

350

septiembre 2012

www.mryt.es



mundo recambio y taller

mryt



NGK es Equipo Original en:
Alfa Romeo . Audi . Citroën . Fiat . Ford . Hyundai . Isuzu . Kia
Lancia . Land Rover . Mazda . Mercedes . Mitsubishi . Nissan . Opel
Peugeot . Seat . Skoda . Smart . Subaru . Suzuki . Volkswagen . Volvo

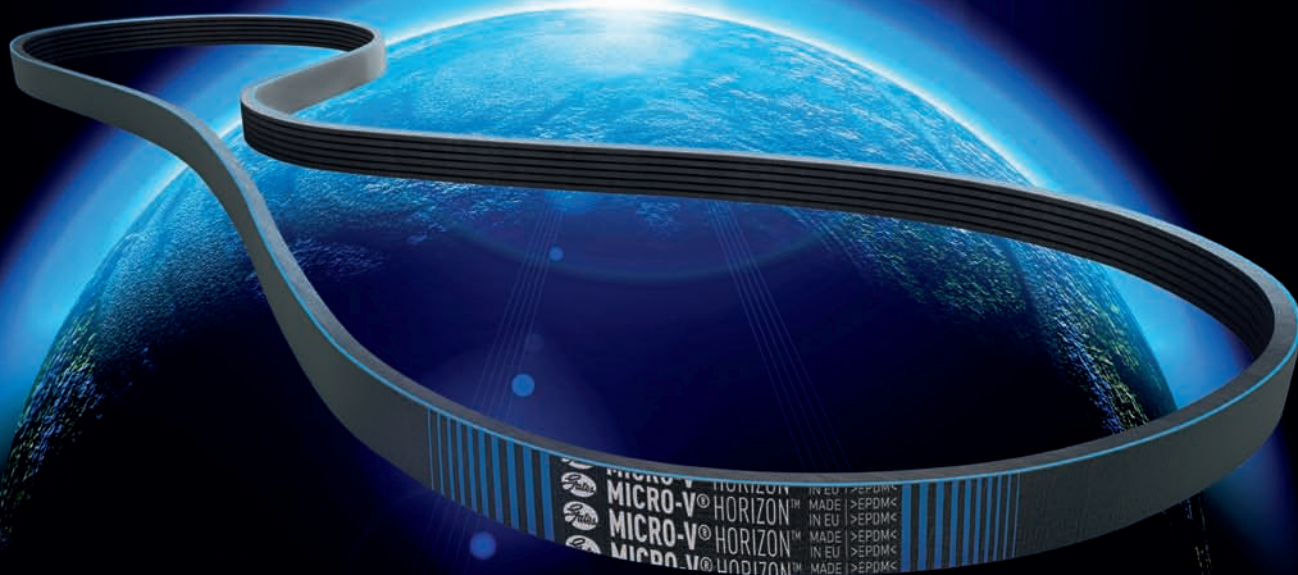




La nueva

MICRO-V® HORIZON™

La correa más avanzada de todos los tiempos



La nueva Micro-V® Horizon™ es nuestro producto de ingeniería más avanzado. Diseñada para trabajar en silencio, con mayor estabilidad y una flexibilidad sin precedentes, la correa Micro-V® Horizon™ es la mejor opción para equipo original y recambio.

Gates.eu/horizon



SILENCIOSA • FLEXIBLE • DURADERA



Fundada en 1980 por
Jordi A. Viñals Viñals

ISSN 1139-8647

Depósito Legal B-22343-1980

CONTENIDOS

Directora

Yvonne Rubio

yvonne@ceiarsis.com

Coordinador de Edición

Ernest Vinyals

ernest@ceiarsis.com

Redacción

Manel Martínez

manel@ceiarsis.com

Colaboradores

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

Sección constructores

Ernest Vinyals, Yvonne Rubio

PUBLICIDAD

Glòria Viñals

gloria@ceiarsis.com

SUSCRIPCIONES

Departamento propio

suscripciones@ceiarsis.com

PRODUCCIÓN

Impresión

Gramagraf, S. C. C. L.

PRECIO DE LA SUSCRIPCIÓN
95 € (1 año)

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

Creación y Estudio de la Imagen
ARSiS S.L.
C.B.I.

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

DIRECTORA GENERAL
Pilar Grau
GERENTE
Glòria Viñals
DIRECTOR ADJUNTO
Ernest Vinyals

iiiA por todas!!!

Con la llegada de septiembre llega la subida del IVA, la vuelta al cole, el fin de las vacaciones veraniegas (eso es lo que las haya hecho en los últimos días de agosto, que somos muchos los que establecemos vacaciones entrecortadas a turnos, cruzando los dedos para conciliar, y nos hemos tragado la ola de calor sahariana yendo al trabajo)...hay quien pone morros y le entra una pereza infinita, pero a nosotros, lo primero que nos viene a la cabeza es la suerte que tenemos de saber que hay dónde volver.

Algunos pensarán que parecemos masoquistas, pero no estamos para nada de acuerdo. Somos guerreros, y somos muchos los que, en este sector, sienten igual. Además, dadas las circunstancias patrias, hay quien daría lo que no tiene por estar en nuestra situación (así, en plural general), o sea que ya de entrada, privilegiados.

Pero es que lo somos y mucho. No solo por tener un lugar de trabajo, sino porque trabajamos en un sector, la Posventa, también privilegiado, que ha resistido con dignidad los envites económicos. No se ha librado, de acuerdo, y está pasando dificultades, bien, pero muchos sectores quisieran tener el dinamismo y la iniciativa del nuestro.

Estamos en un momento dulcemente complejo. Muchos son que lo comentan en voz alta y con convicción como nosotros; no de boquilla (en este mismo número tenemos un fabricante que lo dice); la configuración clásica, las maneras de hacer "detodalavida" están dejando paso, cada vez más, a iniciativas dinámicas, opciones nuevas, exploración de recursos alternativos, que hacen poco a poco, que este sector se modifique. A mejor.

Dos fenómenos coexistiendo: concentración y atomización.

Todos los actores de los tres eslabones de la cadena buscando la optimización de recursos y la eficiencia.

Y los talleres no cierran masivamente, señores, aunque cueste que las familias gasten. Es verdad que el mito de un parque más anciano como favorable a la posventa es solo verdad a medias, para determinadas piezas: se repara menos y el valor por intervención se reduce; pero, hoy por hoy esta es la realidad.

Habrà que seguir buscando la excelencia desde dentro hacia fuera. Motivando, motivándose.

Porque el sector seguirá; y si no lo creen, vayan a visitar **Automechanika Frankfurt**. La Posventa está ahí.

Lo que hay que conseguir es que sigamos en la Posventa.

Este último cuatrimestre, iiiA por todas!!!



sumario 350

septiembre 2012



07

(a)

Actualidad

05 NOTICIAS

Tras la pausa veraniega, un resumen de las noticias de la posventa. Mucho más, a diario, en www.mryt.es

07 TALLERES

'Plan de negocio para talleres' por Audatex

No solo productos; la compañía propone servicios muy interesantes para el taller.

08 EMPRESAS

CIR- Centro de Innovación y Recursos: Nuevas Ideas

Visitamos las instalaciones de Badalona de la compañía Grup Eina Digital y nos explicaron sus proyectos.

10 DISTRIBUIDORES

Auto-Recanvis Telfer, o la solvencia

Un recambista, miembro de Serca, que desde sus inicios se ha hecho un hueco en su zona, a base de eficiencia.

12 EVENTOS

La posventa se reivindica en Frankfurt

Previo del buque insignia de Messe Frankfurt: Automechanika Frankfurt

16 EVENTOS

Motortec A.I. 2013 CETRAA y CONEPA, fieles al certamen

Las asociaciones de talleres más relevantes de nuestro país, apoyando la feria madrileña.

19 EVENTOS

Casi todo vendido

Los mercados asiáticos son un objetivo interesante para la posventa. El éxito de Automechjanika Shanghai es una muestra de ello.



10



08



21



12



27



24



31

(t)

Temas del mes

21 ENTREVISTA

"El sector hace magia"

Charlamos con Bruno Padierna y Juan Montesó, de Dayco Europe Aftermarket.

24 MERCADO

Traspaso de poderes

El mercado posventa de correas.

27 MERCADO

Se impone el factor precio

El mercado posventa de las baterías

31 ENTREVISTA

"No hablemos más de la crisis"

Al habla con Carlos Lorente, Jorge del Toro, Rocío Fernández y Salvatore Tancredi de Johnson Controls Autobaterías.



34

VI

Encuentro Motero de la Posventa mryt 2012



el desengrasante Motores cabalgando




Se presenta con 300 nuevas referencias

Nuevo catálogo de muelles Monroe

Tenneco ha lanzado una nueva edición del **catálogo de muelles Monroe** y ésta llega de lo más actualizada a incluir 300 nuevas referencias cuyo destino son un buen número de modelos de automóviles súper ventas aparecidos a partir de 2009. Así, algunas aplicaciones de los nuevos muelles Monroe son el Audi A6, el Fiat 500, el Ford Fiesta de sexta generación, el Opel Agila, el Mercedes Clase C, el Peugeot 308, el Renault Twingo o el Toyota RAV4. El nuevo catálogo también incluye el ensamblaje Monroe Quick-Strut, una solución todo-en-uno de columnas de amortiguación para los vehículos actuales. Además, la disponibilidad de las piezas recopiladas en él es inmediata ya que están almacenadas en el centro logístico de Tenneco en Madrid.

La obra también informa sobre los distintos diseños de muelles. Al respecto, apuntar que Tenneco también está explicándolos a través de la ronda de presentaciones "**Tenneco On Tour**" que está realizando por España. En estas presentaciones se está transmitiendo a los talleres el mensaje de que los muelles delanteros y traseros deberían cambiarse cada 20.000 kilómetros y, en caso de necesidad de ser sustituidos, siempre se debe realizar el cambio de dos en dos. ●

 www.tenneco.com



En el montaje y mantenimiento de elevadores, desmontadoras y equilibradoras


Launch forma a instaladores de maquinaria

Launch Ibérica impartió el pasado mes de julio un **curso sobre montaje y mantenimiento de maquinaria**, concretamente, de elevadores, desmontadoras y equilibradoras. Asistieron a este curso 31 técnicos instaladores de maquinaria Launch que recibieron formación de personal propio de la marca en las instalaciones de Launch Ibérica en Palau Solità i Plegamans (Barcelona). Los formadores fueron **Juan José Martínez, José Bernal, Toni Muñoz, Jordi Martínez y José Luis Salmerón**.

La primera parte del curso fue teórica y en ella los asistentes pudieron realizar ruegos y preguntas. La segunda parte fue práctica, se realizó una explicación ya en el *show room* de Launch Ibérica donde estaban expuestos los equipos principales de la marca y sobre los cuales los cursillistas pusieron en práctica lo aprendido pudiendo consultar a los formadores todas sus dudas. Tras la realización de las partes teórica y práctica, los alumnos realizaron un examen que sirvió para conocer si se habían adquirido los conocimientos expuestos. Realmente fue así porque los 31 asistentes al curso superaron la prueba por lo que ya habrán recibido un carné acreditativo de instalador Launch, de un año de validez para las tres familias de producto y con un número de técnico asociado. Ya a la finalización del curso se les entregó un diploma de asistencia al curso.

Respecto al contenido de esta acción formativa, en la formación sobre elevadores se insistió en la norma EN1493, la cual fue explicada en profundidad subrayándose las obligaciones que implica para el personal técnico. Los asistentes prestaron especial atención ya que su cumplimiento es obligatorio. También se expusieron los nuevos formatos de Servicio Técnico, tanto aquellos que se emplean en el momento del montaje como en el posterior mantenimiento del equipo.

En la realización de este curso han colaborado 25 empresas a las que Launch ha mostrado su agradecimiento. ●

 www.launchiberica.com


As ha editado el nuevo **catálogo 2012 de catalizadores**. Disponible en papel, en DVD, en el catálogo TecDoc y constantemente actualizado en la web del fabricante navarro, esta nueva edición suma un total de 1.481 referencias en catalizadores, 120 nuevas para dar satisfacción a las demandas de los últimos modelos de automóviles que han ido apareciendo en el mercado. ●

 www.as-sl.com




ADL España ya dispone de lo último de **Blue Print**, marca especializada en recambio asiático y estadounidense. Se trata de un **conjunto de herramientas para cambiar el filtro de aceite de los motores D-4D de Toyota**

cuya carcasa tiene un acceso muy limitado. Esta solución Blue Print se compone de la herramienta para la sustitución del filtro de aceite (ADT35502) la cual permite abrir la carcasa de un modo sencillo para cambiar el filtro con mayor comodidad y de una llave de purga, que permite al reparador controlar el flujo y la dirección de los restos de aceite con el fin de drenar antes de abrir la caja evitando así que se derrame el aceite cuando se cambia el filtro. ●

 www.blueprint-adl.com/es



Navarro Hermanos, firma distribuidora andaluza miembro de **Group Auto Union**, recibió el pasado mes de junio uno de los **premios Familia-Empresa** que entrega la **Cátedra BBVA de Empresa Familiar del Instituto Internacional San Telmo**. Esta entidad reconoce la trayectoria de familias andaluzas que "*a lo largo de generaciones han hecho un esfuerzo importante para crear, hacer crecer y mantener sus empresas*". Fundada en Cuevas de Almanzora (Almería) Navarro Hermanos tiene actualmente presencia en Málaga, Jerez de la Frontera (Cádiz), Granada, Sevilla, Algeciras (Cádiz) y Almería. ●

 www.navarrohermanos.com



El año pasado gestionó más de 185.000 toneladas de neumáticos usados

Signus presentó su balance de actividad 2011

La sociedad creada por los principales fabricantes de neumáticos que operan en España para la gestión de los neumáticos usados, **SIGNUS Ecovalor**, hizo públicos sus **datos de gestión** correspondientes al



De izquierda a derecha, Jesús M^o Núñez, Federico Ramos y Jon Ander García.

ejercicio **2011**. La sede del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente acogió esta presentación llevada a cabo por **Jon Ander García Encinas** y **Jesús María Núñez Ímaz**, presidente y director general de SIGNUS respectivamente, y por **Federico Ramos de Armas**, secretario general de **Medio ambiente**.

En cuanto a las principales cifras dadas a conocer, **SIGNUS gestionó el pasado año 185.208 toneladas de neumáticos usados**. Las empresas adheridas a esta entidad sin ánimo de lucro declararon 158.850 toneladas, lo que supone un desequilibrio del 17 por ciento, lo que representa un gasto suplementario de cuatro millones de euros, sufragados por los productores adheridos a SIGNUS para evitar el correspondiente impacto medioambiental. Del total de las más de 185.000 toneladas gestionadas, el 10 por ciento se destinó a reutilización en el mercado de ocasión y en el recauchutado y el 90 por ciento restante a reciclaje (48 por ciento) y a otras formas de valorización (42 por ciento) como la fabricación de cemento y la generación de energía eléctrica. ●

www.signus.es

Las facturas se encarecerán unos 26 euros de media según Audatex

La subida del IVA en el taller

Tras el anuncio el pasado mes de julio por parte del gobierno español de la subida del IVA, que en los talleres pasa del 18 al 21 por ciento, **Audatex España**, empresa especializada en la valoración de siniestros, estima que las **facturas** que emitirán los **talleres aumentarán unos 26 euros de media**.

La estimación, elaborada a partir del análisis de más de 4,2 millones de valoraciones en toda España, muestra como este alza impositiva impactará en mayor medida en los vehículos más jóvenes (menos de 5 años) cuya factura media supera los mil euros, encareciéndose en torno a los 25 euros. No en vano, estos vehículos tienen un mayor número de componentes tecnológicos y, al estar aún en garantía, gozan de mayor cobertura que los coches de mayor edad. Por el contrario, la subida será menos acusada entre los turismos de mayor edad, especialmente cuando superen los diez años de antigüedad, en los que el 'ticket' medio se elevará en poco más de 20 euros por reparación. ●

www.audatex.es



Con la adquisición del 50 por ciento de MD Rebuilt Parts

Hella potencia la división de recambio reconstruido

Hella ha impulsado la **línea de recambios reconstruidos** tras **adquirir el 50 por ciento** de **MD Rebuilt Parts**, empresa especializada en motores de arranque y alternadores reconstruidos. Afincada en Illingen (Alemania) y con más de 25 años de experiencia a sus espaldas, MD Rebuilt Parts cuenta con una planta de producción de más de 7.000 metros cuadrados, una plantilla de más de un centenar de trabajadores y generó unos ingresos superiores a los ocho millones de euros en el último ejercicio fiscal, con unas ventas de once millones de euros. Además, dispone de una filial en

el mercado de Hungría (MD Hungría Kft) que permitirá continuar invirtiendo en las plantas de producción situadas en ambos países.

Con esta operación, Hella prevé incrementar su oferta en más de 2.200 referencias de motores de arranque y alternadores reconstruidos que tiene en la actualidad, aumentando su gama de producto distribuida en sus líneas de negocio de iluminación, electricidad, electrónica y termocontrol del automóvil. ●

www.hella.es



Benito Tesier, director general de **Brembo España**, ha sido elegido por unanimidad **presidente** del **Clúster de Automoción de Aragón**, entidad que agrupa a 33 empresas y a seis organismos autonómicos del sector de automoción. Su objetivo es mejorar la competitividad de las empresas y de los empleados de la industria de componentes de automoción. ●

www.caaragon.com

Lee al minuto estas noticias y muchas más en



- Febi Bilstein ha actualizado su catálogo: dirección y suspensión edición 2012
- Hella España, premiada por el Grupo gracias a sus resultados y creatividad
- Autopromotec 2013 se promueve en América del Sur: Misión Argentina-Brasil
- CSS se incorpora al Club Reparauto
- Delphi lanza los turbocompresores remanufacturados con la tecnología más novedosa del momento



En su día a día, los talleres de reparación de vehículos necesitan un amplio abanico de servicios y productos para llevar a cabo su trabajo de la manera más eficaz posible. Sin embargo, gran parte de ese trabajo afronta en la actualidad un importante reto: ser eficaz siendo eficiente al mismo tiempo, lo cual no siempre es fácil. ¿Por qué? **José Luís Gata**, Director del área de Posventa de Audatex, nos lo explica...

LOS ESTÁNDARES DE VALORACIÓN, UNA FUENTE DE NEGOCIO PARA EL TALLER

PLAN DE NEGOCIO PARA TALLERES, POR AUDATEX

En el momento de realizar una reparación, los talleres todavía pierden mucho tiempo (y dinero) en negociar con el perito los daños y costes de reparación, a lo que hay que sumar la subjetividad de los argumentos de ambos agentes. Y, llegados a este punto, no siempre es fácil decidir quién tiene más razón: el perito, el taller o ambos por igual. Por este motivo, es cada vez más útil para las dos partes disponer de soluciones estándar que eliminen la subjetividad y reduzcan notablemente los procesos de negociación, con lo que sale ganando tanto la aseguradora como el taller y el cliente final.

La solución de Audatex

En esta línea, **Audatex** ha aprovechado su dilatada experiencia y su amplia base de datos para detectar las principales necesidades de los talleres y así mejorar su eficiencia. De este modo, ha desarrollado numerosas herramientas que facilitan el trabajo diario de la gestión del taller, integradas en el **Centro de Servicios de Audatex (CSA)**. Un taller ya puede recibir los pedidos de la aseguradora a través de una aplicación similar al correo electrónico, tener una lista con las piezas a reparar con solo aportar el número de bastidor, rescatar valoraciones antiguas o conocer en tiempo real cómo se está comportando el sector de la reparación en su entorno más cercano. Todo eso es posible ya, no es ciencia ficción.

La información es poder y dinero, por lo que lograr una mayor eficiencia pasa inevitablemente por tener acceso a datos que son relevantes para diseñar la estrategia de negocio. Y es que, además de acercar al taller la tecnología del futuro, las herramientas de Audatex también permiten conocer de forma precisa cuál es la situación del taller y su entorno de mercado más cercano.

Ello es posible gracias al *Plan de Negocio para Talleres*, un nuevo servicio de Audatex, capaz de mostrar de un sólo vistazo cuál es el mercado potencial de reparaciones de nuestra área de influencia, qué volumen de facturación tiene y qué partidas del taller son las que hay que potenciar para mejorar la rentabilidad del negocio.

Conocer la competencia

Además, el taller puede saber cuál es el coste medio de reparación de la competencia, un dato que podrá utilizar para mejorar su competitividad

y así aumentar su cuota de negocio o mercado. También estará en condiciones de saber los tiempos medios de reparación, el coste de la mano de obra, tanto de mecánica, chapa y pintura y la plantilla media de cada taller. Sin esta información, la mayoría de los talleres no podrán realizar un plan de negocio que se ajuste a la realidad del mercado. -

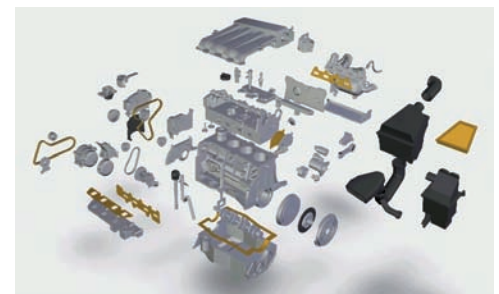
En un entorno económico cambiante y convulso como el actual, es todavía más importante acceder a este tipo de datos, ya que ciertas medidas, como la subida del IVA, distorsionan el mercado en cuestión de semanas y una pequeña diferencia entre precios puede suponer la pérdida de clientela del taller.

La sensibilidad al precio tiene mucha más relevancia en los talleres multimarca que en los oficiales, pues el 22% de los clientes elige taller por este motivo en el caso de los primeros, frente a solo el 1% de los segundos. Sin embargo, la principal razón para quedarse con un taller, no es otra que la confianza (68% para los oficiales y 62% para los multimarca). Por tanto, a la hora de subir los precios, un taller tiene que analizar qué le compensa más: si incrementar el margen de beneficio a costa de perder clientes o mantener los actuales perdiendo un poco de margen. Este tipo de decisiones tienen una mayor probabilidad de acierto si se dispone de la información necesaria.

¿Vehículos antiguos o nuevos?

Por otro lado, más importante que aumentar o mantener la cartera de clientes es saber elegir bien qué tipo de vehículos pasan por el taller. Frente a la creencia errónea de que los coches más longevos son los que dejan más dinero en reparaciones, los vehículos de entre uno y cinco años acuden el doble de veces que los de diez años en adelante y además, su coste es mayor. Por ejemplo, en vehículos de ocasión la diferencia de coste entre ambos segmentos puede llegar a ser del triple.

Y la crisis actual, al contrario de lo que supone para otros sectores, es una oportunidad para los talleres, ya que tras varios años de leves caídas en el volumen global de reparaciones, 2012 traerá consigo una caída aproximada del 4%, lo que supondrá una contracción del mercado y una disminución de la actividad del negocio de posventa,



aquellos talleres que conozcan su entorno próximo, así como las variables que es preciso mejorar para aumentar la eficiencia y la rentabilidad, saldrán reforzados e incrementarán su cuenta de resultados.

Por ahora, la venta de nuevos vehículos está deprimida, por lo que la proporción de coches de mayor edad es cada vez más alta y se acerca inevitablemente al 50% del total del parque automovilístico. Los vehículos de más reciente matriculación aportan y aportarán menos a los talleres hasta que se empiece a reactivar su demanda, estimada para el horizonte 2013-2014. Mientras tanto, los coches más longevos serán cada vez más protagonistas en los talleres y partirán con ventaja aquellos que usen la innovación y la información para adaptarse a este segmento de vehículos: tipo de piezas, tiempos de reparación, costes, etc. Lo que el taller necesita es información. Luego, solo tendrá que poner en práctica su experiencia y conocimientos para sacar el mejor rendimiento a la coyuntura actual. ●

i www.audatex.es

GRUP EINA DIGITAL
LLEVA NUEVE AÑOS
RESPONDIENDO A LAS
NECESIDADES FORMATIVAS;
AHORA, QUIEREN
PROPORCIONAR
SOLUCIONES Y RECURSOS
BASADOS EN LAS TIC, PARA
LOS TALLERES
INDEPENDIENTES



CIR-Centro de Innovación y Recursos: nuevas ideas

La compañía tiene como objetivo “generar recursos para que el taller pueda competir en igualdad de condiciones con talleres de las redes marquisadas, específicamente basadas en las TIC”; uno de los socios, José Antonio Pérez, nos lo explica con más detalle.

Nacieron en 2003, provenientes ambos socios de la vertiente de formación, y su evolución, siempre en el campo de ofertar productos y servicios que supusieran recurso en formación técnica y, a partir de ahora, como veremos, en más ámbitos, han hecho que de las pequeñas instalaciones en Badalona, crearan el centro de Figueras y, a posteriori (en 2010), trasladaran la operativa de Badalona a una nave de unos 450 M2 en dos plantas. En total trabajan en el Grupo 70 profesionales comandados por los socios de la empresa **José Antonio Pérez**, director de ingeniería de producto y gerente del centro de Badalona, y **Francesc Poch**, director de proyectos y gerente del centro de Figueras.

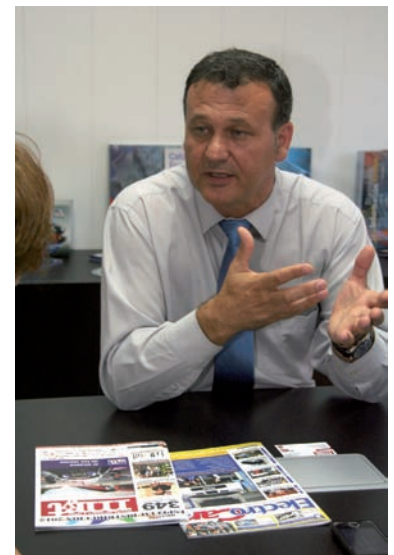
Grup Eina Digital: Figueras y Badalona

En Figueras se establece lo que se ha denominado el **Centro Técnico**, y que ya visitamos en su día; es el proveedor de *Servicios: Call center, formadores...*

En las instalaciones de Badalona, 450 m2 se ha dispuesto el **CIR-Centro de Innovación y Recursos**; están estructurados en una planta baja donde se ubican los vehículos de los que preparan las documentaciones, y los *Eure!Car*, que viajan a disposición de los socios de **AD Parts** o **ADI** (con quienes mantienen un acuerdo de exclusividad para España y Portugal) y se realiza autoformación del propio personal, y unas instalaciones superiores donde se ubican los 3 formadores, coordinadores de desarrollo de producto, maquetadores que ilustran los contenidos de los cursos, diseñadores, programadores, ingenieros informáticos, el área comercial y la atención al cliente.

Este año están realizando tres productos: el documento formativo del Opel Insignia CDTI (para 2013), Citroën C5; en ambos desarrollan un apartado de la tecnología global del vehículo, más un monográfico de uno de los sistemas específicos (en caso de Opel, la tecnología de multiplexado y en el caso de Citroën, los siste-





mas de ayuda a la conducción). Desarrollan también una línea complementaria. De estos contenidos desarrollan 3 cursos en España (para los socios de AD Parts), más 4 en Rumanía y 2 en Suecia (para socios ADI). Imparten 400 cursos presenciales a una media de 15 personas por curso, lo que supone una media de unas 5000 personas formadas.

CIR, nuevas propuestas para el taller basadas en las TIC

Pérez nos recibió en el CIR, para comentarnos lo que están creando para dotar a los talleres de mayores recursos, basados en la explotación de los beneficios de las TIC. "creo que el taller que no domine las tecnologías de la automoción no podrán mantener el negocio, para ello debe insistir en la formación continua (y las redes de talleres de AD lo está haciendo bien tiene documentación, formaciones, etc.), pero más allá de eso, hay otro reto menos resuelto: el considerarse empresarios, el marketing, el reto comercial.

Hay competencia que está incidiendo mucho en ese apartado basándose en las TIC, y les está restando clientes, no solo en el terreno marquista, sino en algunas redes multimarca españolas."

Y ese es el objetivo del CIR: innovar, generar recursos vinculados con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y poner sobre la mesa estrategias y hojas de ruta para proveer de medios al taller en medios digitales para que acceda a su cliente en igualdad de condiciones frente a la competencia: web propia, correo propio (no HotMail o Gmail), uso de las redes sociales, integrar conceptos aso-

ciados con smartphones, en definitiva, estar preparados para atender a las nuevas demandas de los nuevos clientes, los clientes de la generación digital.

"Dentro de 10 años, incluso 5, las formas de acceder al cliente habrán cambiado radicalmente y o nos subimos al tren o nos quedaremos desfasados", nos dice.

La concepción y desarrollo del producto, conscientes de que el taller tiene poco tiempo, está siendo simple de manejar, muy predefinido, estandarizado y que requiera poco esfuerzo, y llevan ya un par de años de desarrollo.

"Nosotros partimos de una web profesional autogestionable con 30 apartados modulares, adaptable para evolucionar (web semántica, web inteligente); es una web que viene acompañada por un buscador (que es donde estamos centrando nuestros esfuerzos de posicionamiento) y ese buscador llevará al usuario a una lista de talleres por proximidad, para que pueda pedir presupuestos automático a los 20 talleres más cercanos, y pudiendo ver la página web de cada uno de ellos (conociendo ofertas del propio taller). Así, se podrán buscar tanto talleres como productos y ofertas.

Todo ello estará listo a principios de 2013 y se llamará www.lawebdetu taller.com"

Estarán visibles antes de enero y operativas enseguida; ejemplo, de una web en: www.grupeina.com/tutaller2/

Formar al taller en los beneficios de las TIC, una nueva dinámica

Comentando sobre la necesidad de introducir al taller en cuestiones más de protocolos

de atención al cliente, recepción, hábitos de marketing, etc. formándoles presencialmente, nos contestan que "desde el Centro de Innovación estamos desarrollando una web que, además de contenidos corporativos, exista un blog con tres áreas temáticas: el taller y el entorno tecnológico, primeros pasos de MKT aplicados al taller y la otra Internet y recursos web 2.0." de esta forma el taller dispondrá de esa teoría en formato de entradas al blog (URL, uso de Google, ejemplo de otros talleres en esa línea, YouTube, redes sociales, potenciar la web corporativa) o interactividad (con los comentarios a los posts, que enriquecen mucho).

