por la adopción de una **nueva imagen** más moderna para todos sus **elementos corporativos**: logotipo, envases, nombre comercial, etc. La internacionalización de la empresa y la adaptación a los nuevos tiempos han motivado esta nueva estética que se generalizará a partir de mayo con el lanzamiento de los **nuevos envases** y una **página web** completamente renovada que se unirán al nuevo nombre y logotipo. Así mismo, los clientes recibirán próximamente un magazine en el que se les presentará la nueva imagen corporativa.

La nueva página web también merece especial mención. Diseñada acorde con la nueva identidad pero remarcando los valores de la firma de Elgóibar (Gipuzkoa) proporcionará toda la información sobre su gama de productos e iniciativas empresariales y los clientes dispondrán de un área privada desde donde podrán descargarse la información relacionada con los productos o herramientas adquiridas. Desde Besa aseguran que también será más accesible e intuitiva. ◀

 www.bernardoecenarro.com

Breves

Mirka tiene **nueva página web**. Más fácil de navegar por ella, un menú principal muestra los grupos de producto que ofrece la firma de Sant Andreu de la Barca (Barcelona): abrasivos, pulido, máquinas, accesorios, químicos y reacondicionamiento. Clicando en cualquiera de estos apartados, la web nos adentra en una amplia gama de productos de los que describe sus principales características toda vez que van acompañados de su imagen correspondiente. Otras secciones y contenidos de interés del portal son: eventos, descarga de manuales, despieces, fichas de seguridad, etc. ◀

 www.mirka.com

LLEGAN A ESPAÑA A TRAVÉS DE LA COSLADENA INSTALACIONES FMG

NUEVAS PISTOLAS DE PINTURA ANI 150 H2

Instalaciones FMG, firma importadora del fabricante de pistolas de pintura **Ani**, ya comercializa lo último de esta firma italiana, las nuevas pistolas **Ani 150 H2** cuya principal característica es que poseen más capacidad de transferencia que las HVLP.

Tres son los nuevos modelos en liza, el alto de gama **150** (en la imagen), el ideal para usos en bases y aparejos **F150** y el **R150** para retoques y el repintado de pequeñas piezas. Fabricadas con materiales de alta calidad y compatibles con cualquier tipo y marca de producto, se benefician de la tecnología HPS que proporciona una excelente atomizado, incluso trabajando a presiones de entrada mucho menores a las habituales, y una mejor capacidad de transferencia de material. Mientras una pistola HVLP convencional alcanza una transferencia de un 65%, la **tecnología HPS** permite lograr hasta un 80% permitiendo al pintor ampliar su abanico de pintado más allá de los 40 centímetros de apertura con la consiguiente ganancia en tiempo y rentabilidad. Y pintando del mismo modo como lo haría una pistola convencional. Otra **tecnología** aplicada a estas pistolas es la **H2**. Consiste en un sistema que calienta el aire de la pistola elevando su temperatura y creando en su interior una zona que oscila entre los 20 y los 42°C. Con ello, se mejora el flujo de la boquilla y se reduce el shock térmico en la aplicación dando como resultado que se necesita menos producto para pintar la misma superficie y la aplicación es más homogénea reduciendo efectos no deseados como la "piel de naranja". Estas pistolas son neumáticas y los tres modelos pueden equiparse con manómetro y termómetro digital. ◀

 www.instalacionesfmg.es

INTERPUESTA POR CETRAA Y FACONAUTO EN RELACIÓN AL BAREMO DE PINTURA

DESESTIMADA LA DEMANDA A CENTRO ZARAGOZA

El consejo de la **Comisión Nacional de la Competencia** ha resuelto no incoar procedimiento sancionador y archivar las actuaciones seguidas en el expediente surgido de la **denuncia** interpuesta por **CETRAA** (Confederación Española de Talleres de Reparación de Automóviles y Afines) y **FACONAUTO** (Federación de Asociaciones de Concesionarios de la Automoción) ante dicha Comisión, en relación al **baremo de pintura de Centro Zaragoza**.

La decisión ha sido valorada muy positivamente por el Instituto de Investigación sobre Reparación de Vehículos que ha subrayado que su único objetivo es trabajar en las técnicas de reparación más eficaces y de calidad con criterios objetivos y transparentes. Centro Zaragoza, que durante este periodo ha seguido manteniendo el diálogo y la colaboración con organizaciones sectoriales, ha manifestado su voluntad de seguir en esta línea, ofreciendo, como siempre, su disposición al diálogo técnico con las entidades y profesionales del sector. Por su parte, las dos entidades reparadoras se hallan analizando el texto en profundidad, para decidir cuál va a ser su postura al respecto y las acciones que vayan o no a emprenderse. ◀

 www.centro-zaragoza.com
www.cetraa.com
www.faconauto.com



Técnicas de Comunicación y de Relaciones, nuevo libro de CESVIMAP

Los aspectos relativos a la comunicación y a las relaciones humanas que se establecen en la posventa de vehículos también son parte de la formación de los futuros profesionales. **CESVIMAP**, basado en su dilatada experiencia en el trato con clientes y proveedores en posventa de automoción ha editado un nuevo libro sobre el tema: **Técnicas de comunicación y de relaciones**, dirigido a los alumnos de formación profesional.

La pretensión de este libro es enseñar a establecer canales de comunicación efectivos con los clientes –internos y externos– de la empresa, describe qué destrezas ha de manifestar el recepcionista o profesional y pone de relieve la trascendental función de una gestión apropiada de las quejas o reclamaciones. La transmisión de una imagen de marca adecuada también reclama protagonismo en el texto. El taller ha de ser consciente de la idea que proyecta en su mercado, esforzándose porque su identidad sea reconocida por el público de la manera más favorable. Una buena imagen es el mejor argumento de venta. La obra se cierra con un capítulo dedicado a la calidad profesional del taller, en labores internas y externas. La implantación de un plan de calidad y de mejora continua contribuirá a la pervivencia y el crecimiento del negocio.

Es éste un libro de consulta que se asienta en la amplia experiencia de CESVIMAP como consultor y auditor de talleres. También puede ser de utilidad para profesionales del sector: recepcionistas de vehículos, responsables de las áreas de electromecánica, recambios o chapa y pintura; jefes de taller, encargados de ITV, peritos, etc.

Más información

PVP	15,60 eur (IVA y gastos de envío en península incluidos)
Nº de páginas	107
Color	Sí
Encuadernación	Rústica
Tamaño	19 x 27 cm
ISBN	978-84-9701-302-4
WEB	www.cesvitienda.com



Cesvi Recambios continúa fidelizando clientes con su programa de bonos

El programa "Bonos Cesvi Recambios" ofrece para los clientes que confían en **Cesvi Recambios**, una campaña de fidelización: por cada 100 euros de compra se obtiene el 10% del valor total en bonos descuento, reutilizables para la próxima compra. Así, un bono significa un euro de descuento para la próxima compra en el centro autorizado de tratamiento Cesvi Recambios. Con cada factura, se le enviará al cliente un extracto de su cuenta de bonos, con las condiciones periódicas en vigor, saldo y movimiento de bonos.

El canje de bonos correspondiente se realizará en la facturación de la siguiente compra efectuada por el cliente.

www.cesvitienda.com



El Centro de Entrenamiento Móvil "3M on the Road" es un vehículo configurado como un taller que da a conocer a los talleres de carrocería los procesos y soluciones 3M.

El Centro de Entrenamiento Móvil "3M on the Road" es un vehículo dotado con todos los procesos y soluciones 3M para la reparación del automóvil que se desplazará por diferentes puntos de su área de influencia para impartir formación, explicar las últimas novedades de la marca, asistir a ferias, etc. De momento, ya opera uno en la zona de Madrid y el 17 de mayo se presentó en Barcelona el que operará en Catalunya.



MÁS CERCA DE SUS TALLERES CLIENTES CON EL CENTRO DE ENTRENAMIENTO MÓVIL

3M sale a la carretera

Estar más cerca del taller, ahorrarle desplazamientos y aportarle servicio. Estos son los objetivos de la última iniciativa de 3M para sus clientes de la reparación del automóvil, el **Centro de Entrenamiento Móvil "3M on the Road"**, un vehículo dotado con todos los procesos y soluciones 3M para la reparación del automóvil. En otras palabras un taller móvil que se desplazará por diferentes puntos de la Península según su área de influencia y dará a conocer in situ y de manera interactiva los procesos y soluciones que 3M propone a los talleres de reparación de chapa y pintura.

Presentación en Barcelona

El pasado 17 de mayo se presentó en Barcelona el vehículo que operará en el área de Catalunya. A la presentación acudieron unas 150 personas, entre personal, distribuidores y talleres clientes de 3M. Hablamos allí con **Alberto Terol**, director de márketing de 3M Iberia, quien nos explicó que este vehículo está configurado como un taller móvil que, por ejemplo, facilitará la formación a sus talleres. Los distribuidores pueden convocar a sus talleres clientes a sus instalaciones, en una nave o incluso en un hotel y hasta allí se desplaza el Centro de Entrenamiento y realiza la formación, demostraciones, etc. Este taller móvil evitará muchos y más largos desplazamientos (con la consiguiente pérdida de tiempo y de horas de trabajo) a los talleres que trabajan con productos y soluciones 3M. A nivel peninsular, desde hace aproximadamente mes y medio opera un Centro de Entrenamiento en **Madrid**, ya está operativo el vehículo de **Barcelona** desde su presentación y, en breve, dispondrán de otro en la ciudad portuguesa de **Oporto**.

Miguel Sanz, director del Departamento de Automoción de 3M, intervino en la presentación y aportó cifras que confirman la enorme dimensión de esta gigante estadounidense, referencia en patentes, con casi 80.000 empleados en

todo el mundo y una facturación que en 2010 casi alcanzó los 27.000 millones de dólares. Sobre el Centro de Entrenamiento Móvil "3M on the Road", explicó que son 24 los vehículos que operan ya en todo el mundo y enumeró las actividades que realiza: sesiones informativas o clinics (los operativos realizan, de media, tres sesiones al mes a las que asisten unos quince talleres y unos 20-25 pintores o responsables de taller por sesión), auditorías de procesos en talleres clave (para mejorarlos), asistencia a eventos (ferias locales, convenciones de clientes, certámenes automovilísticos, etc.), entrenamientos a la fuerza de ventas de distribuidores y demostraciones de nuevos productos a talleres. Tras la parte teórica, los asistentes se dirigieron al Centro de Entrenamiento allí expuesto y fueron testigos de una demostración práctica de lo que puede realizar este vehículo. La demostración la dirigió **Albert Luna**, responsable de Catalunya de la división de Industria y Transporte de 3M Iberia, mientras que **Raúl González** fue el técnico que trabajó in situ sobre un capó y asesoró a los talleres más valientes que se atrevieron a "trabajar". Concretamente, enseñaron como trabajar con el nuevo sistema de eliminación de motas **Dennibing**. La demostración sirvió para ver las virtudes de este Centro de Entrenamiento. Los técnicos trabajan en directo, los talleres pueden practicar los conocimientos que se imparten y el vehículo cuenta con todos los medios para ello, incluso un gran monitor en el que se reproducen imágenes o instrucciones. Otras novedades recientemente lanzadas por 3M y que se irán presentando de forma itinerante con este vehículo será el nuevo **sistema dinámico de mezcla (DMS)** para aplicación de masilla de poliéster en las carrocerías, la nueva pistola para aplicación de imprimaciones **Accuspray HG09** o el nuevo sistema de enmascarado de cabinas de pintura **Dirt Trap**. ◀

www.solutions.productos3m.es



Albert Luna, micro en mano, y el técnico Raúl González realizaron una demostración para ejemplificar como operará el Centro de Entrenamiento Móvil.



Algunos talleres asistentes se atrevieron a probar el sistema de eliminación de motas presentado en la demostración.



CELEBRADO EN BARCELONA LOS DÍAS 21 AL 23 DE MAYO

El evento anual de 2012 del International Bodyshop Industry Symposium-IBIS se centró en la comprensión y la construcción de relaciones, explorando cómo crecen, evolucionan y lo que hace que una asociación sea win/win.

IBIS 2012: Relaciones Ganadoras

IBIS 2012 supuso de nuevo acceder a una gran cantidad de oportunidades para establecer contactos con los asistentes del más alto nivel, una cifra al récord este año, ya que agotó las plazas. El director de la Conferencia, David Lingam dijo: "Después de examinar las normas y la visión de futuro de nuestra industria, entender las relaciones y la forma en que crecen y evolucionan es el siguiente paso lógico. Tener éxito con estos aspectos sólo es posible con relaciones respetuosas y adecuadas. Y estas relaciones se aplican a todos los aspectos de nuestro negocio. Durante las sesiones del IBIS 2012, se escucharon a diferentes protagonistas para que tener perspectiva diversas: los representantes de las redes de carrocería, las aseguradoras y centros de investigación, así como los fabricantes de vehículos y otras partes interesadas compartieron su visión de la situación. "Todos los implicados explicaron cómo se han construido relaciones altamente eficaces y sostenibles entre sí, basadas en la confianza y la comprensión. Yo creo que el enfoque de IBIS 2012, sobre Relaciones Ganadoras proporcionó a los delegados mucho sobre lo que reflexionar, así como una serie de posibles nuevas estrategias", afirmó Lingham.

Primera jornada

La primera de las ponencias **Conseguir "relaciones ganadoras"** estuvo a cargo de **Kelly McDonald**, presidente de *McDonald* que reveló los secretos del éxito en el desarrollo -y mantenimiento- de las relaciones ganadoras. Tras una pausa para el café, siguió **Andrew Marsh**, co-fundador de *Industria Automotriz Consulting Ltd* ejerciendo de moderadores Roy de Lange, Gerente de Ventas y Posventa de *RLE Internacional* y Andrew Marsh de *Consultoría Industria Automoción* con la ponencia **Tecnología, el impacto en las relaciones** donde se examinó el ritmo de cambio sin precedentes de la tecnología de los vehículos y cómo esto afectará a las relaciones, ahora y en el futuro. **Paul McDermott**, director de Marketing de Reparación de Colisiones de *Ford Motor*

Josep Ferro, de *Central Reparació de Carrosseries. CRC*, el primer ponente español en 12 años.

Company y **Salón Simón** de *Grupo Innovación*, con el papel de moderador ejercido por **Roy De Lange**, gerente de Ventas y Posventa de *RLE Internacional* habló sobre **Hacerlo de forma diferente** explicando la relación de trabajo que subyace en la consecución de Ford del premio a la gestión de accidentes. Posteriormente al almuerzo siguió la ponencia **Doble triunfo: ¿Cómo un modelo de negocio familiar del Reino Unido se utilizó para crear una red con éxito en Australia?** En la que **Andy Hopkins**, director gerente de *Grupo Gemini Centros de Reparación de siniestros Pty Ltd* habló con Lingham sobre su experiencia de la creación de la primera red nacional de taller en Australia, trabajando con socios clave de la aseguradora. Siguió la ponencia **Hacer de lo 'global' un éxito a nivel local** en la que **Aidan Quinn**, vicepresidente global reclamaciones de automóviles de *Seguros de Chartis* y **Stuart McLean**, director de Reclamaciones de *MIS*, moderados por Lingam, explicaron cómo desarrolla Chartis sus modelos de negocio en una amplia gama de mercados diferentes y la perspectiva de su partner MIS. **Una nueva pausa para café dio paso a la ponencia Reiniciando relaciones: Establecimiento de un proceso de reparación adecuado para el futuro** en la que **Chris Weeks** de *RBS* y **Upham Lesley**, director comercial de *Investigaciones Thatcham* moderados por Lingam demostraron cómo el Centro y la aseguradora más grande del Reino Unido, han trabajado juntos para desarrollar un moderno proceso de reparación.

Segunda jornada

La sesión se inició con la ponencia **Las relaciones de hoy para mañana** ofrecida por **Cees Klaassen**, director general de *ABS International BV* y **Félix**



Tenniglo, socio director de *Inshared*, moderados por Lingham, en la que se revelaron los secretos y objetivos que inspiran el desarrollo de su gran éxito, el modelo de negocio conjunto en los Países Bajos.