Les comentamos (y se lo anotan) que pudiera gestionarse la formación a distancia on-line (mediante documentación y ejercicios prácticos y horarios de consulta y entrega de vídeos con las prácticas) y nos dicen que eso entronca con su idea de "volcar toda la documentación técnica que les hemos entregado en papel para los diversos cursos, y así facilitarles la búsqueda". Estará operativa paralela a la webdetutaller.com, porque será una **web de acompañamiento**.

Más proyectos

La web de tu taller tendrá una serie de desarrollos y complementos que aumentarán el uso de las TIC, se está estudiando la implementación de interconectividad con smartphones, etc. "estamos vigilantes para proponer a nuestros clientes recursos que estén sincronizados con las demandas del cliente 2.0". ●

📍 www.lawebdetutaller.com/
www.grupeina.com





UN DISTRIBUIDOR COMPROMETIDO CON LA POSVENTA

Auto-Recanvis Telfer, o la solvencia

Sus valores profesionales son indiscutibles, trabajados con empeño pero es que además están complementados con valores humanos de alto nivel. Miembro de Grupo Serca Automoción, su posición en Tarragona está afianzada y desde ahí operan con honestidad, apostando por el trabajo bien hecho.

Los inicios, en marzo de 1989, de **Auto-Recanvis Telfer** radican en la posventa más pura, ya que su nombre, **Tel-Fer**, es una abreviación de **Tallers Elèctrics Ferret**, con origen en el Vendrell (otra rama familiar de los Ferret de Ferve); **Manel Riudeubas**, su gerente, inició la andadura sectorial en Tarragona, asociándose con dos de los integrantes del taller de reparación eléctrico del Vendrell, el núcleo del negocio, y adoptando ese nombre para tener un referente a la hora de presentarse ante el cliente. Proviene de un mercado radicalmente distinto, vinculado al sector primario del lugar, a la costa, y reconoce que los inicios fueron complejos; tras largos años ya en la posventa, y con un negocio asentado perfectamente en sus dos puntos de venta (Vendrell y Tarragona), en el que trabajan siete profesionales (aunque llegaron a ser 12); fuimos a verles para que nos contara cómo se organizan, qué sensaciones tienen y cómo afrontan estos momentos complejos en el sector.

¿Cómo recuerda el sector en esos primeros años?

Fue complicado; tuve que aprender todo y siempre estaré agradecido a **Pau Juez** y **Carmelo Pinto** el apoyo que me dieron en los inicios. Había unas cinco empresas de recambio, en la zona, y para abrir mercado busqué un comercial que, en el primer año abrió una cartera de 200 clientes, pero claro, en Flix,

Tortosa, Mora d'Ebre...al cabo del mes equilibrar la balanza de la rentabilidad no era sencillo. Al tercer año ya tuvimos beneficios: sabíamos qué vender y a quién, y desde entonces no hemos parado.

Fuimos de los 13 primeros integrantes de **Grupo Serca** y es que entonces, asociarse en un grupo suponía acceder a unas condiciones de compra (eso ha evolucionado, ahora da servicios) y eso era importante. Fue Carmelo, quien (a raíz de haber trabajado con *Representaciones A. Perujo* y al conocer la tienda de El Vendrell) vino a proponérmelo y nos interesó.

¿Y esa razón sigue siendo válida hoy?

Si nos mantenemos ahí es por razones distintas: estar vinculado a un Grupo de Distribución es necesario por



el volumen de servicios que te aporta, independientemente de las condiciones, porque se puede dar el caso de que un determinado proveedor, o dos, pueda dar a una tienda no agrupada hasta mejores condiciones que si lo estuviera, pero no se tendrían ni buenas condiciones con todos, ni todos los demás valores añadidos (marketing, campañas, estudios, redes, servicios, etc.).

Supone un paraguas fundamental que nos ayuda a visibilizarnos y que se nos abran muchas puertas y eso, para nosotros, que no tenemos una gran envergadura y no se nos abren por nosotros mismos, es clave.

¿Qué evolución aprecia en sus clientes, los talleres, desde sus inicios a la actualidad?

Siempre he dicho que el taller debe actualizarse, pero es que ahora eso supone existir o no; es verdad que tenemos gerentes que les quedan pocos años para jubilarse y que no están por esa labor, pero los más jóvenes tienen que hacerlo si quieren seguir en la profesión. Y lo están haciendo, especialmente en lo que se refiere a diagnosis y maquinaria para ello, a hacer cursos (cosa que ha costado, que antes se los regalabas y no iban); hay que gestionar que se financien por compras, que sea por las tardes, o en sábados, que sean cerca, atenderles con un refrigerio (ique si se termina a las 10 de la noche ya es hora!), pero van cambiando el chip.

¿Y a nivel de gestión y asesoramiento comercial?

Ejemplos tenemos, los hay que son modélicos en pulcritud, atención, servicio...tenemos los ejemplos de los SPG, que sí lo están, pero si contemplamos el conjunto, no.

Tengo un punto SPG (empecé como distribuidor MagnetiMarelli y tengo tres Checkstar y seis servicios Magneti Marelli), y soy muy consciente de la importancia de las redes para que el taller prospere, pero muchas veces se quedan en el coste que el abanderamiento les conlleva, y a veces no lo entienden como una inversión en imagen (da confianza al usuario) y en futuro.

Estamos atravesando una circunstancia contextual compleja, que afecta a todo el sector, ¿hasta qué punto ha notado que los talleres estén experimentando momentos de dificultad como para que se incremente la morosidad?

No tenemos morosidad desde hace unos cinco o seis años, pero es que hemos cerrado cuentas a muchos clientes y les cobramos al contado.

Evidentemente, la situación es compleja también para ellos, pero tenemos que estar muy atentos a nuestra tesorería: es más importante vender y cobrar que vender sin esa seguridad.

También se ha notado mucho que se ha reducido el importe medio de compra. Uno de mis principales clientes están reduciendo la compra un 30% todos los meses, respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, pero no por ello reducimos el servicio. Y lo valora más que nunca; hace dos años no lo valoraba, ahora sí.

¿Considera que el taller percibe en toda su extensión el esfuerzo den servicio que hace el recambista?

En todo hay excepciones, pero en general no. Les ofrecemos viajes (nosotros les organizamos en mayo un crucero por las islas griegas), pero cuesta fidelizarlos, porque mis clientes también compran a otros recambistas y viceversa.



En Tarragona tenemos todos los constructores y, los talleres, si necesitan una pieza con poco margen te dicen que vayas tú a por ella; si el margen es mayor, van ellos, o te piden que vayas tú y se lo facturen a él, que aún se gana menos. Pero es difícil resolverlo, porque siempre hay alguien que lo hará si tu decides acotar el servicio.

¿Cómo están funcionando los apoyos que el Grupo pone al alcance del taller a través vuestro, como el Professional Plus?

Professional Plus quizá debería haber salido antes que la red SPG, porque muchos de los talleres que no llegaban a esos estándares ahora ya son de otras redes. Es difícil encontrar talleres ahora, aunque tengamos algunos. Hay mucha oferta de programas y poca demanda.

¿Cuál es la percepción de los movimientos que está experimentando la Distribución: cambios de grupo, cierres, etc.?

Todos estos cambios se producen porque hay nervios: no hay el mismo movimiento que antes; no se vende lo mismo porque las reparaciones han disminuido. En condiciones normales habría mayor estabilidad; todos lo notamos: en nuestro Grupo crecemos, pero también es cierto que ampliamos tiendas.

No creo que sea una cuestión de mejores condiciones, porque estamos todos más o menos por un estilo; igual en otros Grupos que se compra mejor no existen gastos adicionales en Congresos, bolsas, revistas internas...y ahí el fabricante puede ofrecer más condiciones.

Pero no creo que haya que mirar solo las condiciones, estariamos cambiando de Grupo cada dos por tres.

Tiene otro socio del Grupo en la zona, Aicrag, que ha abierto un nuevo punto en Sant Boi, ¿No se plantea la expansión del mismo modo?

Siempre he dicho que tengo una forma de trabajar en la que me gusta controlar personalmente todo lo que hago, trabajar contento y que la gente que me rodea tenga la vivencia de estar en familia; los puntos de venta puede que sean importantes, pero no para mí. Tuve la oportunidad de instalarme en Reus hace 10 años, en ese momento ya no quise hacerlo.

Con Agustín García de Aicrag tengo una buena relación, y a veces me dice que vivo mejor que él, porque evidentemente no es lo mismo tener 8 trabajadores y dos tiendas, que 130 y varios puntos de venta

a 100 km. Cuando tenía cuatro puntos de venta y, al frente de cada uno a una persona de su familia, era más parecido a mi estructura. Ahora ya no, y supone tener que delegar. Sant Boi es una plaza difícil, pero si lo ha hecho es que lo ve interesante. Quizá soy conformista, pero me gusta dormir tranquilo.

Proyectos: ¿Qué planteamientos se ha hecho para superar estos momentos y crecer en el futuro?

De momento, lo que hemos hecho es ampliar familias de producto que antes no se trabajaban; hemos introducido muchas de electrónica, plancha, neumáticos. Seguimos con multitud de elementos, y las que funcionan mejor son las familias de mantenimiento: frenos, pastillas de freno, correas, baterías y filtros. Creo que nuestro proyecto es intensificar el Profesional Plus y Checkstar, entre nuestros clientes.

Sobre las asociaciones, CIRA, ANCERA...

Soy de natural asociacionista. Creo en su trabajo y procuro ir a los Congresos de ANCERA, porque te informas, pero lo cierto es que su trabajo es más a largo plazo; muy a largo plazo, y nos beneficiamos todos; en el día a día no ayudan (ni ellos ni nadie). De CIRA me di de baja hace unos años, por su falta de actividad, sé que ahora está al frente Juan José Rodríguez de Recanvis Ribot, también socio de Serca y que uno de sus planes es promoverla más.●

 www.serca.es



EN AUTOMECHANIKA FRANKFURT 2012 La posventa se reivindica

Automechanika Frankfurt 2012 debe tener un efecto motivador para el sector posventa. Éste también acusa el delicado económico actual pero asistir al que es su evento más importante a nivel europeo debe servir para que tomemos conciencia de que pertenecemos a un sector de actividad potente y con futuro.

La ciudad alemana de Frankfurt se convertirá, del **11 al 16 de septiembre**, en la capital europea de la posventa. Allí se celebrará una edición más de **Automechanika Frankfurt**, la feria de la posventa de referencia en el viejo continente y en la que exponen empresas de todo el mundo en las siguientes categorías: componentes y sistemas; accesorios y tuning; reparación y mantenimiento; servicios y gestión y estaciones de servicio y car wash (lavado de

automóviles). Los distribuidores y talleres encuentran en este certamen todo lo que busquen ya que más de un millar de expositores muestran toda su oferta y novedades, desde equipos de diagnóstico hasta todo tipo de maquinaria pasando por recambios y servicios diversos.

Guía para visitantes

Los miles de metros cuadrados de

Automechanika no se puede recorrer en un solo día. Por tal motivo, les resumimos lo más interesante a visitar así como la ubicación y en qué consisten las actividades paralelas, algunas de ellas novedosas, como la atención especial que presta esta edición 2012 al vehículo industrial.

En el **recinto occidental** está ubicado el **pabellón 9** que acoge el **stand de Bosch**. La gigante alemana expone todas sus marcas en un solo stand y montará allí cuatro talleres en los que mostrará su oferta en los sectores de diagnóstico, mantenimiento y reparación de vehículos. Para el que busque asesoramiento sobre las profesiones ligadas al automóvil, el **pabellón 11** acoge puntos de encuentro en el



Las tecnologías "verdes" y el vehículo industrial serán dos grandes apuestas en la edición 2012.



Burlete de enmascarar Bossauto.

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.

Eventos

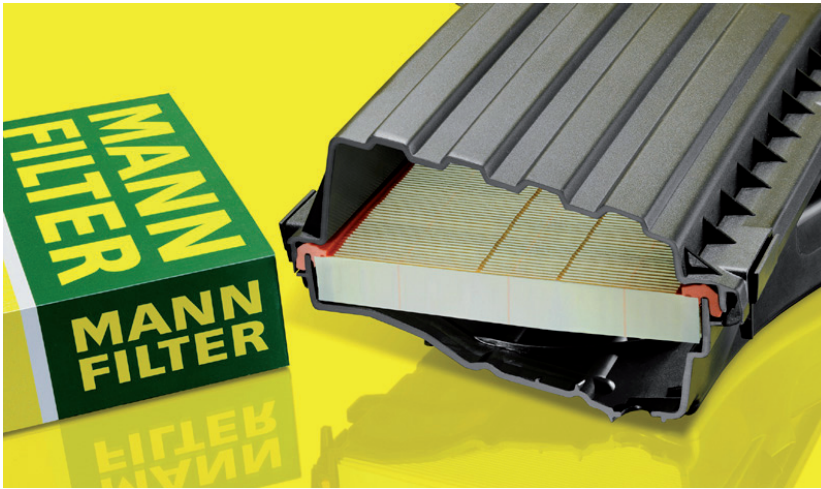


Kit de poleas de cigüeñal Corteco.

que se realizarán **presentaciones o cursos de corta duración**. En el *Portalhaus*, del 11 al 14 de septiembre, se celebrarán el *Aftermarket Forum*, consistente en más de cincuenta **debates y conferencias profesionales** mientras que el vehículo industrial cobrará gran protagonismo: unos 700 expositores llevarán el logotipo *Truck Competence* para que puedan ser identificados por los visitantes profesionales interesados en este sector específico de la posventa. También será intere-

sante el **stand** de 700 metros cuadrados dedicado a la **electromovilidad** en el que se podrán contemplar coches, bicicletas y otras soluciones eléctricas.

Ya en el **recinto oriental**, puede ser interesante visitar el **stand informativo** situado en el **paellón 4.1** donde representantes de organismos nacionales y europeos así como de entidades privadas asesoran sobre la **protección de la propiedad intelectual**. Algunas de estas entidades son **VREI** (Asociación del Mercado Libre de Recambios), **EGEA** (European Garage Equipment Association), **FIGIEFA** (International Federation of Automotive Aftermarket Distributors) o **CLEPA** (European Association of Automotive Suppliers). Este stand se enmarca dentro de la iniciativa "Messe Frankfurt against Copying" puesta en marcha en 2006 y que durante Automechanika Frankfurt informará sobre la protección de las marcas, muestras y modelos.



Filtro de aire Mann-Filter.

Avance de novedades

Algunas de las empresas que participarán en Automechanika Frankfurt 2012 ya han dado a conocer sus primicias.

Bossauto (Paellón 11.1, stand D33) desembarcará en la ciudad alemana con un buen número de novedades: el burlete 3Line especialmente indicado para los procesos de apare-

Hall 5.0 · Stand B14

DOLZ

BOMBAS DE AGUA · WATER PUMPS · POMPE ACQUA · POMPES A EAU

NUEVOS CATÁLOGOS DE AUTOMÓVIL Y CAMIÓN

Confeccionados con las mejores bases de datos existentes:
POLK y TEC DOC.

Importante inversión en gama, con más de 100 nuevas referencias,
de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes de todo el mundo.

www.idolz.com

INDUSTRIAS DOLZ, S.A.
Calle Vall de Uxó, 1 · 12004 · CASTELLÓN · SPAIN
T. +34 964 34 00 38 · F. +34 964 24 13 01 · email: dolz@idolz.com

TecDoc
CERTIFIED DATA SUPPLIER

TecDoc **POLK**
Automotive Intelligence

jado, los kits de reparación de piezas de plástico mediante soldadura por grapa *Nanoplast* y *Uniplast*, los pulimentos *Genio* y los discos abrasivos *Nanoskin Autoscrub*.

La gigante **Continental (Pabellón 8.0, stand E08)** expone en casa y eso se nota. En su stand se podrán conocer los frenos *Ate Ceramic*, los sensores de alto rendimiento y sistemas de monitorización de presión de neumáticos (*TPMS*) o los equipos de diagnóstico *ContiSys*. La división **ContiTech (Pabellón For.0, stand A05)** presentará los nuevos códigos QR de sus embalajes y su creciente gama de herramientas específicas para la sustitución y montaje de la correa.

La ampliación en 61 nuevas referencias de la gama de kits de poleas de cigüeñal será la principal novedad lanzada por **Corteco (Pabellón 6, stand B70)**. De las citadas 61 referencias, veinte son kits de poleas y tornillos con los que el total de la oferta asciende a 250 referencias.

También dará a conocer nuevas referencias **Denso (Pabellón 3.0, stand E61)**, por ejemplo válvulas EGR, bombas de combustible, las escobillas *Flat Blades* o la ampliación de la gama de sensores Lambda.

Filtros Cartés (Pabellón 1.1, stand D26) presentará lo último en filtración para diferentes sectores de marcas como *Step Filters*, *Step Industrial Filters* o *Aldair* así como las nuevas utilidades de su web.

En el salón alemán, **Gates (Pabellón 2.0, stand B91)** presentará en sociedad una nueva correa Micro-V de acanaladura múltiple especialmente diseñada para los motores de última generación de bajo cubaje y alta potencia (*downsizing*). También expondrá sus últimas referencias componentes metálicos para transmisiones por correa de accesoris, en kits de correas síncronas con bomba de agua, en sensores *DriveAlign*, amortiguadores de vibracio-

nes de torsión y poleas libres de alternador. Las participaciones de **Mann-Filter (Pabellón 3, stand A51/Pabellón 8, stand M51)** siempre impresionan por sus espectaculares stand. *Automechanika 2012* no será una excepción y en el capítulo de novedades sobresale el nuevo sistema de filtros de aire Mann+Hummel compuesto solo por tres componentes (una carcasa, una tapa y un elemento Mann-Filter). Otra firma que expone en casa es **SATA (Pabellón 11.1, stand C03)**. La firma alemana fabricante de pistolas de pintura siempre guarda celosamente las novedades que presenta y este año no ha sido una excepción. A pesar de ello, hemos sabido que sorteará un interesante premio, mostrará un nuevo modelo de pistola así como los tres mejores motivos de pistolas de pintura de su concurso de diseño. Recordemos que **Reauxi** es el distribuidor en exclusiva en España de SATA.

Otro fabricante de filtros, **Ufi Filters (Pabellón 5.0, stand C55)** mostrará como primicia un sistema de filtración de combustible para el Fiat Panda el cual destaca por su reducido tamaño. Su elemento filtrante está construido en fibra sintética 100%, es reciclable y garantiza una capacidad de filtración de hasta cuatro micras para partículas sólidas así como una separación del agua y del gasoil superior al 95 por ciento.

Por último, **Wulf Gaertner Autoparts (Pabellón 5.1, stand A10)**, fabricante de las marcas *Meyle* y *Meyle-HD* ha anticipado que su gran apuesta en *Automechanika Frankfurt* será el programa de la marca premium *Meyle-HD*. La compañía de Hamburgo dará a conocer las futuras ampliaciones de esta gama de componentes para el automóvil. Las marcas *Meyle* y *Meyle HD* llegan a España de manos de **Meycar Automotive**. ●

📍 www.automechanika.messefrankfurt.com



Pistolas como la nueva SATAminijet 1000 K se podrán contemplar en el stand de SATA.



El programa de componentes de alta calidad Meyle HD será la gran baza de Wulf Gaertner Autoparts.

FILTROS cartés

Especialista global en filtración

Más de 80 marcas, siempre a tu servicio

www.filtroscartes.com - tu mejor herramienta

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

Automoción - Transporte - Agricultura - Obra Pública

Industria - Minería - Marina

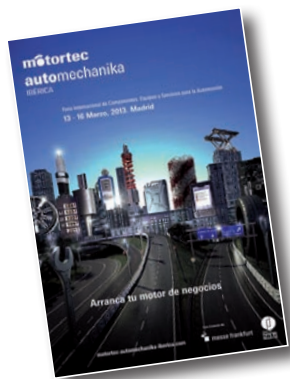
MADRID • 902 300 360

BARCELONA • 902 300 361

SEVILLA • 902 300 362



LAS DOS ASOCIACIONES NACIONALES DE TALLERES ACUDIRÁN A LA CITA



MOTORTEC A.I. 2013 CETRAA Y CONEPA, fieles al certamen madrileño

Convencidas de que Motortec Automechanika Ibérica 2013 es una cita ineludible para los talleres, las dos patronales de ámbito nacional, CETRAA y CONEPA participarán activamente en el salón madrileño con el objetivo de dinamizar a un colectivo que también necesita ser reivindicado.



ASETRA, la asociación madrileña de talleres, miembro de CONEPA, tuvo un papel activo en la última edición de Motortec A.I. organizando charlas, presentaciones, etc.



Stand de CETRAA en la edición 2011 de Motortec Automechanika Ibérica.

"La mejor forma de poder lograr que los talleres acudan a la feria es viendo que la Confederación que los representa participa en la misma, que cree en el proyecto". Estas palabras de **Luis Ursúa**, secretario general de **CETRAA** (Confederación Española de Talleres de Reparación de Automóviles y Afines) son toda una declaración de principios de esta patronal de talleres que apuesta claramente por **Motortec**

Automechanika Ibérica.

Ursúa explica el por qué CETRAA debe estar presente en el **certamen madrileño** que se celebrará del **13 al 16 de marzo de 2013**: "CETRAA debe estar donde esté el taller. Con nuestro stand queremos que los talleres tengan su propia casa en la feria y que les sirva como referente, punto de encuentro y, en su caso, para solucionar cualquier problema o cuestión que se le pueda plantear. La participación de CETRAA es esencial en un evento de estas características porque nos permite dar a conocer las funciones que realizamos: "lobby" de presión, que siempre, pero ahora más que nunca, es imprescindible para defender los derechos de los empresarios de nuestro sector, asesoramiento, formación, obtención de convenios que rentabilicen su gestión diaria, etc.". El secretario general de CETRAA subraya los **beneficios** que aporta **Motortec Automechanika Ibérica al taller**: "es impor-

tante que los talleres se actualicen, conozcan las últimas novedades y qué mejor forma de lograrlo que teniendo a su alcance y de una manera global cada una de ellas. Además, es importante el contacto con otras realidades diferentes a las que habitualmente conoce el taller lo que le proporciona un enriquecimiento en su forma de gestionar así como de realizar su trabajo, aplicando nuevas soluciones a los problemas que se le plantean día a día". Sobre la **Semana de la Posventa**, CETRAA la va a apoyar activamente: "vamos a participar activamente, informando sobre todos los actos que se puedan realizar entre sus asociados, facilitándoles en la medida de lo posible su asistencia, organizando charlas, interviniendo en los foros a los que se les invite y acercando al usuario final al taller. Es necesario que durante unos días el sector multi-marca sea noticia, que se hable de él y se conozca su realidad y problemáticas".

La otra gran patronal nacional de talleres, **CONEPA** (Federación Española de Empresarios Profesionales de Automoción) también montará stand y tendrá un papel protagonista en Motortec Automechanika Ibérica, salón al que considera una doble y excelente plataforma para "conocer de primera mano una extensa oferta comercial de productos y servicios y adquirir una visión global sobre el sector en el que el taller compite intercambiando opiniones con otros profesionales y prestando atención a las novedades en tecnología, formación y estrategia comercial". Por tanto, CONEPA participará

Motortec Automechanika Ibérica apuesta por llevar tráfico hacia el taller

Motortec Automechanika Ibérica tiene la responsabilidad de reinvertir todos sus recursos en **dinamizar la actividad comercial de los talleres**. No es solo una herramienta comercial al servicio del sector, es el acontecimiento sectorial de la posventa por excelencia en nuestro mercado y afines y por ello debemos aprovechar esta plataforma para, de forma unida, crear la **Semana de la Posventa**. Toda una campaña que pretende, durante esa semana, dar visibilidad al sector, mostrar todas sus virtudes, sus oportunidades, mostrar la función social del taller como el mejor prescriptor de seguridad y ahorro en cada vehículo que entra en sus instalaciones.

Desde la Semana de la Posventa, toda una batería de acciones buscará dar protagonismo a todos los talleres de la Península, hablando del mantenimiento preventivo del vehículo y buscando generar más negocio para los talleres. De esta manera también buscamos que todos estos mismos talleres vean Motortec Automechanika Ibérica como la oportunidad de profundizar más en sus conocimientos sobre productos, nuevas tecnologías, toda una oferta expositiva a medida de cada perfil de taller...en definitiva, de participar en su fiesta.



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

en Motortec Automechanika Ibérica "porque cree en la feria y sus positivas repercusiones para todo el sector. Daremos la oportunidad a los visitantes que así lo quieran de visitarnos y saber más de nosotros pero, sobre todo, mostraremos con nuestra presencia que estamos allí porque allí está todo el sector. Por otra parte, en el certamen madrileño, CONEPA apoyará la labor de la asociación local miembro, ASETRA, anfitriona de nuestra federación". Como ya hiciera en 2011, **CONEPA** participará activamente en la **Semana de la Posventa**, iniciativa de la que es un **principal valedor**: "la Semana de la Posventa es una idea fantástica que los talleres españoles debería saber aprovechar. Las asociaciones integradas en CONEPA ya la utilizaron en 2011 como un estupendo reclamo para llamar la atención de sus clientes sobre la importancia de acudir al taller. Desde la federación pusimos a disposición de los talleres carta tipo para mandar a los automovilistas invitándoles a "celebrar" la fiesta de la posventa con descuentos o revisiones gratuitas definidas por cada empresa según su especialidad y sus posibilidades. Nos consta que muchos las usaron y eso que era la primera vez que se hacía algo así. Esperamos que para el próximo año la experiencia adquirida y las nuevas ideas puedan hacer más fructífera para todos esa acción promocional a nivel de todo el territorio nacional". ●

📧 www.cetraa.com
www.conepa.org

El neumático, también protagonista en Motortec Automechanika Ibérica 2013



Una de las líneas de trabajo más importantes para esta edición especial de **Motortec Automechanika Ibérica** es el hacer protagonistas en cada una de las diferentes especialidades y sectores de la posventa. Crear eventos a medida para cada sector. Con este objeto celebraremos el **14 de marzo** el "**Día del Neumático, un día Redondo**". Con un **área específica expositiva** dentro de la feria, acompañada del **Neumaforum**, un espacio de debate y jornadas continuas alrededor de los temas más importantes como el nuevo etiquetado, la compra de neumáticos online, la gestión y formación empresarial para el taller, el nuevo concepto de mantenimiento integral del automóvil..., también se complementará esta oferta con mesas redondas B2B específicas para el sector, con rutas organizadas de demostraciones para talleres de neumáticos por los stands de los expositores. Todo ello bajo un contexto en el que se visualizará perfectamente el ciclo de vida y la cadena de valor del neumático (fabricante-distribuidor-taller-reciclado). Del mismo modo, dentro de la fiesta por excelencia que supondrá la **Semana de la Posventa**, el **neumático** y los mensajes asociados dirigidos al automovilista con respecto al mantenimiento preventivo del vehículo, tendrán su **espacio y protagonismo**. "Sector del neumático", Motortec Automechanika Ibérica es vuestro espacio.



¡Refréscate con nuestra oferta de verano!!

ElectroCar

Suscríbete ahora y disfruta de un **40%** sobre el precio normal de la suscripción.

Recibe los 11 números de este año por sólo 63€ con los gastos de envío incluidos.
(Cuota normal 105€)

Responde a este mail o **llámanos al 934 395 564**

AUTOMECHANIKA SHANGHAI 2012

IMPRESIONANTE EL RITMO DE ESPACIOS CONTRATADOS

CASI TODO VENDIDO

La organización de Automechanika Shanghai anunció hace pocos días que ya está vendida casi toda la superficie de exposición. Este dato es realmente significativo si tenemos en cuenta que el certamen chino es la segunda Automechanika más grande, solo superada por la edición de Frankfurt. Sin lugar a dudas, Shanghai hará "pleno" en cuanto a expositores.

Impresionados están los organizadores de **Automechanika Shanghai 2012** por el ritmo de contratación de stands. A falta de más de dos meses para su celebración (**11 al 14 de diciembre**) ya está vendida prácticamente toda la superficie de exposición. Jason Cao, director general de **Messe Frankfurt** Shanghai, ha explicado el por qué la cita china está atrayendo a tantas empresas: "Automechanika Shanghai abarca los tres principales sectores de la posventa: recambios y componentes, reparación y mantenimiento y accesorios y tuning. Cada sector se complementa lo que atrae a compradores profesionales, razón principal por la que el salón continúa creciendo cada año". La de Shanghai es la segunda Automechanika en volumen de expositores y en metros cuadrados de exposición, solo Frankfurt le supera. Las cifras en Shanghai son impresionantes ya que las **previsiones** de la edición **2012** que a buen seguro se cumplirán, si no se superan, son: **más de 180.000 metros cuadrados de superficie de exposición, 3.900 stands** de 37 países y **más de 70.000 visitantes** profesionales.

Expositores de excepción

Como consecuencia del éxito de convocatoria de Automechanika Shanghai, ya han confirmado su participación **empresas de recambios y componentes** de la talla de BorgWarner, Bosch, Changan, Continental VDO, ContiTech, Dayco, Delphi, Dongfeng, febi bilstein, Federal Mogul, Fras-le SA, Great Wall, Mahle, Mann+Hummel, Meritor, NTN-SNR, Schaeffler, TRW, Unipoint, Wanxiang, Yuchai o ZF. Todas estas repiten participación y a ella se les unen otras como Fawer, GKN, Hella, Meiji Sangyo o Valeo. **Hajime Hayashi**, directivo de **Meiji Sangyo**, tiene claros los objetivos: "Automechanika Shanghai es una feria internacional e influyente en la industria del automóvil. Nuestra compañía va a exponer para establecer una base de negocios en China e impulsar nuestra oficina en Shanghai. Esperamos dar a conocer e implantar en el mercado chino nuestras marcas Seiken, de componentes de freno y embrague, y NSK, de cojinetes". El área de **reparación y mantenimiento** se ampliará. Allí se podrá contemplar la oferta de marcas como Apollospray, Bantam, Beissbarth, Cartool, Corghi, Graco, Hennessy, Jonnesway, Launch, PCL, Stanley, Tech y Zonda. Como novedades, desembarcarán en Shanghai las marcas Aoili, GYS, Lincoln, Midtronics y Tactix. Mención especial merece la participación de la española **Berton** que montará de nuevo stand en el recinto ferial de Shanghai dando a conocer internacionalmente su gama de soluciones de diagnóstico para el automóvil, los camiones y motocicletas.

El elenco de marcas de **accesorios** también será amplio al confirmar su presencia Bluestar, Carlas, Formula-1, Haoshun, Meguiar's, Osram, Qmi, Sansui, Steelmate, TJM, WD-40 o Wynn's.

Está claro que Automechanika Shanghai es una excelente plataforma para introducirse o divulgar las propuestas de cada empresa en el potente mercado chino y, por extensión, en Asia. ●

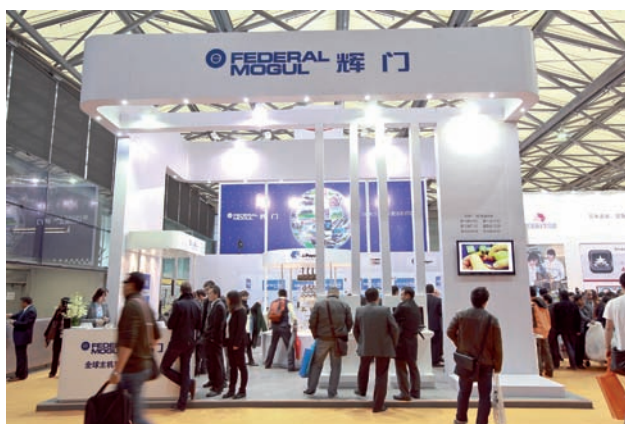
📍 www.messefrankfurt.com.hk



El éxito de ediciones anteriores de Automechanika Shanghai ha atraído la atención de muchas empresas, deseosas de exponer en el certamen chino.



Delphi repite participación en la feria organizada por Messe Frankfurt.



Federal Mogul tampoco se perderá la edición 2012 de Automechanika Shanghai.

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

iReserve 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

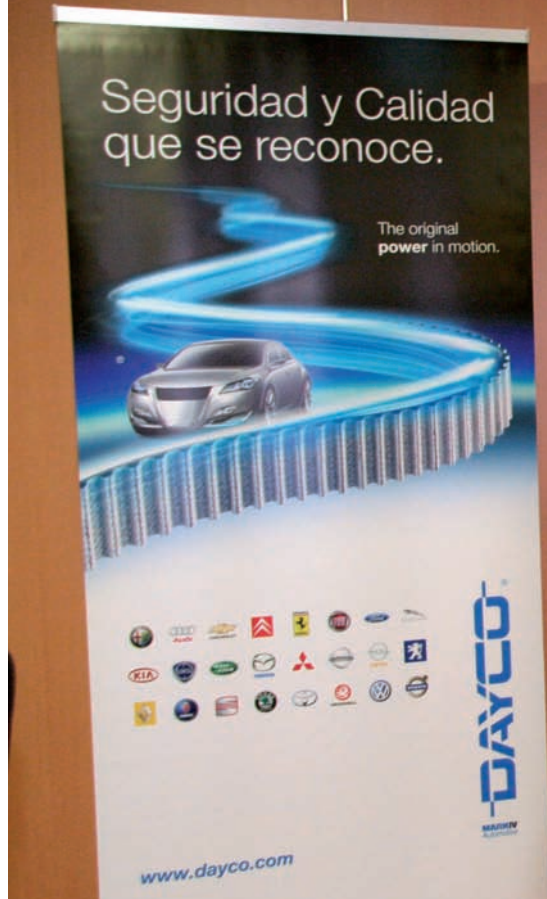
info@spain.messefrankfurt.com

www.automechanika-shanghai.com



CNAICO
中汽国际

 messe frankfurt



Bruno Padierna y Juan Montesó.

CHARLAMOS CON BRUNO PADIERNA, DIRECTOR COMERCIAL Y JOAN MONTESÓ, RESPONSABLE DE MARKETING Y LOGÍSTICA DE DAYCO EUROPE AFTERMARKET, S.L.

“El sector hace magia”

Acompañando al especial sobre correas, quisimos visitar a uno de los fabricantes afincados en España, para que nos explicara cómo ve el sector en general, y que nos cuente cuáles son las herramientas que utilizan en este contexto para seguir creciendo.

Y por ello decidimos dar un paseo hasta sus oficinas, recientemente ampliadas, que les permiten ahora disfrutar del doble del espacio que habían tenido, y a las que han dotado de un aire elegante y muy acogedor. En ellas han dividido las zonas en *Administración y Comercial*, por un lado y *Customer Service y Marketing* por otro, disponiendo de despachos de cortesía, y zona de reuniones. Unas instalaciones más grandes, aunque siguen siendo un equipo compacto.

Allí nos atienden **Bruno Padierna** y **Joan Montesó**, con la amabilidad y cariño que es sello de la casa (les preguntamos por **David Martínez**, en las altas esferas mundiales de la posventa en la compañía, ocupadísimo, pero constantemente operativo, porque, fue quien imprimió en la casa un cierto talento, y quien, en la actualidad –y dicho por ellos mismos- es un lujo tener al frente de la división, por su entusiasmo contagioso, ya

que en la actualidad se halla coordinando estrategias y homogeneizando herramientas para hacer de los países en los que la compañía tiene presencia, un modelo de operatividad, con un modelo similar al que se implantó en España).

Ambos se muestran satisfechos, y con muchas ganas de que el sector se desprece de las vacaciones y empiece a adoptar su natural aceleración, esa que tanto les gusta.

Y mientras, estas fueron sus respuestas.

En términos generales, ¿cuál es su opinión sobre el estado de salud de la cadena de valor de la posventa en nuestro país (fabricantes, distribuidores, talleres)?

Bruno Padierna- La caída de la demanda de recambio en estos últimos años, ha puesto al descubierto la gran debilidad de las estructuras de venta de las marcas constructoras y una gran solidez y adaptación a la nueva situación de mercado de nuestra posventa que está ganando cuota de mercado al recambio del constructor.

La posventa multimarca cuenta con una amplia red de talleres (que no decrece pese a que siempre se ha venido diciendo que debía producirse un cierre masivo) que cada vez demandan más servicio, una distribución que está atendiendo esta faceta de forma sobresaliente (aportando al taller un servicio tan bueno que resulta logísticamente muy gravoso) y los fabricantes que cada vez estamos más cerca del cliente, si bien el exceso de oferta, está haciendo que toda la cadena trabaje con márgenes más ajustados.

Lo curioso es que tenemos un contexto que a simple vista parece muy complejo: márgenes que se ajustan, menos reparaciones, parque que envejece, falta de liquidez de las familias, y aún así, el sector hace magia y sale adelante. La estructura funciona.

El contexto económico está provocando una contracción de la demanda en reparación y una modificación de los hábitos de consumo en posventa,





¿perciben una solicitud más acusada de productos de menor precio por parte de sus clientes, o sigue siendo la calidad un elemento significativo para ellos?

B.P.- En la situación económica en la que tenemos, el precio cobra mayor importancia, pero son la fiabilidad y la seguridad en la reparación los elementos que más valora el usuario a la hora de decidir hacer una reparación. El profesional del taller también es sensible al precio, pero elige marcas de alta calidad; es verdad que nosotros también nos esforzamos y, en los últimos años, nuestras variaciones de precios, son siempre por debajo de la inflación. La acción de los distribuidores de bajar sus tarifas en números de dos cifras también se está notando y el usuario compra más barato una buena calidad.

Y tenemos la ventaja de que nuestro producto es importantísimo en la seguridad de todo el motor. El taller lo sabe y no se la juega a poner un elemento de baja calidad.

Puede que en otro producto la incidencia de elementos de menor calidad se noten, pero considero que esa apuesta no está saliendo tan bien como pudiera parecer. Ahora el sector multimarca independiente está en un momento dulce en cuanto a notoriedad, es el periodo en que mejor imagen tenemos (habrá excepciones) y no se arriesga a arrojarse por la borda por culpa de una mala imagen que un producto de mala calidad que falle cause ante el usuario.

Y diría que hasta el punto de que los productos de calidad están creciendo.

Joan Montesó- En Dayco desde siempre hemos apostado por escuchar al mercado y ofrecerle lo que nos pide. Si analizamos los principales factores que los clientes tienen en cuenta hoy por hoy a la hora de decidirse por un proveedor o por otro y en este orden: Calidad de producto, buen servicio de entrega y buenas condiciones comerciales, está clara la línea a seguir, ofrecer un producto de altísima calidad, con un servicio impecable y unas condiciones y precios competitivos, justamente la definición exacta de la política de nuestra compañía. Es cierto que el tema precio ha ganado en relevancia estos últimos años, pero nuestros clientes tienen muy claro que ellos venden calidad. Nuestro producto tiene tres ventajas: hay que cambiarlo al llegar a determinado kilometraje porque está en el libro de mantenimiento; lo segundo es que tienes dos opciones: marquista o multimarca. No eligiendo marquista, se va a un producto con ciertas garantías (porque la reparación que puede provocar son 1.500 euros) y la tercera es que nuestro artículo (tensores y correa) no se puede rescatar de un desguace, y nos ayudan a navegar.

En ese entorno, ¿cuál es su percepción de la efectividad de la campaña No-Recambio Letal, en la que Vds. participan desde el inicio, en el usuario y en el profesional?

J.M.- Nos sirve, porque el discurso paralelo a nuestra estrategia, y con otros fabricantes que defienden lo mismo. En el grupo de trabajo, entendemos que el impacto ha sido muy positivo,

para la inversión que le dimos, y mucho que ver ha tenido la utilización del eslogan agresivo; hemos hablado con talleres y con la distribución que, ahora han apoyado la iniciativa entendiendo que beneficia a todos los eslabones de la cadena, incluyendo al usuario.

Ahora estamos trabajando en la segunda campaña de refuerzo, para la cual tendremos muy en cuenta los comentarios que nos han aportado. Esta segunda campaña será más positiva, quizá no haga tanto ruido; cuidaremos más que se llegue al profesional y por supuesto que se deje bien claro el valor de las primeras marcas que actuamos en el sector independiente y que la distribución y el taller vea que la buena marca baja el riesgo de problemas en reparaciones. Y sepan defender esos valores. Yo estoy contento.

¿Qué opinión les suscita los movimientos que está experimentando la Distribución (concentraciones, cambios de Grupo, cierres de compañías tradicionales, etc.)? ¿Qué efectos tiene para su compañía y para el mercado general?

B.P.- La distribución ha vivido una época donde todos crecían, en mayor o menor nivel, ahora no contamos, ni vamos a contar en los próximos años, con el efecto positivo del incremento del parque, ya no es tan fácil crecer y los distribuidores buscan alternativas que les posicionen en el nivel idóneo para su negocio. Hay nerviosismo, pero, en mi opinión, todos los grupos que actúan ahora están en una buena posición, cada uno tiene una estrategia diferente y cada distribuidor tiene la responsabilidad de buscar los mejores aliados posibles para diferenciar su negocio; afortunadamente, todos coinciden al apostar por primeras marcas, por marcas posicionadas en primeros equipos y que han demostrado durante muchos años, que tienen todos los valores necesarios de fiabilidad, rentabilidad y crecimiento. Estamos viendo como muchos de nuestros distribuidores, se están consolidando en esta época de crisis, cómo vienen nuevas generaciones muy entusiasmadas y preparadas, con ganas de hacer nuevas cosas, y desgraciadamente veremos también como desaparecen aquellas empresas, que no han sabido adaptar sus gastos generales y rentabilidad a la nueva situación de ventas.

Es verdad que ha habido cambios con poca base, sin saber si se está en disposición de cumplir nuevos deberes.

J.M.- Siempre es mejor cola de león que cabeza de ratón, pero hay que acabar por cumplir una serie de cosas que se han pactado, y para eso hay que estudiarlo muy al detalle. Cambios siempre ha habido, por necesidad de hacer cosas. Ahora se están concentrando para crear macrogrupos que pueden unirse a los que tradicionalmente estaban en el mercado.

Pero ¿cómo facilita o dificulta a Dayco la vida el hecho de que en una misma plaza haya más distribuidores, que ahora son miembros de un mismo grupo, vendiendo su marca?

J.M.- Pero es que en el mercado, la política que tiene que aplicar el fabricante debe ser lineal, no puede decidir quién se ganará la vida y quién no.

B.P.- Esa ha sido una línea marcada por David en su día y que implica una política comercial coherente. Todos deben saber cómo ganarse la vida. Los grupos deben estar a la altura, y coordinar esas incidencias en plaza, porque las empresas ya existían; pero se puede colaborar, no veo un problema.

Nuestra distribución es selectiva: por volumen de negocio. Pero con coherencia, no damos a unos, porque nos caigan bien, más que los otros.

Nosotros trabajamos con todos los grupos, así que a pesar de que un socio se cambie, ya trabajaba con nosotros, y a pesar de que negociamos con el grupo, la labor comercial la hacemos con cada uno de los asociados.

¿Cuáles fueron los resultados de la compañía en posventa el pasado ejercicio y qué esperan obtener este año? ¿Qué proporción aportan a los resultados de su compañía a nivel europeo?

B.P.- El crecimiento en Aftermarket de Dayco a nivel mundial en los últimos años es excelente, consolidando los mercados tradicionales y ampliando nuevos mercados, gamas y productos. En estos momentos donde el primer equipo tiene más



complicado su crecimiento es muy importante que la empresa tenga un Aftermarket fuerte, como es el caso de Dayco; en los últimos años, su importancia respecto a primer equipo ha crecido geométricamente.

El mercado Hispano-portugués, es uno de los 3 mercados más importantes para el Aftermarket de Dayco en Europa y todavía tenemos capacidad de crecimiento; estamos creciendo cada año porque también hacemos esfuerzos en nuevos productos y esperamos mantenernos.

Estamos lanzándonos a mercados emergentes (entramos en China, India, Sudamérica). En los mercados en los que ya estamos consolidados se trata de buscar la mejora para incrementar o mantener posición (en Grecia, curiosamente no se han bajado las ventas aunque eso sí, se hace en pago por anticipado).

J.M.- David ha exportado el modelo español, ha ido creciendo ampliando mercado, y como trabaja casi 24/24h y es así de entusiasta, pues lo lógico es que crezca; su talante es contagioso, y es un placer (porque, además cuida las relaciones humanas, su excelencia es así en todo) y tras él es fácil empujar.

En este contexto, ¿cuáles fueron las acciones que emprendieron en Dayco Europe Aftermarket para el mercado ibérico el pasado ejercicio y los dos primeros cuatrimestres de este y, entre ellas, cuáles han sido las de mejor resultado?

B.P.- Dayco está invirtiendo con el objetivo de ser el mayor proveedor global en transmisión de potencia, hemos aumentado la capacidad de fabricación, completando la gama de cada uno de nuestros productos y haciendo llegar a nuestros clientes todos los formatos de venta que nos demandan, tanto en piezas sueltas como en Kit. También estamos obteniendo excelentes resultados en nuestra focalización en el mercado de vehículo industrial.

J.M.- Nuestra gran apuesta desde hace ya un tiempo es mejorar en todo lo que a logística se refiere. Siendo conocedores de las necesidades de nuestros clientes de reducir stocks, la apuesta de Dayco ha sido clara: apostemos nosotros por ampliarlos (ha crecido mucho en número de referencias), apostemos por mejorar el servicio, firmando un gran acuerdo con Seur, y apostemos por optimizar nuestra gestión del almacén, cambiando procesos de trabajo incrementando efectivos y otra serie de movimientos que podremos comunicar en unos meses, que beneficiarán claramente a nuestros clientes, y este agosto, por ejemplo, tenemos una tasa de servicio del 98,8%. Además les damos apoyo a la hora de gestionar sus almacenes, las referencias, sus pedidos...

¿Hasta qué punto ayudan las nuevas tecnologías en este trabajo de la eficiencia?

J.M.- Es una buena pregunta. Internamente estamos cambiando todo el sistema informático a nivel mundial (han empezado Brasil y Argentina y ahora vendrá hacia Europa) para unificar conceptos, manteniendo el AS400 IBM. La inversión y movimiento de personal o formación es brutal.

Externamente es verdad que se pide y tenemos estas herramientas, aunque a nivel general aún cuesta. Pero nuestro clientes cada vez más piden cargar esa información en sus sistemas para seguirla y optimizarla.

B.P.- El cliente quiere eficiencia y eso, aunque nuestro equipo comercial está al lado del cliente, ayuda.

¿Qué novedades están preparando para el último cuatrimestre del año? Automechanika. Repasar la presentación de Franca.

B.P.- La continua incorporación de producto nuevo para vehículo industrial, nos permite lanzar un nuevo catálogo HD en Automechanika que sustituye al de 2011. Se está haciendo una gran inversión en comunicación, presentaremos nueva imagen, nuevo vídeo corporativo y nueva presentación de nuestros productos. También saldrá un número especial para Automechanika de nuestra revista Dayco News.

¿En qué elementos cree que deben trabajar los tres eslabones de la cadena para lograr resultados positivos este año y cómo?

B.P.- Es imprescindible trabajar con marcas de calidad reconocida, huir del producto que sólo aporta precio, que

genera desconfianza, reclamaciones y decrecimiento de facturación. También es importante realizar una selección de clientes, aumentando el control de cobros y analizar bien si todas las inversiones y gastos que acometemos tienen el retorno esperado.

Automechanika Frankfurt es la próxima gran cita ferial de la posventa en Europa, en la que su compañía participa. ¿Qué opinión le merece la oferta ferial española, cuál va a ser la feria en que se presenten y por qué?

B.P.- En Dayco se ha decidido aprovechar el escaparate de Automechanika en Frankfurt como oportunidad para ofrecer nuestras novedades para toda Europa, esperamos la visita de muchos clientes españoles y portugueses, y trasladaremos a través de nuestro equipo comercial y de la prensa todas las novedades a los clientes que no asistan.

No descartamos en un futuro volver a participar en alguna feria nacional, aunque no está en nuestros planes a corto plazo, creo que se está haciendo un gran trabajo, tanto en Madrid como en Barcelona y espero que en las próximas ediciones, la distribución adquiera mayor protagonismo y nosotros presentes a través suyo.

También participamos en ferias de los mercados que para nosotros son emergentes.

¿Cuál es su opinión respecto a las micro-ferias de los distribuidores?



B.P.- Hemos colaborado con algún cliente que ha salido muy contento de los resultados de su propia feria, pero si analizas la inversión realizada por el cliente y la aportación del fabricante, necesitaríamos un importante crecimiento en las ventas para conseguir el retorno de la inversión.

Si esta opción se generalizase, la mayoría de los fabricantes no tendríamos ni presupuesto, ni equipo para colaborar. Sólo es viable si dicha inversión se repercute en un aumento considerable de las ventas, o por un aniversario, o algo en el que necesites crear una cierta notoriedad.

En las reuniones de formación se fideliza muy bien. En los siguientes tres meses se nota un aumento de las ventas.

J.M.- Y por ello estamos haciendo mucha fuerza y dedicando una parte importante de nuestro presupuesto, a dar cursos de formación a talleres y distribuidores con el objetivo claro de dar las herramientas necesarias para conseguir un objetivo común: la profesionalización en la venta e instalación de nuestros productos.

A estos eventos asisten muchísimas personas y el trato es muy directo y cercano y creemos que es donde realmente se resuelven todas las dudas, les presentamos los catálogos, les explicamos cómo podemos ayudarles con la web...es donde se interactúa. La última que hicimos en Portugal fue de 900 personas en el Palacio de Congresos de Santarem; aportan muchísimo y elevan el nivel del sector, porque determinados detalles o particularidades calan, salen satisfechos y reportan ventas. ●

 www.daycoaftermarket.com/es/es/index.php

Posventa de correas para el automóvil

Traspaso de poderes

Es lo que ha hecho la correa, que ha cedido su hegemonía a los kits de distribución como consecuencia de la evolución técnica de los automóviles y de la necesidad de que esta operación en el taller sea segura y fiable. Como apunta un proveedor consultado, la bajada de ventas en correas de distribución es proporcional al crecimiento de la venta del kit de distribución. Así mismo, el auge de las correas de accesorios Poly-V se corresponde con el descenso de ventas de las correas trapeziales.

En líneas generales el **mercado posventa de correas de transmisión** para el automóvil se está mostrando **estable** a pesar de los tiempos tan convulsos en los que vivimos. La estabilidad está más en el volumen de negocio que en el número de unidades vendidas, que sí que ha descendido. Lo que está ocurriendo es que el **kit de distribución** se ha **consolidado** para que la operación del cambio de correa sea más segura. Los talleres apuestan cada vez más por cambiar todos los componentes en aras de la fiabilidad del vehículo. Así lo explica un fabricante de referencia: "el mercado está estable. Algunas familias de productos como los kits están creciendo. Cada vez más el taller se mentaliza en cambiar todos los componentes de la transmisión, hasta la bomba de agua en aquellos modelos que lo requieren al cambiar la correa".

Dentro de la venta de correas y sus derivados se aprecian que unas variantes van al alza en detrimento de otras. Como ya hemos apuntado los **kits de distribución se venden cada vez más y las correas de distribución sueltas menos**. El mismo comportamiento se da con las **correas de accesorios Poly-V** que tienen cada vez **mayor demanda a costa de las correas trapeziales**. Nos ha confirmado estas tendencias otro destacado fabricante: "se ha producido una bajada de ventas en correas de distribución directamente proporcional al crecimiento de la venta del kit de distribución. También pasa lo mismo con la correa de accesorios Poly V, que está en crecimiento mientras desciende la venta de la correa trapezoidal".

La distribución, cauta

Aunque no está penalizando excesivamente la venta de correas, la **situación económica actual** se está dejando notar en este mercado de reposición. Según una fuente consultada: "seguimos creciendo en este

mercado, ganando cuota de mercado pero los actores de la distribución son muy cuidadosos a la hora de pedir. Hemos notado una reducción de los stocks en general y una concienciación para intentar cobrar a tiempo. Además, hay muchos cambios en cuanto a grupos y todo está en un momento de cambios y posicionamiento en el mercado que hace que la "foto" del primer semestre no está mal pero nos impide poder evaluar lo que pasará en la segunda mitad. Es un año duro para toda la cadena de distribución no obstante la demanda sigue aquí y el crecimiento en nuestro producto también".

"Puede crecer el valor de negocio en euros, debido al crecimiento de venta del kit. El estancamiento o descenso del parque de vehículos, el descenso de kilometraje anual medio por vehículo y el envejecimiento del parque no van a aportar crecimiento a nuestros productos aunque tampoco decrecimiento. También observamos un notable descenso de los stocks en la distribución por dificultades de financiación de los bancos y necesidad de liquidez. Similar al segundo semestre de 2011" explica otro proveedor consultado.

El **gran aval de las correas de transmisión** en el mercado es su **importancia en la fiabilidad** del vehículo porque la rotura de un correa puede tener consecuencias nefastas en el motor o en otros componentes (alternador, compresor de aire acondicionado, servodirección, etc.). Confirma este argumento un fabricante: "por su complejidad técnica, nuestro producto debe ser reconocido y "homologado" por el primer equipo con lo que el taller multimarca buscará un producto presente en primer equipo para montar y no se atreverá a poner cualquier correa por miedo a problemas posteriores". En términos similares se expresa otro fabricante: "hablamos de un producto de mantenimiento que no está teniendo un descenso de demanda como otros productos. El profesional



Además de correas, ContiTech ofrece un amplio elenco de herramientas específicas como la Elast Tool F01 para el cambio de la correa elástica V-Ribbed en motores Ford y Volvo.



Lo último de Dayco es el TB SET, un pack compuesto por dos correas que el mecánico puede usar total o parcialmente. Las veinte referencias iniciales serán ampliadas próximamente.

del taller informa al usuario, que no se arriesga a tener una rotura de la distribución por los daños añadidos que puede ocasionar. No obstante, sí que es probable que, en estos tiempos, alargue algunos kilómetros este mantenimiento”.

En cuanto a los **inconvenientes**, la guerra de precios con la consecuente **pérdida de márgenes**. “la presión que hay por parte del mercado de reducir los precios para poder llevarse la venta hace que el valor del producto se vea rebajado así como la rentabilidad” describe gráficamente un actor de este mercado.

En los últimos tiempos, y como consecuencia de la espectacular caída de ventas de vehículo nuevo, los **concesionarios** y el **canal marquista** han encontrado en la actividad de posventa su principal fuente de ingresos. Esto les ha llevado a poner en marcha agresivas campañas de mantenimiento para atraer clientes a sus talleres. ¿Cómo ha influido esta estrategia de **apuesta** por la **posventa** al mercado posventa de correas? En poco tal como explica un influyente fabricante: “si hay alguien en el sector de automoción que realmente lo esté pasando mal son los concesionarios, por su descenso drástico de ventas de vehículos y también por su descenso de reparaciones. Es normal que quieran generar negocio con el recambio pero lo tienen muy difícil. Tenemos una distribución con el mismo nivel de calidad, pero con un nivel de servicio que no pueden igualar. El taller encuentra en su distribuidor recambista todas las piezas originales del fabricante para todas las marcas y vehículos con un servicio inmediato y a un precio excelente. Es muy difícil competir con esto”.

Dominio a tres bandas

Tres marcas **ContiTech**, **Dayco** y **Gates** copan prácticamente el **90 por ciento** del total de **ventas** de correas para el automóvil. No son las grandes referencias del mercado posventa por casualidad, además de poner a disposición de la distribución y los talleres una amplia gama de correas que cubre cualquier tipo de necesidad, proporcionan servicios añadidos a sus clientes como herramientas para la sustitución de las correas, formación, información técnica, etc. Veamos que proponen cada una de ellas:

CONTITECH

La división de **Continental** dedicada a la rama del caucho pone a disposición del mercado posventa una amplia gama de correas (marcas **ContiTech** y **Roulunds**) que cubre cualquier tipo de necesidad: de distribución, acanaladas, trapeciales, elásticas, kits de distribución, kits de distribución con bomba de agua, poleas de cigüeñal, de alternador, kits de poleas de cigüeñal, etc. En total, dispone de unas 3.000 referencias activas. Entre ellas, destacan las 140 en kits con bomba de agua, producto que se ha erigido en la “estrella” de la gama al proporcionar en un solo envase al kit de distribución y a la bomba de agua. Los kits con bomba de agua irán sustituyendo paulatinamente a los kits de distribución tradicionales. También merece especial mención la correa **Conti-V Multirib Elast**, una acanalada para la transmisión de grupos auxiliares en turismos (generador, ventilador, bomba de agua, compresor, servodirección...) que, al ser elástica, conserva ella misma la tensión prescindiendo del tensor con lo que se gana en espacio y se reduce el peso. Una de las señas de identidad de ContiTech es que desarrolla constantemente herramientas específicas para el cambio de las correas. Y para muestra un botón, el pasado mes de marzo lanzó un juego de herramientas para el cambio de correas de distribución en vehículos Volkswagen y para las correas acanaladas elásticas que montan varios modelos Ford y Volvo. También lanzó un láser de alineación y un maletín para el montaje de poleas libres de alternador. Huelga decir que su catálogo de productos incluye un medidor de tensión, el **Conti BTT Hz**. Apuntar que, pensando en el distribuidor, a partir de septiembre, sus embalajes incorporarán códigos QR para que sus clientes puedan ver en sus smartphones la información y los datos técnicos más relevantes sobre el producto ContiTech en el que estén interesados. Esta novedad se presentará en sociedad en Automechanika Frankfurt. En la ciudad alemana también mostrará toda su gama de correas así como las numerosas herramientas que ha ido lanzando a lo largo del año. En España, ContiTech (**Continental Industrias del Caucho**) tiene su cuartel general en la localidad barcelonesa de Cornellà.



FTE automotive – Innovation drives

TENER VISTA PARA LO IMPORTANTE

COMPONENTES DE FRENO Y DE EMBRAGUE DEL FABRICANTE DE PRIMER EQUIPO

FTE automotive fabrica más de 9.500 componentes para más de 35.000 tipos de vehículos. Saque provecho en el mercado de postventa de la calidad de primer equipo OEM de FTE, ofreciéndoles a sus clientes componentes de un socio de desarrollo de la industria.