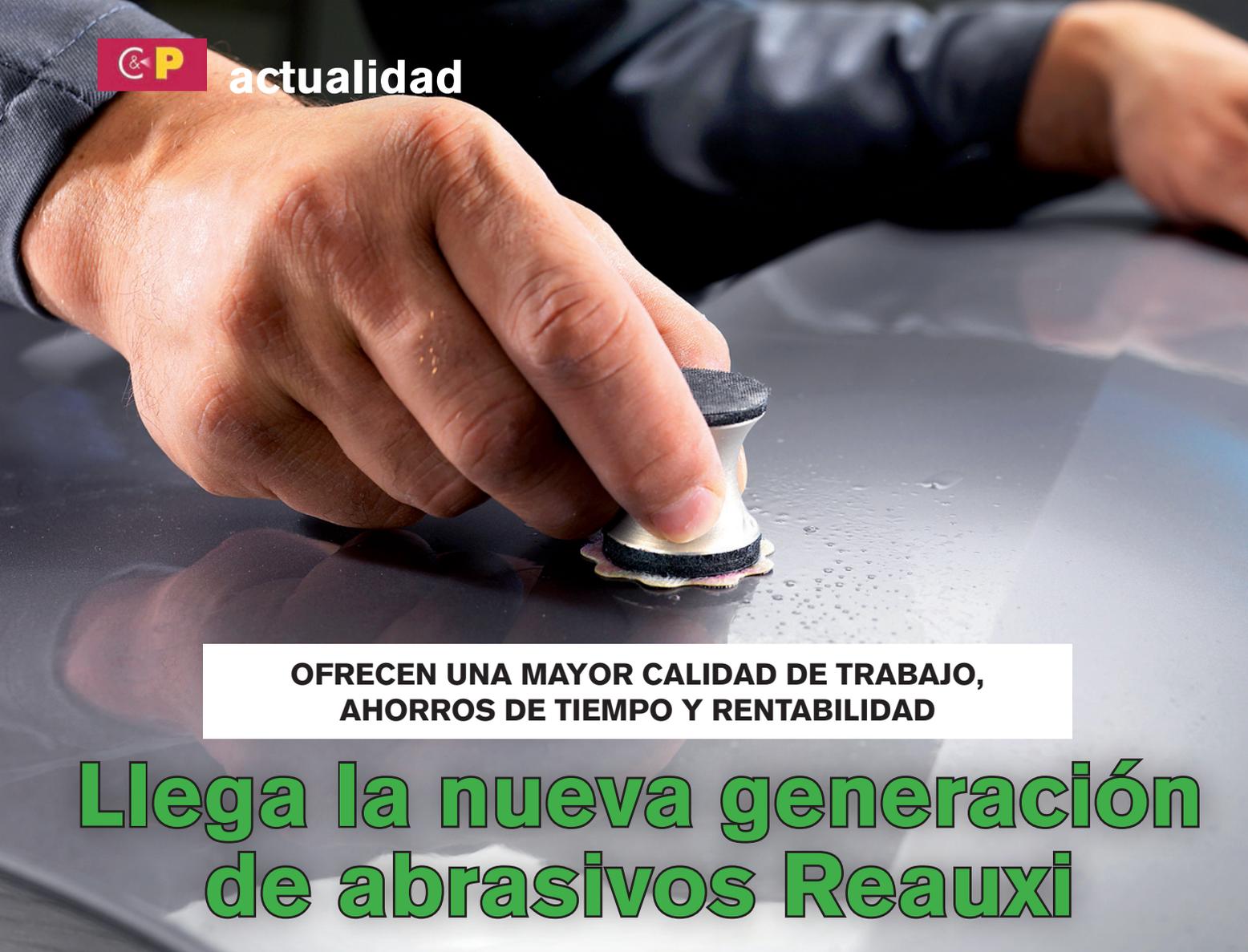
Posteriormente, el primer ponente español en los 12 años de celebración del IBIS: **Josep Ferro**, director de *CRC-Central Reparació Carrosseries* (vinculado a *Grupo Quadis*) presentaba **Ganar en las relaciones de las partes interesadas** en la que se ponía de manifiesto la implicación de empleados, clientes y proveedores basándose en una cuestión de fe en que esa implicación lleva al éxito; explicó su metodología de trabajo con los concesionarios, aseguradoras y proveedores. "las compañías de seguros no son los enemigos" dijo, "hay que buscar la manera de aproximarnos para facilitarnos la tarea". Sobre los proveedores insistió en los compromisos a largo plazo de los proveedores, como socios y la involucración de los profesionales del equipo: "el cliente, lo nota" afirmó contundente.

Tras un descanso para café, la última ponencia: **La adaptación para el éxito** en la que **George Avery**, consultor de *Auto reclamaciones P&C* de y **Mike Laverseur**, presidente, director de operaciones de *Keenans Auto Body Inc*, moderados por Lingam, establecieron los principios que han permitido a su organización trabajar con éxito con una gran variedad de modelos diferentes de talleres de reparación, proporcionando la perspectiva de un taller de reparación.

Próxima reunión 2013

Sin confirmar las fechas, ya se anunciaba que la siguiente edición 2013 iba a ser en mayo, en **Montreux, Suiza**, donde se volverá a reunir toda la industria. ◀

www.ibisworldwide.com



**OFRECEN UNA MAYOR CALIDAD DE TRABAJO,
AHORROS DE TIEMPO Y RENTABILIDAD**

Llega la nueva generación de abrasivos Reauxi

La cartera de productos de la importadora y distribuidora de Lliçà de Vall (Barcelona) se ha ampliado con el lanzamiento de una nueva gama de abrasivos que, por sus prestaciones a nivel de rendimiento, ahorro de tiempo y optimización de costes, darán que hablar en los talleres de carrocería y pintura.



Espojas abrasivas. La nueva gama de abrasivos Reauxi abarca desde las citadas esponjas hasta discos, platos para lijadoras, lijas de banda, tacos y discos de carbono y cerámicos.

nueva gama de abrasivos



¿para qué dar más vueltas? aquí lo tienes todo

Más rentabilidad para su negocio.

- 50% menos de saturación de polvo.
- Larga durabilidad.
- Calidad de lijado de principio a fin.
- Mejor acabado en los trabajos de chapa y pintura.



Soporte completo en el proceso.

- Maquinaria, platos y accesorios.
- Todo lo que puedas necesitar para el tratamiento de superficies.
- Amplia gama en granos (desde P40 hasta P1500).

Asesoramiento para su negocio.

- Cursos de formación para distribuidores.
- Seminarios y jornadas para talleres.
- Soporte técnico y demostraciones.



Fabricación europea.

- Cumple todas las normativas medioambientales europeas.
- Respeto al medioambiente.



REAXI
93 843 99 41
reauxi@reauxi.com
www.reauxi.com

Nuevo dosificador y mezclador de SATA

La flamante gama de abrasivos no es la única novedad de Reauxi que también pone a disposición de los talleres de chapa y pintura lo último de **SATA**, el nuevo **dosificador y mezclador SATA 2K mix**.

Este nuevo producto se erige, según la marca alemana, como la mejor opción para trabajos de gran consumo de pintura de dos componentes. Y enumera sus ventajas: seguridad en los procesos, exclusión de errores durante la dosificación a través de una proporción de mezcla fijada (3:1, 2:1 o 4:1-); mezcla exacta y homogénea de los componentes de material; la toma del material homogeneizado se adapta a las necesidades evitando así reacciones previas y cantidades restantes; permite dosificar el diluyente sin problemas directamente en el lugar de mezcla y, por último, con el dosificador y mezclador SATA 2K mix no son necesarios el empleo de depósitos y barras de mezcla.

Reauxi es el importador en exclusiva en España de **SATA**, importante proveedor de soluciones para el taller de chapa y pintura y una referencia, por ejemplo, en pistolas de pintura.



La nueva gama de abrasivos Reauxi aporta al profesional del taller de chapa y pintura facilidad de trabajo y unas buenas prestaciones en términos de calidad de acabado, tiempos y rentabilidad.

Reauxi, como especialista que es en el suministro de productos, equipos y soluciones para el profesional del taller de chapa y pintura, siempre está al día y pendiente de sus clientes. Y ahora lo ha vuelto a demostrar con el lanzamiento de una **gama de abrasivos** de alto rendimiento en términos de facilidad de uso, ahorro de tiempos y optimización de costes. Por la relación rendimiento-prestaciones-precio, los abrasivos Reauxi deben convertirse en una referencia de este mercado.

Amplio surtido

La nueva gama de abrasivos llega para ocupar un capítulo importante de su catálogo de productos. Para empezar, la oferta es muy amplia abarcando desde **discos y esponjas abrasivas** hasta **platos para lijadoras, lijas de banda, tacos y discos de carbono y cerámicos**. La calidad es el principal argumento de venta del elenco de abrasivos comentado. Todos estos productos están fabricados con **materias primas de primer orden** las cuales han sido sometidas en todo momento a rigurosos **análisis de calidad** y a **importantes y sofisticados procesos tecnológicos** con el objetivo final de proporcionar a los profesionales del taller de chapa y pintura **las mejores prestaciones**. Así mismo, durante el proceso de fabricación se han superado todos los **estándares de calidad** establecidos en el sector en aras de facilitar los procesos de pintado y de repintado de vehículo y alcanzar el mejor resultado final.

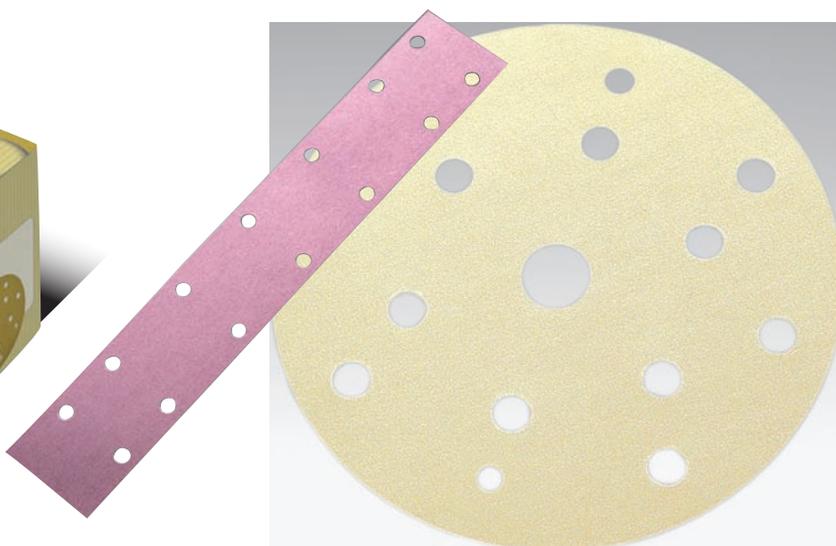
Facilidad de uso

Desde Reauxi subrayan que en el proceso de desarrollo de estos abrasivos se ha dado prioridad a la **facilidad de uso** para mejorar la **calidad de trabajo** de los usuarios. Así, la estructura y la morfología de la composición las distintas variantes (discos, esponjas, lijas, tacos, etc.) favorecen la evolución y el paso a las distintas etapas de los trabajos de reparación de chapa y pintura y **reducen los niveles de fatiga de los operarios**.

La importadora y distribidora de Llicà de Vall (Barcelona) también incide en el hecho de que sus nuevos abrasivos han superado todas las normas europeas de **preservación del medio ambiente**.

Con el objetivo de ofrecer una calidad integral, Reauxi no solo ofrece esta gama de abrasivos de óptimo rendimiento. Como servicios de valor añadido, ofrece **cursillos de formación para los distribuidores** de dichos abrasivos y, periódicamente, organiza **seminarios y jornadas de estudio para profesionales del sector** con la finalidad de intercambiar experiencias y conocimientos. ◀

www.reauxi.com



Disco abrasivo Reauxi. La importadora y distribidora catalana subraya que una de las virtudes de su nueva gama de abrasivos es **reducen la fatiga del operario durante su uso**.

Tecnología *y pasión*



Hacemos tu trabajo **fácil**
Especialistas desde 1895

AquaMax™ Extra

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

CONSUMIBLES Y ANEXOS PARA EL TALLER DE CHAPA Y PINTURA

Imprescindibles

A pesar de la caída de la actividad en los talleres de carrocería y pintura, éstos no pueden dejar de utilizar consumibles y anexos como vasos de pintura, espátulas, guantes, monos de trabajo, etc. Sus ventas también penalizan por el menor volumen de trabajo pero menos que otros productos.

Como es lógico, el menor volumen de trabajo de los talleres de reparación de chapa y pintura influye en las ventas de consumibles y anexos (vasos, coladores, espátulas, paños atrapapolvo, guantes, monos, jabón de manos, etc.) aunque éstos sean productos imprescindibles en trabajo diario. Precisamente, la necesidad de utilización y el hecho de que suelen ser productos económicamente asequibles ha permitido que **no acusen en exceso la caída de la actividad** y del número de reparaciones de chapa y repintado.

Prioridad, el precio

No obstante, sí que se ha detectado en los últimos tiempos que el taller de carrocería y pintura **tiene mucho más en cuenta el precio** a la hora de adquirir consumibles y anexos. Lo advierte un proveedor destacado: *"en tiempos de crisis el taller trata de ahorrar en los costes de producto de anexos. Por tal motivo se incrementan las ventas de productos de marcas blancas, más baratos pero menos eficaces, que muestran su cara más desagradable con la repetición de trabajos por problemas de pulverizado, de restos de adhesivo, de velos sobre la superficie, mal acabado de pintura etc. Conviene recordar que el coste total del material de anexos supone menos del 3% de la reparación total. Por eso es tan importante mentalizar al profesional de que use producto de calidad que finalmente le ahorren tiempo y permitan ratios productivos altos"*. Este testimonio constata que, actualmente, muchos reparadores dan **prioridad al precio por encima de la calidad** con todos los riesgos que ello conlleva en la calidad de la reparación. Aunque las ventas no pasan por su mejor momento, la mayoría de proveedores consultados, no se muestran excesivamente preocupados. Y aún más sorprendente, vaticinan un **futuro** en el que **se recuperarán las ventas**. Así expresan este pensamiento un fabricante y un distribuidor respectivamente: *"es difícil predecir la evolución en estos momentos de incertidumbre pero, a medida que se vayan despejando las dudas sobre la economía general, induda-*

En el taller de chapa y pintura es imprescindible el uso de consumibles como vasos de mezcla, coladores, mascarillas, monos de trabajo, etc.



blemente mejorarán los índices de actividad del sector". "Las condiciones actuales del mercado de la automoción han perjudicado mucho a este sector. Es obvio que las ventas de algunos productos han bajado pero creemos firmemente que el sector de la "reparación" se mantendrá al alza debido a la disminución de la venta de vehículos nuevos y el aumento en la reparación".

En estos tiempos que corren, se agradecen estas palabras de optimismo.

Ejemplos

Para conocer qué tipo de consumibles ofrecen los proveedores al taller de carrocería y pintura, les describimos seis propuestas interesantes e importantes dentro de este mercado:

3M ESPAÑA: Madrid. Delegación en Barcelona. La filial española de la gigante estadounidense 3M pone a disposición de los profesionales del taller de chapa y pintura una impresionante gama de consumibles y anexos. Bajo marca **3M** integra familias de producto como la **PPS**, **Scotch-Brite**, **Dirt Trap** o **DMS**. No falta nada en su cartera de productos pero alguno de los más destacados (inventados y patentados por 3M) son el sistema de preparación de pintura **PPS**, los monos desechables y guantes de nitrilo Categoría 3, la gama completa de jabones especiales para el pintor o la completa gama de bayetas para cada aplicación, atrapapolvos, espátulas de plástico, etc. Más en detalle, el sistema de preparación de pintura fue inventado por 3M hace once años y permite aprovechar al máximo el material reduciendo tiempos y accesorios de mezcla. Permite incluso pintar boca abajo al hacer el



Gama de jabones 3M, uno de los muchos productos consumibles que esta marca propone al profesional del taller de chapa y pintura.

vació en el vaso y reduce al máximo la necesidad de limpieza y uso de disolvente. En cuanto a los monos desechables, la amplia gama abarca desde Clase III hasta retardantes a llama destacando todos por su ergonomía. La gama de bayetas, en variantes de microfibras y desechables, cubren cualquier aplicación: desengrasado, pulido, limpieza, en toallitas, etc. mientras que los atrapapolvos, gracias a sus estructura y tratamiento adhesivo, retiran todas las partículas en las zonas donde se aplica. Como novedades, recientemente ha mejorado la gama de jabones, que se puede utilizar para limpiar las manos de pintura, grasas o incluso adhesivos, ofrece fórmulas de crema protecto-



DuPont Refinish

Mucho más que pintura ...

Antes de pensar en pintura, hablemos de productividad.

DuPont Refinish marca la diferencia con sistemas que incrementarán el rendimiento global de su taller, proporcionándole productos y procesos de pintura que reducen el número de manos necesarias y que aceleran el secado. Además, ponemos a su alcance herramientas que optimizan la igualación del color mejorando los procesos empresariales, permitiéndole ser más productivo y maximizar todo su potencial empresarial.

Para saber cómo podemos ayudar a su negocio hoy, entre en www.dupontrefinish.es y visite nuestro Taller Virtual.



The miracles of science™

Copyright © 2011, DuPont. Todos los derechos reservados. DuPont Performance Coatings, DuPont Refinish, El logo tipo de DuPont Refinish es una marca registrada de E. I. du Pont de Nemours and Company o de sus compañías filiales.

ra y se presentan en envases de 1,4 litros con dispensador. 3M también ha lanzado nuevos coladores y mascarillas. Los primeros, de papel, se presentan en variantes de 125 y 190 micras y su sólida construcción aseguran mantener el producto de pintado lejos de contaminantes como tintas o adhesivos. La nueva línea de mascarillas "Aura" destaca por su ergonomía lo que permite trabajar con mayor comodidad durante un tiempo prolongado.