► www.fte.de



FTE automotive – líder mundial de sistemas de actuación hidráulica de embragues

Mercado Posventa de correas para el automóvil

DAYCO

Con sucursal en Barcelona, **Dayco Europe Aftermarket** marca la pauta en cuanto a oferta: más de 5.000 códigos que dan cobertura al 97 por ciento del parque circulante satisfaciendo las necesidades de todos los fabricantes mundiales. Dentro de este extenso elenco de referencias, para turismo la gama **Dayco** cuenta con correas de distribución, kits de distribución con bomba de agua (KTBWP), kits de distribución, juegos de correas de distribución, correas Poly-V para las transmisiones auxiliares, correas Poly-V elásticas que no necesitan sistemas de tensado externo, correas trapeziales realizadas con materiales de alta calidad, tensores y poleas, dampers antivibraciones y ruedas libres para alternador. La oferta para vehículo industrial también es un referente del mercado al constar de correas Poly-V, trapeziales, tensores y poleas y dampers. Dayco incluso propone correas para motocicletas, concretamente variantes CVT para variadores escúter. De entre toda esta oferta, la línea más destacada son las correas HT. Se presentan con un tejido recubierto por una película PTFE, material altamente resistente a la abrasión, diseñada para reducir al mínimo el desgaste del tejido en las cavas y los flancos de los dientes. Esta estructura garantiza la máxima duración de la correa en los motores con elevadas presiones de inyección. Las correas HT se pueden montar en los motores TDI del Grupo Volkswagen Audi, en los TDCi de Ford, los dCi de Renault y los JTDm de Fiat. Para algunas aplicaciones se ha previsto en la correa un tejido sobre el dorso para compensar e incrementar la resistencia al desgaste lateral. Como novedad muy reciente, Dayco ha lanzado al mercado la nueva línea TB SET a través de la cual ofrece, en una única solución la combinación de dos correas de distribución que el mecánico podrá usar, siempre que la situación lo permita, interviniendo solo parcialmente en todo el sistema de transmisión. La TB SET cuenta inicialmente con veinte referencias, estudiadas para garantizar la cobertura de una amplia gama de aplicaciones de Alfa Romeo a Volkswagen, Honda y Ford. En los próximos meses ampliará esta oferta. Dayco no solo piensa en el profesional del taller, la reciente introducción del código QR en sus embalajes facilita también la labor del distribuidor que a través de su Smartphone podrá acceder a las informaciones técnicas del contenido del embalaje.

GATES

Gates PT Spain tiene un centro de producción en Balsareny (Barcelona). A nivel comercial, la gama de correas **Gates** para el automóvil roza las 4.000 referencias con lo que la cobertura del parque de turismos es prácticamente total y la de vehículo industrial supera el 70 por ciento. Su oferta es sobradamente conocida en el mercado posventa, abarca las correas de distribución

y los kits *PowerGrip* en sistemas de transmisión por correa síncrona mientras que en sistemas de transmisión por correa para accesorios dispone de las correas acanaladas y kits *Micro-V XF*, las correas acanaladas *Stretch Fit*, correas trapezoidales, los acoplamientos elásticos *EuroGrip*, los amortiguadores de vibraciones de torsión *DriveAlign* y la polea libre de alternador también denominada *DriveAlign*. El lanzamiento de novedades es una constante en esta marca y, aprovechando la celebración este mes de Automechanika Frankfurt, va a presentar en el certamen alemán una importante primicia, una nueva correa *Micro-V* diseñada específicamente para ser montada en los motores de nueva generación de elevada potencia y bajo cubicaje. Con una acanaladura múltiple, desde Gates aseguran que esta nueva correa garantiza un funcionamiento silencioso, más estabilidad y una flexibilidad sin precedentes. En el stand de Gates en Frankfurt también se expondrá la gama de kits de correas síncronas con bomba de agua, una familia en continuo crecimiento. Estos kits permiten a los electromecánicos realizar una reparación integral del sistema de transmisión por correas síncronas. El empleo de este kit es fundamental en la fiabilidad del vehículo y de la reparación si tenemos en cuenta el papel vital que tiene la bomba de agua en el sistema de refrigeración de un vehículo y los posibles daños que podría provocar en la correa síncrona una avería en este sistema. Por tal motivo, y a través de estos kits, Gates aboga por sustituir la correa junto con los tensores y la bomba de agua. En los últimos meses Gates ha ampliado notablemente su oferta en tensores *DriveAlign*, amortiguadores de torsión y poleas libres de alternador. Todas estas referencias también se podrán conocer en Automechanika Frankfurt.

Las tres marcas comentadas son las más importantes en cuanto a ventas pero en el mercado posventa de correas también operan otros proveedores que proponen interesantes ofertas. Sirven de ejemplo, Grovisa o SKF Española.

Desde su sede central en L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona), sus cinco almacenes en Barcelona, Bilbao, Madrid, Málaga y Valencia y su delegación en Murcia, **Grovisa** distribuye a toda España la gama de correas **Hutchinson** compuesta por variantes AV, Poly-V PK, correas HD y correas de distribución. Esta oferta es amplia, completa y de calidad e incluye una herramienta Hutchinson para un montaje rápido y fiable de las correas Poly-V *Stretchy*.

SKF Española, afincada en Madrid, es la filial de la marca sueca **SKF**, un histórico y prestigioso fabricante de correas entre otros componentes de automoción que destaca por la calidad de sus productos. En materia de correas propone referencias sueltas pero los grandes protagonistas de su oferta son los kits de correas de distribución, de correas de distribución y retenes del motor y los compuestos por correas de distribución y bombas de agua.



La nueva correa Micro-V que Gates presentará en Automechanika Frankfurt es de acanaladura múltiple y garantiza una flexibilidad sin precedentes.

Dirección web de los principales proveedores

www.adparts.com
www.adr98.com
www.blueprint-adl.com
www.bosch-automotive.es
www.cecauto.com
www.contitech.es
www.davasa.es
www.dayco.com
www.dipart.es
www.europart.es
www.exclusivasbcn.com
www.federalmogul.com

www.gates.com/spain
www.gecorusa.com
www.groupautounion.com
www.grovisa.com
www.grupauto.es
www.grupocga.com
www.holyauto.com
www.impormovil.info
www.meyle.com/es
www.qh.com
www.vsm.skf.com/es

Baterías de arranque: mercado posventa y oferta actual

Se impone el factor precio

Poco ha cambiado este mercado respecto al ejercicio anterior. Las baterías resisten con entereza los envites de la crisis. Las ventas se mantienen estables debido al envejecimiento del parque pero los conductores eligen baterías más baratas. Esta es la tendencia más significativa de este mercado posventa en la actualidad.

La naturaleza de este producto le está permitiendo esquivar el tsunami que es la actual crisis económica. Es simple, si la **batería de arranque** se agota no queda otra que sustituirla, no es posible alargar su vida útil o prolongar el cambio. Aunque esquivada la **coyuntura económica actual**, no es ajena a ella, tal como explica un destacado grupo de distribución: *"la batería, como consumible, se ve afectada en la misma medida que los carburantes, lubricantes y el resto de elementos de desgaste. Consideramos que las medidas a tomar son escasas ya que es un problema de la demanda, que baja"*.

Baterías "low cost"

Una tendencia que se está observando en los últimos meses es que las **ventas de baterías** se mantienen **estables** debido al **envejecimiento del parque**, que compensa el menor uso del vehículo. Sin embargo, los conductores, como consecuencia de la paulatina pérdida de poder adquisitivo de muchos de ellos, instan al taller a que les instalen una **batería económica**. El **precio** se ha convertido en la **principal prioridad**, por encima del rendimiento, la fiabilidad o la potencia. Varias son los proveedores consultados que han comentado la relevancia del factor precio. Uno de ellos lo explica así: *"la principal ventaja del mercado de baterías es que se trata de un mercado bastante estable o incluso al alza debido al envejecimiento del parque. Sin embargo, cada vez se demandan más baterías de menor calidad, es decir, de bajo precio"*. Otros aspectos a destacar de este mercado posventa son que los **distribuidores** se están mostrando muy **cautelosos** a la hora de realizar compras, constatándose un **menor stock en sus almacenes** y que las **oscilaciones de las materias primas** con las que se fabrican las baterías, principalmente el plomo, siguen condicionando en exceso los costes de fabricación de las mismas, lo que tienen incidencia directa en los márgenes de beneficio de los fabricantes y en el precio final del producto.

Baterías a elegir

A tratarse de un producto de notable rotación y consumo, el **mercado posventa de baterías** está **muy concurrido** siendo numerosos los proveedores. Aunque las marcas más vendidas son principalmente tres, **Tudor, Varta y Bosch** (no por este orden necesariamente), son muchas más las propuestas que podemos encontrar.

Por ejemplo, muchos grupos y empresas de distribución han apostado por la marca propia a la hora de comercializar baterías. Es el caso de **Agerauto**, firma distribuidora de Martorelles (Barcelona) que, bajo marca propia **Ager** pone a disposición de la posventa una versátil gama de baterías para turismo, vehículo industrial ligero y pesado, vehículo agrícola y motocicletas que abarca un buen número de tecnologías de fabricación, desde la AGM hasta baterías para montarse en vehículos con sistema Start&Stop. A la venta con una garantía de 12 meses, son libres de mantenimiento y la gama, con una horquilla de amperaje de 40 a 230 Ah, permite satisfacer cualquier tipo de necesidad.

Seguimos en Catalunya porque desde la localidad barcelonesa de Cardedeu, **Aurilis Group Ibérica** distribuye al mercado de reposición español la marca de baterías **Technik'a**. Su oferta es de lo más interesante, de sus tres modelos derivan 56 referencias que dan cobertura al 98 por ciento del parque circulante español. Los modelos en cuestión son la **Serie Plus**, **Serie Performance** y **Serie Performance PL**. El primero de ellos es una batería de tecnología calcio/calcio que satisface las demandas energéticas más altas, en todas las condiciones de circulación y garantiza en todo momento y circunstancia una elevada potencia. Las baterías **Performance**, de plomo-antimonio, destacan por su óptima relación calidad-precio y por su adaptación a los vehículos antiguos y de pequeña cilindrada. Por último, la **Serie Performance PL** se compone de baterías plomo-antimonio para camiones. La **Serie Plus** de erige como la línea de baterías más destacada de Technik'a gracias a sus elevadas prestaciones, que se traducen en una larga vida útil con un nivel de autodescarga muy bajo, una elevada potencia para el arranque en frío, una baja potencia de electrolisis y una óptima uniformidad de carga. Toda esta oferta aparece recopilada en el catálogo 2012 Technik'a de reciente aparición.

Cogemos el puente aéreo porque en la Comunidad de Madrid, concretamente en Coslada, tiene su cuartel general **AZ España**, distribuidora cuya cartera de productos incluye las marcas de



Los fabricantes de baterías están notando que los distribuidores son más cautelosos a la hora de comprar y han reducido su stock en los almacenes. Es la coyuntura económica actual...



Baterías Ager, marca propia de la distribuidora Agerauto. Ya comercializa variantes AGM para vehículos con sistema Start-Stop.

Aurilis Group Ibérica propone la marca **Technik'a**. La batería de la **Serie Plus** de la imagen destaca por su duración, potencia y uniformidad de carga.



Mercado Baterías de arranque



Carlos Lorente
Director General
Iberia de
Johnson Controls

Reflexión sobre el mercado

Hablando con mis colegas de otros países, otros fabricantes del sector y algunos analistas del mercado, me quedó la impresión de que España no tiene remedio. Muchos de ellos equiparaban nuestra situación con Grecia, sin duda alguna, y preveían una catástrofe de nuestro mercado en pocos meses. Es cierto que el mercado en general tiene un enorme problema y que nuestro sector no es ajeno al mismo. También es cierto que, al igual que nuestro sector, el mercado de las baterías se mueve en una línea muy similar pero desde luego no como nos lo pintan.

Personalmente me niego a seguir pensando en negativo y quiero ver la **situación difícil pero esperanzadora**. Nuestro mercado está decreciendo y sólo aquellos que hagamos cosas nuevas, generemos ilusión, trabajemos pensando en el bien común y mantengamos una dosis de prudencia podremos obtener ventaja de esta crisis que nos persigue desde hace años. Tomar acciones generadas por la presión no es la mejor manera de obtener lo que queremos. Podemos poner en riesgo el medio y largo plazo por solucionar el problema que tenemos hoy. **Debemos ser cautos y analizar cada día más cómo queremos operar y qué estrategia queremos seguir.** Tal vez hoy no obtengamos lo que queremos pero será la mejor manera de seguir activos el día de mañana. Esto es lo que llamamos prudencia, pero para todos los actores. De poco sirve ser competitivo hoy en precio si abandonamos la innovación y detenemos las inversiones para desarrollar nuevas tecnologías. Nosotros no lo hemos hecho ni lo vamos a hacer. **Queremos seguir avanzando para proporcionar a nuestros clientes las baterías del futuro con la máxima calidad posible.** Así lo están entendiendo nuestros clientes y, como consecuencia, nuestra evolución es y, esperamos siga siendo, positiva.

Johnson Controls sigue esta línea y hemos conseguido un **incremento de ventas sobre el año pasado** que nuestra compañía califica de tremendamente exitoso. Esto es debido únicamente a que nuestro equipo genera ideas, ilusión, etc. y a que nuestros clientes confían en nosotros. Para nosotros las **perspectivas son buenas** si hablamos de **aftermarket**. Las **últimas acciones** que hemos realizado como el lanzamiento de las baterías Start&Stop, el VSSP, el road show, etc. nos han generado los **resultados esperados** y seguiremos en esta línea para seguir avanzando, siempre en contacto con los clientes y pensando en el bien de los dos.

También **mantendremos las inversiones** para seguir generando los productos que se demandan en el mercado en los próximos años. Mantendremos del mismo modo las inversiones, por otro lado obligadas, que debamos realizar para cumplir todas las nuevas medidas medioambientales que se han generado en los últimos meses. Y por último, **mantendremos la cercanía con nuestros clientes** y la ilusión por superar cualquier obstáculo que los mercados nos lancen. En general, tenemos un enorme reto delante de nosotros y depende de cada uno cómo lo afrontemos. Podemos pensar en la persona o podemos pensar en el conjunto. También lo podemos hacer en positivo o en negativo y además en el corto plazo o en el medio y largo plazo. Es **cuestión de actitud**. Creo que ya está bien de pensar que la culpa es de los demás y debemos pensar qué puedo hacer yo para solucionar esta situación. Ponernos en marcha es fundamental y creo que en Johnson Controls lo hemos hecho.



Batería AGM de Bosch. Ofrece gran potencia para ser instalada en vehículos equipados con el sistema de parada y arranque Start-Stop.

Batería AGM de 90 amperios Hella. Un separador de fibra de vidrio absorbente de aporta seguridad y hasta tres veces más ciclos de carga.



baterías **Banner** y **Rombat**. La primera es una marca austríaca que destaca por su calidad y prestaciones. Algunas de sus referencias más destacadas son la *Uni Bull*, una batería calcio-calcio de cuatro bornes de gran consumo y que ya va por su quinta generación; la *Power Bull*, que aporta un 30 por ciento más de capacidad de arranque; la *AGM Running Bull* o la *Super Heavy Duty* para vehículo industrial. Por su parte, **Rombat** es el principal fabricante rumano de baterías y aunque éstas destacan por su precio, cumplen con los requisitos de calidad exigidos por prestigiosos fabricantes de automóviles europeos y entidades certificadoras.

La gigante alemana **Bosch** (cuartel general en España en Madrid) es uno de los pesos pesados de este mercado. Su amplia oferta es un compendio de polivalencia, tecnología (rejilla *Power Frame*, AGM, EFB...), calidad y prestaciones. Las líneas **Bosch S3, S4 y S5** se benefician de la tecnología *Silver Technology* mientras que la S6 proporciona unas altas prestaciones para vehículos de máxima exigencia gracias a la tecnología AGM con electrolito fijo. Las primeras, como no, libres de mantenimiento aportan una alta potencia además de una duración por encima de la media, una alta fiabilidad así como una constante resistencia a oscilaciones extremas de temperatura. La seguridad de las mismas es otra de sus principales características: cuentan con una protección doble para protegerlas de chispas y de posibles explosiones prematuras y, pensando en el distribuidor, el diseño de la tapa sellada evita posibles pérdidas de ácido durante el transporte. Línea por línea, las S3 son la alternativa más económica; las S4, la opción más equilibrada además de disponer de la suficiente potencia para poder ser instaladas en el más amplio rango de modelos mientras que las S5 están pensadas para vehículos de alta gama. Pero si hablamos de potencia, la máxima expresión de la misma son las baterías S6 que, gracias a la tecnología AGM, no solo proporcionan el máximo rendimiento (su elevada tasa de débito de energía garantiza la salida y entrega de una gran cantidad de energía) sino también una alta resistencia a ciclos y vibraciones y a inclinaciones y movimientos. Totalmente segura frente a posibles fugas, las S6 no requieren mantenimiento. Siempre a la vanguardia a nivel técnico, Bosch cuenta ya con baterías específicas para modelos equipados con el sistema de parada y arranque *Start&Stop*, son las variantes AGM y EFB.

Otra gigante alemana, **Continental Automotive Spain**, opera en este mercado con su marca **VDO**. La oferta no es muy amplia pero propone referencias interesantes como la batería *Platinum* de plomo-calcio que proporciona una larga vida útil (hasta un 50 por ciento más que una convencional), una gran robustez y se puede almacenar hasta un año sin necesidad de ser recargada, cuestión importante para la tienda de recambios.

Por su condición de especialista en baterías, **DAISA** (Distribuidora de Acumuladores Importados, S.A.) merece especial mención. Y es que la firma con cuartel general en Gijón y delegaciones por toda España es el distribuidor a nivel nacional de **Varta**, una de las marcas de referencia del mercado (ver comentario de su oferta más adelante). Pero la oferta de DAISA para el automóvil va más allá ya que su portfolio de producto también incluye las baterías de su marca propia **Formula Star**. Esta distribuidora especialista en baterías y acumuladores suministra a prácticamente todos los sectores que requieren de estos productos: turismo, camiones, motocicleta, industrial, marina, golf, caravanas, movilidad y sillas de ruedas, energías renovables, alarmas, etc. Trabaja con infinidad de marcas: **Optima Batteries, Trojan, BAE, MK Powered, Fronius, Midtronics**, etc.

Azuqueca de Henares (Guadalajara) acoge el cuartel general en España de **Exide Technologies**, fabricante mundial de baterías que pone a disposición del mercado marcas de la talla de **Tudor, Exide, Fulmen** o **Deta**. La oferta de la primera, Tudor, merece capítulo aparte porque esta marca de origen español es una de las tres más vendidas del mercado. Basta con decir que su actual catálogo da cobertura a todas las motorizaciones de más de 6.000 turismo y 8.000 vehículos industriales, sin olvidar su amplia oferta para motocicletas. Sus modelos más desta-



Baterías VDO en sus variantes de turismo y vehículo industrial. Llegan de manos de Continental Automotive Spain.

Batería Start-Stop Plus de Varta. Con una destacada presencia en primer equipo, representa la elevada capacidad tecnológica de la marca de Johnson Controls.



Exide lanzó recientemente una interesante aplicación que permite buscar la batería deseada a través del iPhone.

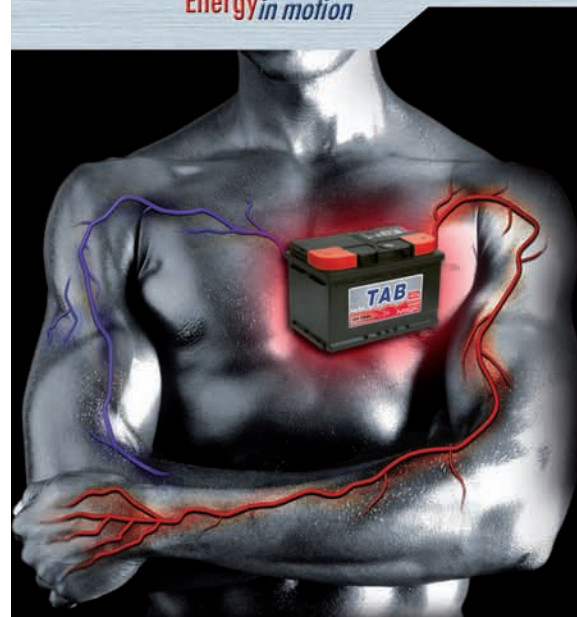
cados son las baterías *Tudor Technica* y *Tudor Hi-Tech*. Las primeras destacan por satisfacer las necesidades del 97 por ciento del parque europeo, motivo por que el son una referencia en ventas (también porque aportan un 15 por ciento más de potencia de arranque). Las *Hi-Tech* sobresalen por sus prestaciones y respuesta a temperaturas extremas o a un uso intensivo. Están especialmente indicadas para ser montadas en vehículos con un alto nivel de equipamiento que demandan altas dosis de energía. No falta tampoco en la gama Tudor baterías para motores con *Start&Stop*. Sobre Exide, apuntar que esta marca tiene cada vez más acogida en el mercado gracias a las prestaciones de la batería *Premium* o a la polivalencia de la *Excell*. Exide Technologies lanzó el pasado mes de marzo una aplicación para buscar baterías a través del iPhone. Ésta se descarga gratuitamente desde el App Store y ofrece a los clientes un catálogo de aplicaciones que permite encontrar la batería de recambio correcta para cada vehículo de las principales marcas que este fabricante comercializa en Europa: *Exide*, *Tudor*, *Fulmen*, *Deta*, *Centra* y *Sonnak*.

Hella España (Tres Cantos, Madrid) propone una gama de baterías cada vez más importante, sobre todo tras el reciente lanzamiento de la línea para turismos **Hella Ecology**. Esta última generación de baterías cuenta con una rejilla reforzada que proporciona mayor durabilidad, conductividad y ciclabilidad. Así mismo, su tecnología termosellada permite que cumplan con todos los controles de calidad y no requieran mantenimiento. Con la línea *Ecology*, Hella también promueve el reciclaje de la batería usada y la recogida gratuita de los residuos. Con esta acción, además de favorecer el respeto por el medio ambiente obtiene precios más competitivos, hasta del 15 por ciento, por la entrega del plomo que forma parte del coste total. Del resto de la oferta, destacan las variantes de turismo con amperajes de entre 62 y 80 ah (las más vendidas) y las nuevas variantes de 185 y 225 ah para vehículo industrial cuyos separadores de fibra de vidrio les permiten alcanzar hasta tres veces más ciclos de carga. El catálogo de la marca alemana ya incluye baterías AGM (*Absorbent Glass Mat*) en 70, 80 y 90 ah, que también se equipan con el separador de fibra de vidrio absorbente antes mencionado. Esta tecnología aporta seguridad y un rendimiento mayor al permitir una ciclabilidad tres veces superior a la de una batería convencional por lo que están especialmente indicadas para vehículos dotados con sistema *Stop&Start* o freno regenerativo.

También en Tres Cantos está afincada **Impormóvil**, empresa distribidora que ha apostado por su marca propia **MetalTech** para operar en el mercado posventa de baterías. Su oferta se refuerza con la distribución de la gama completa de la marca **Varta**.

Jasper Tradint es una empresa exportadora y distribidora de Mataró (Barcelona) cuya cartera de productos incluye las baterías **Monbat** (de la que es distribuidor en exclusiva en nuestro país), los modelos de marca propia **Top Star** o las baterías de motocicleta **Fiamm**. La gama *Monbat* propone cuatro familias de producto, la *Dynamic*, de gran consumo por su elevada cobertura; la *Premium*, baterías de calcio-calcio que aportan un 30 por ciento de potencia extra; la *GEM*, baterías con tecnología AGM con electrolito absorbido (sin ácido), máximo exponente en prestaciones y las baterías para náutica *Megalight Power*. En total, Jasper Tradint pone a disposición del aftermarket unas 150 referencias en baterías con las que obtiene una elevada cobertura del parque circulante.

Una de las marcas imprescindibles de este mercado es **Varta**. Perteneciente a Johnson Controls, multinacional que también fabrica las marcas de baterías **Optima** y **Energizer**, su oferta para automoción es un referente, tanto por oferta como a nivel de innovación tecnológica. Así, la oferta Varta se estructura en varias familias de producto: las *Start-Stop*, baterías con tecnología EFB y AGM cuyo destino son vehículos equipados con el sistema de parada y arranque; las *Dynamic Trio*, modelos de calcio-calcio para turismos; las *Promotive Trio*, baterías para vehículos industriales con tecnologías plomo-calcio y calcio-plata; las *Powersports* para motocicletas, con tecnologías AGM, Gel y estándar y las *Professional*, baterías para embarcaciones,



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 caravanning), 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

Mercado Baterías de arranque



Lo último de Magneti Marelli en baterías es el modelo Start de la imagen para vehículos equipados con Start-Stop.



Batería EcoDry de la marca eslovena Tab. Tab Spain comercializa su gama en España y Portugal.



Varias familias conforman la oferta Yuasa en baterías de automoción. En primer plano, la AGM para vehículos con Start-Stop.

caravanas y aplicaciones solares en tecnologías AGM y calcio-calcio. En total, la oferta supera las 150 referencias para satisfacer las necesidades de prácticamente la totalidad del parque automovilístico. Sin lugar a dudas, las baterías "estrella" de la gama Varta son las *Start-Stop Plus* con tecnología AGM y las *Start-Stop* con tecnología EFB. Las prestaciones y el rendimiento de estos modelos están avalados por la excelente posición de Varta como proveedor de primer equipo, con una cuota de mercado cercana al 80 por ciento (más de 140 modelos con Start-Stop montan de origen baterías Varta). Dentro del recambio también merecen especial atención las baterías *Dynamic Trio* (*Silver Dynamic*, *Blue Dynamic* y *Black Dynamic*), más convencionales y que alcanzan relevantes niveles de venta. Estas baterías se benefician de la tecnología *PowerFrame*, nueva rejilla positiva que optimiza la corriente y garantiza un suministro de energía estable y seguro, incluso en las circunstancias más extremas. La gama *Optima* juega un papel más secundario en el mercado español. Aún así, propone baterías para turismos y 4x4 con tecnologías AGM y *SpiralCell* que garantizan un elevado rendimiento. La delegación de Johnson Controls en España (**Johnson Controls Autobaterías**) está en Madrid.

En la localidad barcelonesa de Llinars del Vallès está la sede central de **Magneti Marelli Aftermarket** en España. La firma de origen italiano dispone, bajo marca **Magneti Marelli**, de baterías de arranque para turismo, vehículo industrial y motocicleta. La oferta para turismo supera las setenta referencias y se estructura en las líneas *Run*, *ETS* y *ES* a las que se ha añadido la nueva línea *Start* de baterías para vehículos dotados con sistema de parada y arranque Start-Stop.

Seguimos en la provincia de Barcelona porque desde Barberà del Vallès **Tab Spain** opera como delegación para España y Portugal del fabricante esloveno de baterías Tab Batteries. Su oferta, comercializada bajo marca **Tab**, abarca un buen número de variantes en tecnologías calcio-calcio e, incluso, AGM. Sus principales modelos en baterías de arranque son las *Polar*, *Polar JIS* (par vehículo asiático), *Magic*, *EcoDry VRLA AGM* y la *Diamant*. Las más de cincuenta referencias con amperajes que van de los 35 hasta los 240 ah garantizan una amplia cobertura del parque proporcionando unas baterías, no solo fiables sino también equipadas con visores o con el sistema inteligente *auto check*. Es importante subrayar la capacidad de producción de Tab, factor que le permite estar al día en el mercado posventa para satisfacer las necesidades de los vehículos que van apareciendo en el mercado. Al hilo de esta cuestión, el pasado mes de mayo Tab Batteries puso en marcha la línea de producción más rápida de Europa con una capacidad de 3.000 baterías por turno laboral. Además, ha puesto en marcha un avanzado almacén logístico robotizado con capacidad para 400.000 baterías.

Yuasa Battery Iberia (Madrid) es la sucursal española del fabricante japonés GS Yuasa Corporation y suministra las baterías **Yuasa** a los mercados de reposición español y portugués. Las familias de producto para automoción son la *Supreme*, la *Professional*, la AGM para vehículos con Start-Stop y las *Cargo* y *Cargo SHD* para vehículo industrial. Las *Supreme* están desarrolladas para ser montadas en vehículos con un alto nivel de equipamiento. Selladas y a prueba de fugas, su tecnología calcio-calcio garantiza hasta 40.000 arranques de motor. Las *Professional* son baterías de gran consumo para vehículos estándar. Libres de mantenimiento, garantizan 25.000 arranques. Siempre al día de las necesidades del mercado, Yuasa ya dispone de baterías AGM para vehículos equipados con sistema de parada y arranque Start-Stop. Estas baterías satisfacen las exigencias de primer equipo y triplican la durabilidad cíclica de las baterías convencionales proporcionando, además, un mejor arranque y una vida útil más larga gracias a un desprendimiento mínimo del material de las placas. En cuanto a las baterías para vehículo industrial, las *Cargo* están diseñadas para modelos con equipamiento básico mientras que las *Cargo SHD* proporcionan más potencia gracias a innovadoras fórmulas y diseño de las placas. Su mayor capacidad de carga permite que estén indicadas para vehículos industriales muy equipados y que realizan un uso intensivo. La gama de baterías Yuasa se completa con las *Marine* para náutica, las *Leisure* para caravanas y una gama específica para motocicletas.

Directorio web

- www.adparts.com
- www.adr98.com
- www.agerauto.es
- www.aurilis.es
- www.autosil.pt
- www.azesp.com
- www.bateriashitachi.com
- www.bosch-automotive.es
- www.bureaubaterias.com/es
- www.cecauto.com
- www.ciclautoautomocion.com
- www.daisabaterias.es
- www.davasa.es
- www.dipart.es
- www.europart.es
- www.exide.com
- www.gecorusa.com
- www.groupautounion.com
- www.grupauto.es
- www.grupocga.com
- www.hella.com
- www.impormovil.info
- www.jaspertradint.com
- www.johnsoncontrols.com
- www.magnetimarelli-checkstar.es
- www.proquimetal.es
- www.radsa.es
- www.rsturia.com
- www.sdrautomotive.es
- www.serca.es
- www.sunray.es
- www.tabspain.com
- www.todobaterias.com
- www.varta-automotive.es
- www.vdo.es
- www.yuasaiberia.com



De izquierda a derecha, Rocío Fernández, Carlos Lorente, Salvatore Trancredi y Jorge del Toro.

CHARLA EN JOHNSON CONTROLS AUTOBATERÍAS

“No hablemos más de la crisis”

Cogimos el puente aéreo para conocer la actualidad de Johnson Controls Autobaterías, compañía que se está mostrando muy activa en los últimos meses con la puesta en marcha de iniciativas como la campaña “Varta, Cerca de ti” o de servicios como los VSSP. Pasaron revista a éstas y otras cuestiones Carlos Lorente, Jorge del Toro y Rocío Fernández, director general, director comercial y directora de márketing respectivamente de esta firma proveedora de baterías de arranque.