BLACKNORD: Vigo (Pontevedra). Firma fabricante, representante, importadora y distribuidora, bajo marca propia **Blacknord** propone una gama de consumibles compuesta por envases metálicos vacíos, vasos y jarras con medidas, coladores, guantes, monos de pintor, máscaras, paños atrapapolvo, esponjas de pulir y abrillantar, discos de lija y plástico de enmascarar, con y sin cinta. Su última novedad no es exactamente un consumible o un anexo pero es interesante, se trata de un plástico de alta temperatura (180°C) para proteger la cabina de pintura (con o sin placas endotérmicas). Se presenta en medidas de 2,10x100 metros. También ha lanzado unas nuevas bandas magnéticas para la sujeción del plástico en las cabinas de pintura en medidas 2x40x1.000 milímetros.

BOSSAUTO: La Roca del Vallès (Barcelona). Peso pesado de este mercado al ofrecer una extensa gama de consumibles y anexos que se comercializan bajo marcas como **Bossauto**, **Strain-tec**, **G-mix**, **Chicopee** o **TechCup**. La oferta en consumibles incluye coladores de papel con malla de nylon monofilamento de 125 micras, coladores de papel con malla de nylon de entre 125 y 190 micras, vasos de mezcla reutilizables y calibrados en diferentes medidas, tapas para vasos de mezcla en diferentes medidas, espátulas ahorra pintura, espátulas de goma, de acero inoxidable y de silicona, agujas quita motas, gamuzas antibacterianas, paños atrapapolvo, guantes (de ni-

trilo, vinilo, látex, neopreno, etc.), guantes de planchista, batas de nylon con capucha, monos de nylon con capucha, calzado de seguridad y pasta lavamanos. En el capítulo de anexos técnicos, Bossauto engloba los paños atrapapolvos, las varillas mezcladoras, los coladores de papel con malla de nylon monofilamento de 125 micras, los vasos de mezcla reutilizables y calibrados, los paños de microfibras ultrasuaves, el film con cinta adhesiva en toda la gama de anchos y las bobinas de papel Kraft para carroceros de 40 gramos y en todos los anchos. El fabricante y distribuidor catalán como referencia mundial en la fabricación de burlete, destaca este producto, por su calidad y por la extensión de su oferta, que se presenta en cajas individuales en tiras de 10x5 mx13mm o de 7x5mx19mm. El burlete es una tira de espuma adhesiva para proteger los cantos de puertas, maleteros o capós y se usa como barrera que evita la penetración del polvo o la pintura durante el proceso de reparación o repintado. Lo último de Bossauto en consumibles es el kit Uniplast, una grapadora en caliente que se utiliza para reparar y reforzar cualquier pieza de plástico (parachoques, carenados, faros, etc.).

E.M.M. ESPAÑA: Madrid. Firma imprescindible de este mercado al ofrecer uno de los programas de consumibles y anexos más extensos del mercado, las de las marcas **Colad** y **Hamach**. De hecho, lo ofrece prácticamente todo: paños de desengrasar, botellas pulverizadoras para desengrasar, bayetas atrapapolvo, todo tipo de productos de enmascarado (film, burlete, cinta, papel de enmascarar, cuchillas para cortar plástico, etc.), vasos de mezcla, varillas para mezclar, vasos desechables, filtros sintéticos para pintura, barniz y aparejo, monos y batas de nylon, guantes desechables, mascarillas para el polvo y para los gases, calzado de seguridad, etc.

REAXI: Lliçà de Vall (Barcelona). La importadora y distribuidora de productos para el sector del automóvil y de marcas como **SATA**, **Cav**, **Rosauto** o **Trisk** cuenta en su cartera de productos con consumibles y anexos como plástico de enmascarar, filtros, cuchillas, vasos DIN, limpiadores de espátulas, monos desechables, guantes, filtros, gels, detergentes, etc.

ROBERLO: Riudellots de la Selva (Girona). Este fabricante de productos químicos para el automóvil también propone al profesional del taller de chapa y pintura consumibles y anexos. La gama **Roberlo** al respecto es versátil y variada, consta de los vasos de mezcla *Easymix Cup* para la preparación de aplicaciones de pintura, aparejo, barniz, etc.; las tapas para los *Easymix Cup Easymix Lid*, que permiten almacenar la pintura preparada durante periodos breves de tiempo; la mascarilla de protección *Robmask*; el paño atrapapolvo especial para pinturas



Dos productos de la gama de consumibles Roberlo, un vaso de mezcla Easymix Cup y la pasta lavamanos.

base agua *TC3240*, que destaca por su gran capacidad de absorción; los coladores *Robfilter*, cónicos de papel con filtro de nylon para el filtrado de productos base agua y base disolvente; la placa insonorizante autoadhesiva *Robplak*, para la colocación en maleteros, puertas y suelos; pasta lavamanos o los monos de nylon 100% de poliamida que se presentan en color gris y son transpirables y lavables. Entre todos ellos destacan las mascarillas *Robmask*, que protegen a los profesionales, no solo de las partículas sino también de los vapores y aerosoles; la pasta lavamanos, muy consumida gracias a su excepcional combinación entre limpieza (alta concentración de jabón) y protección de la piel (alto contenido en glicerina) y los vasos de mezcla *Easymix*. Éstos han sustituido recientemente a los exitosos *Robcup* y los mejora en términos de mayor facilidad de lectura, mayor exactitud de las proporciones de mezcla y una mejor transparencia del envase y calidad de la impresión en el producto.



Páginas web de interés

- www.3mreparacionautomovil.com
- www.autobrillante.com
- www.seicar.net
- www.berner.es
- www.blacknord.com
- www.bossauto.com
- www.carrepairsystem.eu
- www.carsystemspain.com
- www.coplast3.com
- www.emm-automotive.com
- www.eugenigrandio.com
- www.exfasa.es
- www.ixell.es
- www.mirka.com
- www.proandcar.com
- www.reauxi.com
- www.roberlo.com
- www.sagola.es
- www.spanesi.es
- www.wurth.es



Paños atrapapolvo y de limpieza Chicopee, marca distribuida por Bossauto.



Nuevo sistema de cobro rápido para talleres



Descubre cómo ahorrar tiempo y dinero en tu taller

CZ plus 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 plus

- Cobro rápido.
- Procedimiento sencillo, intuitivo y fácil de usar.
- Se **ahorrará 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 plus**, 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

www.czplus.es

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

978 877 809



El símbolo de un líder en distribución

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



Cecaauto

ANCERA

Bodas de plata

Congreso anual

 **BOSCH**
Innovación para tu vida

 **Cecauto**


ICER BRAKES S.A.

 **Klarius Group**
Excellence in Every Part



 **motortec**
automechanika
IBÉRICA

13 - 16 Marzo, 2013. Madrid

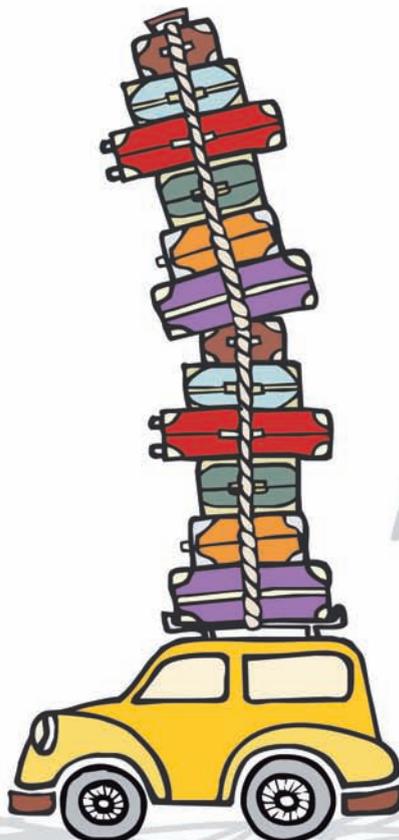



RH
roadhouse
Only the very best is good enough

25

Congreso Nacional de ANCERA

25 años multiplicando esfuerzos



Y AÚN TENEMOS
MUCHOS PROYECTOS
PARA DESARROLLAR
A TU LADO

Málaga 7 de Junio 2012

Asociación Nacional de Comerciantes de equipos neumáticos y accesorios para el automóvil.



multiplicando esfuerzos



el desengrasante

Miguel Ángel Cuerno

NOS CUENTA DETALLES DEL
XXV Congreso de Ancera



Innovación para tu vida



ICER BRAKES S.A.



13 - 16 Marzo, 2013. Madrid



Only the very best is good enough



Quando llegan las fechas previas al Congreso de ANCERA, su presidente ya tiembla: “qué se les habrá ocurrido a los de MRyT este año”...pero sabe que aburrido no va a ser, así que cuanto identifica nuestra llamada, sin que le demos más datos que día y hora, acude sin vacilar.

A toda rueda



Se lo propusimos y no se lo pensó.
Equipando al presi para subirse a la Huski...



Ajustando cinchas, que la moto corre...

Pues este año queríamos hacer algo aprovechando que el verano ya se ha decidido a asomarse por Catalunya. Así que nos decantamos por una combinación ganadora: carretera, ruedas (2 y 4) y sol. Paseo marítimo, ruedas (2) y almuerzo en la costa. Las ruedas, que no faltarán. Tenía que salir rodado. Y que nos hablada del **XXV Congreso de ANCERA**, y de más cosas

MRyT ¿Porqué se ha decidido volver al formato tradicional del Congreso, cuando el pasado año se puso el acento en lo exitoso de las mesas independientes?

Fundamentalmente porque el año pasado hubo una mesa que para nosotros era muy importante y no tuvo excesiva afluencia de gente: el Decreto de Reforma de vehículos, y luego a la hora de explicarlo, no hubo mucho tiempo y no se pudo hacer bien. Ese formato me gustó bastante, y seguimos con el espíritu de personalizar temas por subsectores. De hecho, ANCERA ahora está muy sectorializada en las diversas entidades que están bajo el abanico común de la patronal de la distribución.

Es verdad que los asuntos se tratan con más profundidad cuando los segmentas, y consigues más interés pero llevarlo a un congreso se complica.

El impacto del año pasado fue la mesa de carrocería, pero el problema sigue siendo el mismo, así que no íbamos a repetirlo. Nos decidimos por este formato.

Comité de ANCERA: ¿Va a incorporarse alguien más tras perder por el camino a algunos de sus miembros?

Bueno, se sustituyeron algunos miembros y los sustitutos se perdieron (Bruno, Alex, ahora Gabriel); ahora estamos esperando a cerrar unas conversaciones y en el Congreso es posible que podamos presentar alguna novedad al respecto, pero es seguro que nuevos miembros habrá; como límite hay 6-7 contando la presidencia. A **Roberto Aldea, Antonio López, Jesús Lucas, Alejandro Vicario** y a mí se nos va a unir una persona más que ya tenemos confirmada, y



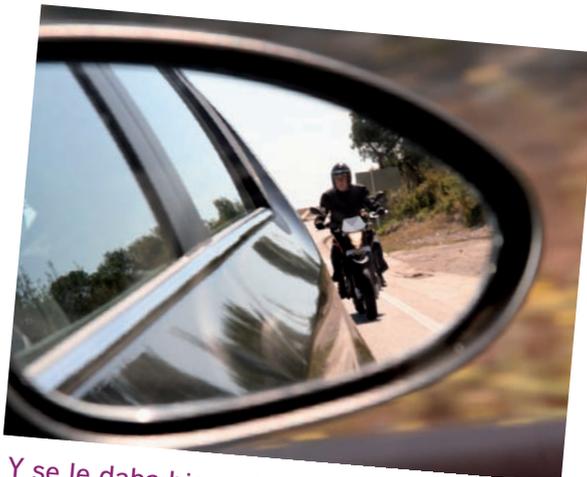
Estilazo...



Mari agonías, sufridoras. "papá no corras..."



Pues Alea Jacta Est...



Y se le daba bien, oigan...

25 Congreso Nacional de ANCERA

BOSCH
Innovación para tu vida

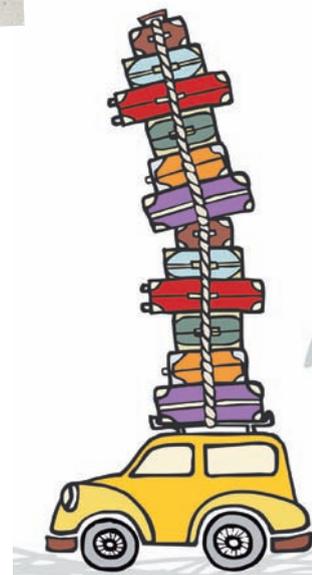
Cecauto

ICER
ICER BRAKES S.A.

Klarius Group
Excellence in Every Part

mortec
automechanika
IBÉRICA

13 - 16 Marzo, 2013. Madrid





el desengrasante

BOSCH
Innovación para tu vida

Cecauto

ICER
ICER BRAKES S.A.

Klarius Group
Excellence in Every Part

motortec
automechanika
IBÉRICA

13 - 16 Marzo, 2013. Madrid



RH
roadhouse
Only the very best is good enough



Y ahora a dos ruedas, pero en otro plan...



Sí, presi, hay que montarse...



Y haciendo carreras con el Wayroller...

otra dependiendo que acepte los condicionantes de ese puesto.

ANCERA recibe muchas solicitudes para ingresar en su Comité, pero otra cosa es que tengan el perfil que necesitamos, porque así se estableció en su momento y el formato ha funcionado; no podemos incluir en los comités a personas que no van a ir a las reuniones, ni a alguien que vaya a escuchar y no a aportar; tiene que estar muy implicado en el colectivo, porque tiene que trabajar por y para el sector, no solo para su empresa. No es tan fácil encontrarlo, porque puede que una acción necesaria para el sector no sea interesante para una empresa.

Lema central...

Hemos tratado de hacer un Congreso diferente; lo primero en la imagen, que es distinta de todas las anteriores, y en el contenido: será profesional, como siempre, hay ya casi 200 inscritos, pero vamos a tratar de que haya más humor, de que sea más entretenido, más espectacular, aumentando la potencia de los audiovisuales, de las nuevas tecnologías. Hemos aprovechado que es un número importante, el XXV, ha habido muchas propuestas de imagen, con lemas y nos decididos por esta por unanimidad, aunque cambiando el lema. Además tuvimos una reunión con SERNAUTO y sus miembros vieron las propuestas, y sin saber por cuál nos habíamos decantado, nos señalaron la misma.

Representatividad y asistencia de las bases de la distribución en el Congreso...

En cuanto a representatividad, toda, porque se han inscrito los líderes de los grupos de distribución y sobre las bases, es que es muy difícil. En todos los CDA insisto, así como en las reuniones de distribuidores a las que asisto como presidente de ANCERA, pero les da respeto, y se quedan con la idea que a esas reuniones tiene que ir el gerente del Grupo o los distribuidores muy grandes. Estamos haciendo acciones basándonos en los grupos, especialmente los de las zonas cercanas: Andalucía y Levante, para que las bases se acerquen, les guste y repitan.

Habría que preguntarles también a los gerentes, si les parecería bien, porque muchas veces las llamadas a la asociación son por parte de los gerentes que te cuentan que su socio tiene un problema.

¿Tanto llaman?

Sí; y quien dude puede preguntar a Encarna o a Marta. O a los gerentes. Todos tienen los mismos problemas y todos tienen que buscar las mismas soluciones y agrupados, porque solos no pueden.

¿Porqué no se sientan los Grupos en una mesa de un Congreso?

Porque los Grupos en público no dirían casi nada de sus problemas, porque no van ni desvelar sus debilidades ni a



Empezamos con timidez, pero al ratito, ya estábamos haciendo cabriolas...



¡Fue divertido!



¡Y si no que se lo pregunten a Glòria!



El más atrevido del equipo...



PROBADOR DE EXCEPCIÓN PARA UNA MOTO EXCEPCIONAL

Curvas y Cuerno

“Es como una cabra mecánica, divertida y salvaje.” No se puede ser más explícito y **Cuerno** lo fue al bajarse de la nueva **Husqvarna Nuda 900 R** después de recorrer unos 15 km por la carretera de las Costes del Garraf. “Al principio, acostumbrado a la conducción ‘custom’ me ponía nervioso que entrara en las curvas con tanta rapidez, tumba muy rápido. La posición de conducción, tan adelantada y con el peso tan sobre el manillar, me transmitía una información distinta de la que estoy acostumbrado a procesar. —conduce habitualmente una Yamaha Special 250... ¡Nada que ver!— Sin embargo, en cuanto le cogí el truquillo, empecé a sonreír como un tonto a la salida de las curvas, comprobando su enorme tracción, la facilidad con que se pueden trazar y la respuesta enérgica y vivaz de su motor.”