Carlos Lorente, director general de *Johnson Controls Autobaterías* acabó la entrevista tal como la empezó, lanzando un **mensaje de optimismo y de esperanza** a pesar de los delicados tiempos que corren. Instó al sector a olvidarse de la crisis, a no mencionar más esta palabra. “Es verdad que el mercado posventa está cayendo. Aunque en los distintos foros se vierten opiniones diferentes, a grandes rasgos el sector está cayendo como el año pasado, alrededor de un 6 por ciento” eran sus palabras iniciales. Al final de la entrevista su mensaje fue más optimista y motivador: “nos gustaría lanzar un mensaje de optimismo al mercado. Que todo el mundo piense que se puede salir de la actual situación económica. Vamos a salir, seguro. No hablemos más de la crisis, de lo negras que están las cosas. Debemos quedarnos con las cosas buenas, potenciarlas y ser más solidarios”. Estas palabras de ánimo son de agradecer en los momentos actuales aunque conviene reconocer que es más fácil que sean pronunciadas por una voz autorizada de Johnson Controls Autobaterías, firma que cerrará este ejercicio con un **notable crecimiento en ventas**.

La charla dio para muchos más. Entre medias abordamos numerosas cuestiones con **Carlos**

Lorente, Jorge del Toro y Rocío Fernández, directores general, comercial y de márketing de Johnson Controls Autobaterías respectivamente.

Este verano han desarrollado la campaña “Varta, Cerca de ti” (ver número 349 de MRyT, páginas 20 y 21), ¿qué balance final hacen de esta iniciativa?

C.L.- Ha sido intensa y ha unido mucho al equipo. Así mismo, ha servido para trabajar en el mercado, estar con los clientes, darles la importancia que tienen, que se la merecen. En definitiva, esta iniciativa nos ha venido francamente bien a todos.

¿Ha llegado también al usuario final?

R.F.- Creo que sí si tenemos en cuenta que por nuestro autobús itinerante pasaron niños, padres de familia, abuelitos, etc. El objetivo de Johnson Controls era potenciar el reconocimiento de marca, que identificaran a Varta no solo como una marca de pilas sino también de baterías para turismo y de alta tecnología, con las Start-Stop como máximo exponente de la misma. El objetivo era transmitir este mensaje y, si nos remitimos a los impactos, lo hemos conseguido. Solo en regalos, hemos entregado en mano, y en solo quince días, más de 15.000 a usuarios directos finales, lo

que es importante para nosotros.

C.L.- También era realmente interesante ver como la gente se acercaba al autobús, quería subir para verlo. La gente de la calle ha mostrado interés por las baterías Varta. Incluso algunos nos explicaban que se habían quedado sin batería y querían comprar una. Yo siempre he pensado que la marca Varta era conocida por las pilas pero con esta campaña he comprobado que muchos también conocen sus baterías, lo que me llena de orgullo.

J.del T.- Muchas veces llegaban al autobús empleados de los talleres con sus hijos a los que les regalábamos, por ejemplo, una almohadilla. Esto es importante para Johnson Controls, es importante que la marca Varta se vaya quedando en la mente de la gente y, particularmente, de los más jóvenes. Poco a poco vas creando imagen de marca y, a largo plazo, es una gran inversión.

¿Y cómo se presentaban los distribuidores y talleres?, ¿preocupados, desanimados, motivados?

C.L.- Depende de cada uno. Todos ellos viven el día a día, incluso el minuto a minuto. Si uno había tenido un problema hacía diez minutos llegaba enfadado. Otros venían mas animados.

J. del T.- Con los talleres que nos visitaban



ocurría lo mismo. Una cuestión importante es que nos dábamos cuenta que también hay talleres que no solo se lamentan por la crisis, hacen cosas y un buen ejemplo es que se han movilizad para solucionar el problema de los coches abandonados en sus instalaciones. Es decir, observamos que en tiempos de crisis surgen buenas acciones e iniciativas que después se mantienen en el tiempo.

“Las circunstancias del mercado provocarán la reducción de talleres pero, por ejemplo, el programa de servicios VSSP (soluciones que facilitan el chequeo, diagnóstico y sustitución de las baterías Varta Start-Stop) permitirá profesionalizar aún más a los talleres, uno de los objetivos de Varta en España” añadió **Salvatore Trancredi**, director de ventas, también presente en la entrevista.

Entonces, para esta profesionalización y puesta al día técnica de los talleres hacen falta socios como Varta...

J. del T.- Los talleres son cada vez más conscientes de que pensar solo en el precio no es lo mejor, y menos en tiempos de crisis.

C.L.- En este sentido, Johnson Controls se presenta ante el taller como un fabricante que le

proporciona todo aquello que está apareciendo en el mercado y que está innovando. Un claro ejemplo es la inversión en la planta de Varta en Burgos para la fabricación de las baterías Start-Stop.

Según un estudio de Gt Motive, la confianza aún se sitúa por encima del precio en cuanto a las preferencias de los conductores, ¿cómo la potencian?

C.L.- A través de los distribuidores, que son claves ya que nosotros no tenemos contacto directo con el taller. A los distribuidores les estamos enseñando a acercarse al taller y nosotros también aprendemos de ellos. Lo que quiero dejar claro es que los distribuidores muestran una gran voluntad por mejorar en su negocio.

J. del T.- Además de proporcionarles los mejores productos, ayudamos a nuestros distribuidores a que den el mejor servicio al taller.

Johnson Controls está obteniendo buenos resultados pero, ¿cómo ven la posventa en términos generales?

C.L.- Cuando hablo con mis colegas me dicen que disfrute del buen momento de mi empresa porque muchos lo están pasando mal. Pero esto es cíclico, hoy estamos en una posición estupenda pero veremos cómo transcurren los próximos

meses que, creo, van a seguir siendo positivos.

J. del T.- Johnson Controls cierra el ejercicio en septiembre pero muchos de nuestros clientes lo cierran en el año natural, en diciembre. Nos volcaremos en ellos para cerrar bien el año por lo que vamos a trabajar mucho de aquí a diciembre. **¿Nos pueden concretar alguna línea de actuación?**

C.L.- Apoyar al distribuidor para un mayor acercamiento de éste y el taller.

R.F.- También vamos a dar continuidad a la iniciativa “Varta, Cerca de ti” para que no se quede en una acción aislada. Quizás no tenga una continuidad en los mismos términos pero el objetivo será el mismo: apoyar al distribuidor y, por extensión, al taller.

J. del T.- Y, obviamente, insistiremos en el divulgar que Varta ofrece baterías de última tecnología. En definitiva, debemos transmitir todo lo que ofrecemos, que no es poco, al máximo de gente posible.

Al hilo de lo de apoyar al distribuidor, ¿cómo ven el momento actual de la distribución con sus constantes cambios y trasvases de empresas de un grupo a otro?

C.L.- No nos afecta en gran medida. La prueba de ello es que Johnson Controls está creciendo durante los últimos meses que es cuando se están produciendo los cambios en la distribución que comenta. No nos están afectando estos movimientos, ni en las negociaciones ni en otras cuestiones.

La tendencia actual a una concentración de la distribución, ¿cómo les afecta?

C.L.- Le respondo con un ejemplo. Llevamos seis años trabajando con un solo distribuidor, DAISA. Hemos concentrado todas nuestras ventas a través de un solo distribuidor. A Johnson Controls la concentración nos ha funcionado. Por tanto, considero que nos les irá mal a los que se concentren



Rocío Fernández, directora de marketing de Johnson Controls Autobaterías.

Rocío Fernández: “vamos a dar continuidad a la iniciativa “Varta, Cerca de ti” para que no se quede en una acción aislada. Quizás no tenga continuidad en los mismos términos pero el objetivo será el mismo: apoyar al distribuidor y, por extensión, al taller”.

y, como consecuencia, a nosotros tampoco. En definitiva, veo bien que cada uno se adapte a la forma que se tenga que adaptar al mercado si es para seguir siendo competitivo y rentable.

Pero habrá que adaptarse...

C.L.- Y creo que lo están haciendo. Además, se están internacionalizando, tendencia lógica porque el mercado se debe contemplar no a modo nacional sino de una forma más global. Varta está presente en todos los países de Europa. Concebimos Europa como un mercado. Ya es hora que todos la veamos así. Por eso el fenómeno de la internacionalización me parece normal.

Uno de los objetivos del road show "Varta, Cerca de ti" es motivar al mercado. ¿También lo pretende formar parte de la campaña Recambio Letal?

R.F.- Como Johnson Controls, el objetivo es promover nuestra marca Varta con todo tipo de acciones comerciales y de marketing. Otra cuestión es si varios de los mejores fabricantes de baterías y de otros componentes de automoción se han unido para defender los recambios de calidad, iniciativa que hemos considerado apoyar porque siempre defenderemos al recambio de calidad. Por tanto, "Varta, Cerca de ti" y la campaña Recambio Letal son acciones complementarias porque la unión con otros fabricantes en defensa de los componentes de garantías beneficia a mi marca y con acciones para impulsar Varta se apoya a las primeras marcas.

C.L.- Siempre hemos defendido la calidad, la tecnología y la imagen de marca. En este sentido, el road show "Varta, Cerca de ti" ha insistido en estas cuestiones. Y con otros colegas estamos difundiendo lo que siempre hemos defendido nosotros.

Pero algunos consideran que son un grupo algo "cerrado" o "elitista"...

C.L.- No nos ha llegado esto... el que quiera que se apunte.

R.F.- Para formar parte de la campaña Recambio Letal se debe ser fabricante de primer equipo. Si a alguna marca se le ha podido decir que no, cosa que desconozco, quizás sea porque no fabrica para primer equipo. En las reuniones que se llevan

Carlos Lorente: "Johnson Controls ha decidido estar presente solo en una feria por continente. En Europa, Automechanika Frankfurt es el certamen que reúne el perfil que nuestra central considera más oportuno".



Carlos Lorente, director general de Johnson Controls Autobaterías.

a cabo entre los miembros de la campaña para articularla y darle difusión se expone una visión general del sector. Se exponen diferentes ideas, problemáticas e inquietudes, todas ellas muy interesantes y de las cuales todos podemos sacar partido.

¿Ya está más tranquila la distribución? Porque en un primer momento recibieron la campaña Recambio Letal de un modo un tanto peculiar...

C.L.- No lo sé. Tras la reacción inicial hablamos con los responsables de los principales grupos de compras y se sintieron más involucrados que en un principio.

Queda muy poco para Automechanika Frankfurt y Johnson Controls no va a faltar a la cita. ¿También va a participar en Motortec Automechanika Ibérica?

C.L.- Motortec Automechanika Ibérica es muy importante pero no participaremos en él. Acudimos a Automechanika Frankfurt sencillamente porque la economía alemana es la de referencia así como el salón de Frankfurt. Johnson

Controls ha decidido estar presente solo en una feria por continente. En Europa, Automechanika Frankfurt es el certamen que reúne el perfil que nuestra central considera más oportuno. No obstante, no faltaremos. Motortec, visitaremos el salón y charlaremos con la gente del sector.

¿Qué opinión tienen de las ferias pequeñas?

C.L.- Muy positiva ya que cada vez sacamos más partido de las ferias pequeñas que de las grandes. Por ejemplo, fuimos a Zaragoza, a una feria de agricultura, con las baterías Optima y tuvimos una gran impacto. En las ferias multitudinarias estamos todos los grandes fabricantes de baterías.

Jorge del Toro: "además de proporcionarles los mejores productos, ayudamos a nuestros distribuidores a que den el mejor servicio al taller".



Jorge del Toro, director comercial de Johnson Controls Autobaterías.

¿Y de las organizadas por los distribuidores?

C.L.- Son muy importantes para nosotros y acudimos a todas en las que nos solicitan nuestra presencia. En ellas informamos y estamos con el cliente. Son muy próximas.

J. del T.- Para el distribuidor, estas ferias son una fórmula para acercarse a sus clientes. Se muestran productos y marcas pero el objetivo final es estrechar lazos con los clientes.

En definitiva, que Johnson Controls está en un buen momento de forma...

C.L.- Efectivamente, tanto en turismo como en vehículo industrial (icrecemos también en este maltrecho sector!). La delegación española es la segunda que más aporta a la compañía en Europa, solo por detrás de Alemania que come aparte. Por eso los "americanos" invierten más en España que en otros países. ●

i www.johnsoncontrols.com
www.varta-automotive.es



VI

Encuentro
Motero de
la Posventa

mryt 2012

9 MOTEROS

Seis con ésta. Una ruta de 188 Km y nueve moteros. Esta vez, probando las monturas de las marcas BMW, Husqvarna y Ducati por tierras del Maresme. Y, por supuesto, con las consabidas paradas técnico-gastronómicas, para alimentar a hombres y máquinas.

Ambiente de duelo, como en el viejo oeste. Los cuatreros no viajan en esta caravana montados a lomos de *mustangs* pura sangre, pero desde luego sus caballos metálicos son también tremendamente potentes. Este año, concentramos todos los desplazamientos y actividades en un mismo día, para no ocupar más de lo estrictamente necesario a nuestros ocho invitados.

Calor, sí, también estuvo, casi como un personaje más de nuestro Encuentro, aunque ni más ni menos que el que se espera para estas épocas del año, sin ser la ola de aire sahariana que hubimos de soportar días después.

Dos puntos de reunión: *BMW Ibericar Keldenich*, donde Ernest Vinyals, acompañado de Carme Mora, de prensa de BMW y Armando Ortún, del concesionario, acogían la llegada de Jorge Sala, Joan Olivella, Joan Rubí y Xavi Foj, que entraban por primera vez en contacto con las "bemeuves", y *Ducati Barcelona (Floreal)* para las italianas, donde Yvonne Rubio y nuestro colaborador Eugeni Gallego, acogían a Josep María Freixes, Carlos López y Eduardo Casero, junto a quienes luego se incorporaba Rafael Gabriel, recién aterrizado de Madrid y recogido del aeropuerto por Glòria Viñals, a los mandos del flamante y silencioso Audi Q5 Hybrid. Los dos grupos más las "huskys", que sirvieron como motos de enlace, se unían en uno solo en Ducati Barcelona, para emprender la ruta.



El Grupo de bemeuevos (ien los primeros minutos de la jornada!). Agradecer la colaboración de equipo de prensa de la marca y del personal del concesionario por sus facilidades.



Ya con los dos equipos en uno, el grupo posa con más ganas de salir que de estar quietos...

y el generoso patrocinio de

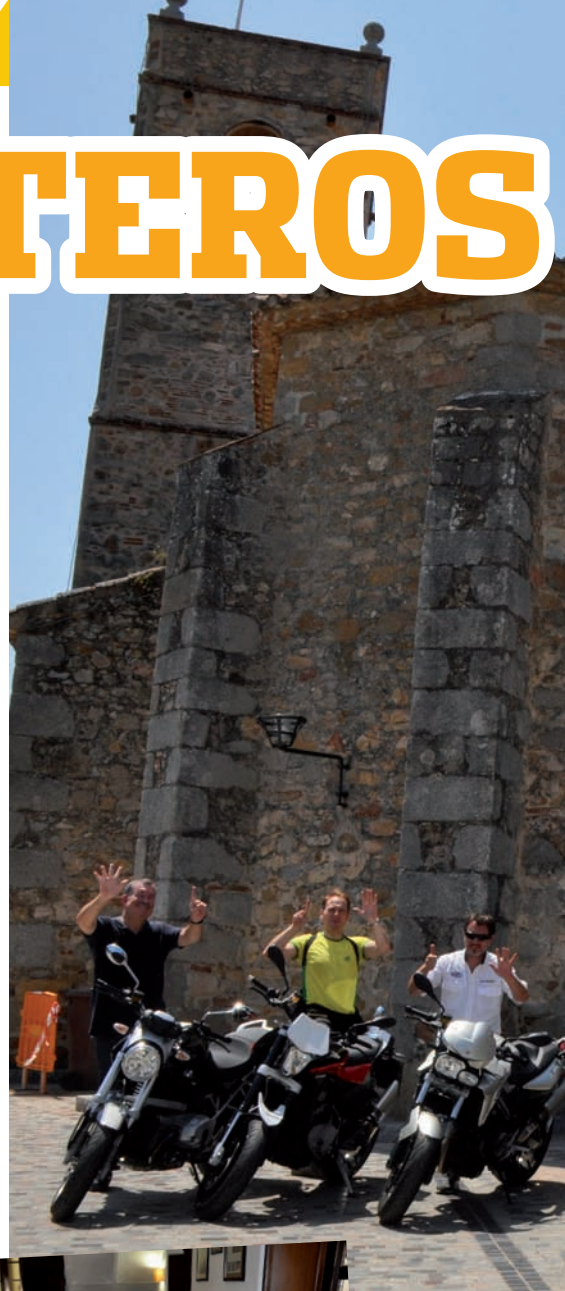
YUASA

con la insensata complicidad de

Husqvarna

DUCATI

BMW



El divertido grupo de este año, con invitados ya veteranos, con los "reenganchados" y con los nuevos...

Arrancamos

Un tanto impacientes ya, tras haber hojeado por encima el libro de ruta que siempre se confecciona para la ocasión y evitar "despistes" (¡iii es que hay que llevarlo encima, "despistaos"!!!), nuestros aguerridos moteros iniciaban el trazado previsto, aunque era algo facilito y urbano, para llegar a uno de los momentos importantes: el desayuno que, cuando estamos hablando de la Jornada Motera de la Posventa, no vale con un "cortao".

Primera parada

Así que tras menos de tres cuartos de hora, ya estábamos en Alella, en Can Durán, donde nos repusimos del agobio de la salida de Barcelona en viernes, que suele ser antipática.

Fue el momento de las charlas, de emulsión del grupo, del breafing de la jornada completa que hizo Ernest, de las anécdotas de Xavi Foj, de los proyectos de Rafa Gabriel, de tomaduras de pelo y de recuerdos de anteriores encuentros...

¡Y de comer! No faltó el *pà amb tomàquet*, además de lo que cada uno consideró más adecuado para poner gasolina al motor vital.

Y es que, con el estómago lleno, las cosas (y en especial, las curvas), se ven mucho mejor...

CABALGANDO

Y el generoso patrocinio de
YUASA



La salida de Barcelona en un breve recorrido urbano... en viernes, eso sí. Claro que luego había premio...



¡Arrancamos! de Ducati a Alella...



Eduardo Casero y Rafael Gabriel, nuestros invitados, ondeando la bandera de nuestro patrocinador...muy bien, chicos, muy bien...



Una cuestión de práctica...



Hombre, por favor...¿iba a faltar esto? Ni de coña...



Momento de charlar, de explicar aventuras, de contar proyectos, de recordar momentos...



con la insensata complicidad de

VI Encuentro Motero de la Posventa **myst** 2012

Dispuestos a afrontar la segunda etapa, con una gran sonrisa.



Etapa 2, ¡curvas a go go!

Una vez llenos los depósitos y con mucho entusiasmo, se iniciaba la segunda etapa, la que habría de llevar a nuestros *motoposventeros* de Alella a Argenta, pero con un punto de paso en Ôrrius.

Unos 100 Km de ricas curvas por las preciosas carreteras del interior del Maresme, que conectaban Alella con Ôrrius, pasando por Dosrius, Vallgorguina, Casacreu (en el Parc Natural del Montnegre i Corredor), Sant Iscle de Vallala, Sant Cebrià de Vallalta, Arenys de Munt, Sant Vicenç de Montalt, Sant Andreu de Llavaneres, Sant Quirze y finalmente Argenta.

Tres horitas largas de reviradas carreteras comarcales, para poner a prueba las máquinas, con paraditas técnicas de repostaje y cambio de montura, que los deberes de los *motoposventeros* eran dar las impresiones de los distintos modelos que se habían puesto a su disposición para la jornada.

Buenas sensaciones, pericia y diversión en un trecho de recorrido que supuso disfrutar de motos y paisaje.

y el generoso patrocinio de



Muy disciplinados: nadie puede rebasar al "Captain".



La gravilla...la maldita gravilla...



Rutas para disfrutar con el paisaje y las curvas...



En Ôrrius, el grupo se fotografía: fuimos la sensación del bautizo que había ese día en la iglesia de Sant Andreu...



Cambios de tercio, refrigerios...



con la insensata complicitad de





Hora de repostar...de nuevo

La deliciosa vuelta había supuesto ver como llegaba la hora de comer, y ya con ganas de refrescarlos y tomarnos unas cervezas, llegamos al punto definido para ese menester: el Restaurante Can Baladía en Argentona.

Momento de relajarse, de tomarse unas cervecitas, de seguir las risas, de comentar las incidencias en la etapa (la gravilla es muy traidora...), de compartir más anécdotas, y de contrastar las sensaciones de cada una de las monturas...

Tras el brindis, el almuerzo, lo que viene siendo tradicional: Ernest Vinyals entregaba los diplomas que acreditan a nuestros moteros como participantes del encuentro, además de los obsequios fungibles y no fungibles...



Nuestro invitado estrella, Xavi Foj, encantado con la experiencia, no tan dura como sus Dakares...



Josep María Freixas, director comercial de NGK, con su diploma.



Joan Olivella, Gerente de Recanvis Penedès (Grupo Serca) muy sonriente.



Eduardo Casero, director de exportación de Eurofren, otro experto motoposventero...



Joan Rubí, responsable de expansión de talleres Checkstar en Magneti Marelli, ya es motoposventero oficial.



Rafa Gabriel, graduándose en su primer Encuentro Motero de la Posventa.



Armonía en Rojo: Carlos López director comercial de Launch Ibérica.



Felizmente recuperado para la causa, tras unas ediciones ausente, Jorge Sala, director comercial de Mann+Hummel Ibérica.



Nuestro aguerrido colaborador, motero de pro, Eugeni Gallego.



El trío la benzina...



SI NO HAY MOTO, NO HAY MOTERO...

¿Pizza o frankfurt?

Las marcas de motos de esta edición del Encuentro no estaban escogidas al azar. Por un lado, el grupo BMW, la esencia misma de la moto alemana, precisión, sobriedad, fiabilidad, solvencia; por el otro, Ducati, un concepto diametralmente opuesto de lo que debe ser la moto, emoción, dinamismo, prestaciones, radicalidad. Y curiosamente, BMW y Ducati son ahora al mismo tiempo competencia y .

La marca de Munich es propietaria desde 2007 de la italiana de origen sueco Husqvarna. BMW ha invertido fuerte en la firma antiguamente propiedad del grupo Cagiva-MV Agusta, y su primer resultado totalmente nuevo son los modelos Nuda y Nuda R de las que tuvimos también un ejemplar de cada. Equipadas con un motor basado en el bicilíndrico en línea que BMW estrenó en las F 800 R, S, ST y GS, las nuevas *husky* son todo lo que la marca alemana necesitaba para alcanzar a un público más pasional y radical al que vestirse de alemán le resulta demasiado cuadrado.

Por su lado, Ducati vive ahora una experiencia también germánica automovilística. De un modo parecido a lo que sucedió con la compra de Bentley y Lamborghini para entrar en el segmento de gran lujo, el Grupo Volkswagen tenía desde hacía tiempo una cuenta pendiente con las dos ruedas para poder hacer frente precisamente al grupo BMW. Así que en abril de este mismo año se supo que el futuro de la marca de Borgo Panigale pasaba a decidirse en los centros de poder de Ingolstadt... De momento, la idea es que Ducati no se alemanice (demasiado), sino que siga manteniendo su ADN de moto radical, deportiva, irrenunciablemente italiana.

De hecho, ni siquiera la elección de nuestro coche escoba escapó a la lógica duelística de nuestro Encuentro. Para equilibrar la balanza escogimos un Audi... ¿Lo pillan?

...En la esquina noroeste del ring, tenemos al

y el generoso patrocinio de **YUASA**



F 800 R



E.C.	Fácil, ligera. Pero sigue vibrando mucho a medias/altas revoluciones.
X.F.	En los kilómetros que la conduje no me sentí nada extraño. No criticaría nada, pero tampoco destacaría nada. Sólo señalar que el precio es interesante con respecto a lo que compras.
C.L.	Correcta, no tiene nada especial, pero como suele pasar con BMW, va bien.
J.O.	Ligera, ágil, cómoda, ideal para ciudad y escapadas de fin de semana, velocidad de cruce 120/130.
J.R.	La menos sorprendente. Sencilla, cómoda, manejable y suave. Pero no despierta pasión...
J.S.	Una moto "correcta", sin pretensiones, sobre todo después de probar otras motos mucho más radicales. Aunque da menor potencia que la Classic, su postura de conducción está un poco "agresivizada" quizás para compensar esa diferencia de potencia en sensaciones. De suspensiones, chasis y frenos no se puede decir nada, al más puro estilo BMW. En cuanto al motor, muy equilibrado en vibraciones. La sensación general es de nobleza sin pretensiones.

con la insensata complicitad de



Husqvarna



R 1200 R Classic



X.F.	De todas las motos probadas, y si necesitara una moto para "todo", es la que elegiría (si no mirase el precio). Fácil y cómoda de llevar, tanto a ritmo suave como ligero. Equilibrada de chasis y frenos, en ningún momento tuve la sensación de pesada. Consumo de combustible bajo. Como en la GS, motor y cambio suaves a cualquier régimen y marcha.
C.L.	Después de coger la Monster, llevas la 1200 R y parece que todo sea automático, va fina, fina. Su comportamiento no tiene nada especial, pero va muy bien.
J.O.	Cómoda, muy suave de mandos, agradable de conducir y motor muy dócil. Cupolino insuficiente por autopista.
J.S.	"Best all around". Cómoda, con una postura de conducción natural, versátil, estable, fácil, e incluso ágil, para esconder un motor 1.2 y más de 220 kg... y además, con un diseño atemporal. Moto para tener y para guardar. ¡Una gozada! El problema es que me sigue costando adaptarme a los motores bóxer, y a ese giro de contrapalar cuando estás en parado... por buscarle un pero.



R 1200 GS Triple Black

y el generoso patrocinio de
YUASA



E.C.	Sigue siendo la perfecta moto para todo. Aparatosa en parado pero ágil en marcha. Cuando te adaptas a su horquilla "especial", entra muy bien en curvas. La b6xer de referencia.
X.F.	Antes de nada, tengo que decir que soy un fan del concepto GS, pero de la original GS/80. Es la moto que m6s he disfrutado en todos los terrenos, desde salidas ca6neras los domingos, viajes a los grandes premios espa6oles y franceses, hasta moto de enduro por trialeras comprometidas para entreno f6sico. Con respecto a la actual GS/1200, sorprendido gratamente de la finura del cambio y sobre todo de la suavidad de respuesta del motor a todo r6gimen y con cualquier marcha. De todas maneras, para mi gusto, es excesivamente ruter; encuentro a faltar una versi6n sin tanto carenado y parabrisas. Se6ores de BMW: 6para cuando una versi6n "GS/80 Basic" de la Paralever de 1996, sobre la actual GS/1200?
J.M.F.	No hay palabras para describir su excelente comportamiento en todo tipo de calzada. Aceleraci6n exquisita, estabilidad inmejorable, frenada precisa y dise6o arm6nico.
R.G.	Una gran moto super polivalente, vale para todo, la sofisticaci6n y el placer de conducci6n de las BMW. Motor muy el6stico y potente, frenos estupendos y posici6n comod6sima y segura de conducci6n. Para m6, una gran moto.
J.O.	Vieja conocida, con maquillaje nuevo. Genial el telelever y el conjunto de frenos, sorprendente agilidad y manejabilidad en todo tipo de curvas.
J.S.	"Let's go to the North Pole"; eso es lo que se siente en cuanto te montas en este caballo. Hiperc6moda... la 6nica para aceptar monturas de m6s de 1,80 m de manera natural... frenos, suspensiones y estabilidad ni un "pero", aunque por ese precio empieza a haber ya otros juguetes muy jugosos...



Nuda 900

Husqvarna

J.O.	Para mi la sorpresa de la prueba. Una supermotard que en buenas manos le sacar6 los colores a muchas "r" en puertos de montaña, suspensiones muy duras, frenos super eficaces y un motor muy potente, con patada a cualquier r6gimen, perfecta sincronizaci6n del pu6n del acelerador con el neum6tico, estabilidad impecable. Poca protecci6n aerodin6mica.
J.R.	Un juguete. Con una horquilla que requiere una conducci6n muy especial, es una moto para disfrutar de verdad en carreteras repletas de curvas.
J.S.	Lo primero que llama la atenci6n es su est6tica, que llama a ser probada por lo divertida que parece. Y lo es. Su motor me fascin6, contundente pero suave y con muuuuuuuucho empuje... Estupenda frenada y estabilidad, y unas sensaciones generales muy buenas... Perfecta para hacerla tumbar en esas curvas tan bonitas del Maresme, pero... habr6a que ver c6mo ir6a al lado de una KTM 990 SuperDuke R, o de una 990 SM R.



Husqvarna

Nuda 900 R

E.C.	Aut6ntica supermotard, le viene muy bien el equipo especial de frenos y suspensiones. Si te gustan las curvas, esta es tu moto. Menci6n especial para los frenos, casi demasiado potentes. Adem6s su dise6o es muy atractivo, dentro de la simplicidad de una "nude".
X.F.	Era la primera vez que ve6a esta moto. Es m6s, desconoc6a que se fabricara y s6lo conoc6a las Husqvarna de enduro y raids y a sus pilotos. Fue la primera moto que prob6, y tengo que decirlo que a pesar de llevar a6os sin hacer salidas por carreteras de curvas, despu6s de pocos kil6metros la moto te hace sentir "piloto" al abrir gas a la salida de las curvas. Pero para entrar en las curvas, primero tienes que adaptarte al 6ngulo de lanzamiento de la horquilla. Moto divertida, pero muy cara y para un uso muy concreto.
J.O.	No la pude probar, pero est6ticamente es una pasada, con la horquilla multirregulable, el amortiguador 6hlins, las pinzas de freno monobloque de Brembo, etc.
J.S.	Muy parecida a su hermana "menor", la verdad es que ni las condiciones ni la pericia del piloto pudieron apreciar esas suspensiones especiales bien rubricadas ni esos frenos de carreras. Por lo dem6s, me imagino que era por eso de acabar en "R", parec6a que andaba m6s. Figuraciones m6s.



con la insensata complicidad de

y el generoso patrocinio de



Monster 796 "The Doctor"

J.M.F.	Más ágil de lo que aparenta. El espartano cambio de marchas queda compensado por la recuperación en marchas intermedias.
R.G.	Sus 803 cm ³ son suficientes para disfrutar de esta moto. Muy manejable en curvas y muy elástica en las salidas de ellas. Muy equilibrada en potencia y frenos y menos radical que la 1100. No es mi moto ideal, por la posición de conducción, el manillar no es cómodo para mí, pero es una buena Ducati.
C.L.	Muy manejable y fácil de conducir, pero con poco carácter para ser Ducati. Frenos, dirección, chasis y aceleración correctos.
J.O.	Muy bonita.
J.R.	Ducati en esencia. Ruido, potencia, posición de conducción radical... Mientras andábamos en carretera muy bien, pero me tocó vivir los semáforos de Barcelona y ahí sufrí el calor que desprende el motor hacia arriba.... ¡No apta para ciudad!
J.S.	Muy bonita... como para tener en el salón y mirarla. Pero a la hora de montarla, me pareció muy rara la postura de conducción, totalmente encima de la rueda delantera, a la que debo decir que no me acabé de acostumbrar. La moto estira bien, frena razonablemente bien, pero no consiguió transmitirme seguridad, probablemente a causa de mi falta de roce con ella. Poco antes de despedirnos me di cuenta de que si confías totalmente en su rueda delantera y te metes con decisión en la curva ella responde... pero ya fue demasiado tarde. Por algo se apellida "Rossi", porque es más apta para pilotos.



Monster 1100 EVO

X.F.	Potencia de motor y comportamiento de chasis como esperado. Ya sé que es una Ducati, pero la ergonomía de conducción y el tacto del cambio no son lo que más me gusta.
R.G.	Muy buena potencia y frenos adecuados, para mí la catalogaría como agresiva tanto en su manejo como en su posición de conducción. Hay que trabajar en ella para meterla en curvas pero cuando la has cogido el truco se comporta estupendamente.
C.L.	Al igual que su hermana pequeña también es muy manejable, pero en este caso el motor marca la diferencia respecto a la 796.
J.O.	Es un juguete para niños grandes, pero de menos de 1,90 m. Inspira una confianza total, la electrónica, junto con la horquilla multirregulable y los frenos ayudan a aprovechar la subida de vueltas perfecta de su motor y su impecable chasis. Su punto débil son los retrovisores, de bonito diseño, pero nada prácticos.
J.S.	Ducati, luego bonita. Pero ¿una 1100 en la que no quepo? De nuevo me encuentro con una postura de conducción rarísima, una máquina de vibrar y una moto con muuucho empuje también. La practicidad va por detrás de la estética a veces, y en esta moto, por ejemplo, cuesta leer los relojes en cuanto hay algo de sol, y eso me parece imperdonable.



con la insensata complicitad de



Multistrada 1200

E.C.	Por fin una Ducati polivalente. Mantiene el espíritu deportivo en motor y frenos, pero también puede equipar maletas, tiene buena protección aerodinámica, es cómoda y seguro que le gusta viajar. Si tuviera que comprarme hoy una Ducati, seguro que sería ésta.
J.M.F.	Muy buen comportamiento en calzadas con sinuosidad de grado medio. Destaca el confort en marcha y nos cautiva el logrado "sonar" de sus dos cilindros.
J.O.	Versátil para su volumen, estriberas demasiado bajas, cambio muy duro para reducir, motor sin respuesta a menos de 3.500 rpm. Instrumentación pobre e ilegible. Con múltiples opciones de electrónica para motor, faltaría probarla más a fondo.





Diavel Carbon

J.M.F.	Te gustará o no, pero su diseño no te deja indiferente. Es más manejable de lo que a primera vista parece.
R.G.	De las motos tipo custom que he probado quizás esta sea una de las mejores. Su aspecto de ser una moto pesada, desaparece cuando andas unos pocos kilómetros en ella. Tienes la posibilidad de rodar despacio y cuando quieres sentir el viento "fuerte", solo tienes que apretar un poco sus 162 CV. Posición ideal de conducción para hacer kilómetros, solamente dos pegas, la posición de la estribera derecha del freno no es cómoda y que si no te gusta llamar la atención, no debes comprarte esta moto. Me gusta esta Ducati.
C.L.	No la pude probar, había cola, una pena.
J.O.	No la pude probar, pero es muy espectacular por su sonido, neumático trasero y carbono por todas partes.
J.R.	Me quedo con este aparato. Porque su posición de conducción es muy cómoda y esto a mi edad ya hay que valorarlo, y desde esa posición, lo que puede parecer un armario en curvas, se convierte en una buena máquina para disfrutar sin abusos en curva. Su diseño futurista es de cara a la galería, pero montado en ella disfrutas de otros conceptos como la potencia, el ruido Ducati 100% y esa comodidad que reivindicamos los menos agresivos.
J.S.	No la probé, y sobre gustos no hay nada escrito, pero su estética, lejos de convencerme, la veo totalmente exagerada y con una estrepitosa falta de elegancia, e incluso deportividad. ¿Qué quería comunicar Ducati con esta estética?



Y el generoso patrocinio de
YUASA



Hypermotard 1100 EVO

X.F.	Era la primera vez que subía a una Ducati, y como buen aficionado a las motos, tenía ganas de probar el "mito". Presencia y detalles externos muy italianos. Buena sensación de chasis, potencia de motor sobradísima, aunque para mi gusto falta retención de motor. Lo que menos me gustó fue el tacto tan duro del cambio. Moto divertida, pero muy cara para el abanico de uso.
J.M.F.	La excelencia en carreteras con trazado sinuoso.
R.G.	La primera impresión que me dio esta moto antes de arrancarla, era la de una moto tranquila para andar por la ciudad. Cuando subí en ella y la arranque me di cuenta de que me equivocaba. Es la clásica moto que te invita a jugar en curvas y con una potencia excepcional, aunque la posición de conducción para mí no es la que realmente me gusta.
J.O.	Diseño Ducati.
J.S.	Radical. Es lo primero que me ha salido. Y para usarla de manera radical, en un circuito, debe estar bien. Pero fuera de él de nuevo se ve el afán diseñador de Ducati, por encima de lo práctico. ¡Quítenme esos espejos de ahí, señores! Ya si eso mejor los quito del todo y que me multen. No es una moto para viajar, yendo atornillado verticalmente al asiento y sin un ápice de protección aerodinámica. Tampoco es una moto de ciudad, ni para uso diario, ni de campo... Eso sí, para irte un domingo por la mañana a hacer curvitas con una mala bestia, ¡adelante! Se estira fenomenal, frena correctamente y es con la que mejor se hace caballito, y no sólo en primera... Para eso sí.



NUESTRO INVITADO ESTRELLA: XAVI FOJ, O LA AVENTURA

Xavi Foj, (Molins de Rei, Barcelona), es un experto piloto que lleva más de 20 ediciones del Dakar a sus espaldas. Es el campeón de la T2 en el **Dakar 2012 (coches de serie) junto a Jordi Cervantes, como copiloto, en el Land Cruiser del Equipo Toyota Prisma MPA.**

Con tanta aventura a sus espaldas, y motero de pro, aceptó nuestra propuesta y se unió al grupo en el que, extrovertido y con mil batallitas que compartir para deleite del resto de invitados, encajó desde el minuto 0.

Foj participó en el Dakar por primera vez en 1991, en camión. En la 1992/93 arrancó con el equipo Panama Jack-Mercedes. El 1996 corrió con Schlesser teniendo como compañero de equipo a Jutha Kleinsmit, la primera y única mujer en ganar el Dakar. Desde entonces, salvo un año en camión como asistencia de Jordi Arcarons, decidió sacar partido de los conocimientos adquiridos y centrarse en la categoría de serie de coches. Lleva 10 años compitiendo con Toyota.

Lo pasamos genial a su lado, y él no lo pasó nada mal...entre todas las motos, quiso que le fotografiáramos con su favorita...



con la insensata complicidad de



Recuerdos materiales

Nuestro deseo es que esta jornada permanezca en la memoria de nuestros invitados, pero, en esta VI edición del Encuentro Motero de la Posventa, y aparte de ricos fungibles de *Cansaladería Can Truch* de Ôrius, se entregó un libro con varios niveles de lectura: Europa low cost sin dejar de trabajar. Está editado por *Comanegra*, una editorial independiente fundada el año 2006 que nació con la vocación de materializar todas ideas sobre libros que nos gustaría leer pero no existían todavía. En este libro, **Miquel Silvestre** nos descubre cómo realizar el sueño de recorrer Europa en moto sin tener que dejar de trabajar o dedicarle íntegramente las vacaciones de verano, quien las tenga.

La clave: segmentar el continente en etapas adecuadas para realizarlas en un fin de semana y exprimir las posibilidades de las compañías de vuelo low cost para volver a casa y trabajar los días laborables.

Però este libro tiene otra lectura, un nivel de reflexión muy del estilo de Silvestre: El viajero y escritor propone recuperar un espíritu de aventura, de descubrimiento, conciliando con nuestra realidad del día a día.

Y decimos que es muy del estilo del autor porque ve al motorista solitario como el descendiente de aquellos intrépidos viajeros, los conquistadores de corta impedimenta y mirada larga, de tradición en esta maltrecha España.

Para Silvestre, el motero, como viajero, podría moverse de un modo más confortable, pero elige sufrir porque tragando polvo, viento y arena porque se torna nómada, explorador, parte del paisaje y de la historia que narra.

En la actualidad, el autor del libro se halla en una expedición por los cinco continentes tras las huellas de los exploradores españoles más desconocidos, ya que considera que todavía es posible la exploración.

Con el apoyo de BMW Motorrad España, Miquel recorre el mundo a lomos de 'Atrevida', una *BMW R1200 GS 30 aniversario*, bautizada así en honor a la goleta de la Expedición Malaespina.

Miquel Silvestre, viajero y escritor español, nació en Denia el año de 1968, ha firmado decenas de reportajes de viajes en los principales medios y tiene publicadas tres novelas; ha participado asimismo en diversas antologías colectivas y ha participado en el campo de la dramaturgia.

Detalles

Además, debemos agradecer el detalle que tuvo con nosotros Eduardo Casero: nos hizo un bonito obsequio que agradecemos de corazón; tres preciosos relojes Time Force colección Cristiano Ronaldo. Hubo quien se lo puso en la muñeca...iy ya no se lo ha quitado!

www.miquelsilvestre.com

www.comanegra.com

La boutique del motero

Tuvimos la suerte de poder contar, además, con el apoyo de algunas compañías que nos prestaron sus productos para emplearlos durante la jornada: el **sotocasco Kappa** y los navegadores **Garmin Zúmo 220** y **Nüvi² 3590LMT**

El sotocasco universal que nos dejó probar **Kappa** se ha pensado para evitar que que las altas temperaturas del verano, que siempre pueden ocasionar algunas molestias derivadas del frecuente uso del casco, picores, sudor o mal olor dentro del acolchado interior, nos deteriores el acolchado interior del casco; y ese día pudimos comprobarlo. El sotocasco SK205 ha sido fabricado en algodón antialérgico, y se puede utilizar en cualquier tipo de casco, ya sea jet, modular o integral.

Con un sistema de sujeción compuesto de velcro, fácil de colocar y de retirar del interior, garantiza la máxima higiene al conseguir aislar el acolchado interior del sudor y del contacto directo con el cuero cabelludo, evitando así problemas como la aparición de moho; se limpia a máquina y su precio es de 9.65 euros el kit compuesto por dos unidades.

Garmin, nos prestó dos unidades; una equipaba la moto del "Captain", la otra, la del "coche escoba":

- El **Garmin Zúmo 220**, un GPS compacto, especialmente diseñado para moto con pantalla táctil a todo color de **3,5 pulgadas**, conexión **Bluetooth** con un auricular bluetooth (no incluido de serie) y soporte para montaje en la moto incluido. Tiene asistente de carriles, visualización de mapas en 3D, indicador de combustible digital incluido de serie, una pantalla táctil en color, brillante y compatible con el uso de guantes.
- El **Garmin nüvi² 3590LMT**, es el modelo tope de gama, y, por tanto es completísimo en cuanto a prestaciones; una de las que más utilizamos fue la aplicación **Smartphonelink** que permite comunicar, mediante Bluetooth, el GPS con los smartphones que posean sistema operativo Android en función manos libres.

Asimismo, y nos fue bien, permite mantener en todo momento **los radares al día** (fijos y móviles mediante una suscripción de 9,95 euros al año) avisando de los límites de velocidad; funciones útiles: el **precio del carburante** y la información de **localización en la que se ha aparcado el coche**, por aquello de la memoria...



Escoba híbrida

Para cubrir posibles contingencias, siempre contamos en el Encuentro Motero con un vehículo de asistencia. Un coche escoba, vamos. En esta ocasión optamos por un vehículo "verde", un **Audi Q5 Hybrid** que, como no podía ser de otra manera, se comportó como un jabato por las reviradas carreteras del Maresme.

Los **245 CV** de este SUV Premium son el resultado de la combinación de un motor **2.0 TFSI de 211** y un **motor eléctrico de 54**. Porque nosotros le dimos un poco de "candela" y las carreteras no eran las más idóneas pero el Q5 Hybrid **permite circular en muchos momentos en modo solo eléctrico**, uno de los objetivos de Audi con este modelo. Según la marca alemana, a una velocidad constante de 60 km/h, el Q5 Hybrid recorre unos 3 kilómetros sin producir emisiones locales y puede circular en modo exclusivamente eléctrico a una velocidad de hasta 100 km/h.

Audi subraya que este vehículo es muy dinámico y pudimos confirmar dicho dinamismo con nuestros colegas los moteros. El Q5 Hybrid, a pesar de su tamaño, se mostró ágil y rápido en toda circunstancia aunque las pasara "canutas" para no perder comba ante nuestros pilotos de dos ruedas. Al final, superó la prueba y sin penalizar en exceso el consumo que, obviamente, fue superior a los **6,9 litros cada 100 kilómetros en ciclo combinado** que anuncia la marca de los cuatro aros. El Audi Q5 Hybrid, mide **4,63 metros de largo** y **1,90 de ancho** y tiene un **maletero de 460 litros, tracción integral permanente quattro** y **cambio tiptronic automático** de ocho velocidades. El equipamiento y la calidad de acabados rayan a gran altura y el precio de partida son los 57.000 euros.

www.audi.es



Nuestro flamante coche escoba, con la excelente piloto Glòria Viñals y la voluntariosa copiloto Yvonne Rubio.

¡¡Y vuelta a casa!!

Una vez tomados los cafés, era hora de despegar hacia Barcelona, algunos por un atajo, que había de seguir con las reuniones, y otros, disfrutando de la tercera etapa que llevaba entre curvitas (pero menos) a nuestros moteros por Santa Agnès de Malanyanes, Mollet, Sant Fost de Campsentelles, La Conreria, Tiana, y ya tramos urbanos por Badalona y Barcelona, punto final del encuentro, en el que cada uno se dirigía a su montura (por tierra y por aire) a sus puntos de origen.

Una jornada más, para el recuerdo y la envidia de los muchos lectores moteros que se nos postulan para formar parte de esta lúdica jornada.



Las motos tienen sed...



Pericia...



Esas curvas...



Y el generoso patrocinio de
YUASA



con la insensata complicidad de

Suplemento especializado de **myt**

44

Noticias

46

Noticias
CESVIMAP

47

Informe:
abrasivos

52

Actualidad:
Car Condal y
R-M, una alianza
de éxito

54

Actualidad: Spies
Hecker organiza una
Jornada Hi-TECH

NOTICIAS

UN SISTEMA BASE BICAPA QUE NO NECESITA EVAPORACIÓN INTERMEDIA

LLEGA EL STANDOBLUE DE STANDOX

La marca alemana **Standex** ha lanzado el **Standoblu**, un sistema de base bicapa cuyo punto de partida es una innovadora tecnología de resinas que permite obtener unos óptimos resultados utilizando una técnica de aplicación continua en un solo paso, sin necesidad de evaporación intermedia.

Combinado con el barniz **Standocryl VOC-Xtra Clear**, el Standoblu reduce el tiempo medio de la reparación e incrementa la eficiencia del proceso de repintado.

En cuanto a su aplicación, para la base bicapa se aplica una primera pasada que aporta un 80 por ciento de opacidad, seguida inmediatamente de un difuminado sobre la película de pintura aún húmeda en un proceso continuo. Así, se obtiene una opacidad casi total y se consigue el sustrato ideal para el efecto del acabado. El barniz se aplica siguiendo el procedimiento inverso: primero se aplica una pasada fina, seguida de una mano completa. Desde Standox inciden en que el pintor respe-



te siempre las instrucciones específicas de la ficha técnica. Además de ganar tiempo, se ahorra en material explica el técnico de servicio de Standox Alemania, **Erwin Hartmann**: "con el barniz se ahorra, de media, entre un 25 y un 30 por ciento de material en comparación con los barnices que requieren dos o más pasadas". En cuanto al resultado final, Hartmann lo tiene claro: "después de la evaporación final, Standoblu proporciona una superficie muy lisa y uniforme". Y concluye: "el alto contenido en sólidos del barniz VOC-Xtra Clear, con su gran resistencia a los descargados, ofrece un excelente acabado de la superficie".

www.standex.es

UN APAREJO/IMPRIMACIÓN DE ALTO CONTENIDO EN SÓLIDOS

LECHLER LANZA EL MACROFAN HS AUTOLEVEL

Lo último de **Lechler** para el profesional del repintado es el **Macrofan HS Autolevel Primer**, un aparejo/imprimación bicomponente poliácrico autonivelante de alto contenido en sólidos. Este nuevo producto está especialmente indicado para ser utilizado como imprimación con adherencia directa en ciclo húmedo sobre húmedo, como fondo aislante en ciclo normal o como imprimación para plásticos. El fabricante italiano enumera sus principales características: proporciona una alta adherencia sobre las principales superficies de las piezas de equipo original, incluso sin lijado; se puede pintar sobre el primer hasta cinco días después sin haber lijado; proporciona un resultado homogéneo, satinado, opaco, similar al de equipo original; una óptima distensión y rapidez en ciclo húmedo sobre húmedo con acabado **Hydrofan** y **Macrofan**; una buena lijabilidad en ciclo normal; una óptima adherencia sobre las principales superficies plásticas utilizadas en el sector de

la automoción; como imprimación negra, permite finalizar el ciclo sobre piezas plásticas sin sobreaplicación posterior y ofrece la posibilidad de reproducir toda la gama de grises.

Lechler también subraya las ventajas que aporta el Macrofan HS Autolevel Primer: elimina la fase intermedia de preparación (aplicación de una imprimación específica), reduce el tiempo en el proceso al acortar la fase de lijado, aporta flexibilidad en la planificación del trabajo (aplicación en más piezas en menos tiempo), mayor eficiencia y productividad en la distribución del pintado y reduce los consumos así como el stock y los errores. ◀

www.lechler.eu



Breves



El sistema de pintura base agua **Serie 90 de Glasurit** ha cumplido 20 años. Tras su lanzamiento en 1992 este producto se ha convertido en uno de los más populares entre los talleres de chapa y pintura de todo el mundo. Uno de los secretos de este éxito es su mejora continua, tal como apunta **Thomas Krüger**, director del departamento de **Technology Management** de la unidad de negocio **Automotive Refinish Coatings de BASF**: "para tener la seguridad de que la Serie 90 sigue respondiendo a las demandas de nuestros clientes de todo el mundo, Glasurit trabaja constantemente en la innovación y la mejora. Por ejemplo, ampliamos constantemente la gama de bases de mezcla para conseguir un ajuste preciso de los colores sólidos, metalizados y con efectos especiales más recientes".

www.glasurit.com

Sikkens, marca de repintado de **Akzo Nobel**, estrenó recientemente su nueva web global, www.sikkensvr.com. Bajo el lema "Creating Together" (creando juntos) muestra sus diversas actividades realizadas en todo el mundo además de proporcionar información sobre sus productos, servicios, promociones, merchandising, etc. ◀

www.sikkensvr.com



REAUXI ES EL DISTRIBUIDOR EN EXCLUSIVA EN ESPAÑA DE SATA

LA MINIJET 1000 K, LA ÚLTIMA PISTOLA DE SATA

SATA, fabricante alemán de pistolas de pintura, presentó en la feria *PaintExpo* celebrada en el Karlsruhe (Alemania) su última creación, la **SATAMinijet 1000 K**, una pistola de calderín, compacta y de alto rendimiento especialmente indicada para la pintura manual en serie de piezas pequeñas y complejas.

El fácil manejo y las precisas posibilidades de ajuste son sus principales virtudes, que permiten al profesional trabajar sin esfuerzo. Esta pistola de pintura se presenta con tamaños de boquilla de 0,3; 0,5, 0,8; 1,0 y 1,2 y su uso va más allá de las aplicaciones industriales ya que se puede usar en la industrias del juguete, de los cosméticos o en la industria metalúrgica y del plástico. Disponible en tec-

nología RP de alta presión optimizada (*Reduced Pressure*=presión de pulverización reducida), ésta permite un trabajo rápido con altos índices de transferencia. Opcionalmente, la SATAMinijet 1000 K se puede conectar a bombas de doble membrana, a calderines o a dispositivos centrales de aprovisionamiento de material y para el pintado de superficies más pequeñas puede dotarse de un depósito colgante con el tamaño de boquilla 1,4.

El distribuidor en exclusiva en España de las pistolas de pintura y los productos SATA es **Reauxi**, firma importadora y distribuidora de Lliçà de Vall (Barcelona). ◀

📍 www.reauxi.com / www.sata.com



PARA EL LIJADO MANUAL DE MASILLA SOBRE SUPERFICIES PLANAS

NUEVO SET DE LIJADO FESTOOL

Lo último de **Festool Automotive Systems** es un nuevo set de lijado manual con aspiración. Desarrollado para facilitar la tarea de lijar manualmente la masilla sobre superficies planas, la marca alemana pone a disposición del profesional del taller de chapa y pintura un nuevo tubo de aspiración para sus tacos, de menor diámetro, menor peso y mayor flexibilidad. Así mismo, ha mejorado el rendimiento de la lija de gama **Granat** para sus tacos de 80x200 y de 80x400, que ahora se presenta precortada para una separación más fácil y rápida.

Hasta finales de año, Festool Automotive Systems ofrece al usuario final el nuevo set de lijado manual a un precio especial de **180 euros**. El set incluye el nuevo tubo flexible de aspiración, tres cajas de 50 tiras del nuevo abrasivo **Granat** precortado (P80, P120 y P180) y dos tacos de lijado manual (80x200 y 80x400) de alta calidad. ◀

📍 www.festool.es

ES LA FLAMANTE LÍNEA DE HIGIENE PERSONAL LANZADA POR LA ASOCIACIÓN

CREMAS Y GELES DE MANOS PRO&CAR

Pro&Car, asociación a la que pertenecen un buen número de distribuidores de productos auxiliares para la reparación de chapa y pintura, ha lanzado una nueva línea de productos de higiene personal que serán comercializados bajo marca propia **Pro&Car**.

Las principales referencias son la **Procrem**, la **Car Orange Pinturas**, la **Towels**, la **Filmocrem** y la **Idroglicina**. La **Procrem** (referencia 8501) es una crema lavamanos elaborada con materias primas vegetales que elimina rápida y profundamente siliconas, barnices, masillas, esmaltes e, incluso, poliuretanos amén de dejar unas manos suaves y ligeramente perfumadas. Se presenta en un envase de 4 litros. Por su parte, el **Car Orange Pinturas** (ref. 8502 en envase de 1 litro) es un detergente en gel compuesto por una mezcla de tensioactivos de origen vegetal que resulta ideal para eliminar la pintura de las manos. Las **Towels** (ref. 8503 en formato bote con 70 unidades) son toallitas de tejido no tejido impregnadas con una solución detergente de origen vegetal y un agente anti-bactericida que se pueden usar para desengrasar las manos. Por último, las cremas se ocupan del cuidado de los profesionales del taller de chapa y pintura. La **Filmocrem** (ref. 8504 en tubo de 125 ml.) es un gel-emulsión para manos con efecto barrera y la **Idroglicina** (ref. 8505 en tubo de 100 ml.), una emulsión de aceite en agua hidratante para las manos y el cuerpo. ◀

📍 www.proandcar.com



CON LAS HERRAMIENTAS NEUMÁTICAS Y LOS ABRASIVOS CAARQ

PLATA HERMANOS 94 AMPLÍA SU OFERTA

Plata Hermanos 94, firma distribuidora de Gavà (Barcelona) ha ampliado su oferta en productos y soluciones para el profesional del taller de chapa y pintura con la introducción en su portafolios de las **herramientas neumáticas** y los **abrasivos** de la marca **CaarQ**.

En cuanto a las herramientas neumáticas, la oferta CaarQ abarca desde lijadoras orbitales, de banda, kits de pulidora angular y mini pulidoras hasta cortadoras de lunas pasando por llaves de impacto, taladros reversibles, despunteadoras y sierras-lima. Desde Plata Hermanos subrayan que esta gama de herramientas destacan por su relación calidad-precio.

La línea de abrasivos, por su parte, propone diversas variantes: de diámetro de 15 mm, abrasivo soporte papel, de óxido de aluminio con doble capa de antiembozante, discos de velcro con zirconio para granos gruesos o discos con esponja superflexible. ◀

📍 www.platah.com



UNA TREINTENA DE DISTRIBUIDORES LA CELEBRARON EN DUBROVNIK (CROACIA)

XVII CONVENCION R-M

Un año más **R-M**, marca de repintado de **BASF Coatings**, celebró su tradicional **convención** (este 2012 la décimo séptima) y el lugar escogido fue la bella ciudad croata de Dubrovnik. Una treintena de distribuidores de R-M, acompañados por el equipo de ventas formaron la expedición de la convención que, una edición más, combinó trabajo y ocio.

Por lo que respecta al apartado "laboral", **Fernando López**, director general de **GIPA**, impartió una ponencia titulada "El Comportamiento del Conductor en la Posventa". López subrayó la importancia de los talleres de carrocería y pintura en el marco de la posventa y enumeró algunos de los criterios por los que un conductor elige un taller. Tras reflexionar sobre estas cuestiones, tanto

López como los distribuidores R-M extrajeron interesantes conclusiones como que los talleres de chapa y pintura no deben estancarse en los modelos comerciales habituales y que la innovación y el afrontar nuevos retos son elementos claves para triunfar en un entorno muy competitivo. ◀

📍 www.rmpaint.com



La universidad de automóvil



Los títulos universitarios de la **Cátedra CESVIMAP** regresan en octubre. La creación de la Cátedra CESVIMAP ha supuesto un salto cualitativo en el campo de la formación en posventa de automoción. En colaboración con la Universidad Católica de Ávila, CESVIMAP ha desarrollado los cursos superiores universitarios Experto en posventa de automoción y Peritación de automóviles, que alcanzan la cuarta y sexta edición, respectivamente. Ambos se reanudan en octubre.

El título universitario Experto en posventa de automoción comprende 900 horas (36 ECTS) y se desarrolla íntegramente on line. Su programa pretende potenciar la capacidad de análisis del alumno de tal forma que advierta y sepa aprovechar las oportunidades de negocio que pueden surgir en el complicado entorno laboral actual.

Sus contenidos incluyen asignaturas de gestión empresarial (enfocada al sector del automóvil), cualificación de talleres, calidad, medioambiente y prevención, organización y mantenimiento de flotas, peritación y valoración de daños, investigación de accidentes e incendios y garantías legales aplicables a los automóviles y piezas de recambio.

El curso superior universitario Peritación de automóviles tiene una duración de 525 horas (21 ECTS). 80% on line, las prácticas se realizarán en las instalaciones de CESVIMAP. Está homologado por APCAS. El objetivo de este curso superior universitario es dotar al alumno de las habilidades, herramientas y metodologías oportunas para que ejerza con garantía de éxito la profesión de perito (o la de cualquier profesional del sector asegurador en el ramo del automóvil). Aborda materias relacionadas con el seguro del automóvil, organismos, convenios y aspectos judiciales. Tras esta introducción, se adentra en la reparación y valoración de todo tipo de vehículos (turismos, industriales, motocicletas). Las prácticas, sobre vehículos reales siniestrados y carrocerías desnudas de últimos modelos, se completan en las aulas taller de CESVIMAP, empleando las tecnologías más modernas.

Reconstrucción de accidentes de tráfico

Novedad para del curso 2012-2013 es el curso técnico universitario **Reconstrucción de accidentes de tráfico**, 100% on line. El programa abarca 250 horas (10 ECTS). Los conocimientos que se imparten proporcionan las habilidades necesarias para abordar la completa reconstrucción de un siniestro, de tal forma que se puedan concretar los hechos y delimitar responsabilidades. CESVIMAP lleva más de 25 años impartiendo magisterio en esta materia.

Curso Técnico Universitario de Reconstrucción de Accidentes de Tráfico



100% on line

OFERTA de lanzamiento 10% de descuento

Cursos dirigidos a:

- Personal de alestados de cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado.
- Peritos judiciales.
- Personal del área de siniestros de compañías de seguros y gabinetes periciales.
- Todas aquellas personas interesadas en la seguridad vial.
- Profesionales de la posventa responsables de garantías y reclamaciones.

Asignaturas:

1. Fundamentos de la reconstrucción de Accidentes (1 ECTS).
2. Identificación e interpretación de evidencias (1 ECTS).
3. Toma de datos (1 ECTS).
4. Física aplicada a la RAT (1 ECTS).
5. Informes técnicos y su defensa ante el juzgado (1 ECTS).
6. Ampliación en identificación e interpretación de evidencias (1 ECTS).
7. Métodos avanzados en cálculo (1 ECTS).
8. Investigación de incendios (1 ECTS).
9. Programas informáticos de RAT (1 ECTS).
10. Trabajo fin de curso (1 ECTS).