En pocos minutos, **Miguel Ángel Cuerno** hizo una radiografía del arquetipo de *supermotard*. Un paradigma que la Nuda cumple a rajatabla. No en vano, Husqvarna (que aunque tiene un nombre típicamente sueco está asentada en Varese, Italia, desde que la compró el grupo Cagiva, aunque desde 2007 es propiedad de BMW) es una marca con enorme tradición en motos de enduro, demostrando una calidad y unas prestaciones excepcionales para llegar a lo más alto fuera del asfalto. Y, como todos sabemos, para hacer una buena *supermotard* hay que basarse en una buena *enduro*...

Sin embargo, lo sorprendente es que la nueva Nuda es un proyecto diseñado desde cero. Sólo el motor proviene lejanamente del que mueve las F800 de BMW, pero altamente adulterado para ofrecer raudales de adrenalina al piloto de la Husky. Su cilindrada ha pasado a ser de 898 cm³ y la potencia, de los 85 CV de sus lejanas primas alemanas, pasa a ser de 105 radicales caballos.

La parte ciclo también es completamente nueva. Se utiliza un bastidor multitubular (al estilo Ducati Monster) muy vistoso al que se ancla un basculante y amortiguador directo (Sachs en la Nuda, Öhlins en la Nuda R) aunque sin bieletas (punto menos...), y una horquilla delantera invertida, multirregulable en el caso de la Nuda R. Gracias al manillar ancho y a la posición de conducción erguida, esta nueva Husky es muy gobernable en curvas, su territorio preferido. Enlazarlas es cosa de niños, aunque dada la entrega de potencia del motor, hay que andarse con tiento al enroscar el puño derecho...

La frenada es probablemente el otro gran pilar de la nueva Nuda. Miguel Ángel nos lo confiesa: “Solo con acariciar la maneta está ya deteniéndose, hay que tener mucho tacto”. Ya en la versión estándar, el freno delantero dispone de una mordida espectacular, frenando la moto en muy pocos metros con enorme aplomo. En el caso de la Nuda R, equipada con pinzas **Brembo** monobloque de anclaje radial, se va un paso más adelante, aunque francamente solo vamos a notar la diferencia *pilotando* a un ritmo que no puede llevarse en carretera abierta.

“¡Y cómo suena!” exclama Cuerno al poner en marcha de nuevo la Nuda R tras una parada en un espectacular mirador sobre el mar... El escape de fibra de carbono expele un borboteo bronco, irredento, de *máquina de correr*... “Es un sonido que emborracha”. Totalmente de acuerdo.

Es una moto única. Su diseño, ganador del premio *Red Dot 2012*, es tan peculiar como su origen. Formas cóncavas y angulosas se combinan para ofrecer una estampa agresiva diferente al resto. Lo mejor de tanta exclusividad es, sin embargo, el precio. La Husqvarna Nuda puede comprarse por 9.990 €, mientras que la versión R cuesta 11.590 €. Unas cifras muy tentadoras...
900.husqvarna-motorcycles.com



25 Congreso Nacional de ANCERA

BOSCH
Innovación para tu vida

Cecauto

ICER
ICER BRAKES S.A.

Klarius Group **QH2**
Excellence in Every Part

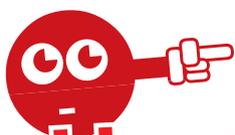
mortec
automechanika
IBÉRICA

13 - 16 Marzo, 2013. Madrid



Only the very best is good enough





el desengrasante

BOSCH
Innovación para tu vida

Cecauto

ICER
ICER BRAKES S.A.

Klarius Group
Excellence in Every Part

motortec
automechanika
IBÉRICA

13 - 16 Marzo, 2013. Madrid



RH
roadhouse
Only the very best is good enough



Oh, sí, parada técnica para atender llamadas...



Y más llamadas...



Pero no se libró de trabajar.



Ahora con el otro...



Paraaaa....

exponer su fortalezas; y ya se intentó años atrás sin mucho éxito. Sin embargo en el Comité sí lo dicen, porque lo tratado queda en el seno de la organización y no sale al exterior. Se ha aprendido a ser discreto. Y eso sirve para realizar acciones adecuadas a lo que el sector demanda.

Las cuotas de ANCERA y cómo revierte eso en el Congreso...¿no hay posibilidad de que las cuotas autofinancien el Congreso sin necesidad de apelar a los fabricantes-partners?

Quiero aclarar que el Congreso no tiene partners. Los fabricantes que quieren colaborar con la Distribución lo hacen por una cantidad de todo el año, y eso incluye el Congreso, que no es lo mismo. No es una cuestión de que vayan las bases para que haya más financiación. Hay la financiación suficiente y de ello se benefician todos.

¿Qué le pasa a la Distribución?

Pues que está muy activa como siempre.

¿Activa...o nerviosa?

Siempre ha sido muy flexible, pero sí es verdad que este primer cuatrimestre ha habido una bajada de resultados y se han puesto muy nerviosos; de todas formas el sector se afecta mucho por lo que oye y es reactivo; como las noticias son inquietantes, se producen las fusiones, los cambios (los cambios son más fusiones) pero yo creo que eso es signo de flexibilidad y que, cada vez más, los empresarios buscan gestionar bien sus empresas; todos intentan encontrar el camino adecuado para su futuro, entornos con miras amplias; lo importante es que sean acertados en buscar lo que su empresa necesita, porque a lo mejor no es una estructura más grande lo que le hace falta, sino hacer crecer en la que estaba, los cambios por nerviosismo no siempre son acertados. Pero al final es lo mismo: buscar mayor masa crítica para dar más servicio. ●

www.ancera.org

HABILIDAD EN WAYROLLER

El presidente de **ANCERA** no solo mostró unas grandes dotes como piloto de motos, también en patinete. Pero no lo montamos en un patinete convencional sino que lo pusimos a prueba con un **patinete eléctrico** de la marca española **Wayroller** nos cedió. Desde estas líneas, agradecer la colaboración de **Wayroller** (C/ Francisc Tàrrega, 32-34 Barcelona) que nos prestó un par de unidades valorada en 500 euros c/u.

Con los patinetes Wayroller la diversión está asegurada. **Miguel Ángel Cuerno** (bueno, ¡y nosotros también!) puede dar fe de ello ya que se paseó con él por el paseo marítimo de Sitges y pudimos comprobar que este patinete puede ser una buena opción para desplazarnos por la ciudad, sin cansarnos, sin contaminar y con total seguridad ya que podemos circular cómodamente por las calles y avenidas. El Wayroller es un patinete eléctrico plegable que dispone de un motor eléctrico de 500 u 800W con autonomía para 25 kilómetros y que tarda seis horas en recargarse. Para detenerlo con seguridad cuenta con frenos de disco, e incluso incorpora amortiguadores delantero y trasero para que sea estable. Homologado como una bicicleta, no se necesita ningún tipo de carnet para manejarlo. www.wayroller.com





Algunos detalles, como las dificultades de conseguir campo para el partido, el interés de los participantes, hasta 30 entonces...

Y matices sobre lugares comunes: ANCERA no le debe dinero a FIGIEFA, y trabajan más estrechamente de lo que parece.



"Lástima que terminó el festival de hoy...pronto volveremos con...imas diversiones!" terminada la jornada, nuestro invitado tiene que volver a trabajar...¡¡¡imás!!!

25 Congreso Nacional de ANCERA

 **BOSCH**
Innovación para tu vida

 **Cecauto**

 **ICER**
ICER BRAKES S.A.

 **Klarius Group**
Excellence in Every Part

 **motortec automechanika**
IBÉRICA

13 - 16 Marzo, 2013. Madrid



PROGRAMA CONGRESO

Miércoles 6 de Junio

- 19:00** Partido internacional de fútbol. Campo Municipal El Pozuelo, Palacio San Miguel - Juventud de Torremolinos C.F. Equipación patrocinada por Audatex (A: camiseta naranja/pantalón blanco; B: camiseta blanca/pantalón negro)
- Selección fabricantes y prensa
- Selección distribuidores
Cena libre

Jueves 7 de Junio

- 09-10:** Entrega de acreditaciones
10:00 Inauguración del congreso
10:30 Ponencia-debate: "El mercado de la posventa en cifras"
¿Conoces cuánto dinero se mueve en el sector? Y ¿Cuántos siniestros hay?, ¿quién los paga?, ¿Sabes cual es la cifra de negocio de los mantenimientos?, ¿Qué piezas son las más vendidas?, ¿Cuántas se reparan?
Ponente: **José Luís Gata**, Responsable de Ventas, Fabricantes y Asociaciones de AUDATEX
11:30 Ponencia: "El mágico mundo de los faros"
Ponente: **Raúl Calleja**, Director Motortec Automechanika Ibérica 2013
12:00 Pausa para café
12:30 Ponencia-debate: "Mercado global: ANCERA abre el mercado a sus socios"
Ponentes: **Guillermo Rodríguez**, Director Técnico de la Asociación española de Entidades Colaboradoras con la Administración en la Inspección Técnica de Vehículos- AECA-ITV (La dificultad de las ITV para aplicar el Real Decreto 866/2010, la mal llamada "ley antituning").
Manuel García, Secretario General de Asociación Española de Leasing y Renting- AELR (Cifras renting, leasing y datos morosidad)
Víctor García, Secretario General de la Asociación Nacional de Importadores de Automóviles, Camiones, Autobuses y Motocicletas- ANIACAM (Cifras concesionarios)
Tomás Herrera, Director General de la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor Reparación y Recambios- GANVAM (Cifras mercado vehículo usado)
Manuel Kindelan, Director General de la Asociación Española para el tratamiento medioambiental de los vehículos fuera de uso- SIGRAUTO (Cifras coches desguazados)
14:00 Almuerzo, patrocinado por Motortec Automechanika Ibérica
16:00 Ponencia: "Optimismo e ilusión en tiempos de crisis"
Ponente: **Emilio Duró**, Conferenciante internacional, Consultor, Formador y Asesor de empresas nacionales e internacionales.
17:30 Pausa para café
18:00 Ponencia-debate: "El mundo al revés"
Se Debatirá y opinará sobre seguros, carrocería y pintura, piratería, tuning, equipamientos de taller, mecánica de mantenimiento, etc.
Ponentes: **Luís Ursúa**, Secretario General de la Confederación Española de Talleres de Reparación de Automóviles y Afines- CETRAA
José Manuel Carcaño, Director General de CENTRO ZARAGOZA
Ramón Marcos, Presidente de la Federación Española de Empresarios Profesionales de Automoción- CONEPA
Joaquín Bencomo, Presidente de la Comisión Recambios de la Asociación Española de Fabricantes de Equipos y Componentes para Automoción- SERNAUTO
Moderadora: **Nuria Álvarez**
21:30 Cena de Clausura. Homenaje a Baltasar Navarro, co-fundador de Navarro Hermanos (Group Auto Union España), y entrega de la Insignia de Oro de ANCERA a Rafael Gabriel, ex-director comercial y fundador de Impormovil, ex-miembro del Comité de ANCERA.
Actuación.



Los frenos son un componente clave en la seguridad. Es labor de los talleres concienciar a los conductores de que no alarguen en exceso el cambio de pastillas y discos, algo que se está produciendo en los últimos tiempos como consecuencia de la crisis económica.

Componentes de frenado Parando los golpes

Las ventas de componentes de frenado no son ajenas a una coyuntura actual marcada por la reducción del volumen de trabajo en los talleres y por unos conductores que, cada vez más, alargan sus operaciones de mantenimiento. Al menos, la variedad de productos, la notable rotación de algunos de ellos y la conciencia de muchos de que son componentes de seguridad, ha permitido a este mercado posventa salvar los muebles en 2011.

*"El mercado se ha seguido viendo afectado por la situación económica durante 2011 reduciendo aún más el uso del vehículo y apareciendo situaciones de inmovilización e, incluso, abandono del vehículo, como comportamientos más extremos. Ello ha hecho que el consumo haya descendido ligeramente durante el último año a pesar de que el parque haya seguido envejeciendo". "Seguimos en la línea de los últimos años, la tasa de rotación de pastillas y discos ha descendido, las operaciones en el taller van a menos, por tanto los distribuidores tienen menos pedidos, y así, los distribuidores bajan sus previsiones de stocks". Estas dos valoraciones de sendos proveedores resumen la situación actual del **mercado posventa de componentes de frenado**. Esta familia de productos padece el contexto económico actual que ha reducido el volumen de trabajo en los talleres y alargado los mantenimientos de los vehículos a pesar de que son más viejos. Consecuencia de ello, las **ventas se han estancado**. El hecho de que son **productos clave en la seguridad vial** y muchos conductores tienen conciencia de ello (lo que no pasa, por ejemplo, con los amortiguadores) y la **notable rotación** de algunos de ellos (las pastillas) permite que la **bajada de ventas no haya sido tan acusada** como en otras piezas de recambio de automoción.*

Previsiones 2012

La mayoría de fuentes consultadas consideran que el presente ejercicio **2012** tendrá un **comportamiento similar al del año pasado**. Esgrimen sus razones: *"mientras la crisis continúe seguiremos con la misma tónica, no creemos que este año vaya a ser distinto en cuanto a consumo, habrá una gran competitividad en cuanto a precio y cada vez se hacen más presentes ofertas en el servicio oficial tratando de ganar clientes que han perdido al acabar la garantía del vehículo"* opina un



Discos de freno Blue Print, marca especializada en vehículos asiático y estadounidense y distribuida por ADL España.



Una de las propuestas de Arcabat, los discos de freno Coat Z para furgonetas dotados con cobertura anticorrosión.



Con sus últimas novedades, de izquierda a derecha la pinza de freno ZOHe y el freno regenerativo para vehículos híbridos y eléctricos, Bosch demuestra su innovación a nivel tecnológico.



Las pastillas de freno Brembo destacan por su calidad. Por algo la firma fabricante es un proveedor de referencia para primer equipo y la competición.

La gama de pastillas de freno Ate Ceramic ha sido recientemente ampliada y supera ya las 160 referencias. Destacan por su duración, confort y ecología.



distribuidor. Dos fabricantes se expresan en términos similares: "el año ha comenzado también de forma insegura e inestable. Nosotros creemos que esta tendencia va a continuar durante todo el año. Los factores que influirán serán los mismos que el año 2011: situación económica de las familias, no crecimiento del parque, búsqueda de ahorro en los precios, retraso de las operaciones de mantenimiento, etc.". "La incidencia de la coyuntura económica es cada día mayor, reduciéndose el consumo de los componentes de freno, aunque con menor incidencia que en otros productos de automoción. Por otro lado, existe una presión en cuanto al precio por parte de los usuarios, aunque el aumento de las materias primas sigue encareciendo los componentes de reparación".

También hay **voces más optimistas**: "el año empezó muy flojo, pero ha ido repuntando en la segunda parte del cuatrimestre. Pensamos que el envejecimiento del parque compensará en parte el descenso de kilometraje por la menor utilización del automóvil, abriéndose oportunidades para las empresas que ofrezcan un mejor servicio, mayor capacidad logística y un buen soporte de marketing".

Más **a largo plazo** "una vez que se supere progresivamente la crisis, será difícil que el mercado de reposición vaya volviendo a sus ritmos de crecimiento históricos. No olvidemos sin embargo que se trata de unos productos directamente relacionados con la seguridad" apunta un fabricante consultado.

Pros y contras

El mercado posventa de componentes de frenado es complejo. Es muy concurrido, con una gran variedad de productos y de gran importancia porque son fundamentales para la seguridad. Los actores de este mercado apuntan algunas de sus características básicas.

Resumen sus **ventajas e inconvenientes** dos distribuidores destacados: "a favor, los discos y pastillas se consideran elementos importantes para la seguridad. Otro factor importante es el envejecimiento del parque de vehículos, lo que ha producido un incremento de las operaciones en el mercado independiente en detrimento del servicio oficial. En contra, la tasa de rotación es menor, cada vez los usuarios alargan más la vida útil de estos componentes y las visitas al taller son más espaciadas". "Pros: al tratarse de piezas de desgaste si bien es posible que se prolonguen los plazos de cambio, finalmente son piezas que deben ser sustituidas. Contras: muchos actores en el mercado, diferencias cualitativas significativas, agresividad en precios, y no crecimiento del parque".

Sobre el nivel de calidad de las piezas comercializadas, han insistido algunos: "el descenso de la demanda, la falta de liquidez y la falta de perspectiva de futuro ha facilitado la entrada de productos piratas a bajos precios sin ningún control de calidad y con expectativas de vida y de seguridad de funcionamiento que no corresponde a los materiales originales que se montó en la fabricación del vehículo y con los que está homologado por el constructor". "El principal problema es la apuesta radical por el bajo precio a costa de la calidad y una homogenización de calidades a la baja. A favor del mercado, la constatación de que el bajo precio y los grandes descuentos no son beneficiosos para ningún componente de la cadena de distribución ni para el usuario final".

El dinamismo de este mercado también es mencionado como uno de sus puntos fuertes: "el mercado de frenos es muy dinámico donde asume mucha importancia el nivel de servicio y de suministro con los clientes. Por eso es un mercado donde hay mucho potencial de venta y que tiene una importancia básica en el mantenimiento del coche. Desgraciadamente, para garantizar el nivel de servicio mínimo es necesario invertir muchos recursos en stock; es fundamental tener un "almacén horizontal" que comporta muchas referencias almacenadas".