CESVIMAP

C/ Jorge de Santayana,18, 05004 Ávila.

Tel: 920 206 300. Fax: 920 206 316

cesvimap@cesvimap.com www.cesvimap.com

Está ha sido la estrategia de los proveedores de abrasivos para conseguir salvar el ejercicio 2011 en cuanto a ventas. La madurez de este mercado ha servido para que las ventas se mantuvieran estables según la inmensa mayoría de fuentes consultadas. Y este 2012 parece que se mantendrá la tónica, no será un año boyante pero se salvarán los muebles.



Las ventas de abrasivos aguantaron el tipo en el complicado ejercicio 2011. Demostró madurez y solvencia este concurrido mercado.

ABRASIVOS PARA EL TALLER DE CHAPA Y PINTURA

Rascando ventas



Discos abrasivos de la línea Púrpura+ de 3M. Sus perforaciones multiagujeros extraen el polvo de forma efectiva.



Línea de discos abrasivos Urki Red fabricada por Bernardo Ecenarro. La caja muestra la nueva imagen corporativa y la nueva marca comercial Besa.



Discos abrasivos Blacknord.

Los abrasivos en sus distintas variantes (discos, esponjas, lijas, tiras, etc.) son imprescindibles en el taller de chapa y pintura y buena parte de los proveedores son firmas con una larga trayectoria en el mercado. En definitiva, es un mercado maduro y experimentado. Esta madurez le permite soportar con estoicismo los envites de la crisis, que se ha traducido en una bajada en la actividad de los talleres, y mantener, no sin dificultades, los niveles de venta.

Estabilidad y continuidad

Quizás la madurez sea la principal razón por la que las ventas de abrasivos se mantuvieron estables en el pasado ejercicio 2011. Al menos eso nos han confirmado la mayoría de fuentes consultadas. Explica de forma muy concisa el comportamiento de este mercado un distribuidor de referencia: "el comportamiento de las ventas fue estable. Los talleres son fieles a los tipos de abrasivos y a la marca que habitualmente les suministra, por esta razón, lo normal es que permanezcan estables, siempre y cuando se les garantice una continuidad a lo largo del tiempo tanto en la calidad de los abrasivos como en el precio de compra". Un fabricante insiste en la estabilidad y subraya la competencia existente y la que llega nueva: "las ventas en el 2011 se comportaron estables repitiéndose el volumen de negocio del año anterior. La prioridad ha sido mantener nuestra cuota de mercado, objetivo que se ha cumplido. Ha sido un año duro pues la competencia es extraordinariamente agresiva. La llegada de material extranjero de poca calidad a un precio muy bajo también se ha hecho notar". Las ventas de abrasivos se han mantenido pero no sin dificultades como apunta otro distribuidor consultado: "la falta de confianza, los impagos y el descenso de los pasos al taller hacen que segmentos como el de los abrasivos que no son un imprescindible para el coche se resientan y permanezcan algo aletargados".

Por lo que respecta a las perspectivas del presente 2012, se prevé que sea un año parecido al anterior. "Las perspectivas son similares a las del año 2011 en cuanto a los discos para lijado a máquina en seco, estabilizadas, pero al alza en los rollos de fibra Scuff, debido a su utilización cada vez mayor para los difuminados y a la menor oferta en este tipo de abrasivos" apunta un distribuidor. Ratifica e incluso mejora las previsiones otra fuente consultada: "pese a las dificultades por la situación del mercado las cifras de esta primera mitad del 2012 son mejores a las del 2011. Para este año el objetivo es crecer ligeramente y poder mantener nuestra cuota de mercado. La falta de liquidez y de consumo interno hace que los pedidos sean de menor volumen pero más repetitivos".

Amplia oferta

El mercado de abrasivos cuenta con un número elevado de proveedores. Algunos de ellos son los siguientes:

3M es una de las marcas más vendidas y un referente, tanto en oferta como en calidad e innovación. Desde su cuartel general en Madrid y su delegación en Barcelona, 3M España pone a disposición de los profesionales del taller de chapa y pintura un extensa variedad de abrasivos: los discos Trizact, Clean'n Strip y Púrpura+, los abrasivos flexibles Scotch Brite, esponjillas abrasivas, etc. Los abrasivos 3M de mayor calidad están realizados a partir de un material patentado por esta gigante de origen estadounidense, el Cubitrón, que se caracteriza por sus propiedades en términos de dureza, tenacidad y durabilidad. Su última novedad ha sido el lanzamiento de los discos Púrpura+ Multiagujeros en grano P600. Gracias a sus perforaciones multiagujeros en espiral logran una excelente extracción de polvo. Además de mejorar la calidad y la productividad de las operaciones de lijado, estos discos son muy resistentes al embozamiento. Esta línea Púrpura+ Multiagujeros también ha



Rollo de la gama de abrasivos Urax de Boss Auto Import recientemente ampliada. Los rollos abrasivos permiten lijar en zonas de difícil acceso.



E.M.M. España distribuye los abrasivos de las marcas Colad y Hamach. En la imagen, discos de 15 agujeros en grano P120 de la primera.



Lija con base plástico Maxfilm de Kovacs, marca japonesa que Hella comercializa en exclusiva en toda la Península Ibérica.



Gama de abrasivos Rhyno fabricada por Indasa. Próximamente va a lanzar nuevo catálogo con varias novedades.

crecido con la llegada de unas tiras pre-cortadas que permiten convertir una tira de 396 mm de longitud en dos tiras de 198 mm de longitud. Merecen especial mención por su gran aceptación en el mercado algunos abrasivos de la línea *Trizact* como el *Trizact P1500 Hookit* o el *Trizact P-1000*. El primero de ellos, en grano P1500, está especialmente indicado para mejorar la productividad en el rectificado de pintura, para la eliminación de motas, piel de naranja y descuelgues y se utiliza en húmedo para eliminar el polvo y el embazamiento. El *Trizact P-1000* es un disco de matizado para el tratamiento de paneles antes de la aplicación de laca o antes del matizado cuya estructura almohadillada asegura la adaptación y permite obtener un matizado homogéneo y de alta calidad.

Desde el pasado mes de junio **Besa** es la nueva marca del conocido fabricante de Elgoibar (Gipuzkoa), **Bernardo Ecenarro**, que ha renovado toda su imagen e identidad corporativa, ahora más moderna y actual. Su catálogo de productos incluye la línea de abrasivos *Urki Red* la cual destaca por su prestaciones a la hora de reducir el embazamiento. Partiendo de una base de óxido de aluminio, varios son los formatos a elegir (discos de quince agujeros, esponjas, *foam*, lija al agua, etc.) así como los tipos de grano. El fabricante vasco de pinturas y recubrimientos especiales tiene previsto lanzar este año una nueva línea de abrasivos, la *Urki Sand*. Serán unos discos cuya principal virtud será la equilibrada relación calidad-precio. Probablemente estén disponibles en el mercado a partir de septiembre.

Importadora, distribuidora y mayorista, la firma viguesa **Blacknord**, bajo marca comercial del mismo nombre, propone una gama de abrasivos compuesta por discos de 15 agujeros con granos de 40 a 2.000, rollos, tiras, almohadillas y discos de carbono, platos para discos con y sin velcro, tejido de algodón en rollo, brites, boina de lana, esponja abrasiva en rollos y tiras, garlopas, tacos, kits de lijado, esponjas de pulir con velcro con diámetros de 75, 145 y 200 milímetros y paños de pulir. Vamos, que la gama **Blacknord** da para elegir.

Lo mismo que la oferta de **Boss Auto Import**, distribuidor de La Roca del Vallès (Barcelona) cuya cartera de productos incluye la gama de abrasivos **Urax** recientemente ampliada. Compuesta por tiras, rollos, guías de lijado, discos, esponjas abrasivas (*fine*, *superfine* y *micro-fine*), discos Margarita autoadhesiva y piedras de carbono (indicadas para eliminar motas), la referencia más importante es el disco de 75 agujeros. Éste, posee un elevado rendimiento en el lijado al no calentar la superficie y permitir realizar una aspiración del polvo del 99%. También son representativos los discos de 21 agujeros, que se pueden usar en todos los platos existentes en el mercado, los de 8 y los de 6 agujeros. El rollo de lija sobre soporte de esponja, conocido como *Foamy Flex*, tiene una gran aceptación. Su diseño exclusivo permite un lijado manual óptimo y está especialmente diseñado para lijar las partes curvas. Sin embargo, el abrasivo "estrella" de la gama Urax es el disco de 15 agujeros. Tanto éste como el de 21 agujeros se presentan con soporte de film y granulación en poro cerrado lo que permite realizar un lijado

mucho más fino. La gama Urax ha sido ampliada con la llegada de nuevas tiras de abrasivos, rollos y guías de lijado. Las tiras pueden ser de 8, 10 y 14 agujeros y están disponibles en granos de entre P40 y P400. Sobresalen por proporcionar una aspiración más rápida y efectiva. Los rollos permite lijar en lugares de difícil acceso y se presentan con dos tipos de anchos (100 y 115 mm) y en granos entre P40 y P400. Por último, las guías de lijado se emplean tras aplicar la masilla o el aparejo y se venden a modo de kit con el aplicador y dos tintes, para el primer uso o solo los recambios si ya se posee el aplicador. Desde Atarfe (Granada) **Car Repair System** importa y distribuye una versátil gama de abrasivos comercializados bajo marca propia **Car Repair System**. El amplio elenco de variantes abarca desde discos de 32, 75 y 150 mm, de fibra para desbaste de 125 y 175 mm, granos medios y de acabado para lijado de preparación, discos de 75 mm sin aspiración y de 150 mm y de 15 agujeros en soporte papel o film plástico hasta hojas de lija al agua, esponjas abrasivas o lijás específicas de rectificación de defectos y pre-pulido. Su último lanzamiento es el *Skilon*, un nuevo concepto en discos almohadillados para la fase de pre-pulido. Se trata de un soporte elástico sobre el que se proyecta el mineral abrasivo y con el que se consigue un acabado uniforme. Los abrasivos "estrella" de la gama Car Repair System son los de 75 y 150 mm *Blue Line* sobre soporte film con 15 agujeros de aspiración. Dicho soporte film aporta resistencia y durabilidad al generar menos embazamiento durante la fase de lijado gracias a la facilidad de este material para evacuar el calor. Además, la firmeza del film expone aún más el abrasivo logrando así una mayor velocidad de trabajo.

E.M.M. España (Madrid) es uno de los actores de referencia de este mercado al distribuir los abrasivos de las marcas **Colad** y **Hamach**. Su oferta cubre todas las necesidades. Para el lijado manual, en seco o en agua, dispone de rollos soft en granos de entre P150 y P800 de óxido de aluminio y estructura semi-abierta. Para el lijado a máquina, en seco, discos de 76 mm de 3 agujeros y soporte de velcro con granos de entre P80 y P500, de óxido de aluminio y estructura abierta; discos de 150 mm, 15 agujeros y soporte de velcro con granos de entre P40 y P1.500 en óxido de aluminio y estructura abierta; discos de 200 mm, 8 agujeros y soporte de velcro con grano P80-P200, en óxido de aluminio y estructura abierta y tiras para garlopa de 17x419 mm, 14 agujeros y soporte de velcro, diseñadas para el lijado de grandes superficies y que se presentan en granos de entre P60 y P320 en óxido de aluminio y estructura abierta. También propone fibra *Scuff* (quizás su producto "estrella" para lijar y matizar superficies. Fabricada en material no tejido, se puede usar tanto en seco como con agua, con máquina o manualmente. La fibra es flexible y se adapta a la forma de la superficie de trabajo. Estas fibras están disponibles en rollos (115mm x 10m), discos (150mm) y hojas (150x230mm) y en distintas modalidades: tipo A, muy fino (color rojo), indicado para el lijado de plásticos sin pintar, contrachapado de madera y aluminio; tipo S, ultra fino (color gris), ideal para lijar entre capa y capa cuando se usan materiales bicapa e imprimaciones y tipo MF, micro

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



Los abrasivos Pro&Car están disponibles en todos los formatos y granos siendo el disco Premier Red de soporte de papel látex su referencia "estrella".



Reauxi es un nuevo miembro de este mercado y ha entrado con fuerza, con una gama amplia y de calidad que abarca discos, tiras, esponjas, tacos, etc.



Disco de malla Ixellnet para trabajos de decapado, desbastado y acabados antes de pintar. Es el producto más destacado de la gama de abrasivos Ixell.



Discos abrasivos Gova Blue de Roberlo. Diseñados con un soporte film de poliéster, proporcionan un lijado más homogéneo y una larga duración.

fino (color oro), para la preparación de superficies para pintar a pistola.

La alemana **Hella** también opera en este mercado comercializando en exclusiva en la Península Ibérica las lijas de pintura de la marca japonesa **Kovacs**. La calidad es el principal argumento de ventas de estas lijas que se benefician de una tecnología basada en granos finos y con más agujeros para obtener una mayor absorción del polvo y, sobre todo, un óptimo acabado. El lijado proporcionado es muy fino y delicado y evita los arañazos. Cinco son las variantes de lijas Kovacs, las *Maxcut*, *Maxfilm*, *Yellow Film*, *Tolex* y *Buflax*. La *Maxcut* es una lija especialmente desarrollada para trabajar superficies ásperas y su aglomeración de granos en pequeñas estrellas permite que el producto lije mejor y se emboce menos. La lija *Yellow Film* se utiliza antes de aplicar la capa barniz y crea una adhesión perfecta. También se emplea para eliminar la piel de naranja o imperfecciones. La línea más sobresaliente es la *Maxfilm*, una lija con base plástico que cumple todas las exigencias requeridas y que se puede usar durante todo el proceso hasta la aplicación de la capa base. Una película de protección evita que el grano se desmorone, permanezca más atrapado y, por tanto, mejore el lijado. Por su parte, el *Tolex* es un sistema de lijado en seco que destaca por su arranque de material y resultados uniformes y el *Buflax* es una lija de alta tecnología usada para eliminar imperfecciones y reducir el tiempo de pulido. Además de todos estos productos abrasivos, Hella comercializa pliegos de lijas al agua, productos *Assilex* para trabajos de lijado muy finos, utilizados para matizar, o el sistema de lijado en seco *Tolecut* que permite visualizar lo que se está lijando evitando así atravesar la capa de barniz.

Desde Ripollet (Barcelona) llega la oferta de **Indasa**, un fabricante de abrasivos flexibles para la industria del repintado del automóvil. Bajo marca **Rhyno**, proporciona una amplia gama de productos abrasivos que permite realizar todos los procesos de lijado, desde el desbaste hasta el acabado pasando por el pulido o la limpieza. Su oferta abarca todos los granos, medidas y perforaciones amén de disponer de todos los formatos utilizados en el mercado. El producto Rhyno más destacado son los discos *Rhynogrip Red Line* de 150 mm grip en soporte papel disponibles en granos de entre P40 y P2000. Son discos de alta calidad que permiten obtener un acabado profesional y reducir el tiempo de pulido. En el último trimestre de 2012 tiene previsto lanzar nuevas tarifas y un nuevo catálogo que incluirá nuevos productos que ha desarrollado Indasa en

los dos últimos años.

Seguimos en Catalunya porque desde la localidad barcelonesa de Sant Andreu de la Barca **KWH Mirka Ibérica** comercializa en España y Portugal la gama de productos **Mirka**, marca finlandesa que es un referente en productos de lijado. Su oferta satisface cualquier necesidad al proponer infinidad de familias de producto (*Abranet*, *Abralon*, *Autonet*, *Gold*, *Mirkon*, *Polarstar*, etc.) y está siempre al día. Prueba de esto último es la ampliación hace unos meses de la gama de discos *Gold* con la llegada de las variantes *Gold Soft* que proporcionan un mejor acabado en el proceso de matizado. La línea *Gold*, disponible en granos de P500 a P800, está fabricada con estearato de última generación y óxido de aluminio *Blue Fire* para proporcionar una mayor durabilidad y una menor obstrucción. Dentro de la gama de abrasivos Mirka también merecen especial mención el versátil abrasivo de malla *Abranet*, desarrollado para el lijado en seco, a mano o a máquina, cuyo lijado libre de polvo proporciona un ambiente de trabajo más limpio y un óptimo acabado de la superficie. Una de sus variantes más sobresalientes son los abrasivos *Abranet HD* de malla de nylon que ofrece una gran resistencia al desgaste de sus bordes y al embozamiento siendo un producto de altas prestaciones.

Aunque los abrasivos no es una línea de producto principal para **Miarco**, el fabricante de cintas especiales, soluciones adhesivas y suministros industriales de Paterna (Valencia) dispone, bajo marca **Miarco**, de esponjas abrasivas extraplanas y tiene previsto incorporar a su cartera de productos discos abrasivos de 15 agujeros.

No nos movemos de Paterna porque la localidad valenciana acoge el cuartel general del grupo de distribución **Pro&Car (Central de Profesionales Carroceros)**. La gama de abrasivos **Pro&Car** abarca todo tipo de abrasivos en forma y grano aunque su producto "estrella" es el *Premier Red*, un disco de soporte de papel látex, de fibra reforzada con abrasivo de óxido de aluminio sobre resina. Con él, no existe riesgo de contaminación gracias a un tratamiento antiembozante de base acuosa combinado con un sistema de resina sintética transparente sin colorante. El abrasivo *Premier Red* está especialmente indicado para su uso en el lijado de masilla, aparejo, pintura y barniz. Como novedades, Pro&Car ha incorporado a su extenso portafolio de productos la línea de pliegos P37C.

Un importante proveedor de productos y soluciones para el taller de carrocería y pintura que se ha subido al carro de los abrasivos ha sido **Reauxi**. La importadora y distribuidora de Lliçà de Vall (Barcelona) ha lanzado recientemente una gama de abrasivos que, bajo marca comercial **Reauxi**, ofrece todo lo necesario para el profesional del repintado: discos, tiras, esponjas, tacos, platos para lijadoras, etc. todos ellos fabricados con materiales de primera calidad y dando prioridad a la facilidad de uso ya que la estructura y la morfología de la composición de las distintas variantes reducen la fatiga de los operarios. Apuntar que los abrasivos Reauxi han superado las más exigentes normas europeas de preservación del medio ambiente. Dentro de esta amplia gama, el buque insignia de la misma es la *Serie LIX* de discos abrasivos cuya gama de granulometría

permite satisfacer cualquier aplicación. Muy polivalentes, se pueden usar sobre masillas, rellenos, lacas y pinturas con óptimos resultados gracias a la innovadora estructura del abrasivo y a los materiales de alta calidad empleados, que permiten conseguir mejores valores de abrasión. Además, la optimizada profundidad de rascado permite obtener resultados de superficie homogéneos. Otra destacable virtud técnica de los discos de la *Serie LIX* es su sofisticado revestimiento de esteatato que reduce notablemente el embotamiento del abrasivo con lo que se alarga la vida útil del abrasivo. En el número pasado (*MRyT nº348 junio 2012, págs. 36 a 38*) les presentamos la nueva gama de abrasivos Reauxi).

Ixell es la marca con la que **Renault España Comercial** propone a los talleres de chapa y pintura productos para su trabajo diario. En materia de abrasivos la oferta es amplia proponiendo diversas líneas como los discos *Vega*, *Select*, *Ixellnet*, *Xerus* o *Xerus Soft* (las dos últimas líneas para acabados), esponjas, lijas, hojas, etc. Recientemente esta gama ha sido ampliada con la llegada de la línea *Xerus-Soft*, abrasivos de carburo de silicio en soporte de espuma para los trabajos de acabados disponibles en granos de entre 1.000 y 4.000. Sus puntos fuertes son un óptimo lijado de bordes, esquinas y superficies curvas, que el polvo pasa directamente de la superficie a la espuma y que permite obtener una superficie homogénea antes de barnizar y después de los retoques de pintura. También son novedosos los abrasivos *Ixellnet* y la línea *Select*. El *Ixellnet* es un abrasivo para lijar sin polvo y destaca por su capacidad de aspiración que le permite eliminar hasta un 90% de polvo. La línea *Select* proporciona discos abrasivos de óxido de aluminio con tratamiento térmico cuyas ventajas son un óptimo lijado en todas las superficies, una mayor vida útil y una mayor flexibilidad y mejor aguante en todos los soportes. Están especialmente indicados para lijar los barnices duros de última generación. El abrasivo Ixell "estrella" es el disco en seco *Ixellnet* para trabajos de decapado, desbastado para operaciones de enderezado y alisado y acabados antes de pintar (pulido, lijado). Se trata de unos discos de malla con una horquilla de granos de entre P80 y P600 que permiten lijar sin polvo, limitan la formación de amalgamas y la acumulación de suciedad, conservan las propiedades de lijado más tiempo que los abrasivos convencionales.

Roberlo (Riudellots de la Selva, Girona) es otro importante proveedor. Bajo marca **Roberlo**, propone los discos *Gova II*, *Gova Blue*, *Gova Finish* y *Gova Net*; las hojas y tiras *Robrite*, *Sanding Pad*, *RW 77* y *Gova T* y los rollos *RS56*. Los *Gova II* son una nueva generación de discos que proporcionan una mayor resistencia al embozado, son muy agresivos y destacan por su durabilidad. Los discos *Gova Blue* son actualmente el producto abrasivo más destacado de la gama Roberlo. Pensados para procesos de lijado que requieren combinar alto rendimiento, rapidez de corte y economía, los discos *Gova Blue* se presentan con un soporte en film de poliéster que da lugar a una superficie más homogénea y flexible que el papel habitual. El resultado es un producto que proporciona una excelente durabilidad, un óptimo poder de corte, una mayor

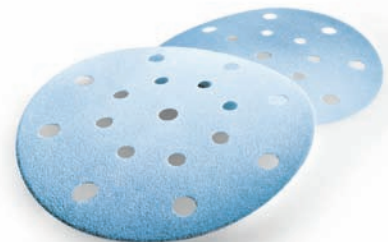
resistencia al embozado, un mejor rendimiento en lijado de contornos y zonas curvas y un lijado más homogéneo que permite obtener un acabado más regular y uniforme. Los *Gova Finish* son discos abrasivos también con soporte de film, disponibles en 15 agujeros mientras que los *Gova Net* son de malla abrasiva con soporte de espuma con lo que consigue una alta absorción del polvo y están recomendados para procesos de matizado y preparación de superficies. El *Robrite* es un soporte de nylon impregnado para la preparación y matizado de superficies; las *Sanding Pad*, esponjas abrasivas para el lijado a mano en zonas de difícil acceso y pequeños retoques; el papel abrasivo al agua *RW 77* está indicado para el lijado a mano y el *Gova T* son unas tiras abrasivas para el lijado de superficies planas con lijadoras orbitales. Por último, el rollo de esponja abrasiva *RS56* se puede utilizar en seco o al agua y contiene 200 esponjas precortadas de 115x120 mm.

Afincada en la localidad madrileña de San Fernando de Henares, el fabricante **sia Abrasivos España** pone a disposición de los talleres de chapa y pintura españoles los abrasivos de las marcas **sia**, **Blue Line** y **Yellow Line** con las que ofrece abrasivos flexibles, abrasivos no tejidos y esponjas abrasivas para todas las aplicaciones y en todos los formatos. Recientemente ha ampliado su gama con la llegada de varias novedades, la más destacada el nuevo disco *1950 siaspeed New Generation* cuyo revestimiento especial con el grano abierto proporciona un mínimo embozamiento y unos acabados perfectos. También son novedosos los discos *siacarat* con grano de diamante y soporte de malla, especial para lacas cerámicas; los discos *siacarbon*, también con grano de diamante y soporte de malla en este caso ideal para cataforesis muy duras y nuevas de fábrica; los discos *siaair* de soporte de espuma y malla para el matizado y lijado fino previo al pulido y el sistema de pulido *siachrome*, un sistema completo de pulimentos y boinas para el pulido de lacas.

Finalizamos este amplio elenco de ejemplos con **Tooltechnic Systems** (Barcelona), delegación española del fabricante de la marca **Festool**. Su oferta en abrasivos se estructura en diversas líneas de producto. Para la preparación de superficies propone los abrasivos *Saphir* (de tejido) y *Vlies* (de vellón). Para la preparación de superficies de pintado, los *Granat* (categoría Premium en variantes de lijado manual y de lijado basto a lijado de acabado), *Cristal* (de alto rendimiento), *Titan 2* (de alto rendimiento) y *Vlies* (vellón, hand 115x120). Con estas cuatro líneas de abrasivos la horquilla de granos abarca desde el P40 al P8000. Para la preparación de superficies de pintado y mateado dispone de las variantes *Platin 2* (categoría alto rendimiento/soft) y *Diamant* (Premium/soft). Ambas son para el lijado fino con granos de entre P40 y P4000. La columna vertebral del sistema de lijado Festool en cuatro pasos es la línea de abrasivos *Granat*, disponible en múltiples granos desde P40 a P1500. También está disponible en formatos 80x200 y 80x400 para un lijado manual de alto rendimiento, en combinación con tacos de lijado Festool y su sistema de aspiración con un nuevo tubo flexible más fino y ligero. ◀



En la imagen, lo último de sia Abrasivos España en abrasivos, el disco 1950 siaspeed de revestimiento especial con el grano abierto.



La línea de abrasivos Granat de Festool, en la imagen, está desarrollada para un lijado manual de alto rendimiento.



Directorio web

www.3mreparacionautomovil.com
www.4cr.de/spa
www.abrasivosymaquinaria.com
www.bernardoecenarro.com
www.berner.es
www.blacknord.com
www.bmaspain.com
www.bossauto.com
www.carrepairsystem.eu
www.carsystemspain.com
www.disaflex.es
www.emm.com
www.eugeniograndio.com
www.festool.es
www.fondomovil.com
www.hella.es
www.indasa.es
www.indasa.pt
www.ixell.es
www.miarco.com
www.mirka.com/es
www.proandcar.com
www.reauxi.com
www.roberlo.com
www.seicar.net
www.sgabrasivos.es
www.sia-abrasivos.com
www.wurth.es

José M^a Balcells, Administrador de "BCN Talleres", empresa perteneciente al Grupo CAR CONDAL, Juan Carlos Lozano, Jefe Ventas de R-M paint y Diego de Paco, Director Comercial de CatalunyacoLoR.



GRUPO CAR CONDAL, UNA RED DE TALLERES CON ÉXITO

“La satisfacción por la reparación bien hecha”

Procedente del sector asegurador, hace ya doce años que decidió iniciar la andadura en la reparación creando un sistema que ha llegado a establecerse como Grupo, con éxito. Su aliado en pintura: la marca R-M.

En el año 2000, y tras proceder a la venta de la Correduría de Seguros, -desvinculándose totalmente del sector asegurador-, abre sus puertas en pleno centro de la ciudad de Barcelona, y bajo la denominación del Grupo, el primero de los doce centros que hoy componen la Red de Talleres CAR CONDAL.

Momentos fundamentales

En todos estos años, cabe destacar dos puntos de inflexión en la génesis del Grupo:

El primero es el año 2006, en que se adquieren unas instalaciones dedicadas al re-marketing de vehículos procedentes de Renting, coincidiendo también con el traslado de la sede administrativa de todo el Grupo a la localidad de La Llagosta. Ello ha permitido ampliar sus expectativas de negocio con la captación de nuevos clientes, la mayoría, compañías referentes en su sector.

En segundo lugar, ya en febrero de 2010, se cierra un acuerdo comercial con la Compañía AXA que pone en funcionamiento una iniciativa pionera en España: el **Primer Centro de Reparaciones de Automóviles (C.R.A.-AXA)** en España y el segundo en Europa. El C.R.A. se encuentra situado en pleno centro de la ciudad de Barcelona, con imagen AXA 100%, actualmente funcionando de acuerdo a las expectativas.

Los más de 9.000 vehículos al año de reparación de carrocerías y más de 3.000 vehículos de mecánica avalan la experiencia adquirida, que, trasladada a su metodología de trabajo, ha permitido mejorar los costes medios por reparación, lo que se traduce en una significativa reducción de la

siniestralidad, tanto en las flotas de renting como en vehículos de particulares.

Gracias a la cultura del esfuerzo y compromiso de todos estos años, el Grupo CAR CONDAL se ha ido posicionando satisfactoriamente en el sector de mantenimiento y reparación de vehículos.

El equipo, parte del éxito

Detrás de la marca CAR CONDAL hay también un extraordinario grupo humano, profesionales del sector que dirigen todos sus esfuerzos a ofrecer el mejor servicio posible. La plantilla del grupo está constituida por 110 personas, de las cuales 88, ocupan puestos productivos: 12 Jefes de taller, 37 pintores, 16 chapistas, 7 mecánicos, 6 montadores, 5 limpiadores, 2 personas de mantenimiento y 3 chóferes. Todos ellos poseen una fuerte vocación de servicio al cliente. Su metodología de trabajo responde a criterios de auto-exigencia, de honestidad (en las gestiones previas y posteriores a los peritajes y presupuestos) y de eficiencia en todos los procesos del taller. El objetivo es que los clientes perciban el compromiso de calidad y responsabilidad que el Grupo adquiere en cada una de sus intervenciones.

El Grupo

CAR CONDAL cuenta en la actualidad con una amplia red de talleres, distribuidos estratégicamente por toda la provincia de Barcelona. Bajo la premisa de lograr la satisfacción plena de sus clientes, una de las mayores preocupaciones con Grupo siempre ha sido procurar adquirir la

maquinaria más moderna, adaptada a la últimas tecnologías, por ello, en sus diferentes instalaciones, y en el área de **Carrocería**, cuenta con 16 cabinas de pintura, 8 plenums, 17 planos aspirantes y 6 bancadas. En el área **Mecánica** cuenta con 11 elevadores, 8 equipos extractores de humos de tubos de escape, 2 servicios neumáticos completos, 6 equipos diagnóstico de averías para todas las marcas, 1 equipo analizador de gases y 9 dispensadores neumáticos digitales de aceite.