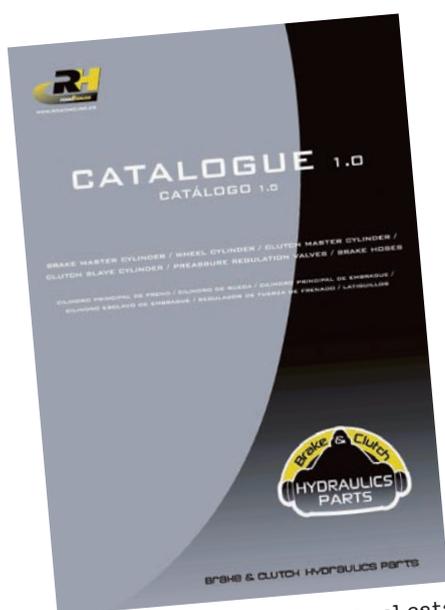
La oferta disponible

Las marcas más vendidas de frenado son las tradicionales, las propuestas por los principales fabricantes. Hablamos, no necesariamente por este orden, de **Road House, Bosch, Necto, Ferodo, Brembo, Textar, Bendix, Pagid** o **Remsa**. El mercado posventa de frenado es muy concurrido. Un buen número de proveedores operan en él. Uno de ellos es **ADL ESPAÑA**, filial española de la compañía distribuidora británica **ADL** que, desde su cuartel general de Madrid, distribuye en exclusiva la gama de frenado **Blue Print**, marca especializada en recambio para vehículo asiático estadounidense. Su oferta de frenado es un referente para los parques comentados y abarca un amplio elenco de componentes: discos, pastillas, tambores, pinzas, cables de freno, zapatas, bombines, válvulas y bombas de freno, servo-

Mercado Componentes de frenado



La amplia oferta de frenado Delphi supera las 9.000 referencias. Su cobertura es muy elevada gracias a la actualización constante de la gama.



Lo último de Road House es el catálogo de hidráulica de la imagen. Reúne casi 700 referencias entre cilindros de freno, de embrague y de rueda, cilindros esclavos de embrague y reguladores de frenada.



Imagen de la campaña puesta en marcha por Federal Mogul a través de la cual regalaba a los distribuidores de Ferodo Vehículo Industrial iPods o Ipad2 en función de los pedidos conseguidos.

frenos, latiguillos, sensores de ABS e indicadores de desgaste de las pastillas.

Tomamos el puente aéreo porque desde Badalona (Barcelona), **ARCABAT** importa en exclusiva las marcas de frenado **Zimmermann** y **Raybestos**. Con la primera pone a disposición del mercado de recambio más de 5.000 referencias con calidad equivalente al original en discos y pastillas, tambores y zapatas. El catálogo Raybestos propone pastillas, zapatas, discos, tambores, pinzas e hidráulica para vehículos americanos. De entre toda esta amplia gama, sobresalen las pastillas Zimmermann OE, una línea de pastillas de freno suministradas a equipo original y los discos para furgonetas industriales Coat Z los cuales disfrutaban de una cobertura anticorrosión.

Los componentes de frenado **Bosch** son imprescindibles en este mercado de reposición. **ROBERT BOSCH ESPAÑA** (Madrid) proporciona a la posventa patria una extensa oferta en todo tipo de piezas de frenado, tanto de fricción como de hidráulica y componentes electrónicos que superan las 8.000 referencias y le permiten alcanzar el 98% de cobertura del parque ibérico en fricción y ser un referente en componentes como el ABS o ESP cuya oferta supera el 95% de estas necesidades del parque. Como novedades más recientes cabe mencionar la pinza de freno ZOHe que reduce ruidos y vibraciones y el freno regenerativo para vehículos híbridos y eléctricos. El programa de frenado Bosch se compone de discos y pastillas, cilindros principales, amplificadores y reguladores de fuerza de frenado, latiguillos, cables de freno, accesorios de pastillas de freno, sensores de desgaste, pinzas de freno, juegos de reparación de pinzas de freno, tambores, zapatas, cilindros de rueda, accesorios de zapatas de freno de tambor, los kits *Pro* y *Super Pro*, líquido de frenos y componentes electrónicos como grupos hidráulicos con unidad de mando integrada, unidades de mando y sensores de giro de rueda, de volante y de aceleración y de relación de giro.

BREMBO ESPAÑA es uno de los principales proveedores de este mercado. Fabricante afincado en La Muela (Zaragoza) su cartera de productos incluye la oferta de cuatro marcas imprescindibles de este mercado, **Brembo**, **Villar**, **Textar**, **Mintex** y **Don**. Las dos primeras las fabrica y las tres siguientes las comercializa. La gama Brembo supera las 5.700 referencias para turismo y vehículo industrial en pastillas y discos de freno, tambores, zapatas, kits de freno de disco y de tambor, los Brembo Max, hidráulica, indicadores de desgaste, accesorios, líquido de frenos, etc. Recordemos que Brembo es un proveedor de referencia en discos y pastillas para competición y vehículos de alta gama lo que avala la calidad y capacidad tecnológica de esta marca de origen italiano, también en la posventa. La gama Villar también es amplia, propone más de 5.000 referencias para turismo y vehículo industrial ligero en pastillas, discos, tambores, zapatas, hidráulica y kits de freno y de tambor. Las 3.500 referencias Textar abarcan pastillas, discos, kits de tambor y de disco, indicadores y líquido de frenos para turismos y forros para vehículos industriales, componente este último que, bajo marca Don, también dispone de más de 200 referencias. Por último, Mintex cuenta con más de 2.800 referencias en pastillas, discos y kits delanteros y traseros. Con semejante oferta, la cobertura del parque circulante es prácticamente total, superior al 98%. Huelga decir que la actualización de la gama es constante.

La marca de frenado **Ate**, una de las marcas de referencia del mercado, la fabrica **Continental** cuya filial en España es **CONTINENTAL AUTOMOTIVE SPAIN** (Alcobendas, Madrid). Ésta suministra al mercado posventa español la gama de frenado Ate cuya oferta alcanza las 8.875 referencias que abarcan todo tipo de componente de frenado, desde hidráulica de freno (cilindros, latiguillos, pinzas, juegos de reparación, etc.) hasta fricción (discos, pastillas, indicadores de desgaste, accesorios de montaje...) pasando por zapatas, tambores, kits completos del eje trasero o componentes electrónicos como sensores de velocidad de rueda para el ABS. La gama de frenado Ate se completa con varias formulaciones en líquido de frenos destacando la DOT 4 SL.6 especialmente indicada para los modernos sistemas de freno con control electrónico. Las pastillas de freno *Ate Ceramic* se erigen como la línea más destacada de esta oferta. Sus 161 referencias, recientemente ampliadas, se caracterizan por el confort, la duración y el respeto medioambiental que proporcionan.

La gigante de origen estadounidense **DELPHI** ofrece una gama completa en componentes de freno: discos, pastillas, tambores, zapatas, hidráulica, kits de freno trasero, sensores de ABS, líquido de frenos, etc. El número de referencias **Delphi** asciende a más de 9.000 lo que le permite cubrir las demandas del 98,4% del parque de vehículos en pastillas de freno o las del 96,7% del parque en discos de freno. Su



ALTA PRESTACION



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

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



pilot: Francesc Gutierrez



PASTILLAS, DISCOS, Y MORDAZAS DE FRENO



marca asociada al programa de fricción

BAJO TU CONTROL
Telf. +34 917 461 900

www.fmecat.eu



Mercado Componentes de frenado



Benito Tesier
Director general de
Corporación
Upwards 98

2011, un mercado estable en frenos

En el mercado de la posventa del freno no nos deberíamos quejar mucho. El mantenimiento de **los sistemas de frenos es lo último que cualquier conductor responsable pospone como componentes íntimamente ligados a la seguridad**. Otras operaciones pueden ser demoradas semanas o meses pero en temas de seguridad no es así: o se realiza el mantenimiento o se reduce el uso del vehículo. Es verdad que en 2011 se ha mantenido una **situación económica muy poco favorable** pero en líneas generales el mercado se ha visto afectado por dos efectos: por un lado, como consecuencia de la situación económica el **uso del vehículo ha descendido** durante el último año, dándose casos extremos de inmovilización e incluso abandono de los vehículos en el taller; por otro lado, para la posventa independiente el **envejecimiento del parque** hace que exista una demanda mínima de estos productos de freno que amortigua la reducción de la demanda. La combinación de estos dos efectos ha llevado a que en el último año la **demand**a de productos de freno se haya **reducido ligeramente** a diferencia de las caídas sufridas en otros productos de automoción.

El año 2011 ha sido un buen año para nosotros, todas nuestras marcas han tenido un comportamiento positivo, así tanto **Brembo** como **Textar** como **Villar** o **Mintex** han mostrado un crecimiento a lo largo del último año, aumentando su base de clientes y ampliando sus gamas de productos. Esto se debe a que la combinación de marcas y productos nos permita satisfacer todas las necesidades tanto de la distribución como de los profesionales de la reparación.

Las principales **amenazas** con la que nos enfrentamos, nos hemos enfrentado y nos enfrentaremos, todas las marcas en la posventa independiente son la **debilidad de la demanda** por la situación económica y la **necesidad de aumentar precios** como consecuencia de los aumentos de costes de las materias primas, incluyendo los transportes. La combinación de ambos marcará este año y el próximo. Los aumentos que las materias primas han realizado de una forma continuada, se mantendrán a lo largo del próximo año por el crecimiento de otros países principalmente de América y Asia, así como la debilidad del Euro respecto de otras divisas que encarece significativamente las materias primas. Es por ello que a lo largo de 2011 y en 2012 hemos visto y veremos aumentos de precios debido a este efecto que todos deberemos saber explicar y gestionar con nuestros clientes.

En 2012 vamos a tener que seguir con el esfuerzo diario que hemos venido haciendo en los últimos años y que todos en la posventa independiente sabemos hacer muy bien y por ello **aguantamos mejor que otros sectores de nuestra economía**. Así en 2012 tampoco nos podremos quejar o no podremos quejarnos mucho.

última novedad ha sido el lanzamiento de la línea de sensores de velocidad/ABS que, según Delphi, es un mercado aún por conquistar por el mercado del recambio independiente. De momento, ofrece 159 referencias las cuales se presentan como un competencia de peso frente al canal concesionario y agente oficial. La actualización de la gama de frenado Delphi es constante, de hecho, este fabricante se compromete a incorporar en su catálogo todos los componentes de freno de los nuevos vehículos lanzados al mercado en un plazo máximo de doce meses siguientes al lanzamiento del nuevo modelo.

Uno de los pesos pesados de este mercado es **EUROFREN SYSTEMS**, empresa que fabrica y distribuye las marcas **Road House**, **Remsa** y **Woking**. Su elenco de productos es impresionante, a los turismos proporciona pastillas de freno, avisadores de desgaste, discos, kits de pastillas y discos, zapatas, tambores, kits de zapatas y cilindros premontados. A los vehículos industriales, pastillas, discos, forros y avisadores de desgaste. En fricción es una referencia a nivel europeo gracias a una oferta que supera las 4.000 para turismos y las 400 para vehículo industrial lo que le lleva a alcanzar coberturas del parque del 99 y el 95 por ciento respectivamente. Con una producción de 25 millones de juegos de pastillas al año, lidera este apartado para el *aftermarket* europeo. Sus novedades son constantes, el pasado mes de marzo lanzó una nueva gama de hidráulica compuesta por 690 referencias que incluyen las siguientes líneas de producto: cilindros principales de freno y de embrague, cilindros de rueda, cilindros esclavos de embrague y reguladores de frenada. En este lanzamiento se incluyen 300 nuevas referencias en latiguillos. El fabricante con cuartel general en Pozuelo de Alarcón (Madrid) subraya la importancia de las piezas de hidráulica en el rendimiento del freno e incide en que son tan claves en la seguridad como lo pueden ser las pastillas o discos, piezas más "populares". Con esta línea de hidráulica, Road House se consolida como un proveedor global de componentes de frenado al ofrecer a sus clientes soluciones completas.

FEDERAL MOGUL, cuyo centro de operaciones en España está en la localidad madrileña de Coslada, es la firma fabricante de las marcas de frenado **Necto** y **Ferodo**, de larga presencia y tradición en nuestro país. Tras el lanzamiento el año pasado de la marca **Wagner**, las dos primeras se han posicionado como marcas Premium mientras que Wagner es la propuesta de gran consumo por su equilibrada relación calidad-precio aunque solo ofrece pastillas de freno. En cualquier caso con la consolidada oferta de las dos primeras, satisface cualquier necesidad del parque rodante. Mención especial merecen las campañas de difusión que ha puesto en marcha Federal Mogul. Durante estos días está llevando a cabo un *Roadshow* para dar a conocer las marcas Necto y Moog. Sobre la primera, la que nos interesa, está transmitiendo que Necto es la mejor opción original al mejor precio, por eso es la marca líder en el mercado de reposición, porque los componentes de frenado Necto están fabricados con tecnología de equipo original para el mercado de reposición. Días antes, los distribuidores de vehículo industrial de Ferodo también se habían de una promoción para dinamizar las ventas de esta marca que es un referente en vehículo industrial. Recibían de regalo un iPod Touch o un iPad2 por la consecución de pedidos de pastillas, forros y discos de freno Ferodo para vehículo industrial.

El amplio portafolio de productos de **GROVISA** incluye las gamas de frenado de **Pagid** y **Samko**, marcas que distribuye en exclusiva en nuestro país. Con la primera pone a disposición de la posventa una amplia gama de pastillas (más de 800 referencias fabricadas a partir de más de sesenta materiales de fricción) y discos de freno mientras que con Samko ofrece zapatas, kits de freno (juego de mordazas, cilindros de rueda y juego de muelles), hidráulica (bombas de freno, cilindros de rueda, correctores de frenada y latiguillos) y kits premontados o *Quick Kits* compuestos por las zapatas, los cilindros de rueda, los ajustadores, los muelles y la grasa. La oferta Pagid ha sido recientemente ampliada con el lanzamiento de nuevos kits de freno trasero y con productos químicos. Se puede elegir entre dos versiones dentro de los nuevos kits de freno trasero, premontados o no. Los primeros se pueden montar directamente en el eje mientras que los kits sin premontar también contienen todas las piezas que el montaje necesita. En ambos casos, el kit incluye los cilindros de rueda y los accesorios de ajuste bajo un solo código de artículo con las ventajas que ello conlleva: evitar que falten piezas o éstas sean erróneas. Además se ahorra tiempo y dinero en la compra y en el montaje y la reparación es más fiable. Por lo que respecta a los nuevos productos químicos, son tres, un limpiador de freno, un lubricante anti-ruido y el líquido de frenos DOT4, indicado para todo tipo de sistemas de freno que utilizan líquidos sintéticos y compatible con el

**Imagina...
sentir toda la seguridad
en condiciones de máxima exigencia**

www.roadhouse.es



Porque sólo la confianza que te da **Road House** te permite llegar más lejos, en las condiciones más duras, con la seguridad que ofrecen nuestros **productos**, más fiables y con mejor rendimiento.

La seguridad contrastada.

Road House es líder de ventas de componentes de freno en España, donde cada año, se instalan nuestras pastillas en un millón de vehículos. Esto es posible, **gracias a la confianza de miles de profesionales como usted**, en nuestros productos. Porque nuestra seguridad es la suya y la de todos, no se arriesgue.

Elija frenos Road House.

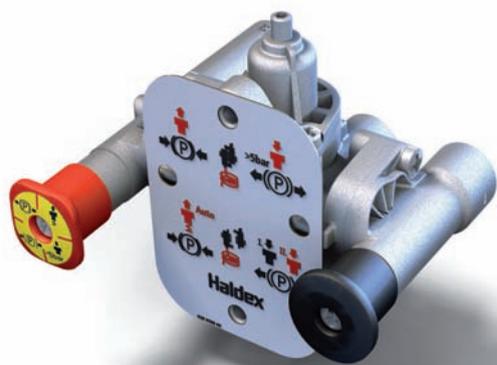
Porque podemos detener todo, pero...

**La imaginación...
es lo único que no podemos frenar**

Mercado Componentes de frenado



Kit de freno trasero Pagid. Se puede elegir en dos versiones, premontado o no. Esta novedad de la marca italiana llega a España de manos de Grovisa.



Safe Parking de Haldex. Asegura la inmovilidad del semirremolque cuando ya está desacoplado de la unidad tractora.



Disco y pastillas de freno Icer. Como novedad, el fabricante pamplonica Icer Brakes lanzó en marzo un nuevo catálogo de pastillas de freno que roza las 1.700 referencias.

sistema ABS. Grovisa tiene su sede central en L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona) y delegaciones en Bilbao, Madrid, Málaga y Valencia.