La metodología

Durante sus años de expansión, el Grupo ha convivido con la crisis, adaptándose con extraordinaria facilidad a los cambios y, gracias a una serie de acertadas decisiones empresariales, en la actualidad ha conseguido paliar los efectos del mercado con el incremento de la línea de negocio proporcionada por las compañías de Renting, así como por sus diferentes acuerdos comerciales con diversas entidades aseguradoras de prestigio.

Esta estrategia de negocio le ha permitido ir ampliando su zona de influencia a diversas localidades de la provincia de Barcelona y Lleida, buscando oportunidades incluso fuera de nuestras fronteras. Si la coyuntura económica actual lo permite y es propicia, el Grupo tiene la intención de expandirse durante el primer semestre del próximo año en el Sur de Francia, aprovechando el fondo de comercio adquirido recientemente a través de un nuevo cliente de la zona, y siempre manteniendo el *“leit motiv”* del Grupo: garantía de por vida en sus reparaciones y un servicio donde prima la calidad.



AutoExit es uno de los talleres más grandes del grupo.



Una iniciativa que nació hace 12 años y se ha convertido en un potente grupo que podría cruzar nuestras fronteras, estableciéndose en el Sur de Francia.



catalunyacolor

R-M y Catalunyacolor, un tándem que proporciona a CAR CONDAL apoyo con sus valores añadidos, haciendo que todo engrane hacia el éxito.

R-M y Catalunyacolor

En el marco de esta preocupación constante por la calidad de sus servicios, cobra sentido la asociación del Grupo CAR CONDAL con R-M, que viene de la mano del Distribuidor de la zona de Barcelona, **Catalunyacolor**. Este tándem aporta un valor añadido muy apreciado permitiendo que todo el Grupo se beneficie de un servicio integral en todo lo concerniente al material de pintura utilizado en sus centros reparadores. Este eficiente distribuidor, proporciona todos los materiales necesarios para las reparaciones de la marca R-M, y, a la vez, presta un servicio personalizado a sus talleres, que incluye la formación de los pintores -previa solicitud-, e incluso pone a disposición de cualquiera de los talleres del Grupo, pintores cualificados, ante una situación de carga de trabajo o simplemente cuando se necesite suplir a un productor en baja laboral. Además, proporcionan todo el apoyo e información necesaria en la gestión, consumo y rentabilidad de los materiales. La calidad de la pintura, el cumplimiento de los procesos preconizados por la marca y el suministro de material a tiempo, convierte a Catalunyacolor en el compañero ideal de viaje y a R-M en el *partner* perfecto de esta relación.



Juan Carlos Lozano, Eugenio Cruz, Jefe Taller AutoExit junto a José M^o Balcells, Administrador de "BCN Talleres", empresa perteneciente al Grupo CAR CONDAL, y Diego de Paco.

Iniciativa clave

Mención especial merece, siempre sin perder de vista el espíritu de servicio al cliente de este Grupo, una de las empresas que lo conforman: *Best Fleet Services Renting*, a través de cuyo Call Center se gestionan toda una serie de servicios, tales como la logística de distribución -entre los distintos talleres del Grupo- de los vehículos a reparar, la recogida y entrega a domicilio, o el servicio de vehículo de sustitución (actualmente, el Grupo dispone de más de cien unidades para dar cobertura al mismo). Asimismo, también se encarga del área de Calidad, inspeccionando los vehículos y verificando que la reparación se ha llevado a cabo con todas las garantías antes de su entrega efectiva. A través de una aplicación informática se mantiene a los clientes informados durante todo el proceso de reparación. En cualquier momento, y mediante un *password* -facilitado mediante sms a su teléfono móvil-, los clientes podrán acceder a la aplicación informática, para entre otros, conocer el estado de la reparación de su vehículo, así como si ha surgido alguna incidencia respecto a la fecha prevista de entrega (por un retraso en los recambios, por ejemplo). Es otro de los *leit motiv* del Grupo: que el cliente esté permanentemente informado desde el inicio hasta la terminación de los trabajos. ◀



Juan Carlos Lozano, José M^o Balcells, Administrador de "BCN Talleres", y Diego de Paco, en la puerta del CRA.

Más de cien profesionales del repintado de la provincia de Granada asistieron a la Jornada Hi-TEC organizada por Spies Hecker con la colaboración de AutoPinturas Granada. En ella pudieron conocer lo último para mejorar la gestión y la competitividad de los talleres de chapa y pintura y las bondades del sistema base agua Permahyd Hi-TEC en términos de ahorro de tiempo y materiales.



Nuevas tecnologías, gestión, rentabilidad y las prestaciones del sistema base agua Permahyd Hi-TEC fueron los temas abordados en la Jornada Hi-TEC organizada por Spies Hecker en Granada.

SPIES HECKER DIVULGA LAS PRESTACIONES DE ESTE SISTEMA BASE AGUA

Jornada Hi-Tech en Granada

Granada acogió el pasado mes de junio una nueva Jornada informativa Hi-TEC sobre carrocería organizada por Spies Hecker. La marca alemana de repintado contó en esta ocasión con la colaboración de AutoPinturas Granada, su distribuidor en la zona, en la organización de esta reunión que congregó a más de cien profesionales del repintado de vehículos de esta provincia andaluza.

"este encuentro nos ha permitido compartir las novedades de la marca pero también conocer, de primera mano, las necesidades de nuestros clientes". Los gerentes de AutoPinturas Granada, Miguel Ángel González y Javier Ortiz, aprovecharon para agradecer a los asistentes (y clientes) el apoyo que les han prestado durante los cuatro años que la empresa lleva dedicada a la distribución de pinturas.

En la Jornada también colaboraron empresas proveedoras de herramientas y equipamiento de carrocería y pintura algunas de las cuales presentaron sus últimas novedades a los talleres presentes. El colofón a la reunión fue la entrega de varios premios y galardones a profesionales y talleres de la zona en reconocimiento a su labor y trayectoria de sus empresas. Incluso hubo sorteo de regalos entre todos los asistentes. ◀

Hi-TEC = rentabilidad

Los asistentes a la Jornada pudieron conocer a lo largo de la jornada aspectos clave y nuevas tecnologías para mejorar la gestión y la competitividad de sus negocios. Una de las presentaciones más destacadas fue la correspondiente al sistema base agua Permahyd Hi-TEC el cual destaca por su facilidad de uso y por la ganancia de tiempo y materiales que proporciona y que se traduce en una contribución decisiva a la rentabilidad del taller.

El evento fue calificado como "un rotundo éxito" por Sergi Blanc, responsable de Spies Hecker en España, quien no solo valoró el éxito de asistencia: "la respuesta de los talleres ha sido entusiasta y extraordinaria y nos ha demostrado, una vez más, el interés de los profesionales del sector en todas las novedades que aportan soluciones reales a sus necesidades y ventajas competitivas indiscutibles para su negocio". Por su parte, Miguel Ángel Egido, responsable de marketing de Spies Hecker España, incidió en la importancia y utilidad de este tipo de jornadas informativas:



La jornada fue un éxito de convocatoria, reunió a más de un centenar de representantes de talleres de chapa y pintura de la provincia de Granada.

El taller vallisoletano Amaro Cerezo, en el Calendario Spies Hecker 2013

España volverá a tener un representante en el Calendario Spies Hecker, que recopila los mejores trabajos de carrocería u "obras maestras" realizados a lo largo del año. Así, en la edición 2013 aparecerá publicada la imagen del trabajo de repintado sobre un Mercedes SL 190 de 1960 realizado por el taller vallisoletano Amaro Cerezo, servicio oficial de la marca Mercedes-Benz. La foto es obra de Xavier d'Arquer, fotógrafo de DobleSTUDIO, empresa de comunicación y fotografía.

El trabajo de Amaro Cerezo ha sido seleccionado por un jurado internacional. En los últimos años la presencia española en el Calendario Internacional de Obras Maestras Spies Hecker ha sido una constante y demuestra la mejora continua de los talleres de chapa y pintura de nuestro país y su apuesta por trabajar con productos de alta calidad como los que propone Spies Hecker.



Valoración de daños materiales de vehículos siniestrados. Baremos

Curso on line



CENTRO ZARAGOZA

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN
SOBRE REPARACIÓN DE VEHÍCULOS, S.A.



El Curso Superior de Gestión Integral del Taller (GIT), está formado por 4 Módulos, diseñados para integrar 4 áreas de conocimiento necesarias para desarrollar la gestión y dirección de un taller de reparación de automóviles en un contexto de máxima exigencia y constante cambio.

El primer módulo que se va a impartir es el de “**Valoración de daños materiales de vehículos siniestrados. Baremos**”. Desde la web de CZ, www.centro-zaragoza.com, se accede al Campus CZ, dónde se dispone de todas las herramientas, materiales y recursos académicos necesarios para obtener una formación de calidad.

Baremos. 10 Unidades Didácticas:

- Ud. 1: Métodos de Valoración de los costes de pintura
- Ud. 2: Conceptos generales sobre la elaboración de Baremos
- Ud. 3: Baremo de pintura de CZ: Manual de métodos y tiempos
- Ud. 5: Baremo de Pintura CZ: Utilización del Baremo
- Ud. 4: Baremo de pintura de CZ: Fundamentos
- Ud. 6: Baremo de Pintura de CZ: Ejemplos de Valoración
- Ud. 7: Baremo de Pintura CZ: Utilización del Baremo en las diferentes plataformas de peritación
- Ud. 8: Baremo de Pintura Cesvimap: Utilización del Baremo
- Ud. 9: Baremo de Pintura Cesvimap: Ejemplos de Valoración
- Ud. 10: Baremo de Pintura Cesvimap: Utilización del Baremo en las diferentes plataformas de peritación

Valoración de daños materiales de vehículos siniestrados. 4 Unidades Didácticas:

- Ud. 1. Sistemas de ayuda a la Peritación.
- Ud. 2. Audatex (Sistema Audaplus).
- Ud. 3. GT Estimate.
- Ud. 4. Ejercicios Prácticos

Importe: 595 Euros

(Curso exento de IVA)

Duración: 60 horas (2 meses)

Curso bonificable a través de la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo.

Oferta de lanzamiento:
20% de dto. **476 Euros**

Para más información:

Dpto. de Formación

Tel. 976 549 690

Fax. 976 615 679

cursos@centro-zaragoza.com

www.centro-zaragoza.com



Curso Superior de Gestión Integral del Taller

Valoración de daños materiales de vehículos siniestrados. Baremos

Gestión del taller

Módulo 1

Módulo 2

Módulo 3

Módulo 4

Técnica del automóvil

Marketing y RRHH

Si quieres ampliar información, captura este código QR a través de tu teléfono smartphone.





www.concdecoche.com

56 Noticias: Citroën, Volkswagen, Audi

57 Contacto: Volkswagen CC, Opel Astra GTC, SEAT Ibiza ST, Toyota Avensis Cross Sport

59 Técnica: el sistema de iluminación LED del Audi A6



RECAMBIOS Y MANO DE OBRA AL PRECIO MÁS AJUSTADO

Nuevos paquetes Economy de Volkswagen

→ Los propietarios de un modelo **Volkswagen** de más de cinco años deben saber que los **Servicios Oficiales** de la marca alemana ha lanzado los **Paquetes Economy** a través de los cuales ofrece una amplia gama de recambios a unos precios de lo más competitivo y con la mano de obra incluida. La amplia gama de **Recambios Economy** ofrecidos por Volkswagen incluye operaciones como el cambio de pastillas y discos de freno, la revisión y el cambio de batería, el cambio de escobillas o el de amortiguadores. El objetivo de esta oferta es fidelizar a los propietarios de estos vehículos Volkswagen de más de cinco años de antigüedad. **C**

www.volkswagen.es

HA PUESTO EN MARCHA UN "CIBERCONCESIONARIO" EN LONDRES

LOS CONCESIONARIOS DEL FUTURO SEGÚN AUDI

→ **Audi City**, así se denomina el primer concesionario digital de la marca alemana. Situado en pleno centro de Londres, cerca de la Plaza Picadilly, en estas instalaciones todos los modelos se presentan de forma totalmente digital. Esta fórmula de ciberconcesionario optimiza al máximo el espacio por lo que la previsión de la marca de los cuatro aros es ir implantándolos en el corazón de las ciudades internacionales más importantes. Explicó este formato de concesionario **Peter Schwarzenbauer**, miembro del Consejo de Dirección para Márketing y Ventas de **Audi**: *"Audi City combina lo mejor de dos mundos, la presentación digital y el contacto personal con el distribuidor. Este nuevo formato de venta nos permite estar más cerca de nuestros clientes, geográficamente por supuesto, pero, sobre todo, en términos de la calidad de nuestra relación. Audi City ofrece una nueva libertad para servicios hechos a medida y un contacto aún más individual con el cliente*. En esta concesión unas pantallas de alta resolución de control por gestos y dispositivos multitáctiles permite al comercial presentar toda la gama de modelos al completo incluyendo el color, el equipamiento opcional y el funcionamiento de los principales dispositivos. Así mismo, los visitantes pueden elegir de forma digital su vehículo entre todas las configuraciones posibles y, experimentando de forma virtual en una escala realista 1:1 en las pantallas que llenan casi todo el espacio. Detalles técnicos como la transmisión, los motores, la carrocería o la tecnología LED también se pueden mostrar de forma individual para que los clientes se familiaricen con ellos. **C**

www.audi.es



SUPERA LOS 3.000 METROS CUADRADOS DEDICADOS AL ÁREA DE POSVENTA

TALLERES CASTILLO ABRE SUS PUERTAS

→ El pasado mes de julio fue inaugurado en el número 6 de la calle Lezama de **Madrid** el **concesionario oficial Citroën Talleres Castillo**. Al acto de inauguración acudieron destacados directivos de la marca de los chevrone como **Alfredo Vila**, director general de **Automóviles Citroën** para España y Portugal; **Asun Bueno**, directora comercial de **Citroën España** o **Rafael Prieto**, director general de **PSA Peugeot Citroën Ibérica**. Ejerció de anfitrión **Antonio Castillo** el propietario de este concesionario oficial Citroën. Talleres Castillo supera los 6.000 metros cuadrados repartidos en dos instalaciones. El área dedicada a las actividades de posventa merece especial atención ya que los talleres de mecánica, carrocería y pintura superan los 2.500 metros cuadrados mientras que 500 más se dedican a zona de recambios y accesorios. Además, el equipamiento es impresionante. A modo de ejemplo, los talleres de carrocería y pintura cuentan con cabinas de pintura de última generación y zonas de preparación con infrarrojo automático. La zona de exposición de vehículos nuevos (incluida la gama DS) y de ocasión ocupa 800 metros cuadrados. Esta concesión Citroën, avalada por 25 años de experiencia, ofrece un amplio elenco de servicios: venta de vehículos nuevos y de ocasión, servicio posventa de mecánica y carrocería, carrocería express, recambios, servicio de transfer gratuito para clientes, vehículos de cortesía y parking para clientes. **C**

www.tcastillo.citroen.es / www.citroen.es



EL VOLKSWAGEN CC, PARA LOS QUE NO SE CONFORMAN CON EL PASSAT

Identidad propia

➔ Desde principios de año **Volkswagen** ha desligado el **CC** del Passat. Aunque el primero deriva del segundo, aporta un importante plus en deportividad y equipamiento y también, pero no tanto, en estética.

Vayamos por lo primero, el CC, que compite directamente con modelos como su "primo" Audi A5 o el DS5, tiene un tacto marcadamente deportivo que, incluso, nos ha sorprendido. Dinámicamente es excelente, mucho más preciso y estable que el Passat. Para conseguirlo, Volkswagen ha hecho un notable trabajo en el reparto de pesos y ha montado unas suspensiones con un tarado más duro. El hecho de ser un vehículo más bajo reduce el centro de gravedad y también ayuda a conseguir un mejor comportamiento.

Por lo que respecta al equipamiento, mejora al Passat en la dotación de serie pero también se paga. Comparando versiones equivalentes, el CC cuesta entre 3.000 y 5.000 euros más que el Passat. Eso sí, la versión básica, que parte de los 33.500 euros, incluye elementos como los faros bixenon, el sensor de pérdida de presión en neumáticos o un cargador de seis CDs. Además, el listado de opciones es exhaustivo.

La estética siempre es un factor discutible y en el CC no es una excepción. Queda patente que la imagen del CC es más deportiva, dinámica e, incluso atractiva que la del Passat, mucho más convencional. Sin embargo, consideramos que Volkswagen podría haber sido un poco más atrevida con el diseño de esta berlina. Sí, que padece, en cambio, todos los inconvenientes de un diseño de cupé, un espacio trasero limitado a dos plazas (tres adultos van realmente estrechos) y, sobre todo, muy justo en cuanto a altura disponible. También se reduce el espacio de maletero, 455 litros el CC frente a los 565 del Passat, aunque su capacidad es más que suficiente.

Probamos la versión BlueMotion 2.0 TDI con cambio manual. Esta configuración es



más que solvente y suficiente, aunque creemos que le sienta mejor la variante de 170 CV. En cualquier caso, el conocido motor TDI empuja con soltura, aunque sin alardes, el CC, a pesar de su notable peso (1.532 kilos). Gracias a las soluciones ecológicas "BlueMotion" el consumo es aqilutado: 4,6 l/100 km en ciclo combinado. www.volkswagen.es

OPEL ASTRA GTC 1.8 TURBO 180 CV

Fiera domesticada

➔ Cuesta de encontrar 180 CV tan civilizados como los de este **Opel Astra GTC**. Este motor es un prodigio de suavidad y de progresividad en la entrega de potencia pero adolece de contundencia por lo que parece incluso que sean menos los CV que alberga en su interior. Sin lugar a dudas, es un motor satisfactorio pero para el público potencial de este modelo puede que les deje algo fríos porque este buen modelo de Opel admite y pide más "marcha". El chasis está muy logrado y la variante GTC, a diferencia de la de cinco puertas, monta un sistema de suspensión de pivote desacoplado similar a la del Insignia OPC que proporciona un tacto deportivo, firmeza y precisión.

Conviene agradecer a Opel que sea de las marcas que aún se atreve a hacer una versión de tres puertas distinta a la de cinco. Sin ser espectacular, transmite una imagen más deportiva, agresiva y dinámica, sobre todo lateralmente. Además, ha conseguido que el diseño no penalice en exceso la habitabilidad, mejor que en la mayoría de sus competidores, el Renault Mégane o el DS3, por ejemplo. La clave de ello, una mayor altura.

Por lo demás, este Astra, y por extensión a la variante cinco puertas, se caracteriza por ser un modelo correcto en todos los aspectos: está muy bien acabado, los materiales transmiten sensación de calidad, la vida a bordo es agradable (menos en la versión tres puertas al ser más angosta y con menos superficie acristalada), el equipamiento incluye lo imprescindible y el precio se sitúa en la parte media de la tabla de competidores. www.opel.es



UN IBIZA DE LO MÁS INTERESANTE:
105 CV, CAMBIO DSG Y STATION WAGON

Diversión en familia

➔ El **Ibiza** es el gran referente en comportamiento de su categoría y ahora también lo es en su versión familiar ST. Pasó por nuestras manos la versión 1.2 TSI de 105 CV con cambio DSG ahora que ha recibido un restyling y, como no podía ser de otra manera, disfrutamos como niños con su conducción. Y es que la combinación de ingredientes da lugar a un cóctel excelente. El motor 1.2 TSI de gasolina es un prodigio de sensaciones. El grupo Volkswagen ha logrado extraer de 1,2 litros 105 CV de potencia. Como si de un molinillo se tratara, desde las 1.500 vueltas empieza a empujar con fuerza hasta más de 7.000. La elasticidad es su principal punto fuerte y da siempre lo que le pedimos a través del pedal del acelerador. Papel fundamental en la transmisión de esta fuerza y energía juega el maravilloso cambio DSG. Rápido y ágil, permite aprovechar al máximo las prestaciones de este brillante motor y en ciudad resulta ideal por la comodidad de conducción que proporciona porque, además, no se muestra nada brusco a la hora de hacer maniobras. El tercer elemento del cóctel es la carrocería familiar. La versión ST del Ibiza permite que el utilitario de **SEAT** disfrute de

casi 340 litros más de maletero (430 litros frente a 292 de la variante cinco puertas). Gracias a este amplio maletero, superior al de cualquier compacto, hace que este Ibiza sea una buena opción de compra para familias de tres o cuatro miembros que no estén dispuestas a gastarse mucho dinero o les vaya bien un coche de contenidas dimensiones (el Ibiza ST mide 4,23 metros, menos que cualquier compacto). Conviene apuntar que el Ibiza ST, en términos de habitabilidad, solo aporta litros de maletero porque el habitáculo es prácticamente idéntico al Ibiza de cinco puertas, recordemos, un utilitario y que, en su caso, es uno de los más pequeños dentro de su categoría, sobre todo en las plazas traseras. En cuanto al reciente *restyling*, es un ligero lavado de cara para poner un poco al día la estética de la familia Ibiza. El frontal es lo que más varía con el nuevo diseño de los faros, el interior ha sido retocado para ganar en ergonomía y los materiales transmiten mayor sensación de calidad y se ha ampliado el equipamiento de serie. SEAT ha decidido mantener la actual gama de motores gasolina y diésel. **C**

www.seat.es



SON LAS DOS PRINCIPALES CUALIDADES DEL
TOYOTA AVENSIS CROSS SPORT

Confortable y seguro

➔ **Toyota** denomina *Cross Sport* a la variante familiar del **Avensis** pero el apellido *Sport* no le define precisamente ya que es más confortable que deportivo si tenemos en cuenta sus blandas suspensiones y, sobre todo, la "pachorra" del cambio automático, versión que tuvimos ocasión de probar. No es que los conceptos sean mejores ni peores, solo son diferentes y unos conductores preferirán el confort y otros la deportividad. Sobre esta consideración, opinamos que el Avensis *Cross Sport* ofrece más de lo primero que de lo segundo. En cualquier caso, mucho es lo que ofrece el Avensis: espacio, calidad de vida a bordo, motores de buen rendimiento como la versión D-4D diésel de 150 CV de la unidad probada y la tradicional fiabilidad nipona. Un apartado que merece especial mención es el de la seguridad. El Toyota Avensis puede equiparse con el sistema avanzado de seguridad precolisión PCS (*Pre-Crash Safety*) cuya función es



evitar posibles accidentes. El PCS PCS recurre a un sensor de radar con precisión milimétrica para explorar la vía por delante y reconocer objetos potencialmente peligrosos y ayudar al conductor a reducir las posibilidades de una colisión. En caso de que se llegue a una alta probabilidad de colisión, el PCS alerta al conductor y, cuando éste empieza a frenar, proporciona una asistencia de frenado para complementar su acción, activando simultáneamente los pretensores de los cinturones de seguridad. Si el conductor no frena y la colisión es inevitable, el sistema aplicará automáticamente los frenos para reducir la velocidad del impacto. Con nuestra unidad de pruebas nos "arriesgamos" a probar el PCS y constatamos que su modo de actuación es contundente, notando como entran en acción los pretensores además de alertarnos con una viva imagen luminosa de "Stop" en el salpicadero. **C**

www.toyota.es

TÉCNICA

VISIBILIDAD SIN PARANGÓN CON LA GENERALIZACIÓN DE LA TECNOLOGÍA LED

La berlina de Audi es el primer vehículo que prácticamente prescinde de todas las lámparas gracias a su innovador sistema de iluminación con tecnología LED. Con él, el A6 casi convierte la noche en día.



En el Audi A6 se pueden elegir tres sistemas de iluminación: de lámparas halógenas, de faros de xenón plus y con tecnología LED. Este último es el más avanzado.

El sistema de iluminación del Audi A6



Probamos recientemente un **Audi A6 Avant** equipado con un exclusivo sistema de iluminación con tecnología LED, disponible en la lista de opciones de esta impresionante berlina. Dicho sistema de iluminación es técnicamente muy avanzado.

Más luz, menos consumo

La **tecnología LED** (*Light Emitting Diode*) de diodos luminosos se caracteriza por la luz blanca que genera mediante la transición de los electrones a las diferentes capas de los semiconductores. Esta **luz blanca** tiene una **temperatura de color de unos 5.500 Kelvin** por lo que se **asemeja a la luz natural diurna** resultando más agradable conducir con ella por la noche. Podemos dar fe de ello ya que la iluminación que proporciona es sencillamente espectacular, hasta el punto que bien merecía este reportaje.

Los faros LED proporcionan ventajas decisivas: no necesitan mantenimiento, disfrutan de una larga vida útil y su consumo energético es bajo. En el caso de la **luz de cruce del A6 Avant**, cada unidad tiene un **consumo de 40 vatios**, menos que las unidades xenón plus. Además, Audi dota al sistema de ventiladores y disipadores de calor que atemperan los faros y evitan que se empañen.

En el interior de los faros LED del Audi A6, debajo de un **wing** (embellecedor de material plástico) más delgado se ubican los cuatro



A excepción de la luz de marcha atrás, todas las indicaciones de los pilotos traseros (posición, freno, intermitentes) se benefician de la tecnología LED.

LED de un chip y de cinco chips que generan la luz de cruce. Sobre el **wing** se sitúan los tres LED de cuatro chips que generan la luz de carretera. Un LED independiente de cuatro chips se encarga de la luz de giro.

Los faros LED integran también una luz todo clima en la que interactúan varios componentes electrónicos y electromecánicos. En muchas zonas Audi ha sustituido las piezas móviles por un control inteligente consiguiendo una iluminación "flexible" de la calzada. En la luz de autopista, por el contrario, actúan motores paso a paso que aumentan el límite claro-oscuro a partir de 110 km/h y alargan así el cono de luz cuyo alcance pasa de 70 a 120 metros. El asistente para las luces de carretera integrado conmuta automáticamente entre las luces de carretera y las luces de cruce.



Cuatro LED de un chip y cinco chips generan las luces de cruce.

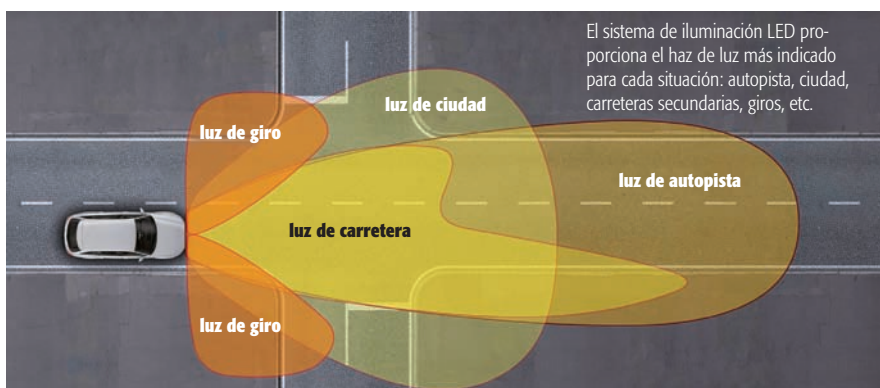
En el borde inferior de los faros se encuentran la luz diurna y el intermitente formando una línea que sigue el trazado del **wing** grande. Un elemento de material plástico ubicado delante de dicha línea, denominado óptica de pared gruesa, le aporta un efecto homogéneo. 24 diodos luminosos de color blanco generan la luz diurna. Para el intermitente se utilizan LED azules que emiten una luz de color amarillo gracias a un dispositivo técnico.

Traseras también LED

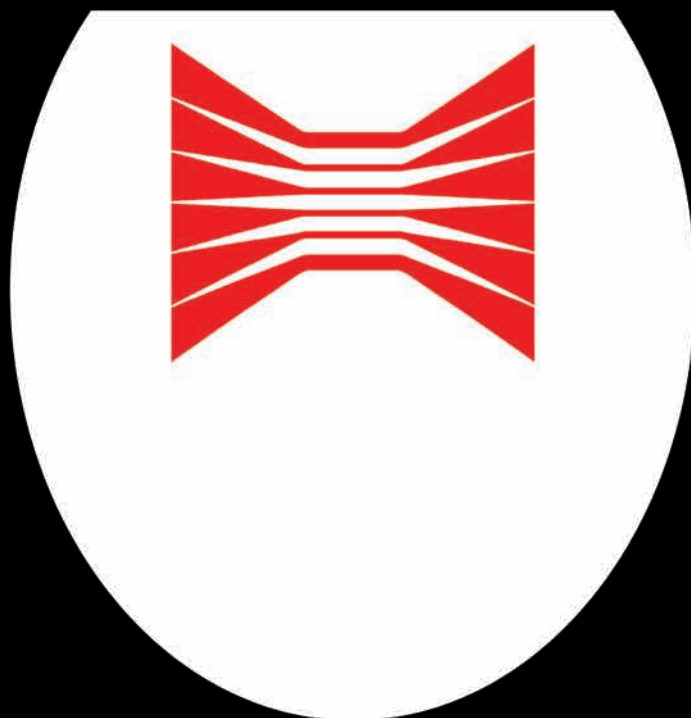
En el Audi A6 los **grupos ópticos traseros** pueden ser de **tecnología LED** los cuales aportan una imagen luminosa de **efecto tridimensional**. Un total de 90 LED generan la homogénea luz trasera. La óptica de difusión que se coloca delante de esta luz la hace parecer un arco ancho y continuo. Por lo que respecta a la luz de freno, se sitúa en el centro y se compone de 42 diodos luminosos de color rojo. El intermitente, que consta de 46 LED amarillos, dibuja una franja en el borde superior de las luces y hasta la luz anti-niebla trasera y la de la matrícula recurren a la tecnología LED.

La luz de marcha atrás es la excepción a todo lo descrito ya que es la única que recurre a las bombillas convencionales. **C**

www.audi.es



YUASA SE VISTE DE ETIQUETA



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



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

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

“YES! YUASA”



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