El siguiente ejemplo se distingue de los demás porque **HALDEX ESPAÑA** (Granollers, Barcelona) es un proveedor de componentes específicos para vehículo industrial pero sirve de muestra para conocer qué ofrecen este tipo de proveedores. La filial española de **Haldex AB** comercializa los productos de esta firma: válvulas neumáticas de frenos, ABS, EBS, cámaras de freno, actuadores para disco o tambor, mordazas de freno de disco, pastillas de freno y el que es el producto "estrella" en la reposición, la palanca automática Haldex. Apuntar que todos estos productos se comercializan bajo marca **Haldex**. Sus últimas novedades se centran en ofrecer funciones, controladas por el EBS generalmente, que mejoren el rendimiento de los vehículos industriales y eviten accidentes. Hablamos del *Soft Docking* de ayuda al atraque al muelle de carga con freno anticolidión o el *Safe Parking*, que asegura la inmovilidad del semirremolque cuando ya está desacoplado de la unidad tractora.

Bendix, Jurid y Stop son marcas fabricadas (las dos primeras) y distribuidas (la tercera) por **HONEYWELL AFTERMARKET EUROPE** (Barcelona). Sobre todo las dos primeras son imprescindibles en este mercado y con ellas cubre más del 95% de las necesidades del mercado de turismos y vehículo industrial. En la pasada edición de Automechanika Frankfurt (septiembre de 2011) presentó dos nuevas líneas de pastillas de freno Jurid, las híbridas y las libres de cobre. Las híbridas combinan las altas prestaciones de las pastillas de freno de bajo contenido metálico y el confort de frenado de las pastillas cerámicas fruto de combinar los dos materiales. Por sus bajas emisiones contaminantes y equilibrio general, estas pastillas están pensadas para obtener un alto nivel de ventas (su cobertura del parque es elevada). Por lo que respecta a las pastillas de freno libres de cobre, contienen menos del 5% de este material adaptándose así a la exigente legislación estadounidense al respecto. Apuntar, no obstante, que se comercializan también en Europa y en España y son tecnológicamente y medioambientalmente muy avanzadas. En Frankfurt también presentó una nueva tecnología de pastillas de freno para los discos de aluminio cuyo nuevo material de fricción cumple con los estándares de los fabricantes de automóviles europeos que equipan sus modelos con discos de aluminio.

El fabricante pamplonica **ICER BRAKES** es otro proveedor importante al poner a disposición del mercado de reposición una versátil gama de frenado que recientemente ha sido actualizada. El pasado mes de marzo editó el nuevo catálogo 2012-2013 de pastillas de freno para turismo y furgoneta. La oferta **Icer** en pastillas es muy extensa ya que el citado catálogo reúne más de 1.400 referencias para turismo y más de 150 para vehículo industrial. Con ellas, cubre las necesidades de prácticamente la totalidad (99%) del parque nacional de turismos y el 95% de vehículos industriales ligeros. El pasado mes de junio también había editado un nuevo catálogo de discos de freno y kits de freno delantero compuesto por más de 400 referencias en discos y más de 150 en kits delanteros para turismo. También merece especial mención la línea Icer de forros de freno, que supera las 400 referencias. La gama del fabricante navarro se completa con otros productos de fre-



En Recauto, distribuidor autorizado de Meycar en Xàtiva (Valencia), nos mostraron el disco Platinum Disk de la marca alemana Meyle. Su calidad es superior a la de equipo original.

www.brembo.com

TODOS LOS COCHES SE MERECEEN BREMBO.



Elige la opción segura y conveniente del líder mundial de sistemas de frenado. Brembo propone la más amplia gama para el Aftermarket: además de los discos y tambores, te ofrece también pastillas y kits para freno de tambor. Si buscas lo mejor, no te conformes con una marca cualquiera.

 **brembo**[®]

Mercado Componentes de frenado

nado como zapatas, guarniciones de freno o indicadores de desgaste. Con todos sus productos alcanza niveles de cobertura superiores al 95%. La calidad de los productos Icer está avalada por la aplicación en sus plantas de modernos medios y métodos de producción y por el empleo de materiales de fricción de alta calidad y rendimiento. Prueba de ello es que el 100% de sus pastillas cumplen el reglamento R-90 o el proceso de encorchado aplicado proporciona un excelente acoplamiento del disco a la pastilla. Consolidada su calidad, Icer Brakes está apostando por el servicio al cliente optimizando tanto la cobertura de suministro como la logística de las entregas.

La división *aftermarket* de **MAGNETI MARELLI ESPAÑA** también opera en el mercado de frenado proponiendo más de cien referencias en pastillas de freno de la marca **Pagid** y 95 en discos de freno de la marca **Bradi**. La versatilidad es uno de los puntos fuertes de ambas líneas de producto ya que la gama de pastillas satisface las demandas del 98% del parque circulante europeo mientras que la oferta en discos supera el 80% de cobertura del parque circulante español. La firma de origen italiano subraya la óptima relación calidad-precio de su gama de componentes de frenado. Las instalaciones centrales de Magneti Marelli España están en la localidad barcelonesa de Llinars del Vallès.

MEYCAR AUTOMOTIVE (Colmenar Viejo, Madrid) es el distribuidor en exclusiva en España de la marca **Meyle**, fabricada por la alemana **Wulf Gaertner Autoparts**. Su cartera de productos incluye componentes de frenado como discos, pastillas, zapatas, tambores, sensores o cilindros de rueda, en total, más de 2.500 referencias, todas ellas con calidad equivalente al original o, incluso superior, como el disco de freno Meyle *Platinum Disk* que ha sido sometido a pruebas de corrosión y ha obtenido mejores resultados que su equivalente original. Este modelo de disco de freno está recubierto con una capa de láminas de cinc de desarrollo especial que protege contra el óxido de forma duradera y le aporta un brillo persistente. El recubrimiento superficial está exento de cromo 6 y no contiene cromóxido ni otros metales pesados como plomo, cadmio, níquel o mercurio mientras que la lijadura en cruz garantiza la máxima eficacia de frenado. Estamos, por tanto, ante un producto de elevada calidad.

Finalizamos la ración de ejemplos con otra firma indispensable de la posventa, **VALEO SERVICE ESPAÑA** cuya gama **Valeo** de material de fricción se amplía constantemente poniendo a disposición de los profesionales de la reparación y la distribución un elenco de componentes cada vez más amplio. Así, la oferta de frenado Valeo propone pastillas, discos, mordazas y kits premontados. De todos estos productos va lanzando nuevas referencias cuyo destino son los modelos de automóviles que van apareciendo en el mercado. El pasado año editó la última edición de su catálogo de fricción que se presentó con más de 400 nuevas referencias para sumar un total de más de 2.500. Recientemente ha lanzado 18 nuevas referencias entre juegos de discos, discos, pastillas y kits premontados de aplicación en modelos como los Audi A4 y A6, los BMW X5 y X6, el Lexus IS, el Nissan Qashqai, el Opel Astra, el Renault Laguna 3 o el Toyota IQ.



Pastillas de freno Valeo. La gama de fricción de la marca francesa supera las 2.500 referencias entre discos, pastillas, mordazas y kits premontados.

Páginas web de interés

www.brembo.com
www.bsf.es
www.cecauto.com
www.cojali.com
www.davasa.es
www.dieseltechnic.com
www.dipart.es
www.direaso.es
www.dryasa.com
www.ebcfrenos.com
www.esmafri.es
www.europart.es
www.exclusivasbcn.com
www.federalmogul.com
www.frenos-ate.es
www.frenos-carpe.es
www.frenosvillar.com
www.frenozimmermann.com
www.frenzar.com
www.galfer.es
www.gecorusa.com
www.groupautounion.com
www.grovisa.com
www.grunosur.com
www.grupauto.es
www.haldex.com
www.holyauto.com
www.honeywell-frictionmaterials.com
www.icerbrakes.com
www.impormovil.es
www.italrecambios.es
www.jbs.com.es
www.knorr-bremse.es
www.magnetimarelli-checkstar.es
www.meycar.es
www.myferodo.com
www.qh.com
www.radsa.es
www.recambiosraf.com
www.remsa.com
www.roadhouse.es
www.rsturia.com
www.serca.es
www.stopiberica.es
www.valeoservice.com
www.wabco-auto.com/es/home
www.wokingbrakes.com
www.zelusl.com

Posventa de escapes y catalizadores

¿Se despejan los nubarrones?

Tras años en caída libre (varios proveedores dixit) el mercado de reposición de escapes y catalizadores atisba la luz al final de túnel. El envejecimiento del parque automovilístico, de momento, ya ha frenado el descenso de las ventas y éstas se deben ir recuperando toda vez que estos vehículos veteranos tengan que acudir al taller a reemplazar los escapes y catalizadores estropeados, consecuencia del kilometraje y del paso del tiempo.

Teniendo en cuenta la que está cayendo y que analizamos un mercado en franca decadencia durante los últimos años, parece que los proveedores de **escapes y catalizadores** no están del todo pesimistas ya que están detectando **cierta recuperación en ambos productos posventa**. Muchos han rebelado que el mercado de escapes estaba en caída libre y que los catalizadores no ocuparon plenamente el papel de los primeros. Sin embargo, la prolongación de la actual crisis económica ha comportado una caída de las ventas de automóviles muy notoria y sostenida en el tiempo lo que se ha traducido en un **envejecimiento del parque**. Obviamente, como **consecuencia** del paso del tiempo y de los kilómetros, **los escapes y catalizadores se estropean** por lo que los conductores, a pesar de sus estrecheces económicas, tienen que acudir a los talleres a sustituirlos, aunque solo sea para pasar la ITV. La consecuencia de todo ello es que, de momento, se ha frenado el descenso de las ventas de escapes y catalizadores y posiblemente empiecen a remontar a corto y medio plazo.



Los vehículos son cada vez más viejos en España y esta circunstancia puede reactivar las ventas de escapes y catalizadores.

Fase de estabilización

Fabricantes de referencia han constatado que ambos mercados, el de escapes y el de catalizadores, se encuentran actualmente en fase de estabilización y frenada de la caída de ventas.

Así lo explica una fuente consultada: "el escape, en clara caída en los últimos años, parece que ha tocado fondo. Su venta se ha es-

tabilizado, posiblemente influenciado por el envejecimiento del parque automovilístico, y en estos momentos mantiene su cuota de mercado. Por lo que respecta al catalizador, que se consideraba el sucesor del escape, no ha tenido el auge esperado, quizás debido a la gran cantidad de factores que intervienen en la sustitución del mismo: inspección de la ITV, precio de la pieza de sustitución, correc-

AS: referente en catalizadores

Este fabricante de catalizadores de Pamplona se ha erigido como uno de los líderes del mercado posventa de este componente. Bajo marca **As** propone un catálogo constantemente actualizado que, a día de hoy, reúne 1.361 referencias homologadas de aplicación en más de 3.600 vehículos gasolina y diésel. La apuesta por los departamentos Técnico y de Producto permiten a As lanzar referencias que se traducen en más de 300 nuevas aplicaciones anuales. Técnicamente, todos ellos son productos de primer nivel gracias a la cooperación de As en el desarrollo de los substratos cerámicos, impregnaciones y contenidos catalíticos con *Car Sound Exhaust Systems*, firma líder en el mercado de recambios de Estados Unidos.

En otro orden de cosas, apuntar que **As** cuenta, desde este mes de abril, con nuevo director comercial, se trata del experimentado **Richard Nott** (*Bosch, Magneti Marelli, Lucas, Richard Nott & Associates...*) quien toma el relevo de **Ángel Erdozain**, director comercial de la firma navarra durante los últimos 22 años.

Richard Nott, nuevo director comercial de As.



Mercado Posventa de escapes y catalizadores



Bosal: oferta y tecnología

Un sistema de evacuación de condensados alarga la vida útil de los escapes Bosal. Una innovación tecnológica más del fabricante de origen holandés.

Bosal es una de las marcas de referencia de este mercado. Su oferta supera las 13.000 referencias en escapes y las 900 en catalizadores por lo que es una de las más completas.

La calidad de sus productos está más que contrastada. Los escapes destacan por su bajo peso lo cual evita roturas prematuras en los soportes y, desde hace dos años, se benefician de un nuevo sistema de evacuación de condensados que elimina toda el agua retenida dentro del silencioso. Esta tecnología, inicialmente aplicada en primer equipo, ya está disponible en la posventa empleándola Bosal en los escapes cuyo destino son vehículos especialmente fríos o que padecen de exceso de condensación.

En cuanto a su gama de catalizadores, Bosal comercializa dos líneas, una con monolito metálico de altas prestaciones y otra con monolito cerámico, más tradicional y económica. Siempre a la última a nivel tecnológico, Bosal cuenta ya con referencias adaptadas a las normativas medioambientales Euro V y Euro VI.

ta diagnosis del vehículo para identificar el foco del problema.... Por lo tanto, estamos entrando en una situación un poco "atípica", con un retorno a la sustitución del escape".

En términos similares se ha expresado otro fabricante líder: "la venta de escapes sigue con una tendencia a la baja aunque se está notando una frenada en la caída en los últimos dos años. El envejecimiento del parque está contribuyendo a estabilizar el mercado. Este producto se cambia generalmente cuando presenta roturas y/o es rechazado en los controles de ITV, por lo tanto el incremento de la edad media de los coches está aumentando necesariamente la tasa de cambio y ayudando a contrarrestar los efectos de la transformación del parque (de gasolina a diésel). En los últimos 10 años, el parque diésel se ha duplicado. La tasa de cambio de escapes en los vehículos diésel es más baja, las medidas de control en las ITVs son más limitadas que en el caso de vehículos de gasolina (solo controlan las partículas y no los gases) y en general las mejoras en el diseño de los coches con motores más limpios y que producen menos vibraciones son las principales razones por las que sufre el mercado del escape. En cuanto al catalizador, el mercado está plano".

El concesionario se mueve

Ante la caída de ventas de vehículos nuevos, el canal concesionario se ha orientado hacia la posventa y esto se ha notado en el mercado posventa de escapes y catalizadores.

Lo explica un destacado fabricante: "el concesionario, debido a la crisis y a la caída de ventas en coches nuevos, empezó a descubrir el recambio hace ya unos años. Los márgenes de beneficio son totalmente dife-

Imagen de la campaña de primavera Walker.



Catalizador con filtro de partículas DPF fabricado por Tenneco.



Tenneco: el líder, en campaña

Tenneco, a través de sus marcas de escapes y catalizadores **Fonos** y **Walker**, ostenta el liderato en ventas de escapes además de ser también imprescindible en el mercado de catalizadores. Coincidiendo con estas fechas está desarrollando una campaña promocional de primavera consistente en que, desde el 15 de marzo, los mil primeros clientes que adquieran catalizadores Walker reciben de regalo un práctico paraguas.

Volviendo a la oferta, ésta es muy extensa, a través de las marcas Fonos y Walker, Tenneco pone a disposición de la posventa un amplio número de referencias en silenciadores, tuberías, catalizadores, filtros de partículas diésel, kits de montaje y sistemas completos de escape. Huelga decir que esta gama cubre las necesidades de prácticamente la totalidad del parque circulante.

En materia de escapes, comercializa una única gama denominada Fonos Aluminóx Pro. Estos silenciadores ofrecen un 25% más de protección contra la corrosión que los escapes convencionales al estar fabricados con una doble capa de acero aluminizado (cuatro capas de aluminio que actúan como protectores contra la corrosión frente a las dos que ofrece la competencia). Ello les permite estar a la venta con una garantía de 30 meses.

La última novedad de Tenneco en productos de recambio para el sistema de emisiones es el filtro de partículas diésel (DPF). Este programa ya da cobertura a 1.300.000 vehículos y este 2012 tiene previsto duplicar el número de referencias.

rentes a lo que estaban acostumbrados en equipo original y el taller independiente incluso desvía parte de sus compras a las marcas por el simple hecho de tener un precio agresivo, sin darse cuenta de que está favoreciendo a su propia competencia. Si a esto sumamos la política del taller independiente de trabajar sobre tarifas, sin hacer descuentos a los clientes finales, se encuentran en una situación de clara desventaja competitiva. En cuestión de escapes y catalizadores, tampoco el concesionario tiene especial interés en mantener piezas que tienen baja rotación y que no son una sustitución inmediata o periódica. Por otra parte, también hay que ver que el canal concesionario se comienza a abastecer en algunas piezas de los distribuidores de recambio libre. El vehículo de ocasión, la entrada a taller de vehículos de otras marcas, son factores que generan una demanda a nivel de concesión de piezas de recambio, que en algunos casos en la propia marca tienen importantes plazos de entrega que imposibilitan su trabajo día a día". Esta misma fuente también se refiere a los **centros de reparación rápida**: "son una clara alternativa al taller tradicional. Han reaccionado a la evolución del mercado y su inversión en

márketing hace que lleguen con otra percepción al usuario final, que ve cómo tiene un servicio casi inmediato, donde le ofertan alguna clase de descuento o promoción y, además, tiene una percepción diferente en cuanto a imagen. El centro rápido se muestra casi como una boutique, más orientado a la imagen, con unas instalaciones limpias, imagen más cuidada, y un intento de llegar al usuario final basándose en los puntos donde el taller tradicional suele flaquear". Volviendo al papel de los concesionarios y del taller multimarca independiente, otro fabricante opina: "la cuota en catalizadores crece en el concesionario. El mayor precio de esta pieza, la posibilidad de diagnosticar el vehículo fácilmente de forma más ajustada, el hecho de ofrecer una supuesta garantía o supuesta seguridad que ofrece la marca, hace que en ocasiones el cliente final se decante por sustituir el catalizador en la concesión. El taller multimarca intenta aplicar la misma política que sigue con el escape: precio elevados, con un gran descuento por parte del distribuidor, y el propietario final observa asombrado que el precio de su catalizador de repuesto en un taller de barrio puede superar el precio en la propia marca. Hace dos años, Bosal planteó una política de

reducción de PVPs en tarifa y ajuste de descuentos. Al día de hoy, otras marcas fabricantes de recambio han continuado inflando sus precios en tarifa e incrementando el descuento, encontrándose de nuevo en una situación de desventaja frente al recambio de la marca. Curiosamente, el propio taller que exigía precios más altos y más descuento, desvía sus compras a la concesión, olvidando en algunos casos a su recambista que le proveía tradicionalmente. Aquí debe de reaccionar toda la cadena de recambio libre, definir unas bases y hacer un planteamiento serio con sus talleres para mantener la fidelidad de sus clientes y evitar "fugas" hacia el recambio de la marca".

Se estima que el **taller multimarca independiente** copa el **45%** de las **compras de escapes y catalizadores**; el **concesionario o agente oficial**, ya el **35%**; los **autocentros y centros de reparación rápida**, un destacado **15%** y el **5%** restante corresponde a **otros** canales de compra.

Por lo que respecta a las **marcas más vendidas, en escapes** marcan la pauta **Fonos, Bosal y Klarius** y en **catalizadores, As, Fonos, Bosal y Klarius**. En definitiva, las tradicionales de ambos mercados.

Sobre el mercado posventa de escapes y catalizadores



Emilio Orta
Business Development
Manager Central and South
Europe de Tenneco

La tendencia del **mercado de escapes** sigue en la línea de los últimos años, es decir, un mercado **en recesión** con caídas anuales de la cifra de negocio debidas a la calidad de los materiales que se usan en Primer Equipo (acero inoxidable), la gasolina sin plomo y la dieselización del parque.

Respecto al **catalizador**, el **mercado también está en recesión pero no en la misma proporción que el escape** sino en menor cuantía. Esto es debido principalmente al alto coste del mismo y al desconocimiento del taller multimarca para verificar y comprobar su buen funcionamiento, lo que conlleva que el servicio oficial tenga un porcentaje alto de este mercado.

Toda esta situación provoca que **el pequeño y mediano distribuidor esté dejando de estocar el escape por su difícil almacenaje**, por el espacio que ocupa y por su coste de distribución. Esto hace que quede en manos de los **distribuidores con capacidad de estocar y espacio para almacenar**. Para estos distribuidores **seguirá siendo rentable trabajar el escape**. En cuanto al catalizador, debido al alto coste del producto y las bajas ventas que genera, está produciendo que los distribuidores busquen soluciones alternativas al stock que tienen en colaboración con los proveedores.

La actual crisis económica no ayuda a la situación de ninguno de los dos productos ya que **el escape no resulta atractivo para el distribuidor** (por su bajas ventas y alto coste de almacenaje) y **el catalizador**, debido a su alto coste y baja rotación, supone para el distribuidor una **elevada inversión que pocos están dispuestos a realizar**.

Las perspectivas a corto y medio plazo son que **los escapes seguirán su tendencia a la baja** debido a que cada vez los coches tendrán menos escapes y más elementos antipolución como el Catalizador, el FAP (filtro antipartículas), el SCR, etc. que elevarán el precio del conjunto de escape pero disminuirán las partes del mismo. En lo referente al **catalizador**, la trayectoria vendrá marcada por la **mentalización del taller multimarca de estar preparado para cambiar esta pieza** con los conocimientos y seguridad que ello requiere.

La única manera de **mejorar las ventas de los catalizadores es pasando por la formación de los talleres** y que sean éstos los que empiecen a ofrecer al usuario final la revisión y la posterior sustitución del recambio, en caso de detectar alguna anomalía ya sea en la propia pieza o en cualquiera de los elementos que influyen en su buen funcionamiento (sonda lambda, inyectores, bujías, etc....).

PÁGINAS WEB DE INTERÉS

www.adparts.com
www.agerauto.es
www.as-sl.com
www.bosal.com
www.cecauto.com
www.davasa.es
www.dieseltechnic.com/es
www.dimsport.es
www.dipart.es
www.donsilencioso.com
www.duramas.com
www.europart.es
www.gecorusa.com
www.groupautounion.com
www.grupocga.com
www.holyauto.com
www.impormovil.info
www.ingarsasport.com
www.kinpibea.com
www.monroe-eu.com
www.mp-motorsport.com
www.qh.com
www.recambioshergar.com
www.rsturia.com
www.serca.es
www.sfalces.com

SHANGHAI NEW INTERNATIONAL EXPO CENTRE

新国际博览中心



160.000 m² en 2011, con 61.178 visitantes de 131 países.

AUTOMECHANIKA SHANGHAI 2012

LA EDICIÓN DEL PASADO AÑO SUPUSO UN RÉCORD DE EXPOSITORES Y LOS VISITANTES SE MOSTRAN SATISFECHOS

CALENTANDO MOTORES

Se llevará a cabo 11 a 14 diciembre de 2012 y es la feria líder en Asia para piezas de automóviles, equipos y proveedores de servicios a celebrar de nuevo en el Shanghai New International Expo Centre, China.

Organizada por **Messe Frankfurt SA (Shanghai) Co.** y **China National Automotive Industry International Corporation (CNAICO)**, esta nueva edición de **Automechanika Shanghai** la subsidiaria asiática de la marca Automechanika, cuyo buque insignia, **Automechanika Frankfurt** va a celebrarse en septiembre, pretende establecer un nuevo hito en la satisfacción de expositores y visitantes.

2011, un éxito

Automechanika Shanghai 2011 cubrió un área de exposición de 160.000 metros cuadrados, incluyendo 13 pabellones y seis salas temporales, así como un área al aire libre. La exposición atrajo a 3.619 expositores de 36 países y regiones, y 61.178 visitantes de 131 países; de ellos, los diez primeros fueron Taiwán, Rusia, Turquía, Corea del Sur, Japón, Malasia, EE.UU., India, Irán y Australia. La feria ha crecido rápidamente en tan sólo siete años creándose áreas específicas para reutilización y nuevas energías.

Expositores y visitantes se mostraron satisfechos con el espectáculo

Los expositores mostraron una amplia gama de productos a partir de piezas y componentes para reparación y manteni-

miento, contando por primera vez con expositores como BorgWarner, Mann Hummel, NTN-SNR, Panasonic, Philip o UCI / FRAM, entre otros. Todos coincidieron en que fue un evento profesional, donde pueden ser exploradas nuevas oportunidades de negocio y supuso contar con 12 pabellones extranjeros, frente a nueve en 2010 presentándose por primera vez la India y Japón.

27 sesiones en el programa de actos paralelos

Automechanika Shanghai 2011 también estableció un nuevo récord para las sesiones de los programas complementarios, ofreciendo 27 eventos, en comparación con 15 en 2010.

La **Asociación de Recicladores de Partes Automotrices (APRA)**, organizó el Foro Internacional del APRA y el seminario de la industria de refabricación de auto partes en las partes de Shanghai. A medida que el gobierno chino está apoyando el negocio de remanufactura, los profesionales locales tiene necesidad de saber más ya que es un concepto relativamente nuevo para la industria de la automoción china.

El **Foro de Matchmaking** organizó reuniones entre proveedores y compradores VIP y el Congreso Internacional del Automóvil y la Cumbre del Automotive Aftermarket también recibió comentarios positivos.

Todos estos logros, que pueden tener una nueva edición este año, hacen de este evento un punto de interés singular para el sector posventa europeo en general y español en particular. ●

① www.messefrankfurt.com.hk



Mann Filter, presentes por primera vez en Automechanika Shanghai el pasado año.



Bosch, cómo no, en el evento.



Launch jugaba en casa.



La ceremonia de apertura suele ser un momento colorido recurriéndose a la visibilidad asiática.



automechanika

SHANGHAI

Participe en la principal feria comercial de Asia para recambios, accesorios, equipos y servicios para la automoción

Del 11 al 14 de diciembre de 2012

Shanghai New International Expo Centre
Shanghái, China

¡Reserve su stand YA!

- 180.000 m² de espacio de exposición con 3.900 expositores potenciales
- Una plataforma de negocio de primera categoría para toda la cadena de la automoción a la que asistirán más de 70.000 compradores procedentes de 132 países y regiones
- Récord de presencia confirmada de más marcas líderes tanto internacionales como nacionales para la muestra de 2012
- Nuevas "Zonas internacionales" en pabellones basados en productos para conseguir más contrataciones de forma más eficaz
- Salón de accesorios (Accessories Hall), pabellón de remanufactura (Remanufacturing Pavilion) y zona con novedades energéticas (New Energy Zone) aún más amplios
- Sólido apoyo de más de 130 medios de comunicación, más de 30 asociaciones comerciales y organismos públicos
- Programas paralelos de calidad para satisfacer a especialistas del sector de todos los niveles

Contacto

Tel: (+34) 91 533 76 45

Fax: (+34) 91 553 83 93

info@spain.messefrankfurt.com

www.automechanika-shanghai.com



CNAICO
中汽国际

 **messe frankfurt**



www.concdecoche.com

66 Noticias: SEAT, Toyota, Iveco, BMW, MINI, Daimler

67 Técnica: sistemas de seguridad y de asistencia del Mercedes Clase B

69 Contacto: Volkswagen up!, Ford C-Max, Toyota Yaris, Chevrolet Aveo



PASA A FORMAR PARTE DE SARSA Y AMPLIARÁ SUS SERVICIOS

Movento adquiere la concesión SEAT de Terrassa

➔ **Movento** ha incorporado a su estructura el concesionario **SEAT** de Terrassa (Barcelona). A raíz de esta operación, esta concesión se integra en **Sarsa** y ampliará los servicios a sus clientes al beneficiarse de la oferta global de Movento en el sector de la automoción. Entre estos servicios se incluyen la tarjeta de fidelización o condiciones especiales o el aumento de la oferta de vehículos seminuevos.

Movento es un grupo de automoción que representa a once marcas de referencia y se dedica a la distribución de turismos y vehículos industriales nuevos y seminuevos así como de vehículos eléctricos. También ofrece servicios de posventa y de taller, actividad esta última que realizó más de 70.000 reparaciones en 2010. Sobre la adquisición del concesionario SEAT de referencia en Terrassa, **Miquel Martí**, responsable de expansión de Movento, ha subrayado *"la importancia de la integración, en el contexto actual, de este concesionario al grupo, que constituye una apuesta valiente y decidida, reafirma la presencia en el Vallès y consolida a la compañía como uno de los principales agentes del sector del automóvil en su área de influencia directa y en el conjunto del país"*. Esta operación se enmarca en el plan de Movento para consolidar su oferta y mejorar su eficiencia y profesionalización. **C**

www.movento.es / www.seat.es



COMAUTO SUR Y KOBE MOTOR, DE MADRID, Y TOYOTA OURENSE, DE OURENSE

TRES CONCESIONES TOYOTA ESPAÑOLAS, PREMIO ICHIBAN

➔ **Toyota Motor Europe** entregó recientemente en una gala celebrada en Budapest (Hungría) los **Premios Europeos de Satisfacción del Cliente Ichiban 2012**. 42 concesionarios de 32 mercados fueron galardonados con este premio, entre ellos, tres concesiones españolas, **Comauto Sur** y **Kobe Motor**, de Madrid y **Toyota Ourense**, de la capital de esta provincia gallega. Estos tres concesionarios han sido reconocidos por sus excepcionales resultados en el apartado de Satisfacción de Clientes, tanto en el área de venta como de posventa.

En la gala **Nemesio Matías**, de Comauto Sur (en el centro de la imagen, con el premio); **Francisco Pérez** y **José Cortegoso**, de Toyota Ourense, y **Jesús Colmena** y **Nicomedes Sánchez**, de Kobe Motor, recibieron sus respectivos premios Ichiban de manos de **Didier Leroy**, presidente y consejero delegado de Toyota Motor Europe. Leroy, en su discurso, comentó la importancia que la marca nipona da al cliente: *"tenemos que superar las expectativas del cliente a través de nuestros servicios y productos y en todos los puntos de contacto con él. Es el cliente quien decide comprar un Toyota y queremos asegurarnos de que está satisfecho de haber tomado esa decisión"*.

Los 42 concesionarios premiados han sido distinguidos en base a una exigente selección de criterios. El premio es todo un logro porque son evaluados unos 2.600 concesionarios a partir de un análisis continuo y exhaustivo del rendimiento en base a unos estándares definidos por Toyota. **C**

www.toyota.es

UNAS INSTALACIONES DE MÁS DE 1.200 METROS CUADRADOS EN ALCALÁ DE HENARES

Jerasa inaugura taller oficial Iveco



➔ **Jerasa**, empresa familiar fundada en 1983 y taller oficial **Iveco** desde 2005, ha puesto en marcha un **nuevo taller oficial** de la marca de vehículo industrial italiana en **Alcalá de Henares**. Las nuevas instalaciones, de más de 1.200 metros cuadrados, están localizadas en el número 1 de la Calle Brasil del Polígono Industrial Nilo de la localidad madrileña. Con ellas, Jerasa cuenta ahora con una infraestructura más amplia y moderna que le servirá para ampliar sus servicios de reparación y mantenimiento a toda la gama Iveco, desde los vehículos ligeros hasta los pesados.

En el nuevo taller trabajan diez empleados, entre ellos cuatro mecánicos y tres electricistas, los cuales realizan los servicios de reparación mecánica, electricidad y electrónica, centro de diagnóstico, centro técnico de tacógrafos analógicos multimarca, venta de neumáticos, de recambios y de accesorios originales y asistencia en carretera. La parcela supera los 2.500 metros cuadrados, con un aparcamiento de 300 metros cuadrados, y la superficie construida los 1.200 que acogen el taller, un almacén de recambios y las oficinas. Este nuevo taller Jerasa depende del concesionario **MC Madrid**, filial de Iveco España y con su puesta en marcha Iveco refuerza su red de posventa. **C**

www.jerasa.es / www.iveco.com/spain

Grupo Herranz Concesionarios ha anunciado que ha cesado sus actividades de ventas desde el pasado 30 de abril pero que continuará operando como **servicio oficial BMW** y **MINI**. Por tanto, seguirá ofreciendo los servicios de posventa a los clientes de las marcas comentadas en sus instalaciones situadas en el número 474 de la calle Alcalá y el número 2 de la calle Vivero de la capital española. **C**

www.herranz.bmw.es / www.bmw.es / www.mini.es

PROBAMOS ALGUNOS DE ELLOS EN EL CLASE B



La nueva generación del Mercedes Clase B es todo un monovolumen compacto. Destaca por su amplio equipamiento tecnológico.

Sistemas de seguridad y de asistencia Mercedes

La nueva generación del Clase B de Mercedes se presenta con un extenso equipamiento de seguridad al incorporar multitud de sistemas de asistencia para prevenir accidentes, cansancio, facilitar los cambios de carril, etc. No es extraño, la nueva generación de este modelo es eminentemente familiar ya que ahora es un monovolumen compacto.



La marca de la estrella ha dotado de carácter familiar a la nueva generación del **Clase B**, ahora un académico monovolumen compacto. Quizás por ello, lo ha equipado con numerosos **sistemas de seguridad y de asistencia a la conducción**. Un buen número de ellos proceden de modelos superiores y, teniendo en cuenta de que hablamos de **Mercedes**, podemos hacernos una idea del nivel tecnológico de estas soluciones.

Sistemas preventivos

Dos de las soluciones que velan por la seguridad son el **Collision Prevention Assist** y el **Attention Assist**, ambos basados en sistemas inteligentes de sensores que "piensan" de forma preventiva en la protección de los ocupantes. El Clase B es el primer vehículo de su categoría en incorporar el **Collision Prevention Assist**, un sistema que supervisa la carretera por delante del vehículo a través de sensores de radar los cuales advierten a tiempo del peligro de colisión y de accidentes por alcance. Al circular a más

de 30 km/h, este dispositivo detecta una separación insuficiente entre el propio vehículo y los objetos en movimiento por delante. En caso de detectar un peligro, el conductor es advertido mediante señales ópticas y acústicas. Si el conductor frena, el servofreno de emergencia adaptativo aplica la fuerza de frenado ideal para llegar a detener el vehículo y evitar, si es posible, una colisión inminente.

Por lo que respecta al **Attention Assist**, consiste en un sistema de detección del cansancio particularmente útil en trayectos largos. Su modus operandi es el siguiente: unos sensores analizan el



El **Attention Assist** detecta si el conductor está cansado o tiene sueño tras analizar el parpadeo, la mirada, etc.



En el cuadro de instrumentos se informa cuando está actuando el sistema de aparcamiento automático. Es el volante y la flecha de la imagen, entre el velocímetro y el cuentarrevoluciones.



El Clase B también informa al conductor sobre los límites de velocidad de la carretera por la que circula.



La prueba

Tuvimos ocasión de probar la versión **200 CDI** de 156 CV diésel y constatamos que **Mercedes** se ha adaptado a la competencia y tendencias actuales creando un monovolumen compacto que no renuncia al dinamismo. De hecho, estéticamente mejora claramente a su anodino predecesor

El interior es amplio sobresaliendo la anchura de las plazas traseras. Aunque siempre van mejor dos, tres pasajeros detrás pueden no sufrir mucho en este **Clase B**. El maletero, de 486 litros también es grande en relación a la longitud del vehículo (4,36 metros). Impecablemente acabado y con unos materiales de gran calidad, la vida a bordo es de los más comfortable y acogedora contribuyendo también a ello un tarado de suspensión ligeramente blando pero que no impide un comportamiento muy noble. En cuanto al motor, proporciona una relación prestaciones-consumo espectacular. La agilidad y viveza de sus 156 CV no impiden que su consumo se limite a unos exiguos 4,4 l/100 en ciclo combinado (3,8 litros en carretera).

Aunque por tamaño y concepto rivaliza con modelos como el SEAT Altea, el Volkswagen Tiguan, el Citroën C4 Picasso o el Ford C-Max, el Clase B se desmarca de ellos por precio ya que la versión probada ya se va hasta casi los 30.000 euros. Y es que la calidad y la distinción tienen un precio.



accionamiento del volante y son capaces de reconocer cualquier alteración del conductor al que previamente se le ha elaborado un perfil. El **Attention Assist** avisa al conductor cuando detecta fatiga o sueño y circula a una velocidad entre 80 y 180 kilómetros por hora. Unos parpadeos más prolongados y cambios en la mirada pueden ser síntomas de esta fatiga o sueño que detectan los sensores del **Attention Assist**.

No faltan tampoco en el Clase B sistemas de asistencia más habituales como el **detector de cambio de carril** o el **control de ángulo muerto**, ambos opcionales. El primero identifica las líneas que marcan el límite de la calzada y advierte al conductor mediante discretas vibraciones en el volante si va a sobrepasar estas líneas de forma involuntaria. El control de ángulo muerto, por su parte, recurre a dos sensores de radar para avisar en caso de que vayamos a cambiar de carril y se aproxime un vehículo por el mismo.

Todos estos dispositivos incrementan notablemente la seguridad porque corrigen muchos despistes de los conductores derivados por la falta de atención o el cansancio.

Una larga lista

La dotación de sistemas de asistencia a la conducción no acaba con los que ya hemos descrito. De serie, el Clase B dispone de conexión automática de las luces de cruce y de un freno de estacionamiento eléctrico con función de confort. La lista de opciones amplía aún más el equipamiento al res-

pecto: luces de carretera automáticas, el sistema de ayuda activa para aparcar con **Parktronic**, detector automático de silla infantil AKSE en el asiento del acompañante, indicador de velocidad límite o cámara de marcha atrás con líneas auxiliares dinámicas en la pantalla que ayudan a maniobrar de forma más precisa.

Con las **luces de carretera automáticas**, éstas se conectan automáticamente si las cámaras no detectan otros vehículos o personas dentro del alcance de los faros. Para ello recurre a una cámara que regula el alcance de la luz de cruce y la luz de carretera en función de la situación y de la presencia de otros vehículos.

El **sistema de ayuda al aparcamiento** del Clase B merece especial atención. Éste es activo ya que ayuda al conductor a buscar un hueco para estacionar en línea y le asiste girando el volante durante las maniobras de aparcamiento, incluso en curvas. El sistema **Parktronic** integrado advierte al conductor de posibles obstáculos situados en zonas de poca visibilidad delante y detrás del vehículo. Para encontrar aparcamiento se debe circular a menos de 36 km/h. Por debajo de la misma, dos sensores de ultrasonido ubicados en el paragolpes delantero se encargan de localizar un aparcamiento. La búsqueda automática de aparcamiento se señala con un símbolo "P" en el cuadro de instrumentos. Si la ayuda activa para aparcar encuentra un hueco adecuado, se muestra una flecha junto a la "P". Por defecto, el sistema busca aparcamiento en el lado derecho pero si el conductor acciona el in-

termitente de la izquierda, entonces la búsqueda se amplía a los dos lados. En cuanto a la ayuda durante la maniobra, el sistema gira el volante y el conductor solo tiene que acelerar y frenar. El aparcamiento se realiza en un máximo de cinco maniobras y cuando ha finalizado aparece en el display el texto "Aparcamiento finalizado" y suena una señal acústica. En la realización de estas maniobras nunca se pueden superar los 10 km/h.

Un dispositivo exclusivo de Mercedes es el **detector automático de silla infantil AKSE en el asiento del acompañante**. Dicho detector reconoce las sillas infantiles especiales de la gama de accesorios de Mercedes-Benz equipadas con transponders y desactiva automáticamente el airbag frontal del acompañante. Una antena integrada en el asiento del acompañante emite señales y detecta los transponders instalados en las sillas infantiles especiales de la gama de accesorios Mercedes-Benz y envían un mensaje de confirmación. Si se recibe esta confirmación, el detector automático de silla infantil desactiva automáticamente el airbag del lado del acompañante independientemente del sentido del montaje de la silla. Si se desactiva el airbag, brilla un piloto de advertencia. El pretensor y los demás airbags en el lado del acompañante (airbags de tórax y de cadera o **windowbag**) permanecen activos para proteger al niño. Una vez desmontada la silla infantil, el airbag del acompañante se activa de nuevo. 

www.mercedes-benz.es

CALLEJAMOS CON EL VOLKSWAGEN UP!
BLACK 1.0 75 CV 2 PUERTAS

Urbanita de clase media-alta

➔ El número de vehículos urbanos ha crecido notablemente en los últimos años lo que constata que el precio de la gasolina y la crisis se están haciendo notar (hace unos años las madres iban con el todoterreno a dejar a sus niños al "cole").

Volkswagen se ha sumado a esta dinámica de lanzamientos y su propuesta es el **up!** modelo que ha llegado para cubrir el hueco dejado por el Lupo, vehículo que se dejó de comercializar hace unos años. Probamos la versión **Black**, la más equipada (tiene una versión equivalente pero en **White**), de dos puertas con el motor 1.0 de 75 CV. Sobre la gama de motores, apuntar que Volkswagen, siguiendo la política de otros fabricantes, ya no ofrece versiones diésel, solo este motor de un litro en variantes de 60 y 75 CV. Por tamaño y filosofía estamos

ante un vehículo 100% urbano. Mide solo 3,54 metros de largo por 1,64 metros de ancho, lo que le permite callejear con agilidad por la ciudad. Así mismo, el puesto de conducción elevado, los grandes retrovisores y la amplia superficie acristalada confluyen para disfrutar de una buena visibilidad en todos los ángulos. El puesto de conducción está bien logrado aunque, en caso de elevar el asiento del conductor, el cambio puede quedar demasiado bajo. Los materiales son robustos pensando en que es un coche de batalla diaria pero Volkswagen deja su sello con un buen nivel de calidad en el tejido de los asientos, plásticos del salpicadero, tacto de los mandos, etc. Una virtud de este up! es su habitabilidad, notable para su tamaño aunque cinco adultos no caben por la estrechez del vehículo. Una cuestión importante, la variante cuatro puertas es mucho más versátil que la de dos en la que cuesta entrar a las plazas traseras y las puertas son excesivamente largas, lo que dificulta entrar y salir en caso de aparcar en batería. El maletero, de 251 litros, también se sitúa por encima de su competencia.

Fuera de ciudad es donde el up! muestra sus limitaciones. El motor, ahorrador y ágil en ciudad, muestra las limitaciones de su baja potencia sufriendo especialmente en autopista y en subidas esta anemia de cavallos. En carreteras de curvas, además de la poca respuesta del motor, tendremos que lidiar con un balanceo excesivo de la carrocería. No obstante, que nadie se lleve a engaño, no es un vehículo para estas lides.



La cuestión del equipamiento merece especial mención. La versión probada contaba con función de frenada de emergencia en ciudad (es una opción, eso sí), navegador o sensor de aparcamiento trasero. Sin embargo, prescindía de botón para bajar la ventanilla del pasajero en el lado del conductor. Sorprendente y extraño.

Por lo que respecta al precio, la tarifa Volkswagen se suele situar por encima de la media de las marcas generalistas porque la marca alemana ofrece un plus de calidad. La gama up! oscila entre los 9.700 y los 12.900 euros, un buen precio. Para los que este factor sea un prioridad, les aconsejamos que comparen tarifas con sus primo hermanos SEAT Mii.  www.volkswagen.es



LA APUESTA MÁS DINÁMICA Y MÁS CERCANA A UN TURISMO, EL FORD C-MAX

El menos monovolumen de los monovolúmenes

➔ Líneas redondeadas, poca altura, diseño deportivo, suspensión tirando a dura... **Ford** ha dotado a su monovolumen compacto **C-Max** de un dinamismo que le permite diferenciarse de la competencia más burguesa y familiar, léase Renault Scénic, Citroën C4 Picasso, Toyota Verso, etc.. Solo el Altea se le puede comparar en deportividad.

Estéticamente, el C-Max es un coche bien logrado que atraerá a un buen número de potenciales compradores. La apuesta de Ford por el diseño, no obstante, tiene sus pros y contras. Este C-Max no solo es dinámico a la vista, su comportamiento es excelente, a la altura de cualquier compacto de tres o cinco puertas. Además, la unidad que tuvimos ocasión de probar montaba el eficiente TDCi de 140 CV en combinación con el cambio automático Powershift. El conjunto era realmente agradable, el motor es muy ágil y enérgico y el cambio proporciona el punto justo entre rapidez y economía de uso. Algunos, no obstante, considerarán que al cambio la falta un poco de "picante". La suspensión es dura para tratarse de un monovolumen compacto pero el sacrificio en confort (cuidado, el C-Max no es un coche incómodo, ni mucho menos) lo compensa con un aplomo y una estabilidad excelentes.

Como ocurre en muchas ocasiones, el diseño va en detrimento de la practicidad. Aunque no es muy acusado en el C-Max, cuyas plazas traseras son suficientemente amplias y el maletero de 471 litros, suficiente, en términos de habitabilidad, el C-Max se ve superado por un buen número de competidores. En términos de versatilidad, también está menos logrado que muchos de sus competidores. En cualquier caso, es un coche suficientemente amplio para cuatro plazas, no tanto para cinco.

Por lo que respecta al equipamiento y acabados, es otro de los puntos fuertes del C-Max. Nos gustó la calidad del interior, tanto la real como la percibida y la versión probada, el nivel de acabado Titanium, va equipada de serie con el asistente de arranque en pendiente, el aviso de baja presión de los neumáticos, dirección asistida eléctrica, retrovisor interior electrocrómico, ajuste lumbar o control por voz V2C. El precio, poco más de 23.000 euros, se sitúa en la media de este tipo de vehículos, potencia y equipamiento. 

www.ford.es



GIRO CONSERVADOR EN LA NUEVA GENERACIÓN DEL YARIS

Políticamente correcto

Toyota ha apostado por el convencionalismo como fórmula de éxito para la nueva generación del **Yaris**. Soluciones de las dos generaciones anteriores como la instrumentación en el centro o los asientos traseros deslizables han pasado a la historia. Ahora, el Yaris se parece más al resto de competidores, se ha estandarizado.

El utilitario de Toyota sigue siendo más pequeño (3,89 metros) que la media pero ha crecido en diez centímetros respecto a su predecesor. Este aumento de cotas se ha traducido en una habitabilidad claramente mejor, la relación habitabilidad-tamaño es de las mejores de su categoría. El maletero alcanza los 286 litros de capacidad, en la media entre los vehículos del segmento B, pero ahora no se puede ampliar esta cifra o el espacio para las piernas de los ocupantes traseros al no ser correderos los asientos traseros. Desde la marca nipona han explicado que este sistema de deslizamiento que permitía incluso desplazar solo una fracción (30) o dos (70) no tenía demanda pero lo cierto es que el Yaris pierde una de sus grandes ventajas respecto a la competencia ya que la versatilidad trasera del anterior Yaris era única y ejemplar. Suponemos que la reducción de costes manda. Sí que nos parece mejor el cuadro de mandos detrás del volante y el salto de calidad también ha sido notable. Este Yaris da muy buenas sensaciones y todos los mandos son muy intuitivos y fáciles de accionar. Por lo que respecta al puesto de conducción, para personas de baja estatura (como un servidor), al subir la altura del asiento uno queda como sentado en un silla, con las rodillas y pies demasiado flexionados. Esta postura de conducción ya la padecíamos en la anterior generación. Los conductores altos o de estatura media pueden disfrutar de una postura de conducción más cómoda.

Una vez en marcha, el Yaris se presenta como un utilitario muy confortable. Mención especial merece su amplio radio de giro que hace que su conducción por ciudad sea muy ágil. El tacto de suspensión es muy equilibrado y su comportamiento es muy noble. En cuanto a los motores, se puede elegir entre dos variantes gasolina, de 69 y 99 CV y una diésel de 99 CV. Probamos el tres cilindros 1.0 de gasolina de 69 CV cuyo uso en ciudad es satisfactorio pero se queda corto de potencia en carretera. Eso sí, su consumo es de los más afortunados, 4,8 l/100 km en ciclo combinado. Para el que de un uso al Yaris fuera de ciudad, la motorización más recomendable es la diésel de 90 CV. Como es habitual en la marca nipona, el Yaris se presenta con un equilibrada relación calidad-precio-equipamiento. De hecho, ha ajustado el precio de su utilitario en relación a la generación anterior. Ahora, se puede acceder a un Yaris desde poco más de 12.500 euros, promociones al margen. **C**

www.toyota.es



LA VERSIÓN DIÉSEL DEL CHEVROLET AVEO LO TIENE TODO PARA TRIUNFAR

Súper ventas, temblad



Tras probar y constatar lo bien que va el **Chevrolet Aveo** diésel, tenemos claro que este utilitario arañará ventas a los intocables Ibiza, Fiesta, C3 o Clio. Lo tiene todo para competir con ellos. Ahora falta que los compradores se quiten los prejuicios sobre una marca aún menos conocida pero que ofrece productos cada vez mejores, el Cruze también es un buena muestra de ello.

Volviendo al Aveo, Chevrolet ha dado un gran paso adelante con esta nueva generación. Para empezar, lo ha alargado hasta los cuatro metros (4.039 mm) para competir de tú a tú en términos de habitabilidad. Pues no solo compite sino que se erige como uno de los más amplios de la categoría, sobre todo en las plazas traseras donde ofrece buenas cotas, sobre todo en altura y espacio para las piernas. La marca americana se ha sumado a la moda de las manetas de apertura de las puertas traseras camufladas, una fórmula más estética que práctica. La buena habitabilidad no va en detrimento del volumen de maletero que, con 290 litros, también se sitúa por encima de la media en capacidad. Estéticamente, los faros delanteros son de gusto discutible en su afán por dotarle de deportividad mientras que la zaga no varía mucho respecto a su predecesor. El factor clave que debe disparar las ventas del

Aveo es el lanzamiento de las versiones diésel. Y "Chevy" lo ha hecho con la incorporación de dos motores Ecotec de 75 y 95 CV también montados en los Opel. Probamos la versión de 95 CV y nos causó una grata impresión. Este motor es muy ágil y elástico, nada que ver con sus orígenes que mostraba un vacío a bajas revoluciones desesperante. Este motor empuja con fuerza desde el rango más bajo de revoluciones, mantiene el tono hasta las 4.000 vueltas y es muy agradable de conducir. En cuanto al consumo, no es de récord pero sí contenido (4,1 l/100 km), en parte gracias al sistema de parada y arranque que monta de serie. El resto del conjunto también ayuda, el tacto de la dirección y del cambio son más que satisfactorios, el puesto de conducción ideal se consigue con facilidad, la visibilidad es buena en todos los ángulos y la suspensión es cómoda ya que la marca americana, fiel a sus orígenes, ha primado el confort sobre el dinamismo.

El precio del Aveo es muy competitivo, desde 13.000 euros con el motor diésel de 95 CV, y se presenta muy equipado: seis airbags, ESP, cruise control con limitador de velocidad, faros anti-niebla, aire acondicionado, ordenador de a bordo, ajuste lumbar, retrovisores exteriores térmicos, mandos en el volante, sistema de parada y arranque Start&Stop, etc. **C**





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 



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



MANN-FILTER, LA MARCA DE CONFIANZA.

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

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

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

MANN FILTER



MANN-FILTER – Perfect parts. Perfect service